



**El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet  
y su contribución en la elección de terapia médica.**

**Autora: Luisa Carlota de Dios Ibarlucea  
Directora: Dra. Rocío Blay Arráez**

**Diciembre 2015**





Universitat Jaume I

Departamento de Ciencias de la Comunicación

1

---

Tesis doctoral

**El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet  
y su contribución en la elección de terapia médica.**

Autora: Luisa Carlota de Dios Ibarlucea

Directora: Dra. Rocío Blay Arráez

Diciembre 2015

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



## **Agradecimientos**

Al COMV, ICOMA y COMCAS.

A univale.

A la AMHB.

A la FEMH.y a la SEMH.

Al Rafael Torres y María Luisa Morales.

A Alfredo Ballester.

A Gualberto Díaz y Esther Polo.

A Pepa Crespo, Mar Muñoz y Marién Aparici.

A mis compañeros/as de Máster de IL3.

A mis amigos y colegas que han ayudado en la difusión de las encuestas.

A las personas con las que comparto grupos en las redes sociales de Facebook, Twitter y LinkedIn, sin su ayuda no hubiese sido posible este trabajo.

A Rafael López Lita por ponerme en el camino que me ha llevado hasta este trabajo.

A la Directora de esta tesis.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

## **Dedicatoria**

A mi familia y especialmente a mi madre y a mi padre.

A todas la personas que sufren enfermedad y no somos capaces de ayudar.

A todos los seres que no se dan por vencidos en su lucha por la verdad y la justicia.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«La crisis con que hoy nos enfrentamos no es una crisis cualquiera sino una de las grandes fases de transición que surgen de forma periódica en la historia de la humanidad. [...] Los inicios de esta transformación, de la transición de una concepción mecanicista a una concepción holística de la realidad, ya se comienzan a vislumbrar en todos los campos y es probable que se impongan en esta década. [...] Esta nueva visión comprende una teoría de sistemas, o integral, sobre la vida, la mente, la conciencia y la evolución; el correspondiente enfoque holístico de la salud y la enfermedad; la integración de los enfoques orientales y occidentales de la psicología y la psicoterapia; una nueva estructura conceptual para la economía y la tecnología; y, por último, una perspectiva ecológica y feminista que es espiritual por naturaleza y que dará origen a cambios profundos en nuestras estructuras sociales y políticas.»

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

## Índice

### Bloque I - Marco Introductorio

#### Capítulo 1

1.1. Título de la investigación -----	13
1.2. Motivación -----	15
1.3. Objeto de estudio y justificación de la investigación -----	23
1.4. Hipótesis -----	31
1.5. Aproximación a la metodología empleada -----	32
1.6. Fuentes documentales -----	39

### Bloque II - Marco Teórico

#### Capítulo 2

2.1. Contexto social de crisis de modelo social y económico -----	41
2.1.1. Crisis: cambio de modelo -----	41
2.1.2. La comunicación después de internet -----	51

#### Capítulo 3

3.1. “Percepción” como origen de “la imagen” y creación de “opinión pública” -----	68
3.1.1. Teoría de los sistemas -----	74
3.1.2. Identidad, imagen y cultura -----	80
3.1.3. Comunicación: puente entre realidad y percepción -----	86
3.1.4. Lenguaje como configurador de la percepción -----	91

#### Capítulo 4

4.1. Qué es la homeopatía -----	97
4.1.1. Historia de la homeopatía -----	97
4.1.2. Terapia médica o medicina natural o alternativa -----	102
4.1.3. Bases científicas -----	107
4.1.4. Situación en otros países -----	113

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su  
contribución en la elección de terapia médica.

## Capítulo 5

5.1. Mapa de públicos de la homeopatía -----	117
5.1.1. Industria farmacéutica -----	117
5.1.2. Laboratorios con productos de homeopatía -----	135
5.1.3. Comunidad médica -----	139
5.1.4. Terapeutas -----	150
5.1.5. Medios de comunicación -----	157
5.1.6. Usuarios -----	166
5.2. Imagen de la homeopatía -----	172
5.2.1. Percepción de la homeopatía -----	172
5.2.2. Anuncio de regularización del medicamento homeopático ----	184
5.2.3. La guerra de homeopatía -----	187

