

COMENTARII

Opinii

Medicul de familie, dincolo de prejudecăți

Dr. Maria Mihaela Szerac

Director general Houston Npa, București, România

Primit: 18.08.2019 • Acceptat pentru publicare: 28.08.2019

Rezumat

Contractul-cadru constituie instrumentul prin care se face finanțarea majorității furnizorilor de servicii medicale la un nivel prestabilit încheierii contractelor de furnizare de servicii, se elaborează de către Casa Natională de Asigurări de Sănătate, se avizează conform legii de către Ministerului Sănătății și se aprobă de către Guvern. În situația elaborării contractului-cadru, deși legea prevede negocierea conținutului actului normative, fără a menționa palierul de competență al negociatorilor, realitatea adoptării acestuia demonstrează inutilitatea negocierii ca element esențial al "desenării" contractului. Mai mult, acordarea pur formală a dreptului la negociere conduce la confuzii regretabile cu urmări dintre cele mai neplăcute pentru furnizorii de servicii.

Din această perspectivă, negocierea contractului-cadru este o obligație pur formală, practic inutilă, o încercare de mimare a unei atitudini democratice în elaborarea unor normative cu mare impact social.

Cuvinte cheie: *contract cadru, CoCa, medicina primară, Casa Natională de Asigurări de Sănătate*

COMMENTS

Opinions

The framework contract, from aberrant to natural

Abstract

The Framework Contract is the instrument by which the financing of the majority of healthcare providers is set at a pre-established level of service contracts. It is elaborated by the National Health Insurance House, endorsed by the Ministry of Health and approved by Government. Although the law provides for content negotiation of the normative act, without mentioning the negotiators' competence, practice demonstrates the futility of negotiation as an essential element of the "drafting" of the contract. Moreover, the purely formal grant of the right to negotiation leads to regrettable confusions with the most unpleasant consequences for service providers.

From this perspective, the negotiation of the framework contract is a purely formal, practically an unnecessary obligation, an attempt to mimic a democratic attitude in the elaboration of norms with a great social impact.

Keywords: *framework contract, CoCa, primary medicine, National Health Insurance House*

Acum 10 ani am înființat o companie care se ocupă, printre altele, de organizarea de conferințe medicale. Mi-am propus că, indiferent ce tip de eveniment voi face și indiferent pentru cine (medici, farmaciști, asistenți, management spitale), să am în permanență în minte pacientul și ce pot face pentru că, pentru pacient, să se schimbe ceva în bine.

Pentru asta, este evident faptul că am avut și am mare nevoie de medici de familie, ca lectori, ca participanți, ca și consilieri, ca și pacienți ei înșiși.

Am cunoscut oameni de excepție, în care am încredere, cu care am făcut lucruri minunate, de care suntem mândri. Am ascultat cu mare atenție și ce spun cei din jurul lor despre ei. Unii pacienți îi consideră dispecerii pe la care trebuie să treacă, pentru că altfel nu au acces la "adevărații specialiști".

M-am întrebat de unde vine această percepție. De la scăderea încrederii în această specialitate? De la procentul din timpul consultației alocat cu adevărat consultației? De la "revendicările" financiare pe care poate că pacienții nu le-au înțeles și nu le-au susținut sau le-au susținut de teamă de a nu pierde un medic de familie cu care au o relație bună pentru că acesta le da rețetele sau trimiterile pe care le doresc fără a se implica activ? De la felul în care vorbesc medicii de alte specialități despre medicii de familie? De la experiențele anterioare ale membrilor familiei cu acel medic de familie? Din ceea ce găsim și citim în mediul online despre ei? De la faptul că poate, unii medici de familie se simt confortabil în rolul de dispecer pentru că asta înseamnă o asumare redusă a deciziilor medicale?

Cred că este normal că în fiecare domeniu să existe oameni mai bine pregătiți și mai puțin bine pregătiți. Toți ne dorim să ajungem să îi cunoaștem pe cei bine pregătiți, buni comunicatori, pe cei care învață mereu și sunt la curent cu ultimele noutăți în domeniu. Cred că sunt mulți medici de familie în această categorie. Și mai cred că sunt puțin promovați. Atât de colegi cât și de media. Deși avem mare nevoie de ei.

Cum putem afla care sunt acești medici de familie și care ar fi provocările în ceea ce privește promovarea lor?

În primul rând ar trebui să aibă curajul să se "arate". Să treacă peste fricile provocate de gândul că nu au nimic de spus sau nu știu să spună ce doresc sau că altcineva știe mai multe decât ei sau că cineva îi poate contesta atunci când devin vizibili sau că vor fi mai puțin populari pentru că vor spune lucruri care deranjează. De la unii medici de familie am primit chiar temeri legate de faptul că ei nu fac parte dintr-o structură de conducere a unei asociații și ca atare, nu ar fi chiar ok să "iasă în fată".

În al doilea rând, ar trebui să primele care îi promovează să fie chiar asociațiile din care fac parte, la nivel local și național. Făcând vizibili acești oameni, asociațiile își vor crește vizibilitatea proprie.

