

# Academia Homeopática

## Revista Científica

**NOS RENOVAMOS**  
Ahora somos UNIPÁEZ

---

**Educación Continua en la UNIPÁEZ.**

---

**El Aporte de la Homeopatía en las Epidemias desde  
1796 hasta 1918**

---

**Recomendaciones para hacer de la homeopatía una  
medicina deseada por los millennials**



Diciembre 2022 Edición 8  
informacion@unipaez.edu.co  
www.facebook.com/unipaez  
Instagram/unipaez

---

---

Fundación Universitaria Luis G. Páez  
Consejo Editorial

Blanca Juliet Rincón Carreño  
**Rectora**

Marcela Muñoz Montoya  
**Directora Académica y de Investigación**

---

---

## Contenido

|  |        |
|--|--------|
| 1. Editorial.....  | Pag 2  |
| 2. Educación Continua en la UNIPÁEZ.....   | Pag 3  |
| 3. El Aporte de la Homeopatía en las Epidemias desde 1796 hasta 1918.....                    | Pag 5  |
| 4. Recomendaciones para hacer de la homeopatía una medicina deseada por los millennials..... | Pag 20 |

## Editorial

En tiempos de pandemia, la homeopatía tiene hoy la histórica oportunidad de contribuir a generar bienestar a través del cuidado de la salud y la vida, con la calidad, seguridad y eficacia que le han sido comprobadas, desarrollando una visión más amplia respecto del mejoramiento de la salud y el bienestar.

Hoy, más que nunca, queda en evidencia que la preservación de la salud es el activo más importante de la humanidad. Y un sistema médico como la homeopatía que entiende a las personas y a todos los seres vivos, como parte del todo, considerándolas únicas, abordando entre otras sus dimensiones energéticas, trascendentales, espirituales, mentales, emocionales, sociales, culturales, que privilegia el mantenimiento de la salud y la armonía, sin duda aporta significativamente a este propósito.

La UNIPÁEZ trabaja día a día por hacer de la homeopatía un sistema médico que contribuya en Colombia, no sólo a preservar la salud sino a mejorar la calidad de vida de todos los seres vivos y el ambiente. Esto a través de la formación de profesionales que están en capacidad de restablecer el equilibrio de personas, comunidades y seres vivos afectados por la pandemia mundial del COVID-19. Profesionales que los involucran en el proceso vital de mantenimiento y recuperación de su salud, abordando un enfoque holístico, pertinente, humanizado, continuo y próximo a la realidad de cada persona y ser vivo.

Es así como este número 8 de la revista “Academia Homeopática”, nos trae importantes artículos que dan cuenta de la relevancia de la homeopatía en el contexto colombiano y mundial. “El Aporte de la Homeopatía en las Epidemias desde 1796 hasta 1918” que hace un recuento histórico entre 1796 y 1918 del aporte del sistema médico homeopático en el tratamiento de las epidemias, los medicamentos homeopáticos empleados en los diferentes brotes y sus diferentes etapas; contrastándolo con el modelo de medicina convencional. Y el artículo “Recomendaciones para hacer de la homeopatía una medicina deseada por los millennials” que nos da importantes luces sobre como la homeopatía responde a la búsqueda naciente pero continua de los denominados “millennials” por formas de vida y comportamiento que permitan un bienestar integral.

Estos artículos sin duda se constituyen en aportes indiscutibles para entender y atender las circunstancias sociales actuales que vive Colombia y el mundo, no solo por efecto de la pandemia.

Esperamos que nuestros lectores encuentren en ellos una lectura amena, pero sobre todo significativos aportes para contribuir a un mejor bienestar personal y general.



BLANCA JULIET RINCÓN CARREÑO  
Rectora

## Educación Continua en la UNIPÁEZ



Actualizar conocimientos para mantener viva la llama del pensamiento y adquirir nuevas habilidades, más si se es médico o médico veterinario y si su dedicación va hacia las medicinas alternativas; perfil que exige capacitación permanente y de calidad, es un ahora que vislumbramos en la UNIPÁEZ.

Por esto, la Fundación Universitaria Luis G Páez - UNIPÁEZ ha trabajado incansablemente en los últimos 3 años por alcanzar formaciones en Educación Continua de alta calidad, ampliando su oferta académica no solo a la comunidad UNIPÁEZ, sino también a profesionales médicos y médicos veterinarios en general, que quieren seguir formándose en áreas de pensamiento y en prácticas de conocimiento como la Ozonoterapia, la Homeosiniatría, la Terapia Neural y la Medicina Tradicional China, entre otras.

La buena organización interna guiada desde la Rectoría, dividida en áreas específicas de trabajo desde el área académica, administrativa, financiera y de mercadeo, ha permitido un crecimiento importante en Educación Continua y hemos logrado permear una parte del mercado, teniendo en cuenta que hay universidades con músculos financieros enormes que también compiten por alcanzar estos mismos objetivos.

En este sentido, la UNIPÁEZ fiel a su tradición, pero también consecuente con los retos que plantean los nuevos tiempos, sigue trabajando por lograr propósitos que brinden la posibilidad de capacitar de manera fácil, accesible y en corto plazo a profesionales que buscan al tiempo calidad, respaldo y garantía.

Es un reto permanente, creciente e importante el generar cursos de Educación Continua que contribuyan a la calidad institucional y al mismo tiempo cumplan con los estándares de calidad que exige la sociedad del conocimiento. En el mismo sentido, que cumplan las normativas vigentes de los Ministerios de Educación y de Salud que nos rigen. También, que contemplen formatos interactivos, vinculando nuevas tecnologías, articulando estrategias de E learning atractivas, construyendo plataformas virtuales de educación, buscando alianzas estratégicas y captando estudiantes que permitan que todo esto, se solidifique en la admisión permanente que aumente ingresos y por ende, genere crecimiento y sostenibilidad.

Como lo pueden leer, es un tema complejo donde interfieren diferentes actores y se establecen dependencias entre áreas que exigen un mayor esfuerzo y capacitación en las áreas expuestas. Todo esto con el fin de seguir construyendo un área de Educación Continua de calidad en la UNIPÁEZ, que cada día logre quedar en la mente y el corazón de los estudiantes que ya han pasado por los cerca de 10 diplomados y cursos que se han realizado en el último año y que desean capacitarse permanentemente con nosotros.

No son épocas fáciles y siempre traerán consigo nuevos retos. Contar con conocimientos actualizados y habilidades desarrolladas ayudará para que los profesionales afronten la realidad de mejor manera.

En conclusión, la educación continua tiene una virtud, pues cursos y diplomados requieren menores inversiones y ayudan a capacitar en conocimientos puntuales y estratégicos, buscando mejorar el perfil profesional. Aparte, siempre trae consigo planes de financiación que facilitan el ingreso de los profesionales.

Por ello, la Fundación Universitaria Luis G Páez - UNIPÁEZ garantizará la formación en Educación Continua con la más alta calidad, buscando siempre satisfacer las necesidades que su tradición y prestigio le preceden, siempre trabajando por nuevas estrategias que satisfagan un mercado cada día más exigente y así obtener resultados en corto y mediano plazo, ajustando la inversión económica a las bondades de esta educación.



## El Aporte de la Homeopatía en las Epidemias desde 1796 hasta 1918

Emilio Alberto Meza Benavides \* - Florencia Correa,  
emiliomezabenavides@hotmail.com

Fundación Universitaria Luis G. Páez, Bogotá, Colombia

### Resumen

El presente trabajo tiene por finalidad establecer el aporte del modelo médico homeopático en el tratamiento de las epidemias, los medicamentos homeopáticos empleados en los diferentes brotes y sus diferentes etapas; ocurridos entre 1796 y 1918, contrastándolo con el modelo de medicina convencional en estos hallazgos. Para poder desarrollarlo, se realizó la búsqueda del material documental que aportó la información adecuada en bases de datos especializadas y otras fuentes, información que fue ordenada cronológicamente, para con estos resultados, presentar su discusión y análisis.

**Palabras claves:** homeopatía, epidemias

## Introducción

Desde sociedades con registros escritos de su historia como la griega, se documentan las enfermedades con un mismo agente causal, que de modo esporádico y masivo afectan a las poblaciones, denominadas epidemias. Es poco lo que se conoce del beneficio logrado del uso de medicamentos homeopáticos aplicados a estas enfermedades epidémicas; este desconocimiento del aporte del modelo médico homeopático continúa aún hoy, no obstante, la abundante interacción informática existente.

## Estado del Arte

En este proyecto de investigación documental se consultaron diferentes documentos y autores que reportan la descripción de las epidemias y/o sus tratamientos homeopáticos, en el periodo comprendido desde los inicios de la homeopatía, desde 1796 hasta 1918, se observa los antecedentes en el estudio de las epidemias, su descripción, localización, momento en el que se producen, el uso de medicamento homeopático y los resultados, concentrando la revisión documental identificando categorías y variables que permitan visibilizar la importancia de la medicina homeopática en el tratamiento de las epidemias. De igual manera se consultó previamente las bases de datos especializadas y múltiples fuentes bibliográficas como libros de autor, artículos de revistas indexadas, trabajos de investigación, tesis de grado y publicaciones en línea de portales especializados en las que se ha encontrado información pertinente y valiosa en la construcción de los resultados de la investigación.

Esta información ha permanecido inexplorada e inexorablemente, sometida a las interpretaciones y negaciones por quienes mantienen el sesgo de rechazarla. En este estudio se presentan los hechos documentados, de modo tal, que queda expuesta a la luz de la investigación, los resultados del tratamiento homeopático en las epidemias en el periodo comprendido entre 1796 y 1918. Nuestro propósito es que este proyecto de investigación documental constituya un marco de referencia histórico para generar a un futuro posibles soluciones a epidemias contemporáneas como el Covid 19.



Se halló información pertinente en las diferentes fuentes y autores de referencia, de las que destacamos a: Samuel Hahnemann, Robert Ellis Dungeon, James Tyler Kent, Marcus Texeira, Partha & Ningthoujam, Gouri, Edward Shalts, Hoover, TA, Dr. Shepherd y Ton Nicolai, que previamente documentaron el objeto de estudio, con coherencia, fidelidad y comprensión de los resultados obtenidos.

Para fundamentar y orientar este proceso de investigación se revisaron los conceptos y teorías, de los autores anteriormente nombrados y de otros más que se presentan en las referencias, en sus diferentes temáticas, desde la concepción del origen de la homeopatía, su definición, partiendo desde sus principios y su coincidencia con la alopática en el objetivo único por el que existen ambas formas de tratamiento: prevenir y curar. Se acude a diferentes teorías y enfoques partiendo inicialmente de la semblanza del padre fundador de la homeopatía Samuel Hahnemann y su doctrina planteada en sus escritos médicos, como referencia principal en el tratamiento homeopático de las epidemias en este periodo concreto de tiempo entre 1796 a 1918

## Metodología

El impacto de las epidemias en la humanidad nos llevó a hacer una reflexión sobre la contribución histórica de la Medicina homeopática. Lo más inmediato para ir construyendo una posible respuesta a esta inquietud médica, se inició con la exploración de la literatura existente con su respectiva revisión y análisis. Paralelo a esto se inició un proceso de recolección de datos y de análisis preliminares del tema, con el propósito de ir depurando la información, haciendo revisión sostenida y abierta de la literatura explorada. La naturaleza de esta revisión documental es crítica y selectiva manteniendo la atención en los hallazgos encontrados en el periodo analizado objeto de la investigación. Para establecer y correlacionar la presente investigación se realizó mapeo y muestreo de las fuentes consultadas, en el cual se valoró los aspectos discriminatorios: epidemias, poblaciones afectadas, tiempo

de ocurrencia, médicos tratantes, los medicamentos homeopáticos usados y los resultados de morbimortalidad.

En este trabajo se precisa como prioritario los aspectos discriminatorios que enfatizan la profundidad sobre la extensión de los datos recolectados, que permitió la clarificación de lo investigado a medida en que se iba desarrollando el trabajo. Enmarcados en este diseño metodológico cualitativo, se desarrolló en primera instancia la generación y recolección de información, en diferentes fuentes: libros de autor, referentes de artículos especializados, ponencias y conferencias, tesis de grado y bases de datos especializadas, como de SCIENC DIRECT, BVS, REDALYC, SCIELO, que facilitaron compilar la información de carácter científicamente confiable.

Las palabras usadas con este propósito fueron: Homeopatía-epidemias, cerrando la búsqueda en el periodo investigado que abarca desde 1796 a 1918. En una segunda etapa los datos se organizaron en orden cronológico, acordes al objeto de investigación, identificando, patrones, secuencia, procesos, categorizando los temas específicos de la investigación del Aporte de la Homeopatía a las Epidemias desde 1796 a 1918. Habiendo consolidado estas etapas se procede a la generación, obtención, registro y análisis de la información, generando unos resultados específicos, identificando y definiendo conclusiones que presentamos a consideración de los lectores en este informe como resultado de esta investigación cualitativa.

## Resultados

Los resultados obtenidos como fruto de esta revisión documental, se presenta para la revisión del lector, las epidemias ocurridas en esta línea de tiempo, desde el nacimiento de la homeopatía y sus tratamientos, hasta 1918, sintetizadas en la siguiente tabla.

