



Editura Hamangiu
ISBN 978-606-27-2782-6



9 786062 727826

Titu Maiorescu ISBN 978-606-767-131-5

ARTA COMUNICĂRII CU PACIENTUL ÎN ERA DIGITALĂ S.M. RIZEA SAVU, M.C. RÎMBU, M. CHIRILĂ

Simona Marilena RIZEA SAVU
Mirela Claudia RÎMBU
Marinela CHIRILĂ



ARTA COMUNICĂRII CU PACIENTUL ÎN ERA DIGITALĂ



EDITURA UNIVERSITĂȚII „TITU MAIORESCU” • EDITURA HAMANGIU • 2025

Simona Marilena RIZEA SAVU

Mirela Claudia RÎMBU

Marinela CHIRILĂ

**ARTA COMUNICĂRII
CU PACIENTUL
ÎN ERA DIGITALĂ**

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

Referenți:

Prof. Univ. Dr. Viorel ORDEANU

Lector Univ. Dr. Elena TRUȚĂ

Lector Univ. Dr. Luciana Mona GĂLĂȚANU

Colaboratori:

Conf. Univ. Dr. Ion MIRCIOIU

Dr. farm. Simona Nicoleta DUNA

Copertă și tehnoredactare: Arh. Diana Roxana RÎMBU

Copyright@2025 Editura Universității Titu Maiorescu

Editură recunoscută C.N.C.S.I.S.

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii și autorilor.

Nicio parte din această lucrare nu poate fi reprodusă, stocată sau

transmisă indiferent prin ce formă, fără acordul prealabil scris al autorilor.

Telefon: 021.330.10.50; Fax: 021.311.22.97; www.utm.ro

Editura Hamangiu SRL

Editură de prestigiu recunoscut în domeniul științelor sociale CNATDCU

Str. Mitropolit Filaret nr. 39-39A, sector 4, București

Tel/Fax: 021.336.04.43; 031.805.80.21; Vânzări: 021.336.01.25; 031.425.42.24

E-mail: redactia@hamangiu.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

RIZEA-SAVU, SIMONA MARILENA

Arta comunicării cu pacientul în era digitală / Simona Marilena Rizea Savu, Mirela Claudia Rîmbu, Marinela Chirilă. - București : Editura Hamangiu : Editura Universității Titu Maiorescu, 2025

Conține bibliografie

ISBN 978-606-27-2782-6

ISBN 978-606-767-131-5

I. Rîmbu, Mirela Claudia

II. Chirilă, Marinela

316.77

61

Introducere

Comunicarea cu pacientul reprezintă o piatră de temelie a practicii medico-farmaceutice, fiind fundamentală pentru construirea unei relații de încredere, pentru o încărcare pozitivă a experienței pacientului și pentru un act medical de succes. Odată cu evoluția tehnologiei și integrarea acesteia în aproape toate aspectele vieții cotidiene, inclusiv în domeniul sănătății, arta comunicării medicale a fost transformată într-un mod profund. Cartea de față explorează provocările și oportunitățile care apar în acest context, oferind soluții practice și strategii pentru adaptarea la noile realități.

Era digitală a adus cu sine o multitudine de instrumente inovatoare care influențează modul în care farmaciștii, medicii și pacienții interacționează. Telefarmacia, platformele de mesagerie instant, aplicațiile mobile pentru monitorizarea stării de sănătate și dosarele medicale electronice sunt doar câteva exemple ale tehnologiilor care au schimbat regulile jocului. Deși aceste instrumente deschid noi perspective pentru accesibilitate și eficiență, ele pun și noi provocări, cum ar fi menținerea confidențialității, asigurarea empatiei în interacțiunile virtuale sau depășirea barierelor digitale.

Această lucrare pornește de la premisa că tehnologia nu poate înlocui și nici învăța pe deplin arta empatiei, ci trebuie integrată într-un mod care să susțină comunicarea umană, și nu să o substituie. Adaptarea stilurilor de comunicare la specificul fiecărei platforme și contextului digital devine astfel o competență esențială pentru profesioniștii din domeniul medical. De la alegerea cuvintelor într-un e-mail destinat unui pacient, până la consilierea pacientului în farmacie, fiecare detaliu contează pentru a transmite claritate, respect și compasiune.

Mai mult, schimbările demografice și culturale din societate accentuează nevoia de a recunoaște și respecta diversitatea în relația medic-pacient. În contextul digital, unde barierele tradiționale sunt dimi-

nuate, dar altele noi sunt ridicate, este crucial ca profesioniștii din sănătate să se asigure că mesajele lor sunt incluzive și accesibile tuturor, indiferent de nivelul de alfabetizare tehnologică al pacienților sau de mediul lor cultural.

Un rol esențial în contextul comunicării medicale îl joacă relația directă dintre farmacist și pacient, o interacțiune care rămâne, în esență, profund umană, chiar și în era digitală. Farmacistul este adesea primul punct de contact pentru pacient, fiind perceput nu doar ca un furnizor de medicamente, ci și ca un consilier de încredere, un ghid în navigarea informațiilor medicale complexe.

Comunicarea eficientă între farmacist și pacient implică mai mult decât simpla transmitere a unor informații; este un proces bidirecțional, bazat pe ascultare activă, empatie și adaptarea mesajului la nevoile individuale ale pacientului. Aceasta presupune explicarea clară a indicațiilor de tratament, discutarea eventualelor efecte adverse și sprijinirea pacientului în luarea unor decizii informate privind sănătatea sa.

