

LA PUBLICIDAD Y COMPRA DE MEDICAMENTOS A TRAVÉS DE INTERNET. SU PROBLEMÁTICA

M^º del Carmen Vidal Casero

Historia de la Farmacia y Legislación Farmacéutica

Facultad de Farmacia

Universidad de Valencia

Introducción

Internet es una red de redes telefónicas que conecta ordenadores a lo largo del mundo para conectarse entre sí.

El número de usuarios de Internet tiene un crecimiento del 10 % mensual, y se estima que para el año 2007 el número de usuarios será superior al de la televisión. Internet está siendo un cambio más revolucionario a la información que el que tuvo en su momento la imprenta, y dará lugar a una sociedad dividida entre usuarios y no usuarios de la red, de forma similar a alfabetos y analfabetos¹; ha supuesto una revolución en la transmisión de los conocimientos y comunicación científica, difundiéndose así las denominadas revistas electrónicas^{2,3}. A través del Internet es posible acceder a infinidad de recursos de interés para los profesionales sanitarios⁴. Los grupos edito-

riales de revistas científicas, han escogido Internet como vía de acceso a sus productos, pudiéndose acceder gratuitamente a bases de datos –entre ellas muchas farmacéuticas y médicas^{5, 6}– creadas y mantenidas, en su mayoría, por centros de investigación, universidades y organizaciones de carácter público, garantizándose con la firma electrónica, que el autor del trabajo es quien dice ser. El sistema se está implantando con lentitud, pero es la clave que puede adjudicar credibilidad a Internet⁷.

El Internet puede ser usado de modo honesto o deshonesto. A través del Internet se está realizando insistentes campañas para la promoción, publicidad, e incluso venta de medicamentos y otros productos farmacéuticos que en España son de dispensación y venta obligatorias en las oficinas de farmacia.

Legislación europea

En su afán de seguir liberalizando el mercado europeo, las directivas de la Unión Europea potencian las infraestructuras de comunicaciones en Internet⁸. Sin embargo, hay un aspecto del comercio electrónico con el que las autoridades comunitarias no comulgan: la venta y distribución de productos farmacéuticos en la red. Ante la interpelación de algunos europarlamentarios, Martín Bange-mann, el comisario encargado de las telecomunicaciones de la Unión Europea, ha respondido que, de acuerdo con la directiva de 1965, el comercio de medicamentos está prohibido en todos los países de la UE, y ha recordado que la publicidad de medicamentos en Internet debe ajustarse a la misma normativa que afecta a esta categoría de productos en los restantes medios de comunicación⁹. En general las leyes vigentes en toda la Unión Europea, al menos sobre el papel, podrían servir para controlar, prohibir o sancionar la venta de medicamentos a través de canales distintos a los convencionales¹⁰.

Existen las siguientes directivas que, «en teoría», controlan los problemas derivados de la venta de medicamentos por Internet:

a) La legislación europea sobre la distribución de medicamentos está basada en el principio de que un producto no puede ser puesto en el mercado si no posee una autorización previa (Directiva 65/65/CEE y reglamento del Consejo n^o 2309/93).

b) La Directiva 92/26/CEE relativa a la clasificación en materia de dispensación de medicamentos de uso humano

hace la distinción de medicamentos con receta y sin receta médica. Así establece que los criterios y las condiciones de dispensación pueden ser diferentes de un país a otro.

c) Es obligatorio incluir en el material de acondicionamiento un prospecto informativo sobre el medicamento (Directiva 92/27).

d) La Directiva 92/28/CEE sobre publicidad para los medicamentos de uso humano prohíbe toda publicidad dirigida al público para los medicamentos con receta médica. Consecuentemente, la venta de estos medicamentos por Internet queda totalmente prohibida¹¹.

e) La Comisión ha propuesto la prohibición de la tele-compra para todos los medicamentos. Esta propuesta figura en la Posición Común adoptada por el Consejo y el Parlamento el 8/7/96 y en la propuesta modificada de Directiva del 30/7/96.

f) La Directiva 97/7/CEE del Parlamento Europeo y del Consejo concerniente a la protección de los consumidores en materia de contratos negociados a distancia, prevé que los Estados miembros puedan tomar medidas restrictivas en lo relativo a la comercialización en su territorio de ciertos bienes o servicios, en particular de los medicamentos¹².

g) La Directiva 99/44/CEE que regula determinados aspectos de la venta y garantía de los bienes de consumo.

