

La salud y los derechos de la gente común, ¿una simple excusa para la ambición personal?

La Atención Farmacéutica, esa modalidad de trabajo farmacéutico que nació en EE UU en los 90, plantea nada más y nada menos que el objetivo central del trabajo farmacéutico es el paciente-cliente.

Para instrumentar esta modalidad, todos los colegios farmacéuticos de muchos países del mundo empezaron a organizar espacios de capacitación de todos los profesionales farmacéuticos y otros integrantes del equipo de la farmacia en esta modalidad.

La formación abarcaba (y sigue abarcando), una serie de contenidos científicos actualizados: Farmacología y Farmacoterapia, Nuevas alternativas terapéuticas, Interacciones y Reacciones adversas, Contraindicaciones, Especialidades Farmacéuticas Publicitarias, Diabetes, Hipertensión, Asma/EPOC, Plantas Medicinales y Fitoterapia, Nociones de aspectos clínicos, Epidemiología.

También es preciso acometer una intensa formación informática: manejo de la aplicación informática que va a ser utilizada para prestar la Atención Farmacéutica (registros y tratamiento de datos).

Finalmente, es necesario que los farmacéuticos adquieran una formación complementaria en Técnicas de comunicación, Técnicas de registro, Cursos de formación en aspectos metodológicos: Problemas Relacionados con Medicamentos, Intervenciones y Resultados, Internet.

Esto significa una gran inversión de las organizaciones colegiadas y académicas para difundir y capacitar a la comunidad farmacéutica y también un enorme esfuerzo que incluye informar al equipo de la farmacia para cada Director Técnico y, si es empleado, convencer al propietario para que comprenda y acepte este sistema de trabajo que frecuentemente cree que afecta los resultados de su rentabilidad o la caja del negocio de la farmacia.

Cuando empecé mi tarea en el año 2000 como Secretaria de Redacción de la Revista HOJA DE NOTICIAS FARMACÉUTICAS del Colegio Oficial de Farmacéuticos y Bioquímicos de la Capital Federal, en Buenos Aires, cuando continué mi contacto con la AF en mis cátedras de las Escuelas de Farmacia de las Universidades Kennedy y Maimónides, cuando dicté mis cursos de monografía científica y redacción científica en el Colegio y asesoré monografías y tesis de farmacéuticos que escribían para cerrar sus posgrados no tenía tan claro como ahora cuán importante era el aspecto de la comunicación en la implementación de la Atención Farmacéutica.

Es preciso, en primera instancia, convencer al paciente de que acepte este tipo de trabajo del farmacéutico amigo para que se someta al mismo y reconozca el pago de estos servicios cognitivos, luego es preciso profundizar la escucha del discurso del paciente y vislumbrar qué tipo de personalidad tiene para saber cómo comunicarse con él exitosamente y, finalmente, es preciso dominar la comunicación escrita para el registro de datos, seguimientos y comunicación por internet con médicos o con los mismos pacientes cuando consultan sobre algún problema relacionado con medicamentos (PRM).

Por lo tanto, si un farmacéutico no domina estos dos planos de la comunicación es muy difícil que cumpla con su tarea de atención farmacéutica satisfactoriamente para ambos.

Últimamente estamos viendo, al menos en mi país, releendo diariamente las publicaciones de organizaciones que agrupan a farmacéuticos que están poniendo el acento más en las luchas por el poder institucional, por mostrarse como los verdaderos referentes de la comunidad de farmacéuticos que en la profundización del modelo de Atención Farmacéutica, que requiere de paz social y de trabajo cotidiano tenaz y continuo en la farmacia. De trabajar a corazón abierto por la gente, que está desinformada y requiere de mucha atención profesional.

