

A Pisa un insolito, straordinario evento, in cui si è parlato di professionalità, innovazione, coraggio, solidarietà, leadership e ogni singolo valore è stato tradotto in musica. Perché la farmacia deve essere più rumorosa, coinvolgere i giovani e farsi sentire sempre di più

DI LAURA BENFENATI
CON LA PREZIOSA
COLLABORAZIONE
DI GIULIO SENSI
(STUDIO FALORNI)

Non si era mai vista prima una serata per farmacisti così. Cornice: la splendida chiesa di San Zeno nel centro di Pisa, impreziosita dall'esposizione delle *Icone del Jazz* (acrilici su plexiglas, figura a fianco) della farmacista abruzzese Angela Rossi, e stracolma di studenti di farmacia, titolari, collaboratori, universitari, musicisti. Musicisti? Sì perché *Farma in jazz*, evento organizzato dal Laboratorio Farmacia dello Studio Falorni in collaborazione con la facoltà di Farmacia dell'Università di Pisa, la Fondazione Accademia degli speciali e il Dipartimento di jazz della Scuola G. Bonamici, è stata prima di tutto una serata di musica, di meravigliosa musica jazz. E la domanda che tutti si sono posti subito, ricevendo l'invito, è stata: «Cosa c'entra il jazz con la farmacia?». C'entra molto, a pensarci bene. Jazz è improvvisazione, virtuosismi, poliritmia, significa fare rumore, fare fracasso, è energia, è effervescenza. La musica è il mezzo di comunicazione universale per coinvolgere anche e soprattutto i giovani e aprire loro gli occhi sul mondo del lavoro e su cosa è veramente un'azienda. Franco Falorni, commercialista a Pisa e instancabile mente della manifestazione, lo ha precisato subito: «La farmacia non è soltanto numeri, è un orga-

Una farmacia



poco grigia e molto jazz

nismo vivente, dinamico, in cui conta prima di tutto la passione, in cui la crescita umana è strettamente connessa a quella professionale, in cui energia ed effervescenza ci sono ma a volte non emergono, rimangono nascoste. E la farmacia richiede un lavoro di squadra proprio come una jazz band, in cui non si può prescindere da regole ferree ma ci sono anche assoli e improvvisazione».

E una farmacia imprevedibile, ricca di idee e di passione si è vista eccome, durante la serata di Pisa. Sette farmacisti e un clown (sì, proprio un clown) hanno spiegato cosa significano per loro alcuni valori fondamentali: professionalità-conoscenza-etica; leadership-performance-comunicazione; passione; solidarietà e buon umore; innovazione e cambiamento; coraggio. Dopo ogni intervento del farmacista, prima il Quintetto della Scuola di musica Bonamici e poi la FarmasBand, guidata dal farmacista Pier Luigi Viotti, hanno eseguito alcuni brani per tradurre in una performance jazzistica ogni singolo valore. Ne è nata una serata davvero insolita, non priva di momenti di autentica commozione, come quando sul palco è salita la collega Angela Rossi, titolare a L'Aquila, che nel terremoto ha perso la sua farmacia, completamente distrutta.

I MATTONCINI DI LEGO

«L'idea di creare *Farma in Jazz* è maturata a seguito di stimoli provenienti da fonti eterogenee», ha spiegato Falorni, «Franco Caprino, per esempio, che in diverse occasioni aveva auspicato la necessità non tanto di cose nuove da inventare per la farmacia, quanto di sperimentare diverse forme e canali di comunicazione soprattutto verso i giovani. E poi Giovanna, studentessa del corso in Tecnica e organizzazione dell'azienda Farmacia presso l'Università di Pisa, che alla domanda provocatoria: «Di che

colore vedi l'azienda farmacia?», ha risposto con un impietoso: «Grigio». Infine, il «Gruppo dei mattoncini Lego», una tribù più o meno istituzionalizzata, formata da persone diverse per professione, estrazione sociale, motivazioni e idee, che si sta formando e ingrandendo dopo ogni incontro ed evento tra addetti ai lavori, che rappresenta quel sistema integrato che il Laboratorio Farmacia sta cercando, appunto, incastrando mattoncino dopo mattoncino, di contribuire a costruire». *Farma in Jazz* ha voluto quindi essere un momento istituzionale, ludico, culturale e politico, soprattutto rivolto ai giovani, perché non si facciano trovare impreparati alle sfide di domani, ma anche ai titolari di farmacia, che si «attrezzino» per accogliere questi nuovi giovani farmacisti dinamici.