Legislación española

En nuestro país, la Ley del Medicamento establece que la dispensación de

medicamentos de uso humano corresponden a las oficinas de farmacia, así como a los servicios de farmacia de los hospitales, centros de salud y estructuras de la atención primaria. Igualmente, limita la publicidad de estos productos a los que, entre otros requisitos, no se destinen a la prevención o curación de patologías que requieran diagnóstico o prescripción facultativa. En este sentido, la venta y promoción de medicamentos a través de Internet constituye una vulneración de la legalidad vigente¹³. Lo concerniente a la publicidad del medicamento debe de estar conforme con la Ley 26/84 General para la defensa de los consumidores y usuarios¹⁴ La Ley 34/1998, General de Publicidad¹⁵, complementándose con el RD 1416/1994¹⁶ y la Ley General para la defensa de la competencia¹⁷.

Las farmacias virtuales

La mayoría de los webs que en la actualidad ofrecen productos farmacéuticos proceden de los Estados Unidos y de Gran Bretaña, como son:

- The MedicalEdge:
<http://www.medicaledge.com/>
- Drugstore.com:
<http://www.drugstore.com/>
- DrugEmporium:
<http://www.drugemporium.com>
- Basics.com.
<http://www.basics.com/index.cfm/>

aunque también se anuncian de otros países, entre ellos de España, como es el caso de la farmacia homeopática

Cangallo (www.homeocangallo.com/) o la farmàcia Meritxell (Andorra) (www.farmaciameritxell.com)¹⁸.

En general en estas farmacias virtuales se pueden obtener los mismos productos que en cualquier oficina de farmacia, tanto especialidades farmacéuticas publicitarias¹⁹, como especialidades farmacéuticas que requieren receta médica (como es el caso de la Viagra) y productos de parafarmacia (productos de higiene, cosmética, preservativos²⁰ etc.). Se diferencian dos tipos de farmacias virtuales: las primeras «legales», en las que para adquirir un medicamento se exige la correspondiente prescripción médica o al menos el número de colegiación del facultativo que ha recomendado el medicamento; en las segundas no se exigen receta alguna ni ningún control de facultativo²¹.

Medicamentos en Internet

El problema de gran importancia para los poderes públicos, los médicos y una parte de la industria farmacéutica, reside en la publicidad y la venta incontrolada de medicamentos. Realmente, el problema existe desde hace mucho tiempo. Lo que ha hecho Internet ha sido amplificar el fenómeno, al simplificar los medios para procurarse el producto. Basta que el cliente entre a través del Internet en la página web correspondiente, seleccione los productos clasificados por categorías y el número de unidades que quiere adquirir. A continuación introduce sus datos para la ulterior facturación y su número de tarjeta de crédito, realizando el

pago online. El o los productos le llegará en un plazo más o menos breve dependiendo del servicio del envío que haya elegido y el país en el que haya efectuado la compra.

Entre los fármacos estrellas de la red se encuentran entre otros: *Propecia*, que es utilizado como gancho por la red de empresas que venden medicamentos, estando indicado en la alopecia androgénica, se promociona asegurando que es capaz de regenerar el cabello en la mitad de los varones que lo ingieran; *Xenical*: la obsesión por la imagen exterior hace que muchas personas adquieran este producto para adelgazar, aunque convendría no olvidar que solamente funciona combinado con una dieta; *Primobolan*: un anabolizante «milagroso» en el incremento de la masa muscular, para su adquisición se necesita receta médica y una autorización especial del Seguro; *DNCB*: con este producto al decir los fabricantes se puede acabar con el sida; *cáncer fighter*: su publicidad afirma, que puede curar el cáncer; *cartilago de tiburón*: pretendido remedio contra dolencias de las articulaciones; *viagra*: de manera irresponsable, en sitios de la red empleados para pornografía, han aprovechado sus páginas para vender sin ningún control y a precios exorbitantes la píldora de los Laboratorios Pfizer.