Del mismo modo que cuando en una familia los padres luchan por el poder o por cuestiones atinentes a ellos, si los dirigentes farmacéuticos están distraídos y ocupados en las luchas institucionales, los pacientes quedan a la deriva, abandonados, sin la atención que su salud necesita y los establecimientos farmacéuticos desvirtúan su trabajo volviendo a convertirse en una suerte de almacenes de expendio de medicamentos en vez de desplegar y profundizar el modelo de centro de atención primaria de la salud, tan importante y necesario en estas épocas de empobrecimiento popular creciente donde los pacientes recurren primero que nada al ver a su farmacéutico amigo para que los escuche y atienda sus demandas.

Nos gustaría desde esta tribuna hacer un llamamiento a los dirigentes farmacéuticos de todas partes (incluyendo mi país), para que abandonen sus ambiciones personales y se ocupen de sus colegas para que estos, a su vez, puedan atender a la gente, al pueblo, que es el destino y el fin último de cualquier profesional de la farmacia.

Un farmacéutico es un profesional con una misión central, ya sea empleado, propietario de su farmacia o dirigente de su comunidad.

Han sido elegidos por sus pares para trabajar por la comunidad farmacéutica, representándolos mientras ésta se ocupa, primordialmente, de la gente, verdad?

HASTA LA PRÓXIMA

SILVIA BERAJÁ

Fuente: <http://portalfarma.com/pfarma/taxonomía>

Página del Concejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de España, Plan estratégico para el desarrollo de la Atención Farmacéutica, 4.6: Planes de Formación en Atención Farmacéutica: farmacología, farmacoterapia, técnicas de registro y de comunicación.

SILVIA BERAJÁ es PROF. DE CASTELLANO, LITERATURA Y LATÍN (INSP) ESCRITORA – COMUNICADORA – ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN FARMACÉUTICA. POSGRADO EN PSICOPEDAGOGÍA Y EN CONDUCCIÓN Y GESTIÓN DE ONGs (UBA), ASESORA D ESTILO EN TRABAJOS MONOGRÁFICOS, TESINAS Y TESIS. Es Directora de SB SERVICIOS CULTURALES Y DE ARTE. Como Agente de Escritores, analiza y recomienda la edición de libros de ficción, científicos y técnicos. Fue docente de su especialidad (literatura, expresión oral y escrita, arte, metodología de las ciencias, gramática castellana, latín) en la escuela media hasta el año 2000 en que ingresa al Colegio Oficial de Farmacéuticos y Bioquímicos de la Capital Federal (Buenos Aires, Argentina), donde llega a ser Jefa de Prensa y Comunicación y editora de la Revista HOJA DE NOTICIAS FARMACÉUTICAS. Enseñó Comunicación Farmacéutica y Estilo en Escritura en las Escuelas de Farmacia de las Universidades "John F. Kennedy" y "Maimónides". Aquí como Jefa de Trabajos Prácticos en Comunicación para la Atención Farmacéutica. Prepara un libro sobre este tema ; ha participado en un sinnúmero de publicaciones de su país como columnista de temas culturales y farmacéuticos, tanto en medios gráficos como electrónicos. Enseñó Comunicación la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) en el Curso de Admisión para la Carrera de Administradores de Empresas. Creó y condujo CASACULTURA, espacio de formación de coordinadores de Talleres de Lectura y Escritura, CREARTE, un espacio de artes combinadas para comitentes privados y un proyecto de capacitación para S+V COMUNICACIÓN bajo el régimen de Crédito Fiscal de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Industria (SEPYME) y fue premiada por la excelencia de su proyecto para la agencia de publicidad SV+. Participó del Depto. de Comunicación de la Consultora de Marketing del Dr. Alberto Levy. Es columnista invitada sobre temas de salud y comunicación farmacéutica en el diario digital EUPHARLAW NEWS y en del FORO IBERCISALUD que, desde España , va a todo el mundo hispanoparlante, a Europa y Japón. Actualmente prepara su participación en la revista COLEGIO EN ACCIÓN, la próxima Revista del COFYBCF en su nueva gestión. Se dedica a escribir y sigue participando en las actividades del COFYBCF.