

Simona Marilena RIZEA SAVU

Mirela Claudia RÎMBU

Marinela CHIRILĂ

ARTA COMUNICĂRII CU PACIENTUL ÎN ERA DIGITALĂ

EDITURA UNIVERSITĂȚII „TITU MAIORESCU” • EDITURA HAMANGIU
București, 2025

Studiu de caz: Pacient cu deficiențe de vedere

Un pacient cu deficiențe de vedere vine în farmacie pentru a-și lua medicamentele. Acesta întâmpină dificultăți în a înțelege instrucțiunile de utilizare ale medicamentelor.

Abordare:

Farmacistul observă că pacientul are dificultăți în citirea etichetelor și întreabă politicos (*Vă pot ajuta să înțelegeți instrucțiunile de administrare? Dacă doriți, le putem discuta împreună.*), va oferi explicații verbale detaliate (*Acest medicament se administrează de două ori pe zi, dimineața și seara, după mese. Puteți utiliza un ceas sau o aplicație care să vă amintească momentul administrării.*) utilizând materiale accesibile (Farmacistul oferă etichete cu instrucțiuni scrise cu caractere mari sau, dacă este posibil, în formate tactile (Braille).) și sugerează utilizarea unui organizator de medicamente zilnic pentru a evita confuziile (*Acest organizator poate fi de mare ajutor pentru a vă asigura că luați medicamentele corect.*).

Rezultat:

Pacientul pleacă mulțumit, având toate informațiile necesare transmise într-un mod adaptat nevoilor sale. Farmacistul oferă o experiență pozitivă prin empatie și suport practic.

Studiu de caz: Pacient cu mobilitate redusă

Un pacient în scaun cu roțile vine în farmacie pentru a ridica o rețetă și întâmpină dificultăți în accesarea rafturilor cu produse suplimentare, precum vitamine sau produse dermatologice.

Abordare:

Farmacistul sau un asistent se apropie cu o atitudine prietenoasă (*Vă pot ajuta să găsiți produsele de care aveți nevoie? Este ceva specific pe care îl căutați?*), va aduce produsele la pacient pentru a-i explica

utilizarea și pentru a-i oferi opțiuni (*Acesta este produsul recomandat. Dacă aveți întrebări, sunt aici să vă explic în detaliu.*), dacă pacientul întâmpină dificultăți în transportarea produselor, farmacistul oferă o soluție, precum livrarea la domiciliu (*Dacă preferați, putem livra medicamentele direct la domiciliul dumneavoastră.*) și va încuraja pacientul să se simtă binevenit (*Suntem aici oricând aveți nevoie. Nu ezitați să ne spuneți cum vă putem ajuta.*).

Rezultat:

Pacientul este ajutat eficient și se simte respectat. Serviciile personalizate îi oferă o experiență pozitivă și cresc încrederea în farmacie.

2.2.6. Pacientul provenit din grupurile vulnerabile

Pentru a asigura o comunicare eficientă, atât din perspectiva calității cât și a cantității informației transmise, este esențial să înțelegem că actul de a transmite, de a împărtăși sau de a fi în relație cu ceilalți este o acțiune și o stare care are drept scop final influențarea unui comportament sau a unei reacții între două sau mai multe persoane.

Astfel, comunicarea devine un proces prin care atingem obiective precum: să fim auziți sau citiți, să fim înțeleși și acceptați, să generăm o reacție ce va duce la o schimbare în comportament sau atitudine.

În acest context respectarea regulilor presupune: să ascultăm, să observăm, să analizăm, să controlăm, să ne exprimăm și să facem ca mesajul comunicării, în cazul nostru, între farmacist și pacient, să se bazeze pe receptor (R=pacient), emițător (E=farmacistul) asigurându-se: dacă s-a înțeles mesajul, cum îl recepționează, la ce să se aștepte, cât reprezintă din tot demersul și care este feedback-ul.

Extrapolând constatările elementare legate de vulnerabilitate ajungem a cuantifica grupurile vulnerabile de persoane care, în anumite situații, se pot transforma în pacienți aparținând unor tipuri cum ar fi: minoritățile/etnia, persoanele cu dizabilități, femeile însărcinate, copiii, per-

soanele private de libertate, etc. determinând, din partea farmacistului, nu numai cunoașterea elementelor caracteristice fiecărei categorii în parte cât mai ales, modalitatea și logistica aplicată în cazul comunicării cu acestea.

În fapt, persoanele vulnerabile sunt cele aflate în incapacitatea absolută sau relativă de a-și proteja propriile interese. Altfel spus, ele nu au suficientă putere, inteligență, educație, resurse, abilități sau alte atribute pentru a-și proteja interesele.

Un aspect crucial în comunicarea cu grupurile vulnerabile este modul în care se alege canalul de comunicare, având în vedere că acest proces este marcat de multiple conotații sociale și contextuale.