Se trata abundantemente sobre la *melatonina*. Sus virtudes calmantes, reguladoras del sueño, incluso de «antienvejecimiento» es especialmente indicada. Esta hormona, implicada en numerosas funciones particularmente del sistema nervioso central, es de venta libre aunque

en alguna prueba científica se ha mencionado las virtudes casi milagrosas de ella. La *DHEA* (Dihidroepiandrosterona) es considerada como la fuente de la juventud; los *cócteles vitamínicos* son innumerables²². La *fitoterapia* está igualmente presente conociéndose sus efectos no deseables a veces²³, aconsejándose la fitovigilancia. A través de Internet es fácil procurarse productos de consejos o «*over the counter*» (OTC), e incluso es posible obtener medicamentos que requieren una prescripción médica.

Son numerosos los temas tratados en Internet: el sexo, la edad y el envejecimiento, las depresiones, la memoria, los rendimientos intelectuales, la relajación con las drogas denominadas recreativas. Más de uno de cada cuatro norteamericanos obtiene información médica sobre enfermedades y su tratamiento en Internet, según un dossier encargado por los laboratorios Schwarz Pharma, advirtiéndose en el informe que si bien la información es «ajustada y beneficiosa», los consumidores no deberían utilizarla para autodiagnosticarse²⁴.

Diversas informaciones sobre la insulina y la vasopresina contienen errores y con relación a los medicamentos antirretrovíricos, aunque la calidad de la información es aceptable suele existir errores especialmente sobre dosis y frecuencia²⁵. En cuanto a las drogas y en particular el éxtasis^{26, 27}, resulta difícil obtenerlas a través de la red, pero se puede acceder fácilmente a la receta química que permite su síntesis.

Ventajas de las compras a través de Internet

En la práctica diaria de la oficina de farmacia, el Internet posibilita relaciones que permiten una mejora en la atención sanitaria al paciente (v.gr. el farmacéutico puede disponer de información actualizada de los medicamentos de cada laboratorio; información científica sobre nuevos medicamentos en investigación...) ^{28, 29}.

Un factor que puede inclinar la balanza a favor de la compra en Internet de productos sanitarios es la probable disminución de sus precios, como ocurre ya en el caso de libros, música u otros artículos. A través de Internet pueden examinarse los amplios vademécum de muchas empresas (que en algunos casos superan los 22.000 productos). Se prometen envíos a domicilio en el plazo de una semana, con descuentos de casi un tercio sobre el precio en Estados Unidos. Precisamente en esta nación este mercado se ha complicado debido a la reciente implantación en Internet de fórmulas mixtas de comercio electrónico de la salud. Estas combinan la facilidad de recabar información y efectuar los pagos de las sedes webs con las ventajas que ofrecen los establecimientos farmacéuticos para su entrega inmediata.

Algunas de las farmacias norteamericanas más importantes presentes en Internet, como CVS (www.cvs.com), permiten a sus clientes elegir entre retirar los productos en los establecimientos de la cadena o recibirlos a domicilio.

A pesar de los riesgos que corre el consumidor, existen una serie de razones para que éste elija la compra de los medicamentos a través de Internet, especialmente son tres: el producto es más barato; puede obtener un producto que no es disponible en su país; y puede conseguir un producto sin receta médica, entre ellos anfetaminas anorexígenas etc., claro está que a un precio de venta que puede llegar a ser hasta tres veces superior de su coste que si se adquiere en las oficinas de farmacia.

Riesgos para la salud pública

Son variados los riesgos para la salud pública. Entre ellos merece destacar:

1) Si se trata de medicamentos que han obtenido una autorización de comercialización en un país (España, Francia etc.) pero no en otros países, el riesgo de hacer el encargo por Internet puede ser el de conseguir una falsificación, por lo que al peligro de una automedicación, se añade el riesgo de la peligrosidad, falta de la evaluación o de la aprobación legal ³⁰.

2) La obtención de medicamentos a través del Internet vulnera sistemáticamente los controles realizados por los farmacéuticos ³¹ y, también, el de la prescripción médica. El comercio on line perjudica las relaciones médico-paciente ³² y farmacéutico-paciente y no puede sustituir los canales tradicionales de consejos de salud actualmente existente. Este riesgo puede estar a veces acrecentado, ya que algunos medicamentos vendidos y que proceden del extranjero, incluyen pros-

pectos incompletos con presentaciones erróneas en las indicaciones terapéuticas³³, además de que no siempre van acompañado de un prospecto que indique la utilización de los mismos y las recomendaciones no siempre se encuentran redactadas en el idioma del comprador. Con la automedicación desaparece el consejo farmacéutico y nadie informa a los usuarios de sus posibles efectos secundarios³⁴, lo que significa que nos podemos encontrar en situaciones en las que el porcentaje de interacciones entre medicamentos aumente, se tomen fármacos contraindicados para determinadas patologías o, se podrá multiplicar el número de reacciones adversas subsiguientes a la administración de productos farmacéuticos³⁵.