## Bloque III - Marco Empírico

### Capítulo 6:

6.1.- Metodología empleada en la investigación -----	202
6.1.1.- Revisión de la formulación de la hipótesis y objetivos del trabajo de campo -----	202
6.1.2.- Metodología empleada para el desarrollo del trabajo de campo --- -----	204

### Capítulo 7

7.1. Trabajo de campo 1º.- Análisis de relevancia en internet -----	209
7.1.1. Análisis de relevancia del término homeopatía <i>on-line</i> -----	209
7.1.2. En los medios de comunicación generalistas y científicos ----	219
7.1.3. En los medios de comunicación 2.0 -----	227
7.1.4. En publicaciones científicas en PUBMED -----	239
7.1.5. Conclusiones -----	250

### Capítulo 8

8.1. Trabajo de campo 2º- Encuestas público general -----	255
8.1.1. Cuestionario -----	256



8.1.2.	Muestra.	-----	260
8.1.3.	Resultados	-----	261
8.1.4.	Conclusiones	-----	271

## 8.2. Trabajo de campo 3º - Encuestas profesionales de la medicina

8.2.1.	Valencia	-----	274
8.2.1.1.	Cuestionario	-----	274
8.2.1.2.	Muestra	-----	277
8.2.1.3.	Resultados	-----	278
8.2.1.4.	Conclusiones	-----	285
8.2.2.	Nacional	-----	287
8.2.2.1.	Cuestionario	-----	287
8.2.2.2.	Muestra	-----	292
8.2.2.3.	Resultados	-----	294
8.2.2.4.	Conclusiones	-----	303
8.2.3.	Coincidencias y divergencias	-----	304

## **Bloque IV - Marco Conclusivo**

### **Capítulo 9**

9.1.	Conclusiones generales	-----	314
9.1.1.	Grado de conocimiento del término homeopatía por públicos.-		317
9.1.2.	Percepción e imagen de la homeopatía y claves de su construcción	-----	318
9.1.3.	Actitudes de públicos	-----	319
9.1.4.	Proceso de construcción de la imagen en la era de internet como determinante de la acción y cambio de percepciones	-----	321
9.1.5.	Relevancia del mismo. Comunicación y salud	-----	323

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su  
contribución en la elección de terapia médica.

**Capítulo 10** - Verificación de la hipótesis ----- 326

**Capítulo 11** - Líneas futuras de investigación ----- 333

**Capítulo 12** - Bibliografía ----- 334

## Bloque I - Marco Introductorio

### Capítulo 1

#### 1.1. Título de la investigación

“EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE LA HOMEOPATÍA EN LA ERA DE INTERNET Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA ELECCIÓN DE TERAPIA MÉDICA”

Con la aparición de internet se produce un importante cambio en el sistema de comunicación existente. De un modelo al servicio de la industria, basado en los grandes medios – *mass media* – y de carácter unidireccional estamos pasando a otro horizontal, interactivo, global e interpersonal.

Como dice Castells en *Comunicación y Poder*, con internet surge una nueva forma de comunicación llamada AUTOCOMUNICACIÓN DE MASAS que cambia los procesos de construcción de relaciones y de comunicación tanto en el tiempo como en el espacio.

«Las tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y la autocomunicación de masas) coexisten, interactúan y, más que sustituirse se complementan entre sí. [...]. La comunicación interpersonal es interactiva (el mensaje se envía de uno a otro con bucles de retroalimentación), mientras que la comunicación de masas tradicional es unidireccional. [...] Con la difusión de internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real y con la posibilidad de usar la comunicación punto a punto, estando al alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida. [...] A esta nueva forma histórica de comunicación la llamo *autocomunicación de masas*.»<sup>1</sup>

En esta nueva forma, el modelo cartesiano fracasa y emerge un nuevo modelo más sistémico. En que el poder está en cada persona y se democratiza. Queda

---

<sup>1</sup> CASTELLS, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial. Pg.88.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

pendiente resolver cómo damos solución a la incapacidad de manejar tanta información disponible y con ella construir conocimiento al servicio de la sociedad en lugar de ignorancia que la dañe.

Las relaciones entre públicos cambian de forma sustancial y los roles de poder también. Internet proporciona un canal de comunicación horizontal, no controlado y relativamente económico. Se habla en términos de igualdad, se pregunta y se cuestiona. Se comparte y se coopera. Se recibe y se emite información. Pero sobre todo, se construyen imágenes que condicionan las decisiones que tomamos, desde elegir una opción política, un supermercado, un colegio o una terapia médica.