Tabla 1. Línea de Tiempo Epidemias entre 1797 y 1918

| Año          | Lugar                                | Epidemia                | Medico   | Medicamentos homeopáticos  |
|--------------|--------------------------------------|-------------------------|--|--|
| 1797         | Alemania                             | Fiebre Continua         | Hahnemann  | Ignatia Opium Camphora   |
| 1799         | Konigsutter                          | Escarlatina             | Hahnemann  | Belladonna Opium Camphora  |
| 1800<br>1808 | Alemania                             | II Brote de Escarlatina | Hahnemann  | Aconitum   |
| 1813         | Leipzig                              | Tifo                    | Hahnemann  | Bryonia  |
| 1820         | Europa                               | Brote de Escarlatina    | Diez médicos alópatas  | Belladonna   |
| 1831         | Rusia y Alemania                     | Cólera Asiática         | Hahneman   | Camphora Cuprum Veratrum   |
| 1846         | Europa                               | Cólera II               | Boenninghausen   | Camphora   |
| 1854         | Londres<br>Suiza<br>Islas del Caribe | Cólera III              | Frederick Harvey F<br>Rocco Rubiny                                 | Camphora,<br>entre otros, dependiendo de las regiones afectadas.                                   |
| 1862<br>1864 | Nueva York                           | Difteria                | Adolph Lippe,<br>Constantine Hering                                | Mercurius protoyodatos   |
| 1918         | Mundial                              | Gripa Española          | Josep Giro <i>Savall</i><br>Manuel Mazari<br>.Majumdar entre otros | Arsenicum Album, Bryonia Alba, Baptisia Tinctoria, Eupatorium Perfoliatum y Gelsemium Sempervirens |

En el modelo médico homeopático cada uno de los medicamentos usados se prescribe teniendo en cuenta, todas las manifestaciones sintomáticas del paciente abarcando, lo físico, lo mental y lo emocional. Se trata la persona, en su modo único y personal de realizar su reacción a la enfermedad, o en el caso de una epidemia, el modo reaccional semejante del grupo de afectados. El tratamiento así establecido es integral y complejo, pues la sintomatología abarcada por cada medicamento es igualmente amplia y compleja, sin embargo, en la siguiente tabla se presenta una pequeña nota sintomática de alguno de los medicamentos que los médicos tratantes de las epidemias usaron en su momento de acuerdo con el modelo **homeopático**:

### 1797- Alemania

Se presentan algunos tipos de fiebres continuas y remitentes en niños con escalofríos constantes, gran cansancio, frente cubierta de sudor frío, respiración corta y espasmódica con debilidad de la memoria; el remedio homeopático prescrito por Hahnemann fue: *IGNATIA AMARA*; dos meses más tarde, una fiebre parecida afectaba a otros niños pero con síntomas característicos diferentes: Estupor, pérdida de la fuerza, inmovilidad de las pupilas, dolor opresivo alrededor del ombligo, con mejoría al transpirar... empleando con buenos resultados *OPIUM*. Un mes después el medicamento empleado en una epidemia de influenza que se agravaba con el uso de *OPIUM*, fue *CAMPHORA*, de esta manera, fue evidente la necesidad de medicamentos homeopáticos en diferentes etapas de la epidemia. (Hahnemann, "Algunos tipos de fiebres continuas e intermitentes" publicados en el *Houfeland's Journal der Practischen Arzneykunde*. escrito menor, 1798),

Se encontró que las primeras de estas epidemias fueron tratadas por el creador de la homeopatía, y las siguientes que progresivamente se fueron presentando en este periodo de tiempo, citamos a los Homeópatas que intervinieron en cada una de ellas, las condiciones, características, cronología, lugar, remedios empleados y las variaciones que se presentaron en el tratamiento preventivo y en las diferentes etapas, precisadas en las observaciones realizadas por el Dr. Hahnemann y a partir de estos documentos encontrados, los resultados comparativos con la medicina convencional como se expone a continuación:



### 1799- Konigslutter (Alemania)

En esta epidemia escarlatina ocurrida en Konigslutter referida en otro escrito, (Hahnemann, Escrito menor, 1799) prescribió para la prevención y el tratamiento de la fase inicial: *ATROPA BELLADONNA*, remedio que fue elegido en etapa inicial de la enfermedad de acuerdo al genio epidémico, encontrando que tenía igualmente un resultado exitoso en la prevención. Hahnemann explicó: "un remedio que es capaz de eliminar una enfermedad de forma rápida en su inicio, debe ser su mejor prevención". (Hahnemann, 2010)

En el mismo escrito menor Hahnemann, detalla el uso que hizo en el tratamiento de la misma enfermedad en pacientes que estaban en etapas avanzadas de agudización, tratados con OPIUM e IPECA, prescritos por sí solos o alternados, dependiendo de la sintomatología presentada. “Por mi parte, cuando revisé los casos que ya habían desarrollado por completo la enfermedad, en quienes no se había hecho prevención o tratamiento de su estado inicial, me di cuenta que debía luchar contra dos estados diferentes en el paciente, que a veces se alternaban rápidamente, cada uno de los cuales se componían de tipos de síntomas diferentes”. También nombró a CHAMOMILLA, como remedio en esta epidemia, en pacientes que presentaban “piel insana” con tos sofocante, características ambas de la escarlatina

### **1800-1808 Alemania**

En el siguiente brote en Alemania de escarlatina, el tratamiento específico que usó Hahnemann fue: ACONITUM NAPELLUS, que documentó en “Observaciones sobre la escarlatina”, describiendo los aspectos individualizadores de esta epidemia. (Hahnemann, 1808)

### **1813- Leipzig**

Hahnemann realiza el escrito: “El tratamiento del tifo o fiebre de los hospitales actualmente reinante”, allí describe el uso de BRYONIA ALBA en 183 pacientes en Leipzig, afectados por la epidemia, con la recuperación de la totalidad de los tratados, pero pasó desapercibido para las autoridades del momento. (Hahnemann, S. 1814)

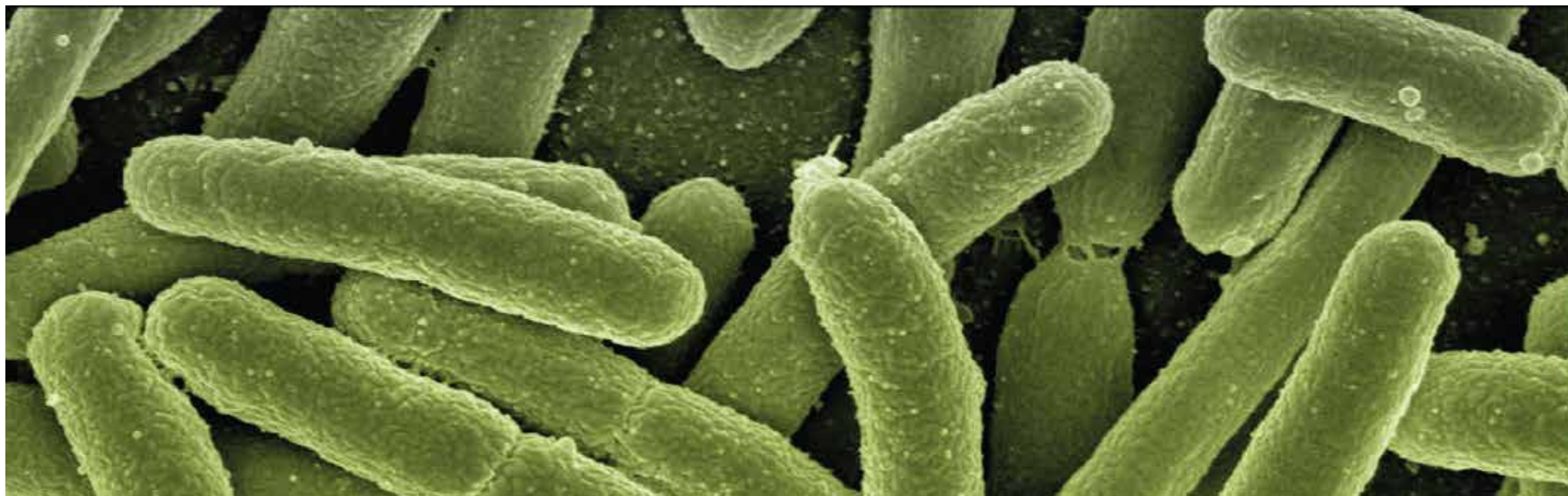
### **1820- Europa**

En la epidemia de escarlatina, Dudgeon refirió que 10 médicos alópatas usaron BELLADONNA en 1.646 niños, como profilaxis, y solo se afectaron 123, es decir 7.5% de los tratados

homeopáticamente, en una epidemia que afectó al 90% de la población expuesta. Los alópatas convirtieron la BELLADONNA como profiláctica de la escarlatina. Se informa incluso que, en 1838 por orden del gobierno prusiano de la época, luego de revisión sobre el uso de este remedio en el tratamiento de la Escarlatina, publicado en 1826 en el Houfelands Jornal, la prescribieron sin tener en cuenta la individualización de los síntomas característicos de cada brote. (Hahnemann, Dudgeon, R.E. 2006)

### **1831- Rusia y Europa**

“En Rusia, en los años 1830 y 1831, la homeopatía se usó para tratar a 1270 pacientes con cólera en las provincias de Saratoff, Tambtof y Twer: de ellos, 1162 se curaron y 108 fallecieron. Tasas similares en los resultados del tratamiento homeopático para el cólera se observaron en Hungría, Maren y Viena” (Gebhardt, 1929, citado por Ton Nicolai, 2009), en carta del European Committee for Homeopathy a la OMS. En el documento “Causa y prevención del cólera asiático”, Hahnemann describió el uso de CAMPHORA, CUPRUM METALLICUM y VERATRUM ALBUM, como remedios para cada una de las etapas, de modo individualizado, de acuerdo a la evolución sintomática presentada en esa epidemia. Propuso como profiláctico a CUPRUM o CAMPHORA para el inicio de los síntomas y a CUPRUM y VERATRUM para las etapas posteriores, solos o alternados, en razón de los síntomas presentados en cada paciente. Shalts informa sobre los resultados 1831-1832 de esta epidemia, presentando una mortalidad del 7.1% en los hospitales homeopáticos europeos en relación a los pacientes tratados alopáticamente con una variación de mortalidad en los diferentes lugares entre el 40% y 80%. (Shalts, 2005)



### 1846- Europa

Se presenta epidemia del cólera. Clemens von Boenninghausen dio a conocer a CAMPHORA como el remedio del genio epidémico de esta epidemia que asolaba Europa. Según Hoover y Shepherd la tasa de mortalidad para esta epidemia fue entre 5% y 16% para los pacientes tratados con homeopatía y entre 54% y 90% para los tratados con medicina convencional. (Hoover, 2001)

### 1854- Londres (Inglaterra) Suiza, Palermo (Italia) e Islas del Caribe

La homeopatía se usó en esta epidemia de cólera en Londres, con una reducción significativa para los pacientes tratados con remedios homeopáticos. (Leary, 1997). En la epidemia de cólera que azotó a Inglaterra en 1854, se constató que había un 50% menos de mortalidad en los pacientes hospitalizados en el London Homeopathic Hospital, (dirigido por el doctor Frederick Harvey Foster). En comparación con el resto de los hospitales alopáticos. En 1854 en Palermo resultaron afectados por esta epidemia 1.513 soldados; 902 fueron tratados solo con el modelo de medicina convencional muriendo 386, es decir el 42%.; 611 se trataron con homeopatía, falleciendo 25 es decir el ( 4%. ) A su vez En Barbados, isla del Caribe, las personas que contrajeron la enfer-

medad fueron 2.113. de los 346 que fueron los tratados con medicina convencional, 154 murieron: 44.5%, en relación con los 1767 pacientes que fueron tratados con homeopatía de los cuales fallecieron 370: 21%. (Gebhardt, 1929, citado por Ton Nicolai (2009). Por otra parte, el Dr. Rubini trató 225 casos en un albergue y 166 soldados de un regimiento suizo sin que se presentara un solo caso de muerte. (Shepherd, 1996)

### 1862-1864 Nueva York

En el condado de Broome, Nueva York, en los registros de la época se informa que la tasa de mortalidad para una epidemia grave de difteria, de los pacientes tratados con remedios homeopáticos individualizados fue del 16% y para los tratados de forma convencional del 84%. (Shalts, E. Op cit)

### 1918- Global

El 20% de la población mundial fue infectado por la llamada gripe española, pandemia que dejó a su paso 30 millones de muertos en tan solo 18 meses. Médicos homeópatas del mundo se reunieron en Londres, para determinar los medicamentos homeopáticos adecuados para tratar las manifestaciones sintomáticas de la enfermedad en las diferentes etapas y los diferentes lugares en que se manifestaba, determinando el genio epidémico en las situa-

ciones presentadas. ARSENICUM ALBUM, BRYONIA ALBA, BAPTISIA TINCTORIA, EUPATORIUM PERFOLIATUM y GELSEMIUM SEMPERVIRENS, fueron usados en esta epidemia. (Teixeira, 2013 págs. 15-16). Médicos tratantes del modelo homeopáticos destacados en el tratamiento de esta epidemia, encontramos a: Dr. Harry B. Baker, P. Gais, Antoine Nebel, Según el El Journal of the American Institute for Homeopathy, "El Dr. McCann, de Dayton, Estados Unidos reportó 24.000 casos de gripe tratados con medicina alopática, cuya tasa de mortalidad fue del 28.2%, que comparada con los 26.000 casos tratados con homeopatía en la que se observó una tasa del 1.5 %. Dean W.A. Pearson recopiló 26.795 casos de gripe que fueron tratados con homeopatía corroborando estos últimos datos. (Winston, 2006, citado por Ton Nicolai, 2009).

### **Análisis de los Resultados**

Los pacientes escogen la homeopatía principalmente como complemento o reemplazo, cuando los resultados de los tratamientos de la medicina convencional u otros tratamientos, se presentan insuficientes o insatisfactorios.

El modelo médico homeopático tiene desde sus inicios, una historia de beneficio muy importante para los pacientes que han recibido este tratamiento de las enfermedades en general y en el tratamiento de las epidemias. Es este tema, el del tratamiento con el modelo de medicina homeopático en las epidemias, el que menos se había resaltado hasta ahora, por falta de reconocimiento documental.

Lo realizado con toda la anterior documentación descrita en este trabajo, es el resultado de haber cotejado los diferentes documentos, que permitió ampliar, completar y organizar toda esta información, para presentarla a los lectores de modo conciso y ordenado. Para mantener un orden descriptivo, analizamos esta información en orden cronológico de acuerdo a como se presentaron dichas epidemias entre 1796 y 1918:

### **Análisis Cronológico de Resultados: 1797- Fiebre Continua**

Hahnemann encontró buenos resultados usando IGNATIA, en una epidemia ocurrida en Alemania en ese año, de fiebres continuas en niños. En otro brote, dos meses después, en la misma región, con fiebre parecida, el medicamento usado por Hahnemann fue OPIUM, igualmente con buenos resultados para los pacientes tratados. Un mes después, el brote como influenza, fue tratado en sus nuevas características con CAMPHORA, igualmente con marcado beneficio para los pacientes que recibieron los medicamentos homeopáticos.

### **1799-Fiebre Escarlatina**

Para la epidemia en Konigslutter de escarlatina, Hahnemann usó BELLADONNA basándose en el genio epidémico, presentando también, buen resultado en la prevención, con el mismo medicamento. En etapa más avanzada de agudización de este brote epidémico, corroboró buenos resultados en los pacientes afectados, usando: OPIUM, IPECA y CHAMOMILLA, dependiendo de la sintomatología presentada.

### **1800-1808 Brote de Escarlatina II**

En el siguiente brote de escarlatina que fue presentándose en diferentes áreas de Alemania, Hahnemann refiere que el beneficio para los pacientes lo encontró con el tratamiento específico con el remedio homeopático ACONITUM NAPELLUS.

### **1813 – Tifo**

En este año se presentó epidemia de tifo. Hubo recuperación de todos los afectados que fueron tratados por Hahnemann con BRYONIA ALBA.

