

## COMUNICACIÓN EN LA FARMACIA

### EPIDEMIAS Y PANDEMIAS: AHORA MÁS QUE NUNCA

Por **Silvia BERAJÁ**<sup>1</sup>

Y bien. Estamos ante un tiempo de pestes . Como las de la Edad Media, pero ahora, en la Era de la Revolución Científico –Tecnológica.

Increíble, pero real, diría Ripley.

A medida que el tiempo transcurre y las informaciones se suceden en los medios, internet incluida, una se va preguntando si todo esto es real, si estamos ante una nueva pandemia o , como dicen algunos mails que se suceden sin solución de continuidad, es sólo una maniobra de las farmacéuticas, en combinación con la OMS, para producir alguna vacuna que tenga un mercado asegurado por el temor a contraer la fiebre porcina. Y se habla de millones de dosis colocadas por ciertos laboratorios transnacionales que fabrican vacunas.

De todos modos, el camino es siempre el mismo: la información, la prevención, los cuidados, y, básicamente, no entrar en ningún tipo de psicosis colectiva que, del modo en que estamos viviendo en Argentina, sólo contribuyen a que ciertos vivillos saquen, como siempre, provecho económico de nuestros miedos. Una vez más.

En este sentido, consideramos que los farmacéuticos tienen una enorme oportunidad frente a la crisis y a esta pandemia, como así también frente a la epidemia local de dengue, una verdadera desgracia nacional, que revela una enorme pobreza en las políticas sanitarias gubernamentales de los últimos , al menos, 40 años.

Desde sus establecimientos, los farmacéuticos pueden ayudar mucho a la gente mediante su consejo , la información que proporcionen a través de la palabra, del diálogo, de breves folletos colocados en los mostradores, mediante afiches que informen de qué se tratan estas pestes y cómo es preciso cuidarse del dengue o de la fiebre porcina.

Es central que desarrollen tareas de contención: “Los pacientes vienen a la farmacia presas del pánico y han dejado nuestras estanterías sin alcohol en gel, tampoco hay en el laboratorio que lo produce y nuestro proveedor sólo nos entrega 50 barbijos por día, con lo que no damos abasto”, nos dijo la Dra. Leonor Jodara, Directora Técnica de una importante farmacia del barrio de Almagro, en Buenos Aires.

“Nosotros preguntamos el precio de barbijos a nuestro proveedor habitual y nos los quieren vender a un precio con el que no podemos competir con una cadena cercana que ha instalado un puesto en Ezeiza (¡en Ezeiza, el aeropuerto de ingreso de gente desde el exterior!) y los vende a 0.50\$ a todo el que baje de un avión, sea o no de México”, expresó el Director Técnico y propietario de una importante farmacia de Capital Federal.

Entonces, uno ve que todo esto, en la Argentina que vive del oportunismo, de la viveza y no de la capacidad, sólo contribuye a acrecentar ese oportunismo, que “el vivo viva del zonzo”, porque sabemos que los barbijos que se venden en las farmacias no son en todos los casos, los mejores.

¿Qué se puede, entonces, hacer desde la farmacia?

Lo mismo de siempre: escuchar , contener, explicar, continuar con la misión del farmacéutico contemporáneo: brindar Atención Farmacéutica para aplacar los ánimos y que

---

<sup>1</sup> *La Prof. Silvia BERAJÁ, es Prof. 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 y de la Universidad Nacional de Tres de Febrero, en Argentina, donde dicta Comunicación Oral y Escrita ; es columnista de los news New Politic de Argentina, y Eupharlaw de Madrid , titular de SB SERVICIOS CULTURALES y de Arte, es Representante de Escritores Científicos, Técnicos y Literarios. Es Presidenta de ACAPROFARMA ( Asociación de Capacitación Profesional Farmacéutica, Escuela de Farmacia de Posgrado y Consultora Farmacéutica).*

la gente ponga ,tanto la epidemia de dengue como la fiebre porcina en el lugar que tiene. Que se ocupe en la prevención familiar en vez de preocuparse.

Ahora más que nunca es tiempo de un FARMACÉUTICO DE CARA A LA GENTE, de un profesional comprometido con su más alta misión: la de dispensar medicamentos, pero acompañándolos con el invaluable consejo farmacéutico.

Crisis, ahora más que nunca, es oportunidad, queridos farmacéuticos: adónde llega antes el paciente? al hospital, al consultorio médico o a la farmacia donde un profesional amigo y su equipo lo esperan cada día con la mejor disposición y las herramientas técnicas para explicarle qué y cómo tiene que vacunarse o prevenirse de que él y su familia no se expongan innecesariamente a contraer alguna de estas pestes modernas?

Seguimos pensando que se crece en las crisis, que quienes pueden tener la mirada puesta en un pequeño horizonte cotidiano que nos ayude a cumplir nuestra misión, son quienes mejor atravesarán la crisis.

En ese sentido, ahora es la hora de la farmacia aquí, en Argentina, y en toda América Latina y en el mundo; el momento de ofrecer servicios farmacéuticos de tipo cognitivo que los pacientes agradecen con su fidelidad y su agradecimiento que a veces está en la mirada de quien se ha aliviado porque se le dispensó el medicamento adecuado o se le dijo la palabra oportuna.

**HASTA LA PRÓXIMA**

**SILVIA BERAJÁ**