Los movimientos culturales se construyen en torno a sistemas de comunicación, pero con internet cambia la forma de hacerlo. Esto se debe a lo que este medio trae consigo: acceso a la información y el compartir opiniones. Su difusión, en redes propias o en las de grupos a los que se pertenece, pero no solo del conocimiento sino también de las experiencias vividas.

Todo ello conforma un estado de opinión que condiciona, al margen de expertos y poder constituido, decisiones individuales, familiares y colectivas. Y algunas de ellas pueden ser trascendentes pues tienen que ver con la salud personal y pública y es ahí, donde se unen o encuentran disciplinas como la comunicación y la medicina.

«Ya nadie duda que la comunicación y la salud son una pareja de hecho desde hace mucho tiempo. [...] La comunicación para la salud se presenta como una potente herramienta de cambio de conductas individuales y colectivas.»<sup>2</sup>

Hasta hoy, los médicos emitían sus mensajes de acuerdo con un modelo unidireccional y los laboratorios farmacéuticos utilizaban sus canales convencionales: *mass media* y prescriptores. Sus hegemonías no eran puestas en

---

<sup>2</sup> CUESTA CAMBRA, U., MENÉNDEZ HEVIA, T., & UGARTE ITURRIZAGA, A. (2011). *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Madrid: Editorial Complutense. Pg. 34.

cuestión. Hoy los usuarios opinan, se informan y deciden. Y lo hacen en base a una nueva forma de comunicación y ese es el objeto de este trabajo.

## **1.2. Motivación**

La motivación para la realización de este trabajo radica en los siguientes ejes: mi doble formación como médico y comunicadora, el contexto actual y la tendencia hacia lo holístico y sistémico.

### **a) MI DOBLE FORMACIÓN: MÉDICO Y COMUNICADORA.**

Me licencié en Medicina y Cirugía en el año 1984 y mi formación fue la tradicional. Esa formación se dividía en dos grandes cuerpos de conocimiento: las Médicas y las Quirúrgicas. De algún modo podríamos decir que responden a dos formas de abordar la realidad, una mecánica y reparadora a la que debemos grandes avances en la restitución de la integridad del cuerpo ( fracturas, heridas, etc.), y la eliminación de aquello que le hace mal ( tumores, etc.): la Quirúrgica. En su desarrollo han colaborado de forma fundamental el avance tecnológico, la anestesia y las condiciones de higiene aportadas por los modernos hospitales y sus instalaciones.

La otra, la Médica, también conocida como Medicina Interna por la población, aborda desde otro punto al enfermo. En ella la historia clínica, las exploraciones y la experiencia del médico ayudaban a realizar un buen diagnóstico de la enfermedad. Una vez realizado éste, se prescribía el tratamiento.

A mí, desde el principio, me atrajo más este último modo de acercarme al enfermo por ser más global y ver a la persona como un todo. Es en ese servicio donde realicé mis prácticas mientras estudiaba mi carrera.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Ya entonces intuía que en esa forma de aproximarse a la enfermedad, donde el principio de todo era la etiología, presentaba un fallo de planteamiento: ¿por qué ante el contacto de muchas personas con mismo agente infeccioso sólo una parte de ellas enfermaba? Algo debía existir previo que influyese en la inmunidad, capacidad defensiva del organismo, y que fuese lo determinante a la hora de enfermar. Hoy 31 años más tarde sabemos que se llama Psiconeuroinmunología. La Psiconeuroinmunología (PNI) estudia la interacción entre los procesos psíquicos, el Sistema Nervioso, el Sistema Inmune y el Sistema Endocrino del cuerpo humano. Trabaja desde una perspectiva interdisciplinar que aglutina diversas especialidades: psicología, psiquiatría, medicina del comportamiento, neurociencia, fisiología, farmacología, biología molecular, enfermedades infecciosas, endocrinología, inmunología y reumatología.

