

## A ver si bajamos a la tierra, ¿no?

La bisabuela de mis hijos, aludiendo al comienzo de la era tecnológica que terminó con muchos objetos que hoy han quedado obsoletos, como los tranvías o tranways (en Buenos Aires queda uno solo, que recorre turísticamente un barrio llevando a los chicos y sus papás y fue traído de Portugal porque los de aquí, al momento de concretar el proyecto, estaban totalmente arruinados), decía que si todo el mundo estudiaba y estudiaba...concretaban carreras universitarias, entonces, ¿quién manejaría los tranvías?

Esa preocupación de la abuelita Ester era realmente premonitoria y legítima.

Es preciso que haya farmacéuticos comunicadores que aprendan a hablar y escribir a la gente de manera directa y sencilla para que cada quien tenga acceso a la información sobre los medicamentos que se lleva a la boca y los que le da a sus hijos.

Porque cuando una lee en los curriculums profesionales de los distintos funcionarios de organizaciones de salud nacionales y, sobre todo, internacionales, ve que, para ocupar un cargo medianamente preeminente, hay que haber recorrido un largo camino académico, que no siempre asegura conseguir ese puesto pues factores como la edad, la condición familiar u otros, a veces se interponen entre los postulantes y el trabajo. Tampoco es seguro que semejantes trayectorias aseguren una buena conexión e esos profesionales con la gente común o los profesionales que se desempeñan en el día a día de sus farmacias oficinales barriales u hospitalarias, por ejemplo, a quienes dicen representar.

En mi país, el acceso de la población a la información sobre medicamentos es muy precario. Y semejante, sospecho, a la de muchos otros países latinoamericanos, sin duda.

Pese a los esfuerzos de los Colegios profesionales, confederaciones y asociaciones diversas, el farmacéutico es un profesional cuyo potencial aún no está instalado en el imaginario de la población general, en quienes acuden diariamente a comprar medicamentos al mostrador farmacéutico.

Por eso, en este momento de invasión de ciertas cadenas farmacéuticas que amenazan con seguir invadiendo el mercado argentino, los profesionales empleados o dueños de farmacias oficinales, más tradicionales, ubicadas en los barrios, pequeñas pymes algunas de ellas, están particularmente preocupados para no perder sus fuentes laborales ante la posibilidad de que estas cadenas puedan limitar su funcionamiento en base a bajar costos operativos y de los productos que expenden.

Los pacientes desconocen, creemos, el potencial que tiene un profesional farmacéutico egresado de las excelentes universidades argentinas u otras.

Por lo tanto, no lo utilizan lo suficiente, no generan un vínculo con el farmacéutico lo suficientemente sólido como para confiar en su consejo ni en su intervención, no sabe, no sabe preguntar ni pedirle ayuda, precisamente, por el desconocimiento y la desinformación popular que existe. Y, por otro lado, dicho farmacéutico, por las características de su formación académica, carece de las capacidades y habilidades que se necesitan hoy en día para seguir insertado fuertemente dentro del mercado que implica fidelizar fuertemente a su clientela habitual.

En este mismo news hemos leído que se prepara una reglamentación para quitar al farmacéutico de los spots publicitarios sobre medicamentos en España.

Consideramos que van por la senda equivocada en este sentido.

Coincido con [el farmacéutico Borrás](#) en que no se favorece la automedicación responsable quitando la figura del farmacéutico de la batería publicitaria, sino reentrenándolo para que el televidente o el oyente asocien lo que ven u oyen en los medios con el farmacéutico que encuentran en la farmacia oficial.

Pero...están trabajando en Argentina los farmacéuticos para formarse como líderes que luchan por su permanencia en los espacios de comunicación a la población o están todavía metidos en sus farmacias, laboratorios, en la industria, en los hospitales, en fin, en lugares de contacto limitado con la mayoría de la población que consume o necesita medicamentos?

Creemos que, del mismo modo en que en una nota anterior propugnamos que los farmacéuticos imiten a los brigadistas peruanos que, ante emergencias, salen de sus farmacias a la busca de los pacientes que los necesitan, es preciso que vayan ocupando lugares en los parlamentos, medios de comunicación masiva, asociaciones profesionales, foros de todo tipo vinculados con la salud y el medicamento difundiendo sus saberes, enseñando a la gente cómo manejar medicamentos, como usarlos racionalmente, cómo considerarlos un producto especial que no debe ser usado sin información ni conocimientos como si fueran golosinas, cómo combinar varios medicamentos.

Esto implica una permanente actualización en su formación de posgrado y en el desarrollo de habilidades innovadoras.

Tanto los gobiernos como las organizaciones nacionales y supranacionales y los espacios de formación académica y, sobre todo, las empresas del mundo del medicamento, entonces, deberían acompañar este cambio en la actividad farmacéutica para que esta bella profesión continúe insertándose cada día más en el imaginario y el corazón de la gente de todas partes del mundo.

HASTA LA PRÓXIMA

SILVIA BERAJÁ

[silviaberaja@gmail.com](mailto:silviaberaja@gmail.com)

*SILVIA BERAJÁ es Prof. en Letras, Escritora y Especialista en Comunicación Farmacéutica. Dirige el proyecto ACAPROFARMA, de formación farmacéutica de posgrado.*

*Fue Jefa de Prensa y Comunicación del Colegio Oficial de Farmacéuticos y Bioquímicos de la Capital Federal y enseñó Comunicación Farmacéutica y Discurso Científico en la Universidad "John F. Kennedy", en su Escuela de Farmacia y en la Escuela de Farmacia y Bioquímica de la Universidad "Maimónides", en Buenos Aires.*