3) Los medicamentos pedidos por Internet no están en conformidad con las normas nacionales de protección de los consumidores (españolas, francesas...). Un gran número de productos de venta libre en Internet están sometidos en España a controles médicos rigurosos.

4) La Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes, vinculada a Naciones Unidas, denunció en su informe del año 2000 un abuso de sustancias psicotrópicas para tratar problemas psicológicos derivados de las presiones sociales. Advierte sobre el problema mundial que supone la venta sin receta por Internet de medicamentos que la precisan. Y ha puesto en evidencia, la prevalencia de la ansiedad, el insomnio y el consumo de hipnóticos sedantes que está creciendo a pasos agigantados. En algunos países se ha comprobado que el 4% de la pobla-

ción ingiere de forma ordinaria y durante períodos prolongados hipnóticos sedantes tipo benzodiacepina; sustancias que, junto a otros opiáceos, anfetaminas o barbitúricos, se automedican para tratar igualmente la obesidad, la hiperactividad infantil y ciertos tipos de dolor³⁶.

5) Los servidores de Internet más responsables plantean condiciones a la expedición de los productos: los clientes deben ser de edad de más de 18 de años, no deben volver a vender los medicamentos, utilizarlos en un período de tres meses de acuerdo con las indicaciones de un facultativo... Sin embargo el control de estas condiciones es difícil de hacer, ya que el servidor generalmente se contenta en poner en vigilancia a sus clientes sobre los riesgos que representan estas sustancias y los efectos indeseables que pueden tener.

6) Otro riesgo para la salud pública es la difusión masiva de informaciones hechas sobre terapéutica, sobre prevención... generándose una problemática sobre el control de la calidad del contenido de la información: ¿qué creer?, ¿a qué servidor dar confianza? Realmente existe un potencial peligro de utilizar el Internet como fuente de información médica. Un ejemplo es el siguiente: al poco tiempo de aprobar la FDA el Viagra, aparecieron en distintos webs productos que se comercializaban con el nombre de «Veagra» y «Viagro», productos que no eran más que suplementos vegetales, pero que usaban similar denominación y citaban los mismos datos promocionales que el laboratorio farmacéutico Pfizer publicó para la comercialización de la Viagra³⁷.

7) Muchas de las ofertas de la red son productos milagros, que se ofertan para «la curación definitiva» del cáncer, sida, etc., y que gracias a los controles sanitarios y el rigor de los colegios profesionales en España, habían sido prácticamente erradicados de las oficinas de farmacia españolas³⁸. Un ejemplo lo encontramos en las páginas web de la Royal Rife Research Society, la cual da detalles sobre un maravilloso instrumento electromagnético que sirve para destruir el cáncer, siendo sus efectos rápidos y careciendo de efectos secundarios³⁹.

Riesgos contractuales

En cuanto a los riesgos contractuales, no son específicos en el dominio sanitario. Este tipo de comercio se denomina «off line», ya que el pedido del producto se hace electrónicamente por la red, en tanto que el reparto se hace físicamente, de manera diferente, por las vías tradicionales (habitualmente a través del correo). Se opone al comercio denominado «on line» por el cual la información es expedida instantáneamente por tele-encargo.

El comercio «off line» presenta dificultades relacionadas con la prueba de la transacción y de la responsabilidad en caso de ausencias de reparto del producto encargado, de recepción de un producto diferente del pedido o de mala utilización del producto por el adquiridor. Incluso en el caso en que la existencia del contrato haya podido ser probada, la puesta en ejecución de la responsabilidad contractual puede ser delicada, a

pesar de la existencia de la Directiva 2000/31/CE que entró en vigor el 18 de julio de 2000, y que tiene como destinatario a los Estados miembros, los cuales adoptarán las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en ella antes del 7 de enero del 2002⁴⁰. Resulta difícil en un medio virtual, determinar cuales son las partes contratantes, y a pesar de los progresos existentes en materia de criptografía y de la aplicación de la firma electrónica^{41, 42, 43}, conlleva riesgos dejar en Internet el número de tarjeta de crédito bancaria.