### **1820 – Brote Escarlatina III**

En esta epidemia de escarlatina, los médicos tratantes fueron 10 alópatas que usaron BELLADONNA como preventivo, los pacientes tratados con este medicamento homeopático se afectaron en muy bajo número, en comparación de los no tratados, que se afectaron casi en la totalidad de la población restante.

### **1831 – Cólera Asiático**

Epidemia documentada para varias provincias de Rusia y países europeos. Los medicamentos homeopáticos usados en las diferentes etapas de la epidemia fueron: CAMPHORA, CUPRUM METALLICUM y VERATRUM ALBUM, y para la prevención o profilaxis: CUPRUM ó CAMPHORA. La respuesta observada en esta epidemia de cólera usando el tratamiento homeopático evidencia documentalmente la muy marcada diferencia entre los dos modelos médicos, con el mayor éxito para los pacientes tratados con homeopatía como lo observamos en los resultados.

### **1846 Brote Cólera II**

El tratamiento, en este brote de cólera, Clemens Boenninghausen indicó CAMPHORA con los mismos lineamientos descubiertos por Hahnemann, se usó en diferentes partes de

Europa observándose excelentes resultados para los pacientes medicados con este medicamento homeopático.

### **1854 Brote de Cólera III**

En esta epidemia de cólera, en Londres, Palermo y en el Caribe en la isla de Barbados, los reportes documentales encontrados, muestran para los pacientes tratados con homeopatía, un gran beneficio, en relación a los tratados con el modelo médico convencional. En cada uno de estos lugares los médicos del modelo homeopático reconocieron las características de la epidemia en cada región en que se presentó, y emplearon los medicamentos homeopáticos que cumplían con la similitud de cada brote tratado.

### **1862-1864 Difteria**

En la epidemia de Difteria ocurrida en New York se evidencio la muy notoria diferencia en la mortalidad presentada entre los pacientes que recibieron el tratamiento homeopático, con una mortalidad muy baja en comparación a los tratados alopáticamente.

### **1918 Global**

Mostró la necesidad de dar el medicamento homeopático particularizado para cada epidemia, en cada lugar y en el tiempo en que se manifiestan sus diferentes etapas. En cada brote presentado se reconocieron características diferenciales que permitieron un tratamiento homeopático individualizado, con éxito en el resultado, sobresalientemente más alto para los pacientes tratados con homeopatía, que el conseguido con los tratamientos convencionales.

### **Conclusiones**

Se ha revisado los documentos, en los cuales se evidencia las personas afectadas en general, las personas tratadas con métodos convencionales, los tratados homeopáticamente y los

resultados obtenidos con los dos tipos de tratamiento. Se revisaron los documentos en los cuales se informa sobre el tratamiento homeopático en pacientes no enfermos, pero sí expuestos a riesgo y los resultados de profilaxis homeopática –prevención-, en comparación a los no tratados. Con la documentación acopiada al escribir este informe, encontramos la descripción de las epidemias que fueron tratadas por el propio fundador, quien estableció las pautas observacionales, criterios conceptuales propios de la homeopatía, pudiendo inferirse la correlación porcentual entre los tratados homeopáticamente y los que recibieron tratamiento alopático, con sus hechos exitosos y documentados en publicaciones diversas con sus resultados, que constituyen al juntarlos, una muy sustanciosa síntesis, para el análisis final del presente trabajo.

En los diferentes materiales -documentos de revisión en el presente informe, se encuentra unanimidad en cuanto a reconocer la validez de la medicina homeopática y sus principios, en razón de fundamentar el tratamiento del paciente de modo integral, comprendiendo el reconocimiento de su individualidad desde la salud y del modo particular y único en que manifiesta también su enfermedad, abarcando lo orgánico, lo vital y su condición anímico emocional; la posibilidad de retornar a un estado de salud de un modo natural y armónico que incluye igualmente la totalidad de su ser y con un menor costo económico. Esta coincidencia de fondo es la que se manifiesta en este trabajo en los documentos revisados por los médicos investigadores practicantes de la Medicina Homeopática y los que conocen de pacientes usuarios de este sistema médico, que se han favorecido de sus resultados.

Con la descripción de estas observaciones documentales se permite visibilizar el papel desempeñado por la homeopatía, en las epidemias entre 1796 y 1918. De estas observaciones podemos concluir:

Sí existe, documentación clara, amplia y contundente sobre el papel exitoso desempeñado por el modelo de la medicina homeopática en las epidemias.

Lo descrito en la documentación encontrada son hechos, que muestran, cómo el modelo médico homeopático del modo usado en el tratamiento de las epidemias, tiene excelente resultado, con un beneficio evidentemente mayor al compararlo con el modelo convencional.

Esta documentación pone en evidencia, el resultado exitoso observado en la aplicación de los medicamentos homeopáticos en la prevención de las personas expuestas a riesgo, en comparación a otros tratamientos.

Con el modelo médico homeopático los tratamientos se deben particularizar para cada epidemia presentada, con los medicamentos homeopáticos individualizados para cada brote y/o etapa presentada, como se documentó para cada una de las epidemias.

Este trabajo investigativo se realizó con la única finalidad de contribuir a clarificar el papel desempeñado por la homeopatía en ese periodo de tiempo, como marco de referencia claro y preciso, que sirva para nuevos desarrollos en el manejo y prevención de las epidemias, más allá de la reconocida contribución entre las medicinas alternativas a la salud de las poblaciones.

El presente artículo ha sido escrito de modo exclusivo solo para la revista Academia Homeopática de la Uniluisgpaez con base en el trabajo de grado sustentado el 18 de Noviembre de 2020 BELTRÁN, E. H. La enfermedad, el enfermo y la medicina. En G. I. Enfermedad, medicina Alternativa una visión desde los sistemas médicos complejos. Bogotá. Colombia Universidad Nacional de Colombia. 2011. Pp. 9-14.

## Referencias:

CADENA. LUNA S, "ET AL.", Fundamentos Teóricos de la Homeopatía. Primera Edición. Bogotá, Colombia. Instituto Colombiano de Homeopatía Luis G Páez. 2014. ISBN: 97895858653-0-32.

CUBILLOS, M CLAUDIA. Una visión sobre la vida obra de Luis G. Páez Guateros. Bogotá, Colombia. Fundación Universitaria Escuela Colombiana de Medicina Homeopática Luis G. Páez. 2015.

DÁGUER, CARLOS F, Vigilantes de la salud. Primera Edición. Bogotá, Colombia. Instituto Nacional de Salud. 2018, p19 ISBN: 978958-13-0177-5

GONZALEZ, BECERRA, M.V, Breve reseña histórica de la Homeopatía. Bogotá, Colombia. En F.I. G. Páez, Doctrina Homeopática. Comité de publicaciones FICH Luis G. Páez. Pp.12-16.

HAHNEMANN, SAMUEL. Órganon of Medicine. Sexta Edición. Nueva Delhi. B Jain Publishers, 1991 (Traducción de William Boericke). Para la versión en castellano: Sexta edición. Ciudad de México: Propulsora de Homeopatía, 2010 (Traducción de Fernando Darío François Flores). pp. 00 ISBN: 9788131903810

HAHNEMANN, SAMUEL. Escritos Menores del Dr. Samuel Hahneman Pd. Sexta Edición. Nueva Delhi: B Jain Publishers 2001 (Traducción de Traducción de Fernando Darío François Flores) pp. 00 ISBN:9788170217770 ISBN-10: 8170217776

HAHNEMANN, SAMUEL. "Algunos tipos de fiebres continuas e intermitentes" Publicados en el Houfelands Journal der Practischen Arz-neycunde. escrito menor 1798), [Citado el: 20 de septiembre de 2020]. Disponible en: <http://www.homeoint.org/books3/hahnemann2/his8.htm>

HAHNEMANN, SAMUEL "Tratamiento del tifo o fiebre de los hospitales, actualmente Reinante". "Allg. Anzeig. Der Deutschen", 1814 NO. 6, [Citado el: 20 de septiembre de 2020] Disponible en <http://www.homeoint.org/books3/hahnemann 2/his8.htm>

HAHNEMANN, SAMUEL "Observaciones sobre la escarlatina". Trabajo original, publicado en 1808 en el "Allg. Anzeig. d. Deutshen", No. 160 describiendo los aspectos individualizadores de esta epidemia. 1808 [Citado el: 20 de septiembre de 2020] Disponible <http://www.homeoint.org/books3/hahnemann2/his8.htm>

HOOVER, TA. Homeopathic prophylaxis: fact or fiction. J Am Inst Homeopathy. 2001; 94(3): 168-175. Shepherd D. Homeopathy in epidemic diseases. Londres: The C.W. Daniel Company Limited; 1996

KAYNE, S. Homeopathic Prescribing Pocket Companion. London, Reino Unido. Pharmaceutical Press. 2007.

KENT, JAMES TYLER. La Filosofía Homeopática de Kent, Editorial Ihc 2012 pp. 00 ISBN 10: 8461502612 ISBN-13: 978-8461502615

KIRCH, W. Encyclopaedia of Public Health. Volume 1.. Springer, New York. 2008. p.339 ISBN 978-1-4020-5613-0

LEARY B. The homeopathic management of cholera in the nineteenth century with special reference to the epidemic in London, Londres, Reino Unido. 1997. Med Ges Gesch. 1997; 16: 125-144. PMID: 11623647 [Citado el: 17 de septiembre de 2020. Disponible: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11623647/>]

LOPEZ, L.M., Historia de la Homeopatía; Biografía de Hahnemann. Bogotá, Colombia. En I. L. Páez, Fundamentos Teóricos de la Homeopatía. Pp. 32-33.

MARTILLETI, A. Una mirada histórica a la enseñanza de la Homeopatía como profesión médica durante la segunda mitad del siglo XX. Bogotá, Colombia. Tesis de Maestría Universidad Nacional. 2009.

MENDOZA, NICANOR. Farmacología médica. Primera edición, Editorial Medica Panamericana. 2009. pp. 108 ISBN: 978968798443

PAL, PARTHA & NINGTHOUJAM, GOURI. Research Review of Genus Epidemicus. International Journal of Advanced Ayurveda, Yoga, Unani, Siddha and Homeopathy. 2019. 8. 545-550. 10.23953/cloud.ijaayush.398. Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/331637947\\_Research\\_Review\\_of\\_Genus\\_Epidemicus/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/331637947_Research_Review_of_Genus_Epidemicus/citation/download)

PEDRAZA, C. La Homeopatía. Dr. Luis G. Páez. 1970. Pp. 1-6.

RUIZA, M., FERNANDEZ, T., TAMARO, E. Biografía de Samuel Hahnemann. Barcelona, España. En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea. Recuperado de: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/h/hahnemann.htm> el 3 de noviembre de 2020.

SÁNCHEZ, L. C. Breve mirada al desarrollo de la historia de la homeopatía en el mundo durante los dos últimos siglos. Bogotá, Colombia. Tesis de Maestría Universidad Nacional de Colombia, 2013. Pp. 12- 17.

SHALTS E. Consistently proven effective. in: The American Institute of Homeopathy Handbook for parents. San Francisco, Estados Unidos. Jossey Bass; 2005. p. 33-40 ISBN 100 7879 8033

SHEPHERD D. Homeopathy in epidemic diseases. Londres, Estados Unidos. The C.W. Daniel Company Limited; 1996. ISBN-10: 0852073054 ISBN-13: 978-0852073056 pp 112

TEIXEIRA, MARCUS Z. (2013). Homeopatía ¿Un enfoque preventivo de la medicina? Revista (en línea) ¿La homeopatía de México, volumen 82 noviembre diciembre de 2013 pp. 7-21? [Citado el 20 de julio de 2020]. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/263580763\\_Homeopatia\\_Un\\_enfoque\\_preventivo\\_de\\_la\\_medicina/link/55b8dddd08aed621de07c2e3/download](https://www.researchgate.net/publication/263580763_Homeopatia_Un_enfoque_preventivo_de_la_medicina/link/55b8dddd08aed621de07c2e3/download) ibídem. p 7-21

URREGO, D. Racionalidades médicas. En La medicina alternativa una visión desde los sistemas médicos complejos. Bogotá, Colombia. Universidad Nacional de Colombia. 2011. Pp. 18-20.

URREGO, D. Z. Abordaje de la Medicina Alternativa como sistema médico complejo en la Universidad Nacional. Bogotá, Colombia. Revisión Facultad de Medicina Universidad Nacional. (2010) Pp. 155-156.

## Bibliografía

- Asociación Colombiana de Homeopatía. 2020. Recomendaciones de expertos de la Asociación Colombiana de homeopatía para el manejo del COVID. Bogotá : Asociación Colombiana de homeopatía, 2020.
- Bellavite, Paolo y Signorini, Andrea. 1995. The Emerging Science of Homeopathy Berkeley. California : Universidad de Berkeley, 1995. ISBN: 1-55643-384-0.
- Cadena, Luna S, et al. 2014. Fundamentos Teóricos de la Homeopatía . Bogota : Instituto Colombiano de Homeopatía Luis G. Páez, 2014. ISBN:97895858653-0-32.
- Dáguer, Carlos F. 2018. Vigilantes de la Salud . Bogotá : Instituto Nacional de Salud, 2018. ISBN:978958-13-0177-5.
- Ecured. 2015. [www.ecured.cu](http://www.ecured.cu). [En línea] ECURED, 15 de Septiembre de 2015. [Citado el: 01 de Noviembre de 2020.] [www.ecured.cu](http://www.ecured.cu).
- Ferrés, Marcela, Garrido, Enrique y Nuñez, Fanta. 2006. Exantemas en Pediatría. [Documento] Quito : Manual de Pediatría PUC, 2006.
- González, Inmaculada. 2008. <https://www.elsevier.es/e>. [En línea] 04 de Septiembre de 2008. [Citado el: 01 de Septiembre de 2020.] <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-homeopatia-287-articulo-presente-pasado-homeopatia-espana-13131694>.
- Hahnemann, Samuel. 2010. Organon of Medicine 6a edición Traducción de William Boericke . México D.F. : B Jan Publisher , 2010. ISBN: 9788131903810.
- Homeopatía e Investigación: El Reto. Toledo, Victor. 2017. 711, México : Escuela Nacional de Medicina y Homeopatía del Instituto Politécnico Nacional, 2017, Vol. 86.
- Hoover, TA. 2001. Homeopathic prophylaxis: fact or fiction. Londres : The C.W. Daniel Company Limited, 2001.
2009. <http://www.interhomeopathy.org>. [En línea] 01 de Abril de 2009. [Citado el: 20 de Septiembre de 2020.] [http://www.interhomeopathy.org/the\\_future\\_of\\_homeopathy\\_homeopathy\\_for\\_epidemics\\_collective\\_trauma\\_and\\_end](http://www.interhomeopathy.org/the_future_of_homeopathy_homeopathy_for_epidemics_collective_trauma_and_end).
- JA., Lathoud. 1980. Materia Médica Homeopática. Buenos Aires : Albatros, 1980. ISBN 10: 8498271258.
- Jordi, Dalmau. 2014. [elsevierdoyma](http://www.elsevier.es/homeopatia). [En línea] 02 de Junio de 2014. [Citado el: 20 de Octubre de 2020.] [www.elsevier.es/homeopatia](http://www.elsevier.es/homeopatia).
- Kent, James Tyler. 1994. Materia Médica Homeopática. Nueva Deli : B Jain Publishers Pvt. Ltd., 1994. ISBN-13: 978-8170214106.
- Leary, B. 1997. The homeopathic management of cholera in the nineteenth century with special reference to the epidemic in London. Londres : Med Ges Gesch., 1997.
- Los conceptos de peste y epidemia. Pino, Luis y Hernandez, Justo. 2008. 1, Madrid : Universidad de la Laguna la Rioja , 2008, Vol. 1.