El psiquiatra George F. Solomon, la define como:

«La Psiconeuroinmunología es un campo científico interdisciplinar que se dedica al estudio e investigación de los mecanismos de interacción y comunicación entre el cerebro (mente/conducta) y los sistemas responsables del mantenimiento homeostático del organismo, los sistemas: nervioso (central y autónomo), inmunológico y neuroendocrino, así como sus implicaciones clínicas. [...] La Psiconeuroinmunología debe proveer básicamente el conocimiento de la dinámica biológica de la medicina humana y de alternativas o técnicas médicas complementarias, y ofrece desarrollar nuevos modelos no lineales de salud y enfermedad.»<sup>3</sup>

Asimismo, está relacionado con una visión del hombre como un sistema, donde lo físico es sólo una parte y donde lo emocional, mental y espiritual son otras dimensiones a estudiar y contemplar para el restablecimiento de la salud del hombre.

---

<sup>3</sup> SOLOMON, G.F. (2001) Psiconeuroinmunología: sinopsis de su historia, evidencias y consecuencias. En *Segundo congreso virtual de psiquiatría*, Interpsiquis 2001. Mesa Redonda: Psicósomática.

En esos años 80 la evolución de la Medicina Interna fue encaminándose a la especialización y fragmentación como forma de abordar al paciente. Llegando a un modelo de especialidades que ven al hombre como partes o aparatos de manera independiente.

En esos mismos años por cuestiones personales y necesidad económica, comencé a trabajar en un medio de comunicación, la radio. En aquel tiempo el panorama mediático poco tenía que ver con el actual. Cuatro emisoras de radio a nivel nacional y una única televisión con dos canales de emisión.

La comunicación informativa la realizaban los grandes medios y sus profesionales eran los periodistas, que en aquellos tiempos se ejercía como un oficio y no tanto como profesión pues eran pocas las universidades que impartían la licenciatura de Ciencias de la Información. Entonces, los medios eran considerados el cuarto poder y su palabra era ley. Existía una clara separación entre los distintos profesionales de la comunicación: publicitarios y periodistas.

17

---

La comunicación comercial o persuasiva, la publicidad, era patrimonio de las agencias de publicidad y de los grandes anunciantes.

Existía una clara separación de estas dos áreas de acción comunicativa y entre sus profesionales que llega hasta el tiempo actual. Una separación determinada por los objetivos distintos de ambas: una la de informar, la otra la de vender.

Mi trayectoria profesional en comunicación ha pasado por el medio de comunicación, la agencia de publicidad de servicios plenos, el grupo de comunicación internacional y la consultoría de identidad, estrategia y comunicación.

En mi experiencia de más de 30 años he vivido en la comunicación, como en la medicina, una orientación hacia la especialización de disciplinas y no al acercamiento generalista de una visión integral de la organización o la persona.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

En mi trayectoria profesional y en mi formación autodidacta en comunicación he ido sintiendo y evolucionando del mismo modo que lo hice en la medicina en su día. Primero intuyendo que esa fragmentación producía un resultado disfuncional y segundo buscando o explorando nuevas formas de acercarse a la organización y las personas.

Así, he sido testigo histórico de una evolución encaminada hacia la especialización desde otra más generalista. Y hoy somos testigos de un contexto de crisis cuyo origen puede que radique en esa forma de entender la realidad, fragmentaria y especializada, que han compartido dos ciencias que en principio no tenían nada que ver pero que veremos están unidas de forma esencial: medicina y comunicación. Porque un organismo y una organización comparten ser sistemas abiertos que interactúan con el entorno y, en esas relaciones que establecen, la comunicación es clave en su buen funcionamiento.

Por ello a lo largo de estos años nunca he dejado de estudiar y explorar soluciones encaminadas a dar respuesta a nuevas necesidades que han ido emergiendo junto con el propio desarrollo de la sociedad. En este sentido, en lo que a medicina se refiere, en 1995 y 1998, dos Máster en Cuidados Paliativos; en 1999 Máster en patologías por errores nutricionales; y más recientemente, entre 2012-2014, Máster en Medicina Naturista, Acupuntura y Homeopatía. En el ámbito de la salud laboral, en 2009, Máster en Prevención de Riesgos Laborales (Técnico Especialista en Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial y Ergonomía y Psicología aplicada). Y en comunicación, en 2002 los cursos de doctorado y en 2010 el DEA en Ciencias de la Comunicación.

Así, con su experiencia la doctoranda ha llegado a la conclusión de que la salud en organizaciones y la salud en los individuos tienen una misma clave: LA BUENA COMUNICACIÓN.