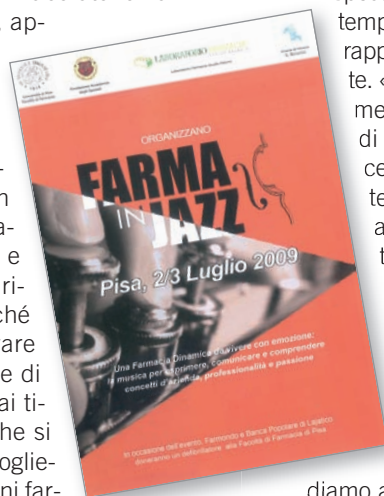
«Lo scopo principale di *Farma in Jazz* è di dare colore al grigio di Giovanna», ha spiegato Falorni, «è di far capire agli studenti che l'azienda farmacia è un organismo vivente, caldo, liquido, che vive di numeri e di sentimenti, di organizzazione e di passione, di performance finanziarie ed economiche e di coraggio, di solidarietà; come di solidarietà e di responsabilità sociale si è fatta promotrice Farmondo nel donare alla facoltà di Farmacia di Pisa, luogo ad alto flusso di persone, un defibrillatore automatico di facile utilizzo».

INNOVAZIONE E PASSIONE

Il primo relatore, Claudio Cateni, giovane farmacista collaboratore di Livorno, ha proposto la sua visione critica in merito all'innovazione in farmacia, ferma oggi alle buone intenzioni, soprattutto pensando a quei servizi pseudoinnovativi come la Dpc e il Cup, che anziché apportare benefici all'utenza hanno aggiunto spesso complessità, sprechi di tempo e risorse e tensione nel rapporto tra farmacista e utente. «Innovare significa letteralmente introdurre all'interno di un settore sistemi e concetti nuovi», ha spiegato Cateni: «proviamo allora ad apportare freschezza e vitalità al settore delle farmacie, iniziando con il rovesciare la prospettiva secondo la quale è chiesto alle farmacie di integrarsi sempre di più all'interno del Servizio sanitario nazionale e chiediamo al Ssn stesso di integrarsi

con il sistema farmacia, creando allo scopo un Ente Bilaterale paritetico composto da rappresentanti di Federfarma, delle Asl e della Regione. E innoviamo ampliando la capacità di risposta al cittadino, introducendo nuove professionalità all'interno della farmacia, mettendo a disposizione uno psicologo, un infermiere e chissà, tra qualche anno, un genetista e un esperto in nanotecnologie».

Dopo l'innovazione, la passione: Paolo Natale, farmacista titolare rurale, presidente di Federfarma Massa, ha condiviso con la platea la propria esperienza di farmacista in un piccolo borgo della Lu-



Lo scopo principale della manifestazione è stato far capire agli studenti che l'azienda farmacia è un organismo vivente fatto di numeri e sentimenti, di organizzazione e di coraggio





Alcuni momenti della serata di *Farma in jazz*. A sinistra, Franco Falorni, ideatore della manifestazione

nigiana, invitando i colleghi, soprattutto giovani, a mettere passione nel proprio lavoro, offrendo agli utenti la propria disponibilità e capacità di ascolto, ponendosi come figura di riferimento e di supporto per la risoluzione di problemi riguardanti la salute intesa in senso ampio, benessere sanitario ma anche sociale, familiare, psicologico.

Un importante contributo al concetto di passione lo ha fornito Angela Rossi, farmacista di San Demetrio Ne' Vestini, piccolo centro in provincia de L'Aquila distrutto dal terremoto, pittrice di grande talento e appassionata di musica jazz: sue le splendide *icone del jazz* esposte nella Chiesa di San Zeno.

Angela lavora oggi in una piccola struttura in legno fornita da Federfarma in sostituzione della sua farmacia, dichiarata inagibile. La sua testimonianza e l'incitamento ai propri coregionali a risorgere da quanto accaduto hanno arricchito e ampliato il concetto di passione per il lavoro: non mollare e avere la forza di continuare a svolgere la propria attività di supporto e tutela della salute in un contesto di distruzione estrema, anche morale.

