

.....si nos centramos en el núcleo fundamental de la Atención Farmacéutica, que es la relación que se establece entre el farmacéutico y el paciente, que trabajan juntos para prevenir, identificar y resolver los problemas que pueden surgir con el tratamiento farmacológico, es lógico pensar que una de las principales habilidades que hay que adquirir es un buen manejo de las técnicas de comunicación, para poder trabajar de forma óptima con pacientes y en muchos casos con el médico y el resto del equipo de salud. Estas habilidades en ciencias del comportamiento se pueden adquirir de una forma autosuficiente a través del estudio y de la práctica de técnicas recogidas en publicaciones especializadas, aunque hay que admitir que en estos momentos el número de éstas, en el caso de entrevista y comunicación farmacéutica, es muy escaso

*M^a J. Faus, F. Martínez
(Pharmaceutical Care España 1999; 1: 52-61)*

LA ATENCIÓN FARMACÉUTICA NO SUCEDE SIN COMUNICACIÓN*¹

Nota 1

La Atención Farmacéutica entendida según el concepto expresado más arriba no ocurre sin un adecuado manejo de la comunicación que se establece entre los distintos actores del equipo de salud: médico-farmacéutico-paciente.

Si centramos nuestro enfoque en el contacto que se establece entre un paciente que entra a la farmacia y el farmacéutico que lo atiende, comprenderemos la importancia de la comunicación que se establezca entre ambos para poder instrumentar cualquier acción de Atención Farmacéutica(AF).

Y es el farmacéutico quien debe empezar por establecer ese lazo comunicacional a través , fundamentalmente, de la escucha atenta del discurso del paciente.

Por eso decimos que “la oreja” es la principal herramienta para producir cualquier acción en el campo de la AF.

Si el paciente-cliente es una persona sana, que llega a la farmacia para solicitar la dispensa de un medicamento, el farmacéutico puede establecer con ella un vínculo que le permita saber por qué necesita ese medicamento, si es la primera vez que lo va a tomar, si está tomando otros, cómo los está tomando y así poder evaluar qué tipo de requerimiento es el que está pretendiendo el paciente en cuestión.

Hay numerosos caminos para establecer esta comunicación. Y al elegir cuál de ellos tomar , el farmacéutico deberá estar herramienta convenientemente.

Si se trata de un paciente que viene por primera vez a la farmacia, lo primero que conviene hacer es hacerle conocer que en ese establecimiento tiene la posibilidad de contar con el servicio de AF y darle la posibilidad de aceptar dicho servicio.

Con esto queremos decir que la aceptación por parte del paciente es voluntaria y consentida. Una vez que el farmacéutico logró esta aceptación podrá elaborar una ficha con los datos del paciente. Estos datos son de dos tipos: objetivos y subjetivos.

Los objetivos son aquellos pasibles de ser medidos: peso, altura, presión, por ejemplo.

Los subjetivos se vinculan al tipo de vida que hace, a si hace o no hace gimnasia o camina cotidianamente, a la manera en que toma sus medicamentos, a si vive solo o acompañado para saber qué tipo de apoyo deberá brindarle para que no deje de tomar su medicamento

¹ **Prof. SILVIA BERAJÁ**, Docente, Escritora, Especialista en Comunicación Farmacéutica
Enseña “Estrategias de Comunicación en la Farmacia” y “Discurso Monográfico aplicado a las Ciencias
“ en la Universidad “John F. Kennedy” de Buenos Aires, Argentina.

de tal modo de crear conciencia sobre la responsabilidad de la continuidad de la toma y de la no interrupción de la misma, que es una actitud frecuente, sobre todo en pacientes crónicos. Esos datos objetivos y subjetivos pueden ser volcados en una ficha que luego el farmacéutico llevará a alguno de los sistemas informáticos de AF para registrar en su computadora los mismos.

Lo que queremos destacar en esta nota es que dicha comunicación entre paciente y farmacéutico debe concretarse a través de un lenguaje sencillo, de fácil comprensión para el paciente. Pues si el farmacéutico utiliza un lenguaje técnico se producirá exactamente lo contrario de lo quiere lograr: la incomunicación. La jerga farmacéutica es una barrera en el proceso comunicacional farmacéutico-paciente

Comunicar es crear un lugar común entre paciente y farmacéutico, un espacio no sólo de entendimiento de conceptos sino de comprensión, desde la óptica del farmacéutico, de la necesidad de su paciente.

Si escuchamos atentamente al paciente, es decir, afinando el oído, registraremos, a lo largo de su discurso, qué es lo que nos está pidiendo, qué es lo que necesita del farmacéutico que lo está atendiendo.

Si equivocamos ese nivel de escucha tenemos muchas posibilidades de no poder acceder al paciente y, por lo tanto, de provocar resistencia a la Atención Farmacéutica que se le quiere brindar.

Esto ocasionará un retroceso en la relación paciente-farmacéutico que llevará a tener que remontar una situación comunicacional insuficiente, débil en la próxima visita a la farmacia. La cordialidad, disponibilidad y profesionalidad del farmacéutico se ponen en juego en estas situaciones comunicacionales para las cuales debe entrenarse en la universidad y llevarlas rápidamente a la práctica cotidiana en su farmacia.