Vivimos tiempos de cambio y desconcierto y es en ellos donde compartir conocimiento, abrir la mente e integrar disciplinas y visiones pueden resultar crítico para la construcción de un nuevo modelo.

En este trabajo de tesis se pretende integrar Comunicación y Medicina y en un contexto de gran relevancia: LA SALUD DE LAS PERSONAS. Y en concreto en cómo la imagen y el proceso de construcción de la misma en el momento actual, determina las decisiones de las personas en algo tan trascendente como la gestión de su salud. Para ello se ha elegido una disciplina que está “en cuestión” y es motivo de debate en nuestro país con especial virulencia desde el 2013: LA HOMEOPATÍA.

Y esa elección responde también a que esta disciplina es etiquetada, como veremos a lo largo de la investigación, de “NO CIENTÍFICA”. Este caso de estudio puede que nos ayude a ver si sólo existe un modo de juzgar la ciencia o si es necesario tener en cuenta los nuevos avances, conocimientos, tecnologías y visiones en la construcción de nuevos paradigmas científicos. Pero sobre todo, si ese acercamiento a esta disciplina en función de quién lo realice y qué percepción tenga, es determinante en la elección de una terapia.

## b) UN CONTEXTO

Vivimos en un contexto mundial de crisis del modelo social y económico que, según cada vez más autores, se debe al fracaso de un modelo incapaz de responder a las nuevas necesidades de un mundo global. Un mundo abierto que pone a disposición de cualquier persona información, culturas, problemas o soluciones. Un mundo donde todo puede ser puesto en cuestión por cada individuo o colectividad.

Donde el exceso de información abrumba al conocimiento, la disponibilidad de la misma es casi infinita y la capacidad de discriminar la adecuada y fiable de la que no lo es, está limitada a unos pocos que cuentan con el rigor profesional para hacerlo.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Donde las herramientas científicas para determinar la validez están puestas en cuestión por no responder a nuevos descubrimientos o no ser capaces de explicar determinadas cuestiones. Hoy el “NO ES CIENTÍFICO” es un arma arrojadiza empleada por demasiada gente sin rigor y con posibles intereses comerciales. Reportajes en los medios con poca verificación, estudios sin base científica, campañas de *marketing* con mensajes engañosos para vender libros o productos, investigaciones científicas ignoradas por intereses de la industria, afirmaciones cuyo objetivo es hacer *lobby* o simplemente conseguir la fama efímera de un escritor o el patrocinio de su trabajo o simplemente por desconocimiento o falta de rigor de personas que no se hacen conscientes de la responsabilidad que supone comunicar desde un medio de comunicación.

Donde los profesionales y los colectivos por ellos formados, las empresas o las administraciones públicas pierden credibilidad para unos ciudadanos que buscan la solución a sus necesidades de forma incansable recurriendo a todo lo que les es accesible: hoy la red y otras personas que consideran viven situaciones similares a las suyas.

Donde las empresas han de decidir si eligen criterios de rentabilidad o de ética.

Donde los *lobbies* y los medios de comunicación empiezan a perder poder debido a la emergencia de las redes sociales y los grupos anti-sistema.

Donde el poder ciudadano se hace patente y donde sus decisiones son tomadas, en gran medida, por su percepción más que por la realidad.

Donde la imagen es el criterio de decisión y elección de cada vez un número mayor de personas.

### c) UNA TENDENCIA: LO HOLÍSTICO Y SISTÉMICO

Nuestro modelo actual es un modelo mecanicista basado en una visión cartesiana del mundo. Ello ha determinado la economía, la ciencia, la educación, la sociedad y todo un sistema de valores que desde hace decenas de años ha influido a la sociedad y a las ciencias. Sus pilares son la estandarización, la segmentación, la especialización, los procesos en serie y el crecimiento ilimitado.

Hoy las consecuencias de ese modelo están afectando seriamente nuestra salud individual, social y planetaria. Y nos han conducido a eso que muchos han venido en llamar: CRISIS SISTÉMICA y que no es más que la expresión de la necesidad de un cambio de modelo que responda a una visión del mundo holística o sistémica. Como dice Joan Costa, la actitud holística-sistémica es sustancialmente integral e integradora, estructural y estructurante. No se trata de un concepto estático, sino orgánico, dinámico, interactivo. Explica la necesidad de entender una idea pragmática relativa al TODO y las PARTES. La necesidad de superar la idea de causa/efecto porque todas las partes del sistema son al mismo tiempo, causas desencadenantes y efectos causantes. Esto significa que cada parte del todo siempre es causa y efecto simultáneamente, por el hecho de que está conectada con las demás como partes de un sistema.