- Mendoza, Nicandro. 2009. Farmacología Médica. México D.F : Editorial Médica Panamericana, 2009. ISBN: 978968798443.
- NASH, E.B. 1999. Fundamentos de terapeutica homeopatica. Buenos Aires : El ateneo, 1999. ISBN:13 : 978-9500201643.
- Nicolai, Ton. 2009. <https://www.elsevier.es>. [En línea] 01 de Septiembre de 2009. [Citado el: 20 de Septiembre de 2020.] <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-homeopatia-287-articulo-homeopatia-enfermedades-epidemicas-paises-desarrollo--S1888852609700359>. Observaciones sobre la Escarlatina. Hahnemann, Samuel. 1808. 160, Berlin : Allg Alzeig deutseben, 1808, Vol. 1.
- Pal, Partha y Ningthoujam, Gouri. 2019. <https://www.researchgate.net>. [En línea] International Journal of Advanced Ayurveda, Yoga, Unani, Siddha and Homeopathy , 20 de Septiembre de 2019. [Citado el: 10 de Septiembre de 2020.] [https://www.researchgate.net/publication/331637947\\_Research\\_Review\\_of\\_Genus\\_Epidemicus/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/331637947_Research_Review_of_Genus_Epidemicus/citation/download). ISBN:2320 – 0251.
- Pirra, G. 2008. Organon del arte de curar "En busca del pensamiento original de Hahnemann. Buenos Aires : Ediciones Avenida Cabildo, 2008.
- Rastros Visibles del enemigo invisible: las epidemias en la historia. Lopez, Maria y Cardona, Andres. 2020. 129, Bogotá : Asociación Nacional de Medicina de Colombia, 2020, Vol. 42.
- Rodriguez, Jose. 2006. Las enfermedades en las condiciones de vida prehispanica de Colombia. Bogotá : Universidad Nacional de Colombia, 2006. ISBN 9588063353.
- Ruiza, Fernandez y Tamaro, E. 2004. Biografias y vidas.com. [En línea] La enciclopedia bibliografica en linea, 05 de Enero de 2004. [Citado el: 25 de Octubre de 2020.] <https://www.biografiasyvidas.com>.
- Salud, Organización Panamericana de la. 2009. Principios de la transmisión de las enfermedades infecciosas. Londres : Organización Panamericana de la Salud, 2009.
- Shalts, Edward. 2005. Consistently proven effective. En: The American Institute of Homeopathy handbook for parents. San Francisco : Jossey Bass, 2005. ISBN 10078798033.
- Shepherd, D. 1996. Homeopathy in epidemic diseases. Londres : The C.W. Daniel Company Limited, 1996. ISBN-10 : 0852073054 ISBN-13 : 978-0852073056.
- Teixeira, Marcus Zulian. 2013. Homeopatía: ¿Un Enfoque preventivo de la medicina? Periodica Unam. 1, 2013, Vol. 82, 687.
- Tratamiento del Tifo o fiebre de los hospitales, actualmente Reinante. Hahnemann, Samuel. 1814. 6, Alemania : Alg. Anzeig. Der Deutschen, 1814, Vol. 2.
- Vannier, León. 1987. Terapéutica Homeopatica. México D.F : Porrúa, 1987. ISBN:9789700749488.
- Vijnousky, Bernardo. 2003. Tratado de Materia Médica Homeopatica. Buenos Aires : Organon, 2003. ISBN:13 : 978-8586625640.

# Recomendaciones para hacer de la homeopatía una medicina deseada por los millennials

María Josefa Roncallo \*- Alba Martilletti

\*roncallo2804@gmail.com <sup>1</sup>Fundación Universitaria Luis G. Páez, Bogotá, Colombia



## Resumen

Los millennials están buscando continuamente un bienestar integral, quieren consumir productos naturales y están abiertos a nuevas experiencias. Esto los hace usuarios idóneos de la homeopatía, sin embargo, no se han estudiado las percepciones que tienen sobre esta medicina. Este trabajo, pretende analizar percepciones que tienen los millennials que viven en Bogotá, Colombia sobre la medicina homeopática, para proponer contenidos novedosos que sean publicados en redes sociales.

Se realizó una investigación exploratoria descriptiva para categorizar cuentas de Instagram de homeópatas de la región, identificando temas principales y cómo comunicarlos. Además, se realizaron entrevistas a millennials de Bogotá, para indagar sobre sus conocimientos, experiencias, percepciones sobre la medicina homeopática y la relación que tienen con las redes sociales.

Se concluye que lo que más aleja a los millennials de la homeopatía es la desinformación. Algunas temáticas que suplen esos vacíos son: las enfermedades para las que está indicada, mitos y verdades, efectividad basada en estudios científicos, casos exitosos, medicamentos, puntos de venta y la consulta homeopática. Basados en los vacíos identificados y el marketing de contenidos se crearon lineamientos para desarrollar contenidos de homeopatía en Instagram, ya que es una de las redes sociales más usadas por esta generación. Los lineamientos son valiosos ya que le muestra a los médicos homeópatas cómo combatir la desinformación, cómo difundir asertivamente su práctica en Instagram y cómo acercar a los millennials a esta medicina.

**Palabras claves:** homeopatía, millennials, percepción, redes sociales, Instagram, marketing de contenido.

## Introducción

En la actualidad es de vital importancia, tanto para las diferentes industrias como para las empresas que las integran, crear estrategias dirigidas a entender los gustos, deseos y necesidades de sus públicos de interés, esto con el fin de poder crear medios que permitan acercarse a ellos, cautivarlos y atraerlos, para que se conviertan en su comunidad de clientes. Según un análisis en profundidad publicado en JAMA, las compañías farmacéuticas en Estados Unidos gastan al año en mercadeo 29.9 billones de dólares (1).

Siendo así, la homeopatía como un sistema médico complejo que busca darse a conocer y entregar su valor al mundo debe destinar esfuerzos y recursos en promocionarse. Para esto, como una primera medida es necesario identificar quien es su público de interés, es decir aquellas personas que por su perfil están abiertas a conocer, indagar y probar la medicina homeopática.

Según un informe del Natural Marketing Institute los millennials han estado expuestos a productos novedosos y servicios globales, por lo que son los primeros en adoptar y estar abiertos a nuevas ideas, por lo tanto a las MTCl (Medicinas Tradicionales, Complementarias e Integrativas) (2). Además, este mismo instituto declara que, “El 11% de los millennials usaron medicina homeopática en 2013, frente al 4% en 2009. En comparación, solo el 6% de los baby boomers y el 7% de los Gen Xers informaron haber usado medicamentos homeopáticos en 2013” (2). Todo lo anterior hace a los millennials el público objetivo idóneo hacia el cual se debe buscar difundir la homeopatía en el contexto local.

Para que la intención de promover la medicina homeopática en los millennials sea exitosa, es pertinente solucionar una problemática que hace referencia a: la falta de conocimiento de los médicos homeópatas sobre las percepciones que tienen sobre la homeopatía los millennials en la ciudad de Bogotá y por lo tanto no se han planteado recomendaciones para el diseño de contenidos en redes sociales, que entregue información relevante y que permita acercar este sistema médico complejo a ellos. Es por esto que este trabajo de investigación se dirige a entender, cuáles son las principales características que definen a esta generación y cuáles son los conocimientos, percepciones, creencias y experiencias que han tenido con la medicina homeopática. Todo lo anterior tiene como fin, encontrar hallazgos que permitan definir oportunidades para comunicar de manera atractiva y efectiva información sobre medicina homeopática a los millennials, cerrando la brecha, acercándolos a esta y aprovechando su disposición por el uso de las MTCl. Por otro lado, y como complemento a los resultados de ese proceso de indagación, se identificará una herramienta de comunicación, que se pueda traducir en una serie de pasos y buenas prácticas, que guíen a los médicos homeópatas en el desarrollo de contenidos informativos de impacto para los millennials.



## Materiales y métodos



2. Entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los millennials en la ciudad de Bogotá: se diseñó una entrevista semiestructurada y se ejecutó bajo el método de muestreo teórico, donde el número de entrevistas que se realizaron dependió de la saturación categórica y teórica de los resultados encontrados (59). Los criterios de inclusión para hacer parte de las entrevistas fueron ser un millennial y se excluyeron a médicos en el área de las MTCl. Dado que las entrevistas fueron realizadas en épocas de confinamiento por la pandemia de covid-19, estas fueron realizadas mediante videollamada y la población entrevistada se tuvo que adaptar a personas conocidas mas no cercanas al investigador, con la finalidad de evitar sesgos. Con las entrevistas se investigó sobre: los medios a través de los cuales esta

Se realizó entre diciembre de 2019 y noviembre de 2020 una investigación exploratoria descriptiva, en Bogotá, Colombia correspondiente al área de investigación de tecnología y salud, a la línea de población y salud y se desarrolló en las siguientes actividades:

1. Recopilación y análisis de las cuentas en Instagram que respondan a la palabra homeopatía: se realizó la red de cuentas de Instagram que respondían a la palabra homeopatía, con el propósito de caracterizar las cuentas, analizar el contenido de las cuentas e identificar buenas y malas prácticas. En cuanto a la caracterización de las cuentas, se determinó el lugar de procedencia de estas, la cantidad de seguidores y de publicaciones de cada una. Respecto al análisis del contenido de las cuentas, se reconocieron los temas relevantes y los tipos y estilos de comunicación. Por último, como lecciones aprendidas se identificaron buenas y malas prácticas que serían un primer insumo para la generación de contenidos.

población se comunica, consultan y transmiten información, las percepciones, supuestos y paradigmas que tienen los millennials de la ciudad de Bogotá sobre la medicina homeopática y validar cuales de los contenidos que se encontraron en las cuentas de homeopatía con más seguidores son del interés del público objetivo.

3. Generación de recomendaciones para la difusión de la homeopatía en Instagram: a partir del análisis de referentes existentes (cuentas de Instagram de homeopatía) y del estudio de campo (entrevistas semiestructuradas) se definieron temas de medicina homeopática que son de valor e interés para los millennials, y a través del marketing de contenidos se dieron lineamientos prácticos para la elaboración de contenidos.

## Consideraciones Éticas

Este estudio se rigió bajo el artículo 5 de la Resolución 8430 de Octubre 4 de 1993, donde dice que al realizar los estudios debe priorizarse el respeto a la dignidad y la protección del bienestar y derechos de los sujetos (60). También se rigió bajo el concepto de respeto del informe de Belmont, ya que para la realización de las entrevistas semiestructuradas se firmó un consentimiento informado previo (61).

En cuanto al riesgo del estudio, se consideró una investigación sin riesgo según el artículo 11 de la Resolución 8430 de Octubre 4 de 1993, ya que la intervención que se realizó fueron unas entrevistas semiestructuradas y no se generó una modificación de los aspectos biológicos, psicológicos o sociales de los participantes (60). Por todo lo anterior, se consideró que este estudio no requería de la evaluación de un comité de ética para su realización.

## Resultados

### Recopilación de las cuentas en Instagram que respondían a la palabra homeopatía



Se encontraron 50 cuentas en total y solo 16 tenían más de 1,000 seguidores. De esas 50 cuentas, 16 eran de Brasil, 12 de Colombia, 9 no se supo su procedencia, tres de Argentina, dos de México, dos de Ecuador, una de Uruguay, una de Venezuela, una de Estados Unidos, una de Portugal, una de España y una de Eslovaquia.

El país que tenía la cuenta con más seguidores fue Brasil, con el perfil de la Dra. Gabriela Rabello, médica homeópata, con 21.800 seguidores (4). Por otro lado, el segundo país con más cuentas fue Colombia, sin embargo, ninguna

Se encontraron 50 cuentas en total y solo 16 tenían más de 1,000 seguidores. De esas 50 cuentas, 16 eran de Brasil, 12 de Colombia, 9 no se supo su procedencia, tres de Argentina, dos de México, dos de Ecuador, una de Uruguay, una de Venezuela, una de Estados Unidos, una de Portugal, una de España y una de Eslovaquia.

El país que tenía la cuenta con más seguidores fue Brasil, con el perfil de la Dra. Gabriela Rabello, médica homeópata, con 21.800 seguidores (4). Por otro lado, el segundo país con más cuentas fue Colombia, sin embargo, ninguna de sus cuentas sobrepasaba los 1,000 seguidores, siendo la cuenta con más seguidores la de la farmacia Homeopática Mercy con 597 seguidores (5).

Sobre los tipos de cuenta 25 correspondían a personas naturales, 13 a farmacias, cinco a empresas de salud, tres a empresas de salud y de belleza, tres a asociaciones y una no se supo. Se vio que un gran porcentaje de cuentas eran de farmacias y al revisar el tipo de contenido que tenían estas, se evidenció que

muchas solo se dedicaban a promocionar los productos y abarcaban pocos o ningún concepto de la homeopatía, como por ejemplo en la cuenta homeopatía\_mercy, homeopatiafrancesa y biotechpharmaecuador (5)(6)(7).

Al revisar las cuentas también se identificó que habían diversas de estas que hablaban en lenguaje técnico, tales como homeopatia\_unicista\_lm\_ch la cual tenía únicamente 34 seguidores, homeopatia\_y\_salud con 240 seguidores, entre otros (8) (9). En contraste a lo anterior, se evidenció algunas cuentas con muchos seguidores en las que sus publicaciones daban información en lenguaje sencillo, entendible y con mensajes lo suficientemente desarrollados para comprender los conceptos.

Estas cuentas con mas seguidores fueron: dra.gabrielarabello con 21.800 seguidores, dra\_addrianasilvveira con 7.424 seguidores, clinica\_addrianasilvveira con 3.752 seguidores y juliana\_homeopatiaintegrativa con 5.326 seguidores, (4) (10) (11) (12).

