



Pablo García Tamajón
(@medicadoo)

Licenciado en Farmacia.
Escritor de contenidos y consejero
farmacéutico en Medicadoo.es.

«Si no lo es ya,
la farmacia digital va
a ser una extensión
de nuestra vida»

Texto: Anaïs Faner Anglada



Entrevista

Puede ver el vídeo
de la entrevista en:
[https://www.elfarmacautico.es/
tendencias/entrevistas](https://www.elfarmacautico.es/tendencias/entrevistas)



Más de 5.200 seguidores en Twitter, unos 37.200 en Instagram y más de 39.000 en Facebook. Está claro que Pablo García Tamajón, más conocido como @medicadoo, no es una moda pasajera en las redes sociales.

- ¿Cómo surgió el blog Medicadoo.es?

- Ahora trabajo en un laboratorio, pero el proyecto surgió cuando trabajaba en la farmacia en la que he estado 17 años. La idea era doble: por un lado, vi que con el formato digital los consejos farmacéuticos no se limitaban a mi área de influencia, sino que podía llegar a más gente, y por otro también era una motivación extra para estudiar y reciclarme. De esto hace unos 6 o 7 años. Era la época dorada de los blogs, pero el *online* ha cambiado mucho. Empezamos muy pocos. Recuerdo a la Boticaria García, El blog de Pills y Farmaadicta. En realidad, empecé porque me gustaba escribir, y decidí hacerlo sobre lo que conozco: mi profesión. También lo hice por prestigiar la profesión farmacéutica.

- ¿En qué consiste el blog?

- Medicadoo es un proyecto de blog de consejo farmacéutico puro y duro. Desde que lo tengo soy mejor farmacéutico, porque siento la motivación extra de estar siempre actualizado. Además, intento ser escrupuloso y no abordar temas que no sean de mi área de conocimiento.

- Tiene más de 5.200 seguidores en Twitter, unos 37.200 en Instagram y más de 39.000 en Facebook. Su consejo, por tanto, llega a mucha gente, lo que supone una gran responsabilidad. ¿Siente esta presión?

- Es mi responsabilidad, es cómo afronto mi realidad, pero no supone ninguna presión para mí. Las redes sociales son una extensión de ti mismo. Al final, intentas llevar a ellas tu forma de entender la vida, tu carácter. Yo intento ser riguroso, cercano y honesto, que es lo que siempre ha caracterizado a los farmacéuticos. Mi perfil en redes sociales no es muy personalista, explicando mi día a día, sino que mantiene la misma línea de consejo farmacéutico. Esto la gente lo valora.



El consejo

A los farmacéuticos que quieran sumergirse en el mundo *online* Pablo García les recomienda «que lo hagan, que no se frenen». «Si no lo es ya —explica—, la farmacia digital va a ser una extensión de nuestra vida. Es el futuro. Yo nací analógico y con el tiempo me he ido transformando en digital. El consumidor del futuro va a ser 100% digital. Por ello es fundamental que la farmacia entienda que tiene que abrirse al mundo digital». Pero advierte: «Mi consejo es tener paciencia, porque los resultados no son inmediatos. Y en cualquier caso, si lo hacen, que lo hagan bien, de la mejor manera y destinando recursos».

- Algunos farmacéuticos ven el binomio farmacia-redes sociales como sinónimo de contenidos poco profesionales, demasiado ligeros. ¿Está de acuerdo?

- No creo que los farmacéuticos seamos una profesión con conocimientos ligeros, poco valiosos, aunque siempre puede haber algún perfil en concreto que haga ese tipo de contenidos. La ciudadanía en general percibe al farmacéutico como un profesional valioso y riguroso. Por ejemplo, en las redes sociales cada vez se tiene más en cuenta la opinión del farmacéutico en dermofarmacia. Incluso en la televisión, en la radio o en revistas *li-*

«En las redes sociales cada vez se tiene más en cuenta la opinión del farmacéutico en dermofarmacia»

«En las redes sociales no percibo una excesiva competencia entre farmacéuticos, sino compañerismo. Hay mercado para todos»

festyle encontramos a farmacéuticos dando su opinión o consejo farmacéutico sobre temas relevantes.

– Sin embargo, algunos *influencers* no sanitarios recomiendan el uso de medicamentos a través de las redes sociales. ¿Cuáles son los principales riesgos?

– Cada uno debe hablar de lo que sabe. No tengo nada en contra de este tipo de *influencer*, pero igual que no le pediría consejo para arreglar un coche a alguien que no es mecánico, tampoco le pediría consejo sobre un medicamento a alguien que no fuera un profesional del sector. Puede ser peligroso porque esta gente tiene mucha

capacidad de influencia. En España, a veces el problema no solo es de ellos, sino también de la sociedad. Tengo la sensación de que el problema es la banalización del medicamento y de los efectos secundarios.

– ¿Qué le aporta estar en las redes sociales?

– Las redes me han permitido conocer a muchos compañeros con los que, de otra manera, hubiera sido imposible contactar. Tengo muy buenos amigos de la profesión que me los han dado las redes. También me han permitido que mi trabajo de divulgación llegue a más gente. Por ello, les estoy eternamente agradecido.

ODAMIDA



Laboratorio Químico Biológico Pelayo

– ¿En qué red social se siente más cómodo?

– Cada una tiene lo suyo, pero con la que me siento más cómodo e interacciono más es Instagram. También entro todos los días en Twitter, aunque, a pesar de que me parece muy interesante y aprendo un montón, *posteo* muy poco.

– ¿Hay mucha competencia entre los farmacéuticos que están en las redes sociales o sucede todo lo contrario? ¿Hay sinergias?

– En mi caso lo único que tengo son sinergias. Tengo la suerte de contar con amigos en las redes sociales y, además, la mayoría son farmacéuticos. No percibo una excesiva competencia, sino compañerismo. Hay mercado para todos.

– ¿La industria farmacéutica está interesada en lo que hacen los farmacéuticos en las redes sociales? ¿Los apoyan?

– Todo esto es un proceso y estamos al principio. Los laboratorios están viendo que la parte digital es muy importante, y cada vez están prestando más atención a los farmacéuticos polarizados en el mundo digital. ●