LEADERSHIP E PROFESSIONALITÀ

Probabilmente la leadership rappresenta uno degli elementi che più accomunano mondo del lavoro e jazz-band. Nicola Mancini, farmacista che tiene corsi di leadership utilizzando l'*Enrico V* di Shakesperare, nell'affrontare l'argomento ha esordito chiedendosi: «Che c'azzecca la leadership con il farmacista?». C'azzecca eccome, in ma-

niera particolare con la farmacia, in cui si tratta un prodotto prezioso e "pericoloso" come il farmaco. La vasta conoscenza che l'utente riconosce al farmacista impone a questi la capacità di essere leader, di saper decidere e assumersi responsabilità così come guidare e consigliare nell'assunzione del medicinale. «Non si nasce assolutamente leader, ma è una capacità, o meglio un modo di essere, che si acquisisce nel tempo», ha spiegato Mancini. «Tutti sono potenzialmente leader e lo si diventa mettendoci la faccia, mettendosi in gioco».

Di professionalità ed etica ha parlato Sara Accorsi, farmacista di Sarzana (SP), che ha raccontato alcuni episodi tipici della sua giornata di lavoro. Nell'arco di poche ore il farmacista può trovarsi a dover negare un ansiolitico a una persona che ne abusa; dover reperire un farmaco urgente per un paziente appena dimesso dal Pronto soccorso, magari contravvenendo alle regole ma in piena consapevolezza; ascoltare e consolare la madre di una quindicenne cardiopatica dalla nascita appena deceduta. «L'etica è vivere con virtù», ha spiegato Sara, «che non significa sottomettersi e adeguarsi passivamente alle regole: per il farmacista vuol dire vivere la professione con virtuosismo e abilità, passando dalla cultura scientifica all'attenzione sociale e alla sensibilità emotiva e diventando così un punto di riferimento per tutte le persone che ogni giorno hanno necessità di essere aiutate».

CORAGGIO E SOLIDARIETÀ

Alessia Capone, giovane titolare della farmacia di Vicopisano (PI), ha introdotto il valore del "coraggio", necessario ai farmacisti per affrontare le "micro" sfide di tutti i giorni in farmacia ma anche, a livello di categoria, le "macro" sfide lanciate dai nuovi concorrenti entrati nel mercato del farmaco e da una legislazione negli ultimi anni sicuramente ingenerosa con chi tanto ha dato e fatto per il Ssn: «Una mattina di quattro anni fa ho aperto, per la prima volta, la porta della mia farmacia. Non avevo idea di quello a cui stavo andando incontro, avevo un unico salvagente, la professionalità, e mi sono buttata in quello che mi sembrava un mare pieno di squali. Le insidie da affrontare sono state tante: oggi il mestiere di titolare di farmacia richiede conoscenze e abilità diverse, scientifiche, legate ai farmaci, ma anche capacità relazionali, organizzative, tecnologiche, normative, economiche e finanziarie, politiche, di gestione d'inefficienti processi burocratici... e non è possibile essere bravi in tutto». Alessia ha imparato e scoperto che il mare della farmacia non è pieno di squali, o meglio ci sono anche quelli, ma sono tanti in realtà i "pesciolini" e basta avere coraggio e imparare a nuotare.

Un'altra farmacista pisana, Gemma Padroni, collaboratrice della farmacia comunale del Cep, zona popolare di Pisa, ha interpretato la sua idea di "solidarietà" ponendola come *condicio sine qua non* per scegliere di svolgere la professione di farmacista. Una innata vocazione ad aiutare il prossimo, che è dunque indispensabile per ricevere la massima soddisfazione da

Valori in musica

Il Quintetto della Scuola Buonamici e poi la FarmasBand hanno tradotto in musica i valori illustrati dai farmacisti. Ecco come.

Innovazione: *Sweet Georgia Brown*

- un vecchio standard degli anni Trenta - e *Dig*, un celebre brano registrato circa trent'anni dopo da Miles Davis. L'obiettivo dei musicisti è stato quello di far percepire quanto passato e presente siano simili e come l'innovazione possa essere vista come un mix fra questi due elementi in un continuo alternarsi di corsi e ricorsi storici.

Passione: il quintetto di jazzisti

ha interpretato la passione suonando una *ballad*, un pezzo lento attraverso il quale solitamente, in ambito musicale, è espressa l'intensità struggente della passione amorosa.

Leadership: la trasposizione musicale del concetto vede un leader della band, che si trova nella condizione di guidare, musicalmente, gli altri. Per il pubblico è stato possibile osservare il leader che attraverso la gestualità dispone uno stacco, un cambio di tempo e un passaggio di tonalità.

Professionalità: la Jazz Band ha trattato la professionalità esprimendosi in un brano, *Naima*, composto nel 1959 da John Coltrane. Questa canzone è, a detta dei musicisti intervenuti, l'"esame di Stato" per il jazzista. Si tratta di una musica difficile per metrica e schema armonico che, tuttavia, un musicista esperto riesce a esprimere in qualcosa di leggibile per tutti.