Por otra parte, se seleccionaron de las 50 cuentas cuales tenían más de 1,000 seguidores, con el fin de evaluar el tipo de contenido que subían a Instagram. Para esto se excluyeron las farmacias y empresas de belleza ya que este tipo de cuentas se centraban más en vender productos que en promocionar a la medicina homeopática. Los contenidos que compartían las cuentas con más de 1,000 seguidores se encuentran en la tabla 1.

**TABLA 1. Contenidos de las cuentas de Instagram que tienen más de 1,000 seguidores y que difunden información sobre medicina homeopática**

- Historia, principios, párrafos del *Órganon del arte de curar*, como funciona
- Medicamentos: origen, presentaciones, potencias, que los inactiva, seguridad, exoneraciones, regresiones sintomáticas y ventajas
- Patologías para las que sirve
- Eficacia basada en artículos científicos y casos exitosos
- Uso de homeopatía por parte de líderes
- Diferencia de la homeopatía con la alopátia y con otras MTCI
- Diferencia entre las diferentes corrientes de homeopatía
- Las farmacéuticas alopáticas y su rol ante la homeopatía
- Mitos y verdades

Bogotá D.C., febrero de 2020, cuentas de Instagram que responden a la palabra homeopatía.

## Entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los millennials de la ciudad de Bogotá

Se entrevistaron a 15 personas con edades entre los 21 y 37 años, nueve eran mujeres y seis hombres. De ellos 13 tenían educación universitaria y dos estaban cursando el pregrado. En cuanto a sus actividades diarias más relevantes se encontraba realizar actividad física, trabajar, aprender, socializar y leer. Respecto a sus opiniones sobre la homeopatía la mayoría consideraron que es una medicina con una aproximación natural, que es más humana y que es un buen complemento para un estilo de vida saludable.

En cuanto a los temas que a ellos les gustaría conocer sobre la medicina homeopática y que mencionaron de forma abierta, son en orden de mayor a menor frecuencia: casos de éxito, enfermedades para las que sirve, medicamentos, eficacia, puntos de venta de medicamentos e historia. Por otro lado, los entrevistados seleccionaron de una lista cuales eran las temáticas que más les interesaba conocer sobre la homeopatía, las que fueron en orden de mayor a menor frecuencia: mitos y verdades, enfermedades para las que sirve, eficacia basada en estudios científicos, casos de éxito, consulta homeopática, medicamentos, diferencia de la homeopatía con otras MTCl, diferencia de la homeopatía con la medicina alopática, fundamentos de la homeopatía, uso por parte de personas influyentes y por último la historia.

Por otra parte, se indago sobre los aspectos que consideran los millennials que los acercan a la homeopatía, los cuales son: la disposición de esta generación por lo diferente, la creencia de que lo natural es más saludable, la creencia de que un estilo de vida saludable integra la mente, cuerpo y espíritu y la creencia de que

consumir medicamentos naturales es cuidar al medio ambiente. Por último, refieren que algo que los acerca es la precaución que tienen con la medicina alopática.

En cuanto a las cosas que los alejan de la medicina homeopática se encuentra la desinformación, los intereses económicos de las farmacéuticas alopáticas, las noticias falsas y la poca accesibilidad a los puntos donde se hacen consultas de homeopatía y donde venden medicamentos homeopáticos.

También los aleja las opiniones negativas de los médicos alopáticos que son vistos como expertos y la creencia de que por ser los medicamentos homeopáticos naturales tienen un alcance superficial.

En relación al mundo digital 14 de los entrevistados se consideraron muy cercanos a este mundo y de esos, diez mencionaron que la red social que más usaban era Instagram. Por otra parte, 13 de los 14 entrevistados dijeron que sí les gustaría que se hablara sobre homeopatía en Instagram ya que consideran que es un tema novedoso en esta red social.

Sobre lo que hace una cuenta de Instagram atractiva, consideran que lo más importante en orden de mayor a menor frecuencia es: que el contenido sea de valor, que las imágenes sean de alta calidad, que el contenido sea variado, que el contenido sea claro y conciso, que la cuenta sea interactiva y que se evidencie una estrategia de cuenta.

## Temáticas de la medicina homeopática que se deben comunicar a los millennials de la ciudad de Bogotá

Las temáticas de la medicina homeopática sobre las que se recomienda difundir información fueron definidas con base en tres fuentes, que son:

dos preguntas de las entrevistas que indagan cuales son los temas que a los millennials de Bogotá les gustaría conocer sobre la homeopatía y las temáticas que se difundían en las cuentas de Instagram de homeopatía, que correspondían a personas naturales y que tenían más de 1,000 seguidores. En la tabla número 2 se encuentran las temáticas de medicina homeopática que son de mayor impacto y que se deben comunicar a los millennials de Bogotá.

**TABLA 2. Temáticas de la medicina homeopática que se deben comunicar a los *millennials* de Bogotá**

|   |
|---|
| 1. Enfermedades para las que sirve la medicina homeopática  |
| 2. Mitos y verdades de la medicina homeopática  |
| 3. Efectividad de la medicina homeopática basada en estudios científicos  |
| 4. Testimonios de casos éxitos al usar medicina homeopática   |
| 5. Medicamentos homeopáticos (origen de los medicamentos, presentaciones, usos, efectos fisiológicos en el cuerpo humano, proceso de selección, contraindicaciones y efectos secundarios) |
| Nota: las temáticas no se encuentran en orden de importancia o frecuencia, todas son consideradas de igual relevancia.  |

Bogotá D.C., marzo de 2020, cuentas de Instagram que responden a la palabra homeopatía y entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los millennials de la ciudad de Bogotá.

## Lineamientos para la generación de contenidos de medicina homeopática en Instagram desde el marketing de contenidos

Para la creación de los lineamientos sobre los contenidos de medicina homeopática que deben ser publicados en Instagram, se tuvo en cuenta los seis pasos de la estrategia de marketing de contenidos y los resultados de las entrevistas realizadas en esta investigación. Además, se crearon dos pasos nuevos con la finalidad de llevar a los médicos homeópatas hasta el final, que es la publicación de información sobre homeopatía en Instagram.

Paso 1: Definir el objetivo específico y desarrollar el acrónimo SMART (Específico, Medible, Alcanzable, Relevante y definido en el Tiempo) de cada objetivo. Para este trabajo el objetivo fue presentar casos de éxito tratados con medicina homeopática con la finalidad de que los usuarios entiendan el proceso de curación al usar esta medicina. Se escogió esta temática ya que en las entrevistas se evidenció que lo que más querían conocer de la homeopatía es sobre casos de éxito. En la tabla número 3 se desarrolla porque el objetivo es SMART.

**TABLA 3. Objetivo específico, medible, alcanzable, relevante y definido en el tiempo**

| Objetivo   | Validar el Acrónimo   |
|--|---|
| Presentar tres casos de éxito que permitan entender el proceso de curación de las personas al usar medicina homeopática. Se desarrollará el objetivo en tres meses, presentando un caso por mes. | ¿Qué lo hace específico? Los casos de éxito se van a enfocar en el proceso de curación.   |
|  | ¿Qué lo hace medible? Validar si los casos suplen la necesidad informativa del público objetivo y profundizan en el proceso de curación.          |
|  | ¿Qué lo hace alcanzable? Un mes es tiempo suficiente para conseguir el paciente, recoger la información, escribir el caso y hacer la publicación. |
|  | ¿Qué lo hace relevante? Responde a una de las necesidades identificadas en los <i>millennials</i> entrevistados en este proyecto.                 |
|  | ¿Cuál es el tiempo? Cuatro semanas para construir cada caso.  |

Bogotá D.C., marzo de 2020, entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los *millennials* de la ciudad de Bogotá.

Paso 2: Definir el público al que estamos tratando de influir.

En este caso el público objetivo se definió con los datos recogidos en las preguntas de la entrevista: 1. ¿Cuál es su edad?, 2. ¿Género?, 3. ¿Cuál es su último estudio realizado?, 4. ¿Cuál es su ocupación actual?, 5. ¿Estado civil? y 6. ¿Cuál es la red social que más usa usted? La definición demográfica del público objetivo se encuentra en detalle en la tabla número 4.

TABLA 4. Definición demográfica del público objetivo

| Público Objetivo                            | Millennial  |
|---|---|
| Rango de edad                               | 21 a 37 años  |
| Género                                      | Mujeres y Hombres   |
| Estado civil                                | Solteros y casados  |
| Nivel educativo                             | Universidad y posgrado  |
| Ocupación actual                            | Estudiantes y trabajadores  |
| Redes sociales en orden de uso y relevancia | Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Tik Tok, Pinterest, Snapchat |

Bogotá D.C., marzo de 2020, entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los millennials de la ciudad de Bogotá.

Paso 3: Definir las cosas más importantes para nuestro público objetivo y desarrollar el acrónimo AIO (Actividades, Intereses y Opiniones).

El desarrollo del acrónimo AIO de nuestro público objetivo se definió con los datos recogidos en las preguntas: 10. ¿Cuénteme cuáles son las actividades más importantes de su rutina diaria?, 11. ¿Cuáles son sus temas de interés? y 26. ¿Cuál es su opinión sobre medicina homeopática? En la tabla número 5 se encuentra desarrollado de forma detallada el acrónimo AIO del público

TABLA 5. Actividades, intereses y opiniones del público objetivo

| Sobre el Público Objetivo                 | Millennial   |
|---|--|
| Actividades más relevantes de su rutina   | Ejercitarse, trabajar, aprender, socializar, meditar, leer, comer sanamente, ser consciente de la respiración, informarse (noticias), realizar quehaceres del hogar.   |
| Temas de interés                          | Cultura (cine, música, teatro, fotografía, historia, cultura global), cocina (gastronomía y nutrición), salud, ejercicio, negocios, espiritualidad, salud mental, ciencias del comportamiento, filosofía, sociedad y desarrollo.   |
| Opiniones más frecuentes sobre homeopatía | La perciben como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una medicina natural porque refuerza el proceso de autocuración, el origen natural de los medicamentos y el hecho de que son amigables con la naturaleza.</li> <li>• Una medicina con una visión humanística y holística.</li> <li>• Una medicina amable, ya que los medicamentos no son invasivos y no tienen efectos adversos.</li> </ul> |

Bogotá D.C., marzo de 2020, entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los millennials de la ciudad de Bogotá.

Paso 4: Identificar y conocer todo lo posible sobre la industria y competidores con el fin de desarrollar contenidos diferentes y que aporten un mayor valor.

Para conocer sobre los competidores de la industria se tomó la información de las cuentas de Ins-tagram que respondían a la palabra homeopatía y que tenían mas de 1,000 seguidores, la cual se encuentra en la tabla número 1. Además, con el fin de identificar contenidos de valor para los millennials sobre la homeopatía,

se analizaron los resultados de dos preguntas de las entrevistas que indagan sobre lo que les gustaría saber de esta medicina para ser sus usuarios. Las temáticas que más le interesan a los millennials sobre la medicina homeopática se encuentra en la tabla número 2.

Paso 5: Identificar maneras de medir los resultados.

Para tener una mayor seguridad de que se está dirigiendo por un buen camino al cumplimiento del objetivo y ante todo a entregar un valor al usuario, se recomienda medir tanto el proceso como el resultado de las publicaciones. En la tabla número 9 se encuentran los indicadores que miden el proceso y los resultados de las publicaciones.

**TABLA 6. Indicadores que miden el proceso y los resultados de las publicaciones de Instagram**

| Indicadores | Temas sobre los que hacen publicaciones  |
|-------------|--|
| Procesos    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Número de <i>likes</i> a la publicación.</li> <li>2. Número de interacciones (comentarios o preguntas) generadas por la publicación.</li> <li>3. Número de seguidores nuevos.</li> <li>4. Claridad de la información: para esto pida a seguidores cercanos que revisen la publicación y le cuenten, ¿Cuál es el mensaje principal? y ¿Qué aprendieron/entendieron de la publicación? Dependiendo de las respuestas haga ajustes en las siguientes publicaciones de ser necesario.</li> </ol> |
| Resultado   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de publicaciones generadas.</li> <li>• Número de personas que entienden el proceso de curación: para validar que recibieron el mensaje correcto respecto al proceso de curación en homeopatía, se puede hacer una encuesta de una muestra representativa o dejar una pregunta en la publicación ¿Qué opina del proceso de curación de la homeopatía?</li> </ul>  |

Bogotá D.C., marzo de 2020,  
investigador del trabajo de grado.

Paso 6: Documentar el plan. Para documentar el plan se pueden utilizar los formatos anteriores (tablas) o el formato de su pre-ferencia, lo importante es que se pueda organizar la siguiente información: el objetivo SMART, información demográfica del público objetivo, las actividades e intereses del público, las opiniones del público sobre la medicina homeopática, los temas que le interesan a este público sobre esta medicina y por último los indicadores con los que se están midiendo las publicaciones.

Paso 7: ¡Manos a la obra!

Antes de construir el caso, se deben identificar las enfermedades que sean de interés para su público objetivo y las patologías que les gustaría tratarse con medicina homeopática. Para esto puede hacer una investigación corta de escritorio y en el caso de estos lineamientos, se utilizo la información respondida en la pregunta 35. ¿Para qué tipo de enfermedades utilizaría usted la medicina homeopática?, la que se encuentra en la tabla número 7.

**TABLA 7. Enfermedades que les gustaría a los *millennials* tratarse con medicina homeopática**

| Tabla   | Definir publicaciones   |
|---|---|
| Enfermedades en las que les gustaría usar la homeopatía | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enfermedades crónicas: gastrointestinales (estreñimiento, dolor o distensión abdominal, gastritis), migraña, estados anímicos (ansiedad y depresión), trastornos del sueño, hipertensión arterial, diabetes mellitus, rinitis y alergias, hipotiroidismo.</li> <li>2. Enfermedades agudas: manejo del dolor e inflamación y condiciones musculares post-ejercicio.</li> <li>3. Preventivo y refuerzo del sistema inmune.</li> </ol> |

Bogotá D.C., marzo de 2020, entrevistas sobre percepciones de la medicina homeopática que tienen los *millennials* de la ciudad de Bogotá.

Luego de identificar las enfermedades que a los *millennials* les gustaría tratarse con medicina homeopática, se desarrolla una estructura para la construcción del caso clínico exitoso.

