

## La personalidad del farmacéutico debe cambiar

Por **Silvia BERAJÁ**<sup>1</sup>

La formación académica de los farmacéuticos, al menos en la Argentina, no incluye capacitación actitudinal para gestionar, legislar en foros parlamentarios municipales, provinciales o nacionales, comunicar por escrito o en forma oral a través de medios de comunicación contemporáneos.

Tampoco aprenden en las aulas a escribir sobre temas de su profesión, ni a disertar, ni a discutir ordenadamente un tema científico o profesional.

La formación de líderes o dirigentes farmacéuticos no existe en Argentina. Y sobre todo, de dirigentes éticos para que los dirigentes corruptos que están en algunas organizaciones farmacéuticas sean reemplazados por otros más confiables y menos comprometidos con la corrupción estructural que aqueja a la Argentina.

Ni siquiera saben con qué se van a encontrar cuando salgan de la universidad y quieran crear su propio proyecto farmacéutico oficial.

Desconocen el ejercicio de la farmacia real.

Se llega al extremo de que, cuando están con el rollito de su diploma en mano no sepan dónde deben ir a inscribirlo.

Desconocen nuestros alumnos futuros farmacéuticos qué organizaciones colegiadas los agrupan, dónde están sus pares, qué diferencia hay entre una cámara farmacéutica y un colegio profesional y cómo manejar el llamado "negocio farmacéutico", desde una visión empresarial moderna.

Y ni qué hablar de la falta de conciencia social que poseen a la hora de terminar sus estudios....

Desconocen su potencialidad como trabajadores del equipo de salud desde la farmacia oficial, hospitalaria, desde los laboratorios de la industria farmacéutica, la industria alimentaria,, la industria biomédica en general.

De eso son responsables las autoridades de los centros académicos, sin duda. Fascinados por la era tecnológica, ponen el acento en una formación científica más acendrada y descuidan la formación para la actividad en una farmacia oficial, donde el mix negocio - profesión, es verdaderamente, un desafío para los nuevos farmacéuticos.

Y la farmacia, todos sabemos , es una formidable oportunidad de brindar servicios de información , atención primaria de la salud, vacunación, toma de presión,. medición de glucemia y colesterol, en suma, Atención Farmacéutica, según los más nuevos conceptos mundiales.

Cada farmacia, en ese sentido, es un mundo y su devenir está muy vinculado a la comunidad donde esté insertada.

---

<sup>1</sup> **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 de Madrid , titular de **SB SERVICIOS Y PRODUCTOS CULTURALES**. Es Presidenta de ACAPROFARMA ( Asociación de Capacitación Profesional Farmacéutica, Escuela de Farmacia de Posgrado y Consultora Farmacéutica y es Representante de Escritores Científicos, Técnicos y Literarios.**

Es decir: la dupla equipo de farmacia – público que asiste a la misma, es absolutamente singular y se configura de manera particular según la personalidad de cada farmacéutico y de cada paciente, interactuando todo el tiempo junto con el resto del equipo de la farmacia.

Por lo tanto, consideramos que es preciso generar espacios nuevos de capacitación para ir formando profesionales con nuevas habilidades, acorde con los tiempos que corren y, más aún, con los que se vienen.

HASTA LA PRÓXIMA

SILVIA BERAJÁ