

ATENCIÓN FARMACÉUTICA: HOY Y SIEMPRE , TRABAJAR DE CARA A LA GENTE¹

La actividad farmacéutica ha descubierto la Atención Farmacéutica como una nueva manera de desarrollar la profesión en la farmacia oficial. Hablan de trabajar “de cara a la gente”.

Siempre he sostenido que era Atención Farmacéutica lo que practicaban de algún modo los farmacéuticos que atendían a mi generación cuando éramos niños.

¿Acaso no era eso Atención Farmacéutica?

En mi pueblo de infancia había dos o tres farmacéuticos nomás. Todo ellos amables, sonrientes y atentos. De esos que te hacen upa y todo.

Siiiiiiiiiiiiiii... uno de ellos a quien le decían Emilito, aunque era un señor adulto, practicaba a su manera la Atención Farmacéutica infantil.

Emilito era superatento y tierno y cada vez que tenía que vacunarnos o ponernos inyectables nos regalaba antes de irnos de su farmacia confititos de colores o pastillitas de orozuz que masticábamos con placer y mezclábamos , al hacerlo, con las lágrimas que nos había arrancado el pinchazo en la cola.

Emilito conjugaba su simpatía y prolijidad con la limpieza, pulcritud y ordenamiento exquisito y, diríamos, casi estético de los elementos de su farmacia.

Entonces, daban ganas de entrar ahí y, cuando a nuestra cara de angustia porque necesitábamos tal o cual medicamento o que nos pusiera una vacuna o una inyección porque la había prescripto el médico, él presentaba su sonrisa , su educación y su amabilidad , conjuntamente con sus conocimientos profesionales, toda señal de dolor o de angustia o de exagerada preocupación, desaparecía de nuestro rostro.

Emilito se daba tiempo para todo: iba a domicilio a medir la presión y a dar inyecciones cuando cerraba su establecimiento , en el pueblerino mediodía de mi pueblo o después de cerrar la farmacia, antes de volver a su casa para cenar.

Y también era agradable recibirlo en casa porque Emilito, si tenía preocupaciones personales, las dejaba afuera antes de entrar a la farmacia o a las casas de cualquier familia del pueblo. Eso es lo que desde aquí propugnamos como actitud de trabajo farmacéutico desde lo comunicacional.

¹ *La Prof. Silvia BERAJÁ, es Profesora en Letras, escritora, editora, especialista en Comunicación Farmacéutica, es docente de la Universidad “John F. Kennedy”, donde enseña Estrategias de Comunicación en la Farmacia y Monografía aplicada a las Ciencias, columnista del news Eupharlaw y titular de **SB SERVICIOS Y PRODUCTOS CULTURALES Y DE ARTE**, que contiene una Agencia de Representación de Escritores.*

Si algún farmacéutico sospecha que la fila de viejos esperando que abran la farmacia a las 8 y cuarto de la mañana para tomarse la presión es ciertamente el deseo de conocer los fríos números de su tensión arterial, se equivoca.

Los farmacéuticos saben que es preciso hacerlo todos los días o varias veces a la semana. Esta gente necesita que alguien le tome su mano o su brazo, le coloque un aparato, se dedique 10 minutos a él, le muestre una mirada cordial y una sonrisa amable, ésa que apenas le dedicaron sus seres queridos cuando a las 8 de la mañana se fueron de casa a trabajar o a estudiar.

Que, si es preciso, el farmacéutico le recuerde la organización en la toma de sus medicamentos diarios, que le recuerde cómo tomarlos, que le pregunte cómo va con su tratamiento.

Eso es Comunicación Farmacéutica en Atención Farmacéutica.

Es recrear el vínculo farmacéutico paciente cada día, cada vez que alguien vuelve a la farmacia porque lo atendieron bien y se ocuparon de lo que le sucede.

Y decimos recrear porque, por ejemplo, en la década de los 50 existía eso como una manera natural de trabajar en la farmacia.

La vida urbana ha desnaturalizado esta relación, la ambición exagerada de los propietarios de farmacia por "hacer caja" ha borrado ese tiempito tan necesario de diálogo entre el farmacéutico y los pacientes que van a comprar sus medicamentos a la oficina de farmacia.

Es buena actitud rescatar las buenas actitudes comunicacionales de antes y sumarle lo de ahora, acompañado por todo el aparato tecnológico contemporáneo.

Y lo que los dueños de farmacia, ya sean farmacéuticos o simplemente empresarios que contratan profesionales para la dirección técnica, deberían poder comprender es que la buena comunicación personal del farmacéutico y personal de farmacia con la gente, a la larga acrecienta las ventas, fideliza clientes y afirma el concepto de centro de atención primaria de la Salud, que es lo que toda farmacia es.

HASTA LA PRÓXIMA

SILVIA BERAJÁ

silviaberaja@gmail.com