

Introducción

Como es bien sabido, vivimos en una etapa en la que el fuerte desarrollo de los conocimientos científicos, multiplicado de forma espectacular a través de sus aplicaciones tecnológicas, y el acelerado proceso de complejidad de las actividades económicas, sociales y culturales, originan cantidades ingentes de información, cuyo volumen aumenta de manera exponencial, el inexorable proceso de globalización se traduce así en una continua proliferación de fuentes de información y también de demandas puntuales de la misma. Por otro lado, cada vez se incorporan más países y más colectivos a sectores generadores de innovación, sea ésta en el terreno tecnológico o en el de la prestación de servicios, convirtiéndose, al mismo tiempo, en consumidores y generadores de información.

El acceso ordenado, rápido y económico a la información verdaderamente útil para cada uno, es hoy el primer problema que ha de resolver cada profesional, individual o colectivamente. No disponer a tiempo de una determinada información puede ser tan improductivo como ignorar su propia existencia.

Sólo el desarrollo espectacular de la electrónica y la informática han hecho posible que se puedan almacenar ordenadamente las ingentes cantidades de información escrita y gráfica que se producen a diario. Sólo la extensión y la rapidez de uso de las redes de telecomunicación nos están permitiendo acceder desde la distancia a los múltiples depósitos de información que proliferan por todo el mundo, siendo esa combinación del ordenador y las telecomunicaciones, bajo la sencilla lógica de Internet lo que está revolucionando muchos esquemas profesionales, comerciales y de ocio en la actualidad.

Quienes estén ahora acercándose al fenómeno Internet, deben tener en cuenta que Internet es, ante todo, la mejor oportunidad para el acceso remoto, organizado, inteligente y rápido a la información, pero también es un medio de contacto y de relación con las personas o grupos que tienen preocupaciones comunes con las nuestras, y con los que es posible intercambiar información, puntos de vista, problemas, soluciones, etc., en los numerosos foros de discusión o en las numerosas comunidades virtuales que están apareciendo en la red.

Más recientemente está cobrando fuerza el papel de Internet como canal de distribución comercial de productos y servicios, que nos permite comprar y contratar desde nuestro propio ordenador. Ahora bien, frente a este triple papel de información, inter-relación y contratación, debemos tener presente que Internet tiene algunos aspectos no tan positivos, contra los que conviene estar prevenidos:

- En primer lugar, Internet es una realidad tan viva y cambiante como la propia sociedad en la que vivimos. Por lo tanto, cualquier aproximación que realicemos en un momento dado, se verá ampliamente desbordada algún tiempo después, y no cabe, por lo tanto "acostumbrarse" a los espacios que se visitan, como si de espacios reales se tratara. Hay que posicionarse frente a Internet con un dinamismo, al menos, parecido al de su propia evolución.
- En segundo lugar, ante la enorme y variada proliferación de espacios virtuales visitables a través de Internet, se corre el riesgo, en el que prácticamente todos caemos, de "navegar a la deriva", curioseando en infinidad de sitios donde a uno no se le ha perdido nada, salvo, eso sí, el tiempo del que no solemos disponer.

- Aunque cada día es más generosa la oferta de buscadores para localizar recursos en la red, todavía no están lo suficientemente desarrollados desde el punto de vista de la recuperación de información, lo que provoca que el resultado de las consultas tenga, a veces, un volumen excesivo e inmanejable.
- Finalmente, tampoco esta vez nos encontramos ante la panacea universal. Es decir, no todo está en Internet; no todo lo que está en Internet es fácilmente accesible, incluso no todo es gratis, y no todo lo que es accesible tiene utilidad para cada uno de los "navegantes".

Por todo ello, puede ser bastante útil dejarse guiar cuando uno comienza a adentrarse en los caminos de Internet, a fin de no perder demasiado el tiempo y de ir acostumbrándose a utilizar los atajos que los profesionales del medio van diseñando cada día, con vistas a obtener eficazmente la información que se necesita en cada instante. Ese pretende ser el objetivo de las páginas que siguen a continuación, dirigidas a los farmacéuticos y otros profesionales de la biomedicina.