Reacciones de los actores implicados

En relación con estos nuevos problemas, diversos organismos se han moviliados para luchar contra la venta incontrolada de medicamentos. A nivel nacional, la industria farmacéutica, en un desvelo de protección de la salud pública pero también de la imagen de sus miembros, ha puesto en ejecución una comisión de reflexión sobre el tema. También la Agencia del Medicamento y el Ministerio de Sanidad, han constituido grupos de trabajo sobre este tema⁴⁴.

La OMS en 1997 presentó un proyecto de resolución –aprobado por 34 países– relativo a publicidad, promoción y venta transfronteriza de medicamentos por Internet en donde manifestó su enorme preocupación por este sistema de venta, lo que puede entrañar un riesgo para la salud pública. En esta línea, la OMS estableció un grupo de trabajo y junto a la Comisión Europea emitieron un infor-

me, en 1997, para proponer una estrategia de futuro, basada en tres principios: desarrollar un código de buena conducta, prohibir la venta por Internet de medicamentos que requieran receta médica y cooperar, desde un punto de vista administrativo, para agilizar y facilitar el cumplimiento del acuerdo.

Elementos de respuesta

Respuestas actuales

La venta de los medicamentos y, más ampliamente, el comercio por el Internet, no existe en una vida jurídica. Todos los actores implicados están sometidos a sus derechos nacionales respectivos. Si el suministrador y el comprador de los productos medicinales son dos naturales del mismo país, la ley de este país se aplica sin ambigüedad.

Las dificultades aparecen cuando se trata de aplicar las leyes nacionales en un medio que no está limitado al territorio nacional. En este supuesto se pueden dar dos situaciones según que el uso de las redes sea ilícito o reglamentado en el país suministrador de los productos y el país de recepción, o bien si lo es solamente en el país de recepción.

Cuando la venta de sustancias es ilícita tanto en el país suministrador del producto como en el que es recibido, la persecución y la represión de los utilizadores y suministradores no plantean generalmente grandes problemas en el plano policial y judicial. El ejemplo más claro sin duda es la venta de estupefacientes. En la mayoría de los países, existe una

legislación ya, aunque se aconseja que se efectúen ciertas adaptaciones⁴⁵.

Más problemático es la cuestión del comercio considerado como ilícito según la ley del país de recepción pero no en el país donde el producto se pone en circulación. En efecto, la definición de delito varía de un país al otro, todos los actos castigables no lo son de la misma manera en todos los países. En este caso, la única solución consistiría en interceptar los productos en las aduanas. Quizás para evitar atraer la atención, los suministradores de los medicamentos por Internet actualmente limitar las cantidades expedidas.

El Consejo General de Farmacéuticos reiteró a la Dirección General de Farmacia, mediante escrito de fecha 15 de enero de 1999, su preocupación por el cada vez más extendido procedimiento de publicidad y venta de medicamentos y productos sanitarios a través de Internet⁴⁶.

Desde el Ministerio de Sanidad se están llevando a cabo medidas para impedir que se produzcan este tipo de transacciones incontroladas. Entre ellas se destaca la alerta remitida a las áreas de sanidad de las delegaciones de Gobierno, encargadas del control en fronteras de los productos farmacéuticos procedentes de terceros países, para que extremen las medidas de vigilancia que impidan la entrada de productos farmacéuticos que sean adquiridos a través de Internet.

Sanidad ha insistido en la necesidad de una actuación coordinada con otros Estados miembros de la Unión Europea, al objeto de promover e impulsar medidas más eficaces en favor de la salud

pública de los ciudadanos. A tal efecto las autoridades sanitarias españolas están participando activamente en los grupos de trabajo de la UE que tratan los temas de las transacciones comerciales a través de Internet⁴⁷.

Respuestas proyectadas

Diversas soluciones complementarias se han proyectado para luchar contra el tráfico de medicamentos en Internet. Conviene fomentar las medidas con vista a aproximar las reglamentaciones y controles propios para cada país, armonizando las condiciones de venta y los precios de los productos de los diferentes Estados. Esta aproximación implica a las autoridades competentes en materia de medicamentos (Agencia del Medicamento, OMS).