Un alt aspect este cel legat de media. Cu excepția cazurilor în care un medic de familie atrage atenția presei pentru că este implicat într-un scandal sau atunci când moare de epuizare, sunt foarte puține materiale în care acești oameni sunt prezentați într-un mod firesc, când li se cere opinia, când sunt implicați în luarea deciziilor la nivel de comisii medicale, în elaborarea de ghiduri și protocoale făcute de alte societăți medicale. De obicei, li se spune ce să facă. Acesta este cumva cazul fericit în care sunt totuși luați în calcul și informația ajunge cumva și la ei.

Companiile farmaceutice au un rol deosebit de important. Fără sprijinul lor ar fi mult mai greu să organizăm evenimente medicale. Ei asigură suport informațional, financiar, ajută la promovarea acțiunilor, la editarea de materiale. Cred că și acest actor din sistemul de sănătate poate face mult mai mult pentru promovarea medicilor de familie implicați. Promovându-i, susținându-i, vorbind despre ei, ajutându-i să aibă acces la materiale de informare medicale, de bună calitate, din toată lumea, anunțându-i despre evenimente care nu sunt concepute doar pentru medicii de familie.

Farmacia este spațiul în care intră cele mai multe persoane, sănătoase sau bolnave. Personalul din farmacie este, cel puțin teoretic, cel căruia ne adresăm în primul rând, ca și la medicul de familie. Și totuși... uneori farmaciștii spun că medicul de familie nu îi ascultă, că îi privește de pe o poziție de superioritate, că refuză să colaboreze cu ei. Personalul din farmacie poate salva medicul atunci când acesta poate greși ceva pe o rețetă. Poate promova medicul de familie pe care simte că îl cunoaște chiar dacă nu l-a văzut, însă îl apreciază din ceea ce află despre el de la pacienți.

Pacienții...acei oameni care vin în cabinetul medicului de familie pentru că acesta să îi asculte, să îi investigheze, să îi trateze când e cazul sau să îi pună pe "directia bună", să îi orienteze către colegi de alte specialități, urmând ca ulterior, să integreze tot ce a aflat și să decidă. Sau, dacă este vorba de un caz în care un coleg de altă specialitate face managementul de caz al pacientului sau, să țină legătură cu acest coleg, pentru a fi la curent cu tot ce s-a făcut atunci când pacientul se întoarce la el în cabinet.

"Nu știu alții cum sunt" ☺... Însă compania noastră caută, "sapa", întreabă pe toată lumea, se duce să îi vadă și promovează cu mult drag medicii de familie în cadrul evenimentelor pe care le organizează, indiferent că e vorba despre o conferință pe teme de oncologie, sexualitate, psihiatrie, antibioterapie, etc. Ne izbim de întrebări cum ar fi: "dacă este o conferință de cancer pulmonar, ce să caut eu acolo, cu prezentare sau în sală, eu sunt medic de familie.. " sau " oare ce să prezint pentru medicii de familie care vor veni acolo"? Acestea sunt întrebări din care deduc gradul foarte mic încă în care se colaborează interdisciplinar, în care cadrele medicale se întreabă de ce sunt acolo și colegi din alte specialități, care este rolul lor. Răspunsul este unul de bun simț. În 2019 ar trebui poate să renunțăm la expresia "pacientul meu" și să ne gândim cu cine putem face echipă, pentru binele acestui pacient.

Este momentul în care fiecare dintre noi ar trebui să gândească tot mai eficient, să contracareze lipsă – reală sau imaginară - de timp suficient. Să ne gândim în permanență cui dăm din timpul nostru și de ce, indiferent că e vorba de selectarea unui eveniment sau de vizită unui reprezentant medical. Să fim tot mai sinceri și mai curajoși în ceea ce spunem și facem. Să lăsăm la o parte aparențele – care au fost destul protejate, gândirea clasică “scāmistică” (“cum să îl contrazic eu pe domnul Profesor cu privire la un ghid?” sau “cum să îi spun eu reprezentantului medical că știu toate informațiile de pe pliant și vreau să aflu altceva?”).

Sunt medici de familie care se simț singuri, izolați, resemnați, tratați fără respect, ținuti în umbră. Sunt medici de familie care ies la lumin scāmistică, care scriu, vorbesc, se implică, vor mai mult și mai bine, pentru pacienți și colegi.

Tuturor acestor oameni le transmit faptul că în noi vor avea în permanență un partener care le va fi alături și va face tot ce poate pentru că ei să fie ascultați, înțeleși și respectați. “Noi ne facem partea noastră” este sloganul lansat anul acesta, la 10 ani de existență a companiei. Dacă ne facem fiecare partea noastră cât putem de bine și facem echipă cu alți oameni care fac asta, vom vedea că suntem foarte mulți. Și vom schimba încet-încet mentalități și atitudini. Prin sinceritate și curaj.

Conflict de interese: nu există