El potencial que representa Internet para los farmacéuticos, no es distinto del que puede ofrecer a otros colectivos. Pero, a la hora de abordar una publicación como esta, hay que tener en cuenta los heterogéneos intereses que, de hecho, tiene cada uno de los sectores de actividad en los que actúan este tipo de profesionales. Por eso, se incluyen aquí apartados que van orientados a quienes trabajan en la Industria, a quienes desarrollan su actividad en el mundo académico y científico de la Universidad y de los centros de Investigación y Desarrollo, y también a los farmacéuticos que trabajan en las numerosas empresas de servicios.

Pero a quienes probablemente resulte más útil el acceso a Internet, puede que sea a los farmacéuticos que desempeñan su actividad en las oficinas de farmacia, pues su relativo aislamiento profesional supone una barrera a la hora de acceder a fuentes de información que, cuando se trabaja en empresas o instituciones, suelen presentarse de forma mucho más asequible. De las tres utilidades fundamentales de Internet a las que nos referíamos anteriormente, en estas páginas nos centramos fundamentalmente en dar cuenta de aquellos caminos que conducen hacia la consecución de información, incluyendo también algunas muestras de foros de intercomunicación y de canales de distribución de productos.

Lo que se pretende, fundamentalmente, es ayudar al farmacéutico usuario de Internet a resolver problemas tan cotidianos como consultar bibliografía, conseguir direcciones de instituciones o personas; conocer a tiempo los datos útiles sobre seminarios, congresos, cursos, etc.; consultar un dato concreto económico, técnico o profesional.

En resumen, nuestro objetivo es simplemente el de entreabrir la puerta de Internet a los profesionales de la farmacia, para ayudarles a dar los primeros pasos en la red, pero en ningún momento estas páginas tratan de ser exhaustivas, ni mucho menos definitivas, pues ya hemos dicho antes que la propia realidad de Internet lo impide rotundamente. Dicho de otra manera, en las páginas que siguen no está todo lo que uno puede visitar, y lo que está cambiará tan rápidamente, que una segunda edición de esta misma obra tendría que ser revisada totalmente antes de salir nuevamente a la luz.

Los criterios con los que se han seleccionado las direcciones aquí recogidas son los siguientes:

- Grandes áreas de interés profesional, tales como la industria, los servicios, las publicaciones y los organismos e instituciones.

- Dentro de cada una de ellas, hemos recogido aquellas sedes que, según nuestro criterio, contienen información con importancia real para los profesionales, bien por su relevancia comercial, de difusión o de peso específico profesional. Eso se traduce, por ejemplo, en la utilización de ranking de empresas y de revistas.
- En vez de describir en profundidad y con gran extensión las posibilidades que ofrecen unas pocas sedes, hemos preferido incluir un mayor número de ellas y describir telegráficamente los contenidos de cada una. Así creemos ofrecer a los lectores de esta obra un espectro más amplio de posibilidades en las que, de manera insustituible, deberá indagar cada usuario, profundizando en la medida de la curiosidad, el tiempo y la paciencia de cada cual.
- En todo momento, se pretende exclusivamente presentar y describir, de forma somera, las posibilidades de cada sede, evitando deliberadamente la valoración de sus contenidos o de sus procedimientos de búsqueda, pues eso exigiría un trabajo mucho más profundo y extenso, sin que, probablemente aportara demasiada utilidad a los usuarios que comienzan su andadura en Internet.

Por último, se ha procurado primar, eso sí, la inclusión de páginas en español, a fin de facilitar el camino a quienes no estén familiarizados con otros idiomas, si bien debemos tener presente que el principal idioma de la globalización que la propia Internet representa es el inglés, y que, por lo tanto, habrá muchos "puertos" hasta los que no podamos navegar sin su conocimiento.