Es necesario crear un marco reglamentario común para el comercio de productos medicinales en Internet. Aunque esto es difícil por razón de la existencia de tradiciones y de culturas jurídicas diferentes, la definición de ciertas normas legislativas mínimas comunes, que podrían aplicarse en el dominio de redes globales, facilitarían la cooperación policial y judicial llenando las lagunas actualmente existentes.

Conclusión

La venta de medicamentos a través del Internet y la información interesada

para favorecer su consumo con incentivos de ahorros, privan de la actuación de los profesionales sanitarios: del médico que no puede controlar si el medicamento vendido a través del Internet es aconsejable para la patología del paciente que lo adquiere y del farmacéutico que no puede controlar el recorrido del medicamento (condiciones de almacenamiento, caducidad, entrega...).

El Internet deja las decisiones en manos de cada uno de los clientes, con diferentes niveles culturales para interpretarlas. Favorece la automedicación en ocasiones irresponsable poniendo en peligro la salud de las personas. Al existir un cierto vacío legal, el Internet está siendo utilizado para la distribución, venta y publicidad por desaprensivos que no dudan en cometer todo tipo de abusos, fraudes, etc. con la única finalidad de obtener grandes sumas de dinero.

En la problemática relacionada con la publicidad y venta de los medicamentos están implicados una serie de actores (industria farmacéutica, farmacéuticos, médicos, usuarios) y se han debatido numerosos aspectos relacionados con estas cuestiones (éticos, económicos, publicitarios) pidiéndose la veracidad de los mensajes y la honestidad de los actores que intervienen.

Es necesario dictar disposiciones tanto nacional como de los diferentes Estados que prohíban la publicidad y venta de medicamentos que requieran receta médica.

Bibliografía

1. García Díaz, Fr. Búsqueda de bibliografía médica a través de Internet. El proyecto PubMed. *Med Clin.* 113 (1999): 58-62.
2. Muñoz Tinoco, C. Revistas electrónicas en Atención Primaria. *Atención Primaria* 1999; 24 (9): 540-3.
3. Kiley, R. Medical journals on the World Wide Web. *Journal of the Royal Society of Medicine* 1998; 91 (march): 154-6.
4. Kiley, R. Evidence-based medicine on the Internet. *Journal of the Royal Society of Medicine* 1998; 91 (february): 74-5.
5. Kiley, R. Medical databases on the Internet: part 1. *Journal of the Royal Society of Medicine* 1997; 90 (november): 610-1; Kiley R. Medical databases on the Internet: part 2. *Journal of the Royal Society of Medicine* 1997; 90 (december): 679-80.
6. López, M. Bases de datos médicas en Internet. *Atención Primaria* 1999; 24 (4): 224-7.
7. Llorente, S. La salud navega por Internet. *Farmacéuticos.* 1998; (abril): 8-9.
8. Comin, A. De compras por Internet (II). Liberalización y competencia. *Farmacia Profesional* 1999; (enero): 41-6.
9. «Más de 20.000 fármacos se comercializan a través de Internet sin ningún control». *Farmacia Profesional* 1999; (febrero): 73.
10. Fernández-Niño J. Tráfico de fármacos en Internet. *Farmacéuticos* 1999; (febrero): 20-4.
11. Rodríguez A. Publicidad de medicamentos en Internet y libertad de expresión. *Comunidad Europea Aranzadi* 2000; (junio): 33-7.
12. Op. cit. en (7).
13. «La Administración duda de la calidad, eficacia y seguridad de los productos que ofrece la red. *Offarm* 1999; (mayo): 12.
14. Ley 26/1984 de 19 de julio (RCL 1984, 1906 y ApNDL 2943).
15. Ley 34/1998. BOE 15 noviembre 1998. Se analiza en: Lema Devesa C, Gómez-Montero J. La regulación jurídica de la publicidad farmacéutica. *La Ley.* 1990; (3): 983-90.
16. RD 1416/1994. BOE 29 julio 1994. Se estudia en: López Meilán J. La publicidad de los medicamentos actualizada. *Indufarma* 1995; (16): 20-3.
17. Ley 16/1989. BOE 18 julio 1989, modificado por Ley 52/1999. BOE 29 diciembre 1999. Se estudia en: Sánchez Caro J. El derecho a la información en la relación sanitaria: Aspectos civiles. *La Ley* 1993; (1): 941-6.
18. «Productos farmacéuticos en Internet». *Farmacia Profesional* 1998; (octubre): 19.
19. Monteagudo Arrazola I. Especialidades Farmacéuticas Publicitarias. ¿Consulte a su...farmacéutico? *Farmacia Profesional* 2001; (marzo): 93-7.
20. Tato Plaza A. La publicidad de productos anticonceptivos: El caso «póntelo, pónselo». *La Ley* 1993; (1): 898-905.
21. Llibre T, Tugues A. WWW: se venden medicamentos. *El Farmacéutico* 2000; (extra marzo): 64-7.
22. Scott Ch., Riedlinger S. Promoting education about complementary or alternative medical therapies. *Am J Health Syst Pharm.* 1998; 55 (dec 1): 2525-7.
23. Shaw D. Risks or remedies? Safety aspects of herbal remedies in the UK. *Journal of The Royal Society of Medicine* 1998; 91 (june): 294-6.
24. «Internet y automedicación en Estados Unidos». *Farmacia Profesional* 1999; (mayo): 36.
25. Sanz Arrufat A. Calidad de la información de medicamentos en Internet: Evaluación de la información al paciente sobre antirretrovíricos. *Atención Farmacéutica* 1999; 1 (1): 64-8.
26. Carni J., Farré M. Extasis: La droga de la ruta del bakalao. *Med Clin.* 1996; 106 (18): 711-6.