**TABLA 8. Construcción de casos de éxito**

|  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Breve descripción de la persona: género, edad y un nombre inventado.</li> <li>2. Tiempo desde que tiene la enfermedad.</li> <li>3. Contexto de la enfermedad: cómo era el entorno de la persona cuando le dio la enfermedad (actividades y rutinas, emociones que sentía en ese momento, relaciones interpersonales, entre otros).</li> <li>4. Tratamiento que recibió (medicamento homeopático).</li> <li>5. Duración del tratamiento.</li> <li>6. Proceso de curación, describir en detalle cómo fue este (ser lo más preciso posible).             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cambios sintomáticos a nivel anímico y energético.</li> <li>2. Cambios sintomáticos a nivel físico que percibió.</li> </ol> </li> <li>7. Interacción del paciente con el público: que recomienda o aconseja el paciente a las personas que se van a tratar con homeopatía.</li> <li>8. Cómo homeópata: datos expertos sobre el proceso de curación (ejemplo: el medicamento homeopático no solo trata síntomas físicos sino la esfera mental).             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estos son datos complementarios dados por el doctor que dan un conocimiento experto o técnico sobre el tema que se está desarrollando en el caso.</li> </ol> </li> <li>9. Generar interacción con el usuario: hacer una pregunta en relación con el objetivo que se está profundizando en el caso clínico ¿Usted tiene alguna dolencia física que asocia con un síntoma emocional?</li> </ol> |
|--|

Bogotá D.C., marzo de 2020, investigador del trabajo de grado.

Paso 8: ¡Crea tu pieza de comunicación! En este paso se tangibiliza la construcción del caso de éxito con base en la estrategia de marketing de contenidos, que en este caso en específico tiene como finalidad

difundir información de cómo es el proceso de curación con medicina homeopática.



FIGURA 1. Pieza de comunicación para publicar en Instagram Bogotá D.C., marzo de 2020, investigador del trabajo de grado.

Ella es SOPHIA y esta es su historia de por qué ahora está en bienestar: paciente femenina de 30 años, con historia de constipación severa de hace 15 años, la cual ha tratado con múltiples laxantes y en muchas ocasiones ha necesitado de supositorios, sin embargo, nada de esto lo mejora.

“Yo era una persona muy tranquila, estaba en paz, era muy feliz y soñadora, y justo después de ese susto que pase por el robo me empezó toda esta odisea de enfermedad”.

La paciente luego del robo que presencio vivía nerviosa, se asustaba fácilmente, tenía miedo a morir y refería que era muy irritable. Tanto le afectó ese suceso que en las noches a pesar de presentar un excesivo deseo de dormir, esto se le imposibilitaba ya que hasta el sonido del reloj la mantenía despierta.

Fue administrado el remedio Opium en dosis única, esa misma noche la paciente se sentía menos nerviosa, durmió durante 7 horas de forma ininterrumpida y al día siguiente pudo hacer deposiciones con muy poco esfuerzo y de gran tamaño.

SOPHIA nos recomienda “Cuando te tratas con homeopatía déjate sorprender porque la curación es casi inmediata”. Sabias que si tomas un medicamento homeopático este va a mejorar tus síntomas físicos, pero además va a generar un impacto en tu estado de ánimo. Si estas tomando un medicamento homeopático y estas mejor anímicamente, vas por el camino de la curación.

¿Usted tiene alguna dolencia física que asocia con un síntoma emocional?

## Resultados

### Análisis de las cuentas en Instagram que responden a la palabra homeopatía

Pese a que ha habido un esfuerzo por difundir información sobre la homeopatía en Instagram, menos de 1/3 de estas cuentas tienen más de 1,000 seguidores y ninguna de las cuentas que sobrepasa estas cifras de seguidores es proveniente de Colombia. Es por esto que sería valioso construir una cuenta de Instagram de procedencia colombiana que tenga una buena estrategia de marketing contenidos, con el fin de difundir información sobre homeopatía y acercar esta medicina a nuevas generaciones.

Sobre los tipos de cuenta se ve que la mayoría corresponden a personas naturales, seguido de farmacias y ya en un menor porcentaje a empresas de salud, de belleza y asociaciones homeopáticas. Es de tener en cuenta que una gran cantidad de cuentas corresponden a farmacias y el hecho de que muchas de estas porten el nombre de homeopatía y no expongan conceptos de esta medicina y además no vendan medicamentos homeopáticos, sino otros productos naturales, confunde a los usuarios sobre lo que es realmente la medicina homeopática.

Respecto a las diferentes formas de comunicación de las cuentas de medicina homeopática fue evidente que una característica que tienen en común las cuentas con más seguidores es que transmiten la información en lenguaje sencillo. Esto muestra que un ítem importante para tener en cuenta al momento de hacer las cuentas atractivas para los usuarios de Instagram es un lenguaje de comunicación universal, considerando que los usuarios de esta aplicación tienen conocimientos sobre diversas temáticas y no solo sobre medicina homeopática.

Por otra parte, respecto a los temas que comunican las cuentas de Instagram de medicina homeopática con más de 1,000 seguidores, se observa que estas abordan un amplio espectro de temas referentes a la homeopatía y tienen un hilo conductor al publicar contenidos. Con esto se puede determinar que las cuentas que articulan la información y que tienen un mayor rango de contenido podrían despertar un mayor interés en las personas ya que suministran una mayor cantidad de información. Así mismo el identificar y agrupar la información en categorías permite crear una estructura más ordenada y coherente a la hora de transmitirla, lo que permite al usuario desarrollar una asociación más rica entre los conceptos, dándole mayor claridad y entendimiento del tema.

### Análisis de las cuentas en Instagram que reponden a la palabra homeopatía



Dentro de las actividades que para los millennials entrevistados son más relevantes se encuentran: aprender, socializar y leer. Si valoramos las actividades que son relevantes para los millennials y lo correlacionamos con el hecho de que los millennials son muy allegados al mundo digital, podemos inferir que las redes sociales son el medio idóneo para acercar a esta generación a la medicina homeopática, ya que mediante las redes pueden realizar las tres actividades que para ellos son muy relevantes, socializar, leer y aprender.

Frente a las características que los millennials describen hacen las cuentas de Instagram más atractivas, se indago cuál de las que mencionan les parecen más relevantes. Respecto a esto, la mayoría concuerda con que las cuentas que brindan contenidos de valor son las más atractivas. Acá nuevamente se destaca la importancia de generar contenidos que estén pensados para aportar a la vida de los usuarios, lo cual se puede conseguir a través de la estrategia de marketing de contenidos.

Frente a los temas sobre los que les gustaría a los millennials conocer de la medicina homeopática en primer lugar hacen referencia a los mitos y verdades. El hecho de que quieran saber sobre los mitos de esta medicina muestra que mucha de la información que se recibe sobre la medicina homeopática proviene del voz a voz o de fuentes no fidedignas, la cual puede estar llena de supuestos y especulaciones. En uno de los estudios que analizo el National Health Interview Survey del 2012 en los Estados Unidos, se evidenció que solo el 19% de los usuarios de homeopatía asistían a consulta con un médico homeópata, es decir que a un 79% de los usuarios les indicaban medicamentos y les daban información sobre medici-

na homeopática personas diferentes a los especialistas en esta área (13). Darles información sobre mitos y verdades puede ayudar a que los millennials aclaren de forma práctica que es la medicina homeopática y sus conceptos, lo que conlleva a que le tengan una mayor confianza y se acerquen a esta medicina.

Por otro lado, también les interesa conocer sobre el tipo de enfermedades que trata la homeopatía, por lo que es importante determinar cuáles son los tipos de enfermedades que son de la preocupación de los millennials, para ser abordadas desde la homeopatía y así dar información de valor y relevancia a este público objetivo. Esto permite cumplir con el propósito del marketing de contenidos que hace referencia a entregar información valiosa y de calidad.

En un tercer lugar, les gustaría conocer sobre la efectividad de la medicina homeopática, dado por reportes científicos y casos de éxito. Esta información supliría la necesidad de este público objetivo de verificar la veracidad de la medicina homeopática desde dos fuentes de información: una desde la perspectiva de especialista y la otra desde personas con perfiles como los de ellos, que es lo que más cómodos los hace sentir a la hora de acercarse a un nuevo producto o servicio. La necesidad de veracidad es importante para ellos ya que al hablar sobre los atributos con los que identifican la medicina homeopática en las entrevistas, esta es la que menos les resuena.

Otro de los temas de interés de los entrevistados es profundizar en los medicamentos homeopáticos; función, uso, consumo, entre otros. De esto se puede inferir que los medicamentos homeopáticos al no ser comunes ni familiares para muchas personas generan en ellos curiosidad y cuestionamientos. Por el

contrario, para las personas los medicamentos alopáticos por diferentes que sean no les generan ningún tipo de cuestionamiento ya que estos medicamentos han sido los que han consumido durante toda su vida y son lo que ya tienen posicionado en su mente que van a funcionar. Entre las cosas que se deben posicionar de la medicina homeopática, además de conceptos sobre los medicamentos y casos de éxito, también es importante comunicar los lugares en los cuales las personas pueden tener acceso a medicamentos homeopáticos, ya que en múltiples ocasiones los entrevistados mencionan que desconocer sobre estos hace que no consideren a esta medicina para sus tratamientos.

Finalmente, dentro de los temas que mas les interesa saber se encuentra la consulta homeopática, ya que esta es una generación del aquí y del ahora y las experiencias son un tema muy importante para ellos. Para esta generación no solo la efectividad del producto es importante, sino también la experiencia que viven a través del servicio. Es por esto que obtener información sobre la consulta les llama la atención, ya que les da una idea de si el tipo de experiencia que van a vivir les parece interesante y les conecta. Además, la información sobre cómo es la consulta se vio que a muchos les genera curiosidad ya que se la imaginan muy diferente a la de la medicina alopática, e inclusive algunos no saben si el examen físico es el mismo.

Por otra parte, un tema muy relevante que se indago con los entrevistados fue el por qué creen que los jóvenes en Bogotá pueden ser más abiertos o cerrados hacia la medicina homeopática. La gran mayoría consideran que el hecho de que los jóvenes tengan una apertura

e interés hacia lo nuevo y diferente puede acercarlos. Esto se valida en un artículo del Natural Marketing Institute, donde afirman que los millennials son más abiertos a nuevas ideas y por lo tanto a utilizar nuevos productos y servicios (2). En un mismo nivel a la apertura mental, ellos consideran que los millennials pueden ser también abiertos a la medicina homeopática dado que tienen un interés hacia lo natural, lo que identifican en la homeopatía: en el proceso de curación, la composición de los medicamentos y el hecho de que no son nocivos con el usuario.

Algunos entrevistados, en menor porcentaje que los anteriores, dicen que los jóvenes pueden tener una mayor apertura hacia la homeopatía ya que hay una tendencia en esta generación hacia un estilo de vida saludable. Esta tendencia implica el consumo de productos y servicios que vayan en concordancia con estilos de vida saludables, los cuales identifican en el abordaje integral de la medicina homeopática y en lo amigable de sus medicamentos. Por otra parte, dicen pueden ser cercanos a esta medicina ya que ven en esta una mayor conciencia por el cuidado del medio ambiente. Esto es de gran relevancia para esta generación, ya que es un valor predominante en el 39% de los millennials, específicamente en los Hip-ennials y los Clean & Green Millennials (14).

Por último, creen que esta generación podría ser más afín y acercarse a la homeopatía, ya que tienen múltiples inconformidades respecto a la medicina alopática. Dentro de los aspectos con los que se encuentran inconformes de la medicina alopática, se encuentran: los químicos de los medicamentos, los efectos adversos de estos y los impactos medioambientales de

la industria farmacéutica alopática.

En cuanto a los aspectos que pueden hacer que los millennials se cierren a la homeopatía en primer lugar esta la desinformación, ya que esto conlleva al desconocimiento de esta medicina y a la creación de mitos, prejuicios y creencias erróneas, como por ejemplo que los medicamentos homeopáticos son efecto placebo. Con relación a esto, algunas personas mencionan que para que esto no suceda es necesario hacer cercanos los estudios científicos que avalan la efectividad de la homeopatía a las personas.

Otro aspecto que mencionan puede alejar a los millennials de esta medicina, es que las farmacéuticas alopáticas tienen un gran poder e intereses económicos que llevan a que desestimen a la medicina homeopática. Incluso uno de los entrevistados declara que constantemente se están publicando noticias falsas en contra de la homeopatía lo que lleva a la desinformación. Para esto, la única forma que se puede combatir es informando a las personas de todas las generaciones sobre la homeopatía.

Asimismo, expresan que otro de los aspectos que genera una lejanía de los millennials hacia la medicina homeopática es el desconocimiento de los puntos de venta de los medicamentos, lo que hace que no los consideren tan accesibles. Una persona adjudica que esta falta de accesibilidad se debe a que la medicina homeopática se enfoca más en el ser humano que en promocionarse y difundirse. Por otro lado, en un estudio el cual fue realizado en el 2016 en la ciudad de Barranquilla, se evidenció que para los vendedores de las farmacias alopáticas y naturistas, los medicamentos que tenían mayor aceptación en los clientes eran

los alopáticos (14). Si se tiene en cuenta esto, se puede especular que al ser los medicamentos alopáticos los que más aceptación tienen, las personas que venden en las farmacias van a preferir ofrecer estos medicamentos sobre los homeopáticos, lo que puede potenciar la falta de posicionamiento de este tipo de medicamentos.

Por otra parte, la mayoría expresan que la percepción que se tiene de los médicos alópatas como expertos frente a los temas de salud, podría generar esto. Algunos entrevistados expresan que hay muchos médicos alópatas que por motivos personales o paradigmas no creen en la homeopatía y esto puede llegar a desincentivar el acercamiento de las personas a esta medicina. Adicionalmente, expresan que la creencia que puede alejar a los millennials y que está más instaurada en la comunidad médica, es que los estudios científicos deben ser llevados a cabo bajo el mismo método de los estudios alopáticos y si no es así los resultados no deberían ser tenidos en cuenta. Aquí se percibe un paradigma médico que existe, y es que la única forma de comprobar la efectividad de medicamentos y tratamientos es mediante ensayos clínicos aleatorizados doble ciegos. Esto puede deberse a que muchos médicos alopáticos desconocen que en la homeopatía se aborda el paciente de forma individualizada y por esto a pesar de que todos los participantes del estudio compartan un síntoma principal, el medicamento acertado puede ser diferente para cada uno. Es por este desconocimiento que muchos médicos alópatas pueden no entender que realizar un ensayo clínico aleatorizado doble ciego no es necesariamente el método más acertado que pueden utilizar los médicos homeópatas.

Por todo lo anterior es importante acercar la homeopatía a los médicos alópatas, ya que de esta forma se puede llegar a los millennials y otros públicos. Se puede acercar a los médicos alópatas tratando de informarles a los que estén en su red de contacto sobre homeopatía o publicando información por los medios en que los médicos buscan, como las bases de datos científicas. Por último, refieren que una creencia que los aleja es que lo

natural es para enfermedades leves y que su acción es más demorada que la de los medicamentos alopáticos, ya que al estos últimos tener químicos van a actuar de forma más rápida. Esta creencia pudo haber sido instaurada y en el momento reforzada por la industria farmacéutica alopática, ya que una forma en que buscan vender los medicamentos alopáticos es haciendo referencia a su rápida acción, lo cual se puede quedar en la mente de las personas.