Coraggio: i musicisti hanno tradotto il coraggio attraverso l'espedito di chiedere al pubblico un brano da suonare. Da qui, il coraggio come la capacità di razionalizzare all'istante la paura di farsi trovare impreparato, fronteggiare l'incerto, elaborando sul momento l'arrangiamento di un brano non in repertorio. Per la cronaca, il quintetto, indeciso per le molteplici richieste, ha curato nell'arco di pochi secondi l'arrangiamento di un medley di *Summertime* e *Autumn leaves*.

Buonumore: per tradurre in musica questo concetto è intervenuta la Farmasband, un gruppo di musicisti dilettanti variegato. Farmacisti, commercialisti, ingegneri e studenti hanno dato vita a questa "compagnia di ventura" che si è esibita suonando due semplici, ma efficaci brani: *Hello Dolly* di Luis Armstrong e *Jam Blues* di Duke Ellington.



Sara Accorsi, farmacista a Sarzana, ha parlato di professionalità ed etica

questa professione: «La solidarietà rappresenta una risposta a una condizione di povertà», ha spiegato Gemma, «intesa nella sua accezione più ampia di mancanza/carenza/privazione di qualcosa: di informazioni, di nozioni e di cultura, spesso derivanti dall'impossibilità di accesso a queste o dal non sapere accedervi. È povero chi vive solo, chi non viaggia, chi parla solo in dialetto, chi necessita di conforto e di confronto». La collega ha messo in evidenza due momenti negativi inerenti la solidarietà in farmacia: innanzitutto la frustrazione che talvolta si prova nel non avere tempo di essere solidale, perché oberati da numerose norme e scadenze burocratiche. E poi la sensazione, visti gli attacchi ai quali è stata sottoposta la categoria negli ultimi tempi, che da parte delle istituzioni, al contrario che del pubblico, non ci sia un riconoscimento del lavoro svolto dal farmacista al servizio della comunità. Trasmettere ai giovani un concetto di azienda dinamica che vive grazie alle persone che vi lavorano, a emozioni, entusiasmo e valori è stato tra gli scopi principali di *Farma in Jazz*. L'ultimo relatore della serata, il Clown Rufus, ha messo tutti di buonumore. Spesso si commette l'errore di dare il buonumore per scontato e non gli si riconosce la giusta importanza all'interno di un contesto lavorativo. Un sorriso o un saluto d'accoglienza negato a un cliente pregiudicano non solo la performance professionale, con evidenti riscontri di breve/lungo termine sul risultato economico aziendale, ma logorano i rapporti tra le persone, creano un clima di malessere percepibile a chiunque varchi la soglia

della farmacia. Il Clown Rufus appartiene all'associazione "Ridere per vivere", svolge la sua attività professionale nelle corsie ospedaliere per regalare momenti di allegria ai bambini ricoverati e ai loro familiari. I farmacisti, pur trovandosi in situazioni più "tranquille" rispetto al ricovero ospedaliero di un bambino, possono far propria una semplice equazione in cui le persone che collaborano con l'associazione "Ridere per vivere" credono fortemente: se è vero che tristezza e cattivo umore comportano malessere fisico, allora allegria e buonumore possono aiutare la guarigione. L'equazione e l'obiettivo del Clown Rufus sono universali e possono, anzi devono, valere anche nel contesto farmacia. Tutti con i nasi rossi da clown, dunque, a fine serata, tutti con un sorriso. Nell'insolito ruolo di "Milly Carlucci dei farmacisti", che Franco Falorni mi ha attribuito facendomi presentare la serata, ho voluto citare una frase di Seneca, letta nel libro *La fortuna non esiste* del giornalista Mario Calabresi: «Non esiste la fortuna, esiste il momento in cui il talento incontra l'occasione».

Farma in jazz ha dimostrato che i talenti tra i farmacisti ci sono. Idee, sogni, passioni, entusiasmo, esperienze preziose contagiano, danno ottimismo. Come ha ben messo in luce Gemma Padroni, però, le istituzioni non riconoscono oggi ai farmacisti il ruolo prezioso che invece hanno, quotidianamente, nelle farmacie. E allora, se i talenti ci sono, le occasioni devono essere create, all'interno della categoria e soprattutto all'esterno. E se *Farma in jazz* diventasse un progetto itinerante?