Alegerea canalului nu se referă doar la felul în care este transmis mesajul (vorbi, scris, gesturi), ci și la condițiile fizice care influențează interacțiunea, precum poziția în spațiu sau locația întâlnirii.

De asemenea, există două tipuri de dispunere spațială care favorizează o comunicare eficientă: față în față și alături. Acestea permit celor doi actori ai comunicării (farmacistul și pacientul) să aleagă în mod conștient limbajul adecvat, să formuleze cuvintele corespunzătoare, să le ordoneze corect și să transmită informațiile într-un mod clar și eficient prin canalul selectat.

În plus, este esențial a se lua în considerație elementul cultural când se planifică cel mai bun program de recuperare medicală. Fiecare dintre grupurile vulnerabile, amintite anterior, își au caracteristicile sale structural aparte iar faptul că contactul cu farmacistul le determină atitudini, conduite și comportamente variate, duce la conturarea elementelor definitorii relației existente.

De aceea e bine să luăm în considerare următoarele elemente: identificarea culturală, metoda de comunicare, barierele de limbă, înțelegerea, credințele și valorile implicate, încrederea, însănătoșirea, dieta, evaluarea subiectivismul echipei medicale, înlăturarea din start și din principiu a etichetării pacienților ca aparținând grupurilor vulnerabile, a stereotipiilor și prejudecăților, astfel încât e necesară înțelegerea lor în contextual cultural la care se raportează fără a li se aduce atingere ca persoane.

Studiu de caz: Pacient dintr-un grup socio-economic vulnerabil

O pacientă în vârstă, cu venituri limitate, vine la farmacie pentru a-și ridica medicamentele prescrise, dar se arată îngrijorată de prețul acestora. Menționează că unele dintre medicamentele prescrise sunt prea scumpe pentru ea.

Abordare:

Farmacistul adoptă o atitudine empatică (*Înțeleg că poate fi dificil să gestionați costurile. Haideți să vedem împreună ce soluții avem.*), verifică dacă există variante generice mai accesibile ale medicamentelor prescrise (*Acest medicament are o variantă generică ce oferă același efect terapeutic, dar la un cost mai redus.*), informează pacienta despre programele de sprijin disponibile în comunitate sau reducerile pentru pensionari (*Există un program prin care puteți obține aceste medicamente la un preț redus. Vă pot oferi mai multe informații despre cum să aplicați.*) și explică importanța aderenței la tratament și recomandă produse esențiale care se încadrează în buget (*Acest medicament este esențial pentru sănătatea dumneavoastră. Dacă aveți întrebări, vă rog să mă întrebați oricând.*).

Rezultat:

Pacienta pleacă din farmacie cu soluții viabile pentru tratament și cu sentimentul că a fost tratată cu respect și atenție.

Studiu de caz: Pacient dintr-un grup etnic marginalizat

Un pacient aparținând unui grup etnic marginalizat intră în farmacie și se simte nesigur în interacțiunea cu personalul. Este vizibil ezitant și își exprimă îngrijorarea privind discriminarea sau neînțelegerea.

Abordare:

Farmacistul întâmpină pacientul cu o atitudine prietenoasă și deschisă (*Bună ziua! Suntem aici să vă ajutăm. Cum vă putem fi de folos astăzi?*), evită să facă presupuneri despre pacient și pune întrebări deschise (*Este ceva specific despre tratament sau produse pe care doriți să le discutăm?*). Dacă există o barieră lingvistică, farmacistul utilizează materiale traduse sau aplicații de traducere pentru a facilita comunicarea (*Pot să folosesc această aplicație pentru a traduce informațiile, astfel încât să fiu sigur că înțelegem corect.*). De asemenea, farmacistul întreabă respectuos despre preferințele pacientului legate de tratament, luând în considerare posibilele obiceiuri culturale sau religioase (*Există ceva legat de tratament despre care ar trebui să știu, ca să mă asigur că respect preferințele dumneavoastră?*).

Rezultat:

Pacientul pleacă din farmacie cu încrederea că a fost tratat cu respect și că nevoile sale specifice au fost înțelese și abordate în mod corespunzător. Farmacistul creează o relație de încredere cu pacientul, contribuind la o experiență pozitivă.

2.3. Comunicarea cu pacienții cu diverse afecțiuni de sănătate

Comunicarea cu pacienții care suferă de diverse afecțiuni de sănătate este un aspect esențial în practica medicală. Este necesar să fie adaptată la nevoile individuale ale fiecărui pacient și să țină cont de starea lor emoțională, nivelul de înțelegere, și gradul de severitate al afecțiunii.

Rolul farmacistului nu se rezumă doar la eliberarea medicamentelor, ci include și consilierea pacienților, educația privind utilizarea corectă a tratamentelor, precum și sprijinul emoțional atunci când este necesar.