### Análisis sobre las temáticas de la medicina homeopática que se deben comunicar a los millennials de la ciudad de Bogotá

Se analizan las cinco temáticas de medicina homeopática sobre las que se debe comunicar a los millennials para acercarlos a esta medicina.

La primera temática hacer referencia al tipo de enfermedades que se pueden tratar desde la consulta homeopática, donde se debe tener en cuenta la respuesta a la pregunta de la entrevista que indaga las patologías que les gustaría tratarse los millennials con medicina homeopática. Se identifica que las enfermedades crónicas son las que los millennials más les gustaría tratarse con medicina homeopática por lo que

por lo que es de gran importancia potenciar la información publicada en cuanto a este tipo de enfermedades. Por otro lado, se evidencia que pocos millennials usarían la medicina homeopática para enfermedades agudas por lo que habría que suplir las necesidades de este público y mostrar la efectividad de esta medicina en este tipo de patologías, con el fin de acercar a estos jóvenes a la homeopatía.

Otra temática que suple los vacíos que tienen los millennials sobre la homeopatía son los mitos y verdades sobre esta medicina. El hecho de que esta generación quiera conocer sobre este tema puede exhibir que hay mucha información sobre esta medicina, pero que es proveniente de fuentes no fidedignas lo que genera confusión, especulaciones y escepticismo. Al suplir esta necesidad de los millennials, aportando conocimiento y esclareciendo las especulaciones de la medicina homeopática, se generará una mayor confianza en ellos respecto a esta medicina y se acercarán a esta. Entre otros de los temas que deben ser comunicados se encuentra la efectividad de la medicina homeopática basada en estudios científicos y los testimonios de casos de éxito.

Estas dos temáticas se relacionan y el hecho de que se recomiende hablar sobre ellas refleja el desconocimiento que existe por parte de los millennials sobre esta medicina y el deseo que hay por parte de esta población de que les demuestren que esta medicina sí es eficaz. Lo anterior lo podemos evidenciar en los resultados de las entrevistas, donde casi el doble y la mayor parte de los entrevistados relacionan la medicina homeopática con el atributo natural versus con lo eficaz. Adicionalmente, es importante tener en cuenta que, dependiendo del perfil profesional de la persona y su visión del mundo, algunos prefieren que la eficacia sea demostrada mediante estudios científicos y otros mediante casos de éxito. En definitiva, lo importante es tener en cuenta que dentro de los millennials existen diferentes perfiles profesionales por lo que al dar información sobre la eficacia de la medicina homeopática sería beneficioso abordarla desde una visión científica y paralelo a esto desde una visión más empírica como serían los casos exitosos.

Por último, se recomienda hablar sobre los medicamentos homeopáticos, ya que brindar una mayor información a los millennials sobre las características de los medicamentos podría generar una mayor confianza en ellos y hacer que tengan en cuenta o utilicen los medicamentos homeopáticos en siguientes oportunidades. Por otra parte, es relevante tener en cuenta que la mayor parte de los millennials entrevistados relacionan los medicamentos homeopáticos con lo natural, lo que puede ser por un lado positivo ya que consideran que estos medicamentos son menos invasivos, son más amigables con el cuerpo y con el medio ambiente y van más con el estilo de vida saludable que quieren llevar. Sin embargo, el hecho de

que relacionen los medicamentos homeopáticos con lo natural puede ser un arma de doble filo, ya que algunos entrevistados comentan que al atribuirle esta característica a los medicamentos puede hacer que las personas piensen que son inocuos e incluso placebo.

#### **6.4 Análisis de los lineamientos para la generación de contenidos de medicina homeopática en Instagram desde el marketing de contenidos**

Los lineamientos desarrollados se consideran de gran valor ya que se identificaron los vacíos y necesidades que tiene este público sobre la homeopatía y además se está detectando que se ha hecho bien hasta el momento para promover esta medicina en Instagram. Además, los resultados de las entrevistas a parte de ser usados para crear los lineamientos sirven como insumo para el desarrollo de otras estrategias de marketing de contenidos por parte de los médicos homeópatas.

Por otra parte, a la estrategia de marketing de contenidos se le adicionaron dos pasos que son de la autoría del investigador de este estudio y que se consideran relevantes. Se consideran relevantes ya que en estos dos pasos se muestra a los médicos homeópatas como tangible la estrategia de marketing de contenidos.

Por último, y no menos importante se hizo el concepto de marketing de contenidos cercano a los médicos homeópatas, la guía se estructuró desde un lenguaje simple, a través de un proceso que implica el desarrollo de pasos cortos, donde se llegó al diseño de una serie de formatos que pueden ser usados como herramientas de trabajo por los médicos homeópatas. Estas herramientas permiten repetir el proceso cada vez que el interesado decida generar una nueva estrategia para un tema diferente.

## Conclusiones

- Instagram es uno de los medios idóneos para la difusión de información sobre medicina homeopática a los millennials ya que está posicionada como una fuente de consulta, viene en aumento su uso, es una red de conexión masiva, es gratuita, fácil de usar, sus herramientas de comunicación generan una fuerte conexión emocional con los usuarios y la homeopatía es un tema novedoso en esta red.
- El mundo digital es de gran relevancia en las nuevas generaciones y si la homeopatía no se ajusta a los nuevos medios de comunicación esta podría volverse obsoleta para los jóvenes, quienes son y serán los usuarios del futuro.
- Existen muchas cuentas de Instagram colombianas que quieren difundir información sobre medicina homeopática, sin embargo, ninguna tiene una gran cantidad de seguidores, evidenciándose una oportunidad de mejorar la manera de aproximarse a los usuarios.
- Para que una cuenta de medicina homeopática en Instagram sea de valor e impacte positivamente a los millennials, los contenidos publicados deben: suplir los vacíos de esta población, abarcar las necesidades de diferentes perfiles, estar en lenguaje universal, ser claros y concisos y se deben usar imágenes atractivas y de alta calidad.
- Es valioso realizar unos lineamientos y formatos, basados en las necesidades de los millennials, que dirijan a los médicos homeópatas que quieren realizar un esfuerzo por difundir la homeopatía.

- Es innovador usar estrategias de mercadeo que usan otras industrias para cautivar a sus audiencias, como un medio para acercar la homeopatía a los millennials.

- Es importante ampliar la actual investigación, identificando cuáles son los otros segmentos de usuarios de la homeopatía y cuál es el tipo de información que les interesa y por qué los medios la consumen. Esto se debe hacer para determinar cómo aproximarse a otras poblaciones y mediante cuáles medios se debe realizar, con el propósito de masificar la información de la medicina homeopática, atraer más usuarios y promover que más personas se beneficien de las bondades de esta medicina.

### Agradecimientos:

Le agradezco a la Dra. Alba Martiletti por ser mi mentora, apoyarme y guiarme en este proceso tan bonito. Le agradezco a la Fundación Universitaria Luis G. Páez por darme la oportunidad de aprender con una alta calidad sobre medicina homeopática.

### Declaración de conflicto de intereses:

no hay conflictos de interés.

### Financiación:

los recursos utilizados fueron financiados por el autor.

## Referencias:

1. SCHWARTZ, Lisa M. and WOLOSHIN, Steven. Medical Marketing in the United States, 1997-2016. *JAMA - Journal of the American Medical Association*. 2019. Vol. 321, no. 1, p. 80–96. DOI 10.1001/jama.2018.19320.
2. KOEPEL, David. Millennials embrace alternative medicine. *CNBC* [online]. 2014. Available from: <https://www.cnn.com/2014/07/15/millennials-embrace-alternative-medicine.html>
3. GARCÍA CONSUEGRA, Freddy. Estudio de opinión sobre preferencias de los pacientes en la escogencia entre la medicina tradicional y alternativa en la ciudad de Barranquilla. *Dictamen Libre*. 2016. P. 17–32.
4. GÓMEZ, Luis. Conocimientos, actitudes y prácticas de algunos médicos colombianos acerca de la medicina alternativa y/o complementaria. *Universidad Manizalez* [online]. 2017. Vol. 17, no. 2, p. 326–337. [Accessed 19 February 2020]. Available from: <https://pesquisa.bvsalud.org/mtci/resource/es/biblio-882275>.
5. DOSSETT, Michelle L., DAVIS, Roger B., KAPTCHUK, Ted J. and YEH, Gloria Y. Homeopathy Use by US Adults: Results of a National Survey. *American Journal of Public Health* [online]. 1 April 2016. Vol. 106, no. 4, p. 743–745. [Accessed 19 February 2020]. DOI 10.2105/AJPH.2015.303025. Available from: <http://ajph.aphapublications.org/doi/10.2105/AJPH.2015.303025>.
6. RELTON, Clare, COOPER, Katy, VIKSVEEN, Petter, FIBERT, Philippa and THOMAS, Kate. Prevalence of homeopathy use by the general population worldwide: a systematic review. *Homeopathy* [online]. 1 May 2017. Vol. 106, no. 2, p. 69–78. [Accessed 7 March 2020]. DOI 10.1016/j.homp.2017.03.002. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28552176>.
7. RHEE, Taeho Greg, NG, Jeremy Y. and DUSEK, Jeffery A. Utilization and perceived benefits of homeopathy and herbal therapies in U.S. adults: Implications of patient-centered care. *Complementary Therapies in Clinical Practice*. 1 November 2017. Vol. 29, p. 9–15. DOI 10.1016/j.ctcp.2017.07.003.
8. ARENDT, Florian. Journalists' attitudes towards homeopathy: survey data from Germany. *Focus on Alternative and Complementary Therapies*. 1 March 2016. Vol. 21, no. 1, p. 17–21. DOI 10.1111/fct.12244.
9. ESSLING, E. and KHALAF, A. Pharmacy employees' self-rated knowledge, use and attitudes toward homeopathy: A comparative survey in Sweden and Germany. *European Pharmaceutical Journal*. 1 June 2019. Vol. 66, no. 1, p. 19–27. DOI 10.2478/afpuc-2018-0006.
10. BEER, André-Michael, BURLAKA, Ievgeniia, BUSKIN, Stephen, KAMENOV, Borislav, PETTENAZZO, Andrea, POPOVA, Diana, RIVEROS HUCKSTADT, María Pilar, SAKALINSKAS, Virgilijus and OBERBAUM, Menachem. Usage and Attitudes Towards Natural Remedies and Homeopathy in General Pediatrics. *Global Pediatric Health* [online]. 4 March 2016. Vol. 3, p. 2333794X1562540. [Accessed 19 February 2020]. DOI 10.1177/2333794X15625409. Available from: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2333794X15625409>

11. WISE, Jacqui. Liverpool residents vote to stop homeopathy funding by CCG. *BMJ (Clinical research ed.)*. 16 June 2016. Vol. 353, p. i3380. DOI 10.1136/bmj.i3380.
12. PLACHKINOVA, Miloslava, KETTERING, Vanessa and CHATTERJEE, Samir. Increasing exposure to complementary and alternative medicine treatment options through the design of a social media tool. *Health Systems*. 4 May 2019. Vol. 8, no. 2, p. 99–116. DOI 10.1080/20476965.2018.1529378.
13. DÍAZ, Claudia. Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials. *Clío America*. 2017. Vol. 11, no. 22, p. 188–204. DOI 0.21676/23897848.2440.
14. BVS MTCI. [online]. [Accessed 14 July 2020]. Available from: <http://mtci.bvsalud.org/acerca/>
15. MARTÍNEZ-SANZ, Raquel and GONZALEZ FERNÁNDEZ, Cristina. Comunicación de Marca en Instagram, ¿Una Cuestión de Género? El Rol del Influencer de Moda. *Masculinities and Social Change* [online]. 2018. Vol. 7, no. 3, p. 230–254. [Accessed 14 July 2020]. DOI 10.17583/MCS.2018.3693. Available from: <http://mcs.hipatiapress.comhttp://doi.org/10.17583/MCS.2018.3693>.
16. CANÓS, Jose Sebastián. Desarrollo de un sistema de seguimiento para Instagram [online]. Universitat Politècnica de València, 2017. Available from: <https://riunet.upv.es/handle/10251/87106>.
17. ROMERO, Patricia. Estrategia y Creatividad Digital [online]. Autònoma de Barcelona, 2017. Available from: <https://ddd.uab.cat/record/182032> V.
18. Qué es “Historias” de Instagram y en qué se diferencia de Snapchat - BBC News Mundo. *BBC mundo* [online]. 2016. [Accessed 18 March 2020]. Available from: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-36962958>
19. VENTURA, Berta. Instagram TV (IGTV): ¿qué es y cómo funciona? *Cyberclick* [online]. 2019. [Accessed 19 March 2020]. Available from: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/instagram-tv-igtv-que-es-y-como-funciona>
20. COLES, Linda. Instagram. In : JOHN WILEY & SONS (ed.), *Social Media for Business : Foolproof Tips to Help You Promote Your Business or Your Brand* [online]. Third. 2017. p. 121–134. ISBN 9780730345794. Available from: [https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.javeriana.edu.-co/lib/bibliojaveriana-ebooks/detail.action?docID=4908157&query=instagram#goto\\_toc](https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.javeriana.edu.-co/lib/bibliojaveriana-ebooks/detail.action?docID=4908157&query=instagram#goto_toc)
21. CHENG, Lifen. ¿DIGO LO QUE SIENTO Y SIENTO LO QUE DIGO? UNA APROXIMACIÓN TRANSCULTURAL AL USO DE LOS EMOTICONOS Y EMOJIS EN LOS MENSAJES EN CMC. *Journal of Communication* [online]. 2017. Vol. 15, p. 199–217. DOI <http://dx.doi.org/10.14201/fjc201715199217>. Available from: <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc201715199217>
22. QUERO, Jessica. ¿Cómo tener un feed de Instagram perfecto? [online]. 2018. [Accessed 19 March 2020]. Available from: <https://jessicaquero.com/feed-instagram/>