În același timp, farmacistul joacă un rol crucial în educarea pacientului, demontarea miturilor despre medicamente și promovarea utilizării responsabile a acestora. În acest sens, tehnologiile moderne, cum ar fi aplicațiile pentru reamintirea tratamentului sau platformele de teleconsultanță, pot amplifica impactul pozitiv al comunicării, facilitând un acces mai rapid și mai ușor la sfaturile farmacistului. Totuși, ele nu pot înlocui empatia și înțelegerea pe care doar o conversație față în față o poate oferi.

Prin urmare, capitolele acestei lucrări dedică o atenție specială particularităților comunicării în farmacie, oferind strategii pentru optimizarea interacțiunilor și pentru depășirea obstacolelor aduse de diversitatea demografică, barierele lingvistice sau alfabetizarea digitală. Astfel, lucrarea subliniază că, în ciuda progreselor tehnologice, relația farmacist-pacient rămâne o ancoră indispensabilă în asigurarea unei îngrijiri de calitate, centrată pe pacient.

Cartea este structurată astfel încât să ofere o perspectivă echilibrată între teorie și practici aplicate. Capitolele sale analizează atât fun-

damentele psihologice ale comunicării în mediul digital, cât și studiile de caz concrete care ilustrează soluții inovatoare pentru scenarii reale. Prin explorarea acestor dimensiuni, se dorește înarmarea cititorilor cu instrumentele necesare pentru a naviga în mod eficient și etic în peisajul complex al comunicării medicale moderne.

În final, această carte se adresează nu doar farmaciștilor, ci tuturor celor implicați în procesul de îngrijire a sănătății: medici, asistenți de farmacie, psihologi, terapeuți, precum și lideri din domeniul politicilor de sănătate. Transformările aduse de era digitală sunt inevitabile, dar cu o pregătire corespunzătoare, ele pot fi folosite pentru a construi punți mai solide între pacienți și profesioniști, în slujba unui obiectiv comun: sănătatea și binele fiecărui individ.

Cuprins

Capitolul 1. Fundamentele comunicării	1
1.1. Comunicarea non-verbală și descifrarea personalității	1
1.1.1. Tipuri de comunicare non-verbală	2
1.1.2. Caracteristicile comunicării non-verbale	7
1.1.3. Elemente care compun comunicarea non-verbale	21
1.1.4. Comunicarea non-verbală în era digitală	24
1.2. Comunicarea verbală	26
1.2.1. Comunicarea orală	27
1.2.2. Comunicarea scrisă	32
1.3. Studii de caz	39
1.4. Întrebări tip complement simplu sau multiplu	49
Capitolul 2. Elemente de comunicare în farmacia comunitară	61
2.1. Principiile comunicării farmacist – client	63
2.2. Abordarea diferitelor tipologii de pacienți	66
2.2.1. Pacientul exigent (pacientul căruia i se cuvine totul)	67
2.2.2. Pacientul (veșnic) nemulțumit	70
2.2.3. Pacientul nerăbdător	72
2.2.4. Pacientul dificil	74
2.2.5. Pacientul – persoană CES	89
2.2.6. Pacientul provenit din grupurile vulnerabile	92
2.3. Comunicarea cu pacienții cu diverse afecțiuni de sănătate	95
2.3.1. Pacienții cu afecțiuni cronice	96
2.3.2. Pacienții cu boli acute	99
2.3.3. Pacienții oncologici	101
2.3.4. Pacienții cu afecțiuni psihice	103
2.3.5. Pacienții pediatrici și părinții acestora	106
2.3.6. Pacienții geriatrici	108
2.3.7. Pacienții cu afecțiuni sensibile (HIV, BTS, etc.)	110
2.3.8. Pacienții care solicită automedicație	111
2.4. Barierele comunicării în farmacie	113

2.5. Cum îi ajută pe pacienți o bună comunicare _____	117
2.6. Gestionarea plângerilor, reclamațiilor din partea pacienților, familiei sau aparținătorilor _____	118
2.7. Întrebări tip complement simplu sau multiplu _____	120
Capitolul 3. Instrumente tehnologice în comunicare _____	132
3.1. Farmacia on-line și aplicațiile mobile _____	132
3.2. Inteligența artificială și chatboții în domeniul medico-farmaceutic _____	136
3.2.1. Inteligența artificială _____	136
3.2.2. Evoluția chatboților în sănătate _____	146
3.2.3. Impactul Inteligenței artificiale asupra practicii farmaceutice _____	149
3.3. Telefarmacia o privire spre viitor _____	152
3.4. Întrebări tip complement simplu sau multiplu _____	156
Capitolul 4. Dezinformarea medicală în era tehnologiei _____	168
4.1. Ce sunt miturile din sănătate? _____	168
4.2. Cum putem identifica miturile din sănătate? _____	170
4.3. Cum să combatem miturile din sănătate? _____	176
4.4. Studii de caz _____	180
Capitolul 5. Viitorul comunicării farmacist-pacient _____	197
5.1. Tehnologii emergente și practica farmaceutică _____	197
5.2. Echilibrul între tehnologie și conexiunea umană _____	200
5.3. Întrebări tip complement simplu sau multiplu _____	204
Capitolul 6. Etica în comunicare _____	212
Bibliografie _____	221