27. López Corbalán J.C. Precusores de drogas de diseño. *Hefame* 1998; (abril): 157-61.
28. Franguesa N. Internet: ¿beneficio o riesgo? *El Farmacéutico* 2001; (extra febrero): 22-5.
29. Granda Vega E. Fármacos en la red. Principios del fin. *Farmacia Profesional* 1999; (abril): 7-12.
30. «El Colegio Oficial de farmacéuticos de Barcelona analiza la venta de fármacos por Internet». *El Farmacéutico* 1998; (20): 2-7.
31. Sanz F. et al. Information technology in community pharmacies for supporting responsible self-medication. *Am J Health Syst Pharm* 2000; 57 (sep 1): 1601-3.
32. Rodríguez Cabezas A. El transcurrir de la relación médico-enfermo. *El Médico* 2001; (4 mayo): 84-91.
33. «La salud navega por Internet». *Farmacéuticos* 1998; (abril): 8-9.
34. «El COF de Barcelona analiza la venta de fármacos por Internet». *El Farmacéutico* 1998; (206): 26.
35. Sebastián Domingo J.J. Internet y farmacia (y XI). Guía de recursos farmacéuticos. *Farmacia Profesional* 2000; (julio-agosto): 18-24.
36. «Según el informe anual de la JIFE aumenta la compra de sustancias psicotrópicas a través de Internet». *Offarm* 2001; (abril): 38.
37. Kiley R. Quality of medical information of the Internet. *Journal of The Royal Society of Medicine* 1998; 91 (july): 36-7.
38. Comín A. Noticias. En el 2004 la compra electrónica de medicamentos en Estados Unidos se triplicará. *Farmacia Profesional* 2000; (marzo): 42.
39. Op. cit. en (37).
40. Plaza Penadés J. La responsabilidad civil en Internet: su regulación en el derecho comunitario y su previsible incorporación al derecho español (I). *La Ley* 2001; (23 abril): 1-9.
41. Díaz Fraile J.M^a. Estudio de la regulación de la firma electrónica en la Directiva Europea de 13 de mayo de 1998 (I). *La Ley* 1998; (4677): 1-5.
42. Ruiz Ferrán J., Zamanillo Sarmiento C. Confidencialidad de datos clínicos y aseguramiento sanitario privado. *Actualidad Informática Aranzadi* 2001; (abril): 1-3.
43. «Firma electrónica: el DNI del tercer milenio». *Lex Nova. La Revista* 2000; (septiembre-octubre): 14-6.
44. «Tráfico de medicinas por Internet: reacciones». *Farmacéuticos* 1999; (abril): 14.
45. Allain P.Y. et al. Médicament sur Internet. Un enjeu de santé publique. *La Presse Médicale* 1998; 27 (3): 117-21.
46. «Venta de medicamentos en Internet». *Farmacéuticos* 1999; (marzo): 49.
47. Op. cit. en (44).