23. GONZÁLEZ, Nieves. El #hashtag ya tiene historia. ThinkEPI [online]. 2014. Vol. 8, p. 326–330. Available from: <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/29601>.
24. MADRIGAL, Cristina. INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA: EL CASO DE MADE WITH LOF [online]. Universidad de Sevilla, 2015. Available from: <https://idus.us.es/handle/11441/41561?>
25. POPHAL, Lin. HOW TO CREATE A CONTENT STRATEGY. Econtent [online]. 2016. Vol. 39, no. 2, p. 12–17. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://web-a-ebshost-com.ezproxy.javeriana.edu.co/ehost/detail/detail?vid=10&sid=9bb887cb-2d66-4838-b741-694f874d767f%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bth&AN=113400662>
26. GONZÁLEZ, Fabio. Introducción a la homeopatía. In : Fundamentos teóricos de la homeopatía. Primera. Bogotá : Instituto Luis G Páez, 2014. p. 19–27.
27. BELTRÁN DUSSÁN, Eduardo H. La homeopatía, un aporte al conocimiento [online]. Fundación Universitaria Luis. G Páez, 2016. [Accessed 7 March 2020]. Available from: <https://pesquisa-bvsalud-org.ezproxy.javeriana.edu.co/portal/resource/es/biblio-879301>
28. QUIROZ, Tomas. Energía vital-vitalismo. In : Fundamentos teóricos de la homeopatía. Primera. Bogotá D.C. : Páez, Instituto Luis G., 2014. p. 63–70.
29. DÍAZ, Javier. Ley de la semejanza. In : Fundamentos teóricos de la homeopatía. Primera. Bogotá D.C. : Páez, Instituto Luis G, 2014. p. 71–79.
30. GONZÁLEZ, Fabio. Ley de la individualidad. In : Fundamentos teóricos de la homeopatía. Primera. Bogotá D.C. : Páez, Instituto Luis. G, 2014. p. 80–84.
31. LOPÉZ, Luz Marina. Experimentación pura. In : Fundamentos teóricos de la homeopatía. Primera. Bogotá D.C. : Páez, Instituto Luis G., 2014. p. 100–113.
32. LÓPEZ, Luz Marina. Unicismo. In : Fundamentos teóricos de la homeopatía. Primera. Bogotá : Instituto Luis G Páez, 2014. p. 114–115.
33. VARGAS, Luz María. Sobre el concepto de percepción. Alteridades [online]. 1994. Vol. 4, no. 8, p. 47–53. Available from: <https://www-redalyc-org.ezproxy.javeriana.edu.co/articulo.oa?id=74711353004>
34. CAMBRIDGE DICTIONARY. ASSUMPTION. [online]. [Accessed 22 March 2020]. Available from: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/assumption>
35. WILSON, Edward. Biology and the Social Sciences. Daedalus [online]. 1977. Vol. 6, no. 4, p. 127–140. Available from: <https://www-jstor-org.ezproxy.javeriana.edu.co/stable/20024512>
36. GONZÁLEZ, Fredy. ¿Qué es un paradigma? Análisis teórico, conceptual y psicolingüístico del término. Investigación y Postgrado [online]. 2005. Vol. 20, no. 1, p. 13–54. Available from: <https://www.redalyc.org/pdf/658/65820102.pdf>.
37. BARTON, Christine, FROMM, Jeff and EGAN, Chris. The Millennial Consumer: Debunking Stereotypes [online]. 2012. [Accessed 15 March 2020]. Available from: [http://www.bcg.com/expertise\\_impact/Move aside baby boomers.](http://www.bcg.com/expertise_impact/Move%20aside%20baby%20boomers)

38. GÜVEN, Ordun. Millennial (Gen Y) Consumer Behavior, Their Shopping Preferences and Perceptual Maps Associated With Brand Loyalty. *Canadian Social Science* [online]. 2015. Vol. 11, no. 4, p. 40–55. DOI 10.3968/6697. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/298506301\\_Millennial\\_Gen\\_Y\\_Consumer\\_Behavior\\_Their\\_Shopping\\_Preferences\\_and\\_Perceptual\\_Maps\\_Associated\\_With\\_Brand\\_Loyalty](https://www.researchgate.net/publication/298506301_Millennial_Gen_Y_Consumer_Behavior_Their_Shopping_Preferences_and_Perceptual_Maps_Associated_With_Brand_Loyalty).
39. CARR, Caleb and HAYES, Rebecca. Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication* [online]. 2015. Vol. 23, no. 1, p. 46–65. DOI 10.1080/15456870.2015.972282. Available from: <https://web-a-ebSCOhost-com.ezproxy.javeriana.edu.co/ehost/detail/detail?vid=3&sid=d7300d7e-04cc-41f8-b091-bacb1bcc3074%40sessionmgr4008&bdata=JmxhbmC9ZXMMc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=100853950&db=a9h>.
40. LEXICO. Dictionary. LEXICO [online]. 2020. [Accessed 20 February 2020]. Available from: [https://www.lexico.com/definition/social\\_network](https://www.lexico.com/definition/social_network)
41. BROWN, Scott. Social networks. In : ELSEVIER SCIENCE & TECHNOLOGY (ed.), *Social Information : Gaining Competitive and Business Advantage Using Social Media Tools* [online]. Primera. Cambridge, 2012. p. 19–108. Available from: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.javeriana.edu.co/lib/bibliojaveriana-ebooks/reader.action?docID=1575042>.
42. ORTIZ, Esteban. The rise of social media. *Our World in Data* [online]. 2019. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
43. BUSINESS, FACEBOOK for. Aumentar el reconocimiento es muy fácil con la familia de apps de Facebook. FACEBOOK for Business [online]. 2020. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://es-la.facebook.com/business/goals/build-awareness>
44. WASSERMAN, Todd. 7 Content Consumption Trends That All Digital Leaders Need To Understand. Adobe [online]. 2019. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://cmo.adobe.com/articles/2018/8/7-content-consumption-trends-that-all-digital-leaders-need-to-understand.html#gs.v1nmvs>
45. HUTCHINSON, Andrew. Internal Research Shows that Facebook Usage is in Decline, in Favor of Instagram and WhatsApp. *Social Media Today* [online]. 2019. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://www.socialmediatoday.com/news/internal-research-shows-that-facebook-usage-is-in-decline-in-favor-of-inst/559366/>
46. MANGLES, Carolanne. Facebook is on the decline for Gen Z and younger Millennials, but why? | Smart Insights. [online]. 2018. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/facebook-marketing/is-facebook-on-the-decline-for-gen-z-and-younger-millennials/>
47. RAPHAEL, Rina. Facebook deletes alternative health pages as the war on fake news escalates. *Fast Company* [online]. 2018. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://www.fastcompany.com/90223904/facebook-deletes-alternative-health-pages-as-the-war-on-fake-news-escalates>

48. Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa. [online]. [Accessed 8 November 2020]. Available from: <https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>
49. ALEIXANDRE-BENAVENT, Rafael, CASTELLÓ-COGOLLOS, Lourdes and VALDERRAMA-ZURIÁN, Juan-Carlos. Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información Information and communication during the early months of Covid-19: infodemics, misinformation, and the role of information professionals. [online]. 2020. [Accessed 8 November 2020]. DOI 10.3145/epi.2020.jul.08. Available from: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
50. WONG, Xin L., LIU, Rose C. and SEBARATNAM, Deshan F. Evolving role of Instagram in #medicine. Internal Medicine Journal. 1 October 2019. Vol. 49, no. 10, p. 1329–1332. DOI 10.1111/imj.14448.
51. BARRETO, Jose. Social Media and Web Presence for Patients and Professionals: Evolving Trends and Implications for Practice. PM&R [online]. 2017. Vol. 9, no. 5, p. 98–105. [Accessed 27 February 2020]. DOI <https://doi.org/10.1016/j.pmrj.2017.02.012>. Available from: <https://www.clinicalkey.es/#!/content/playContent/1-s2.0-S1934148217302605?returnurl=null&referrer=null>
52. CONNECT SAFELY. The Parent's Guide to Instagram | ConnectSafely. Connect Safely [online]. 2018. [Accessed 18 March 2020]. Available from: <https://www.connectsafely.org/instagram/>
53. BUSINESS, FACEBOOK for. Instagram Business. FACEBOOK for Business [online]. 2020. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://es-la.facebook.com/business/marketing/instagram#>
54. CLEMENT, J. • Instagram: age distribution of global audiences 2020 | Statista. [online]. 2020. [Accessed 18 March 2020]. Available from: <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
55. MANGLES, Carolanne. How businesses use social media: 2017 report | Smart Insights. Smart Insights [online]. 2017. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/businesses-use-social-media-2017-report/>
56. QUESENBERRY, Keith. The Basic Social Media Mistakes Companies Still Make. Harvard Business Review [online]. 2018. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://hbr.org/2018/01/the-basic-social-media-mistakes-companies-still-make>
57. LAL, Akanksha. Digital Marketing: Redefining the Way Marketers Penetrate Markets. DAWN: Journal for Contemporary Research in Management [online]. 2018. Vol. 5, no. 1, p. 1–4. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://web-a-ebSCOhost-com.ezproxy.javeriana.edu.co/ehost/detail/detail?vid=44&sid=9bb887cb-2d66-4838-b741-694f874d767f%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bth&AN=131913437>

58. BALTES, Loredana. Content marketing - the fundamental tool of digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences [online]. 2015. Vol. 8, no. 2, p. 111–118. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://web-a-ebSCOhost-com.ezproxy-javeriana.edu.co/ehost/detail/detail?vid=2&sid=9bb887cb-2d66-4838-b741-694f874d767f%40sdc-v-sessmgr02&bdata=JmXhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=112384428&db=bth>.
59. CONLON, Catherine, TIMONEN, Virpi, ELLIOTT-O'DARE, Catherine, O'KEEFFE, Sorcha and FOLEY, Geraldine. Confused About Theoretical Sampling? Engaging Theoretical Sampling in Diverse Grounded Theory Studies. Qualitative Health Research [online]. 20 January 2020. P. 1–12. [Accessed 13 March 2020]. DOI 10.1177/1049732319899139. Available from: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/31959073>.
60. MINISTERIO DE SALUD. RESOLUCION NUMERO 8430 DE 1993 (Octubre 4). 1992.
61. COMISIÓN NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN DE SUJETOS HUMANOS DE INVESTIGACIÓN BIOMÉDICA Y DE COMPORTAMIENTO. Informe Belmont [online]. 1976. Available from: [https://medicina.unmsm.edu.pe/etica/images/Postgrado/Instituto\\_Etica/Belmont\\_report.pdf](https://medicina.unmsm.edu.pe/etica/images/Postgrado/Instituto_Etica/Belmont_report.pdf)
62. Homeopatía Integrativa (@dra.gabrielarabello) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/dra.gabrielarabello/>
63. Homeopatía Mercy (@homeopatía\_mercy) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/homeopatía\\_mercy/](https://www.instagram.com/homeopatía_mercy/)
64. BIOTECH PHARMA HOMEOPATÍA (@biotechpharmaecuador) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/biotechpharmaecuador/>
65. Homeopatía Francesa Borie (@homeopatíafrancesa) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/homeopatíafrancesa/>
66. Manipulação e Homeopatía (@miligrama.farmacia) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/miligrama.farmacia/>
67. Farmácia Homeopatía Santos (@homeopatíasantos) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/homeopatíasantos/>
68. Homeopatía Iridología (@dr\_david\_modera) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/dr\\_david\\_modera/](https://www.instagram.com/dr_david_modera/)
69. Homeopatía Unicista LM y CH (@homeopatía\_unicista\_lm\_ch) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/homeopatía\\_unicista\\_lm\\_ch/](https://www.instagram.com/homeopatía_unicista_lm_ch/)
70. Homeopatía y salud. (@homeopatía\_y\_salud\_) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/homeopatía\\_y\\_salud\\_/](https://www.instagram.com/homeopatía_y_salud_/)
71. Homeopatía Integrativa (@dra\_addrianasilvveira) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/dra\\_addrianasilvveira/](https://www.instagram.com/dra_addrianasilvveira/)
72. Otorrino & Homeopatía (@clinica\_addrianasilvveira) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/clinica\\_addrianasilvveira/](https://www.instagram.com/clinica_addrianasilvveira/)

73. Dra. Juliana Abigail Leite (@juliana\_homeopatiaintegrativa) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/juliana\\_homeopatiaintegrativa/](https://www.instagram.com/juliana_homeopatiaintegrativa/)
74. Homeopatía Veterinaria (@homeopatia.veterinaria) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/homeopatia.veterinaria/>
75. Homeopatia no Parto (@homeopatianoparto\_brasil) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/homeopatianoparto\\_brasil/](https://www.instagram.com/homeopatianoparto_brasil/)
76. HomeopatiasigloXXI (@homeopatiasiglo21) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/homeopatiasiglo21/>
77. Homeopatia Brasil (@homeopatiabrasil) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/homeopatiabrasil/>
78. Homeopatia Pernambuco (@homeopatiapernambuco) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/homeopatiapernambuco/>
79. ASCOHOM (@ascohom\_homeopatia) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: [https://www.instagram.com/ascohom\\_homeopatia/](https://www.instagram.com/ascohom_homeopatia/)
80. ACPAUHomeopatia (@acpauhomeopatia) • Fotos y videos de Instagram. [online]. [Accessed 9 June 2020]. Available from: <https://www.instagram.com/acpauhomeopatia/>
81. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTADISTICA. Poblacion de Brasil. IBGE [online]. 2020. [Accessed 20 February 2020]. Available from: [https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm\\_source=portal&utm\\_medium=popclock&utm\\_campaign=novo\\_popclock](https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock)
82. DANE. ¿Cuántos somos? [online]. 2018. [Accessed 20 February 2020]. Available from: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>
83. Why Are More Women Than Men on Instagram? - The Atlantic. [online]. [Accessed 27 February 2020]. Available from: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/06/why-are-more-women-than-men-on-instagram/485993/>
84. SAHA, Subhranil, KOLEY, Munmun, ARYA, Jogendra S., CHOUBEY, Gurudev, UPADH-YAYA, Shailaja, RASAILY, Bhupendra N., DATTA, Somnath, ROY, Aparna, MUKHERJEE, Sudeshna and MUNDLE, Malay. Patient preference for integrating homeopathy (PPIH) and attitude and satisfaction following integration within mainstream healthcare settings in West Bengal, India: The part 2 (PPIH-2) study. Focus on Alternative and Complementary Therapies. 1 June 2015. Vol. 20, no. 2, p. 81–88. DOI 10.1111/fct.12177.
85. KOLEY, Munmun, SAHA, Subhranil, ARYA, Jogendra Singh, CHOUBEY, Gurudev, GHOSH, Alope, DAS, Kaushik Deb, GANGULY, Subhasish, DEY, Samit, SAHA, Sangita, SINGH, Rakesh, BHATTACHARYYA, Kajal, GHOSH, Shubhamoy and ALI, Sk Swaif. Patients' preference for integrating homeopathy (PPIH) within the standard therapy settings in West Bengal, India: The part 1 (PPIH-1) study. Journal of Traditional and Complementary Medicine. 1 July 2016. Vol. 6, no. 3, p. 237–246. DOI 10.1016/j.jtcme.2015.03.001.