Hoy parece que lo que necesitamos es un nuevo PARADIGMA, una nueva visión de la realidad; una transformación fundamental de nuestros pensamientos, de nuestras percepciones y de nuestros valores.

Una nueva forma de entender el mundo donde los ejes son INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN que derivan de la complementariedad de entender que el todo es más que la suma de las partes. En situaciones de complejidad e incertidumbre como las que vivimos es necesario comprender que existen muchas aplicaciones de esta teoría y que prácticamente todas las ciencias se beneficiarán de ella para una mejor comprensión de sus procesos y efectos.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«El concepto de sistemas abiertos puede ser aplicado a niveles no físicos. Son ejemplos su uso en ecología, y la evolución hacia la formación de clímax (Whittaker); en psicología, donde los «sistemas neurológicos» se han considerado «estructuras dinámicas abiertas» (Krech): en filosofía, donde la tendencia hacia puntos de vista «transaccionales» opuestos a los «autoaccionales» e «interaccionales» corresponde de cerca al modelo de sistema abierto (Bentley)».<sup>4</sup>

Un sistema es un complejo de elementos en interacción ordenada. Y existen dos tipos: los abiertos en los que producen intercambios con el entorno y los cerrados donde las relaciones se limitan a los elementos que los integran. En estos últimos se tiende a estados de entropía, en cambio los sistemas abiertos despliegan procesos anti-entrópicos que apuntan al establecimiento de un orden, diferenciación y organización superiores. Dicho de otro modo, tienden a AUTO-ORDENARSE GRACIAS A LA INTERACCIÓN Y EL INTERCAMBIO.

«De acuerdo con la segunda ley de la termodinámica: Los sistemas cerrados deben alcanzar un estado de equilibrio en el cual el sistema permanece constante en el tiempo y los procesos se detienen. Los sistemas abiertos, en cambio, pueden alcanzar un estado estable, aunque, dado que los procesos de intercambio con el medio continúan, nunca entran en reposo completo.»<sup>5</sup>

En este contexto global demasiados fenómenos y paradojas quedan pendientes de explicar y es quizá a luz de estas nuevas visiones que seamos capaces de encontrar el camino.

---

<sup>4</sup> VON BERTALANFFY, L. (1989) *Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México: Fondo de cultura económica. Pg. 41.

<sup>5</sup> LEVY, A. (2007) *ECP - Estrategia, Cognición y poder. Cambio y alineamiento conceptual en sistemas sociotécnicos complejos*. Buenos Aires: Ediciones Granica. Pg. 35.

### 1.3. Objeto de estudio y justificación de la investigación

Antes de definir el objeto de estudio es necesario hacer mención y explicación de las bases teóricas sobre las que se asienta el objeto de esta tesis. Se comienza por el contexto de cambio en que nos encontramos desde fin del siglo XX, y que ha sido manifestado por muchos pensadores y filósofos en sus escritos ya desde los años 50 del pasado siglo, hasta las circunstancias factuales y actuales presentes en muchos medios de comunicación y motivo de conversación en muchas terrazas o cafeterías.

«Por mi parte, he llegado a la conclusión de que nuestra sociedad actual en conjunto se encuentra en una crisis similar. Todos los días podemos leer algo en los periódicos acerca de las numerosas manifestaciones de esta crisis. Nos enfrentamos a una inflación galopante y un alto índice de paro, a una crisis energética, a una crisis de la asistencia médica, a la contaminación y otros desastres ambientales, a una creciente oleada de violencia y criminalidad. La tesis de fondo de esta obra es que todos estos fenómenos no son más que distintas facetas de una única crisis, y que esta crisis es esencialmente de percepción.»<sup>6</sup>

23

---

Este cambio o crisis que es la expresión del fin de un modelo, el industrial y el inicio de otro, el de la sociedad de la información o postindustrial, conviviendo ambos en el mismo momento histórico.

«Y una cosa está muy clara. No estamos en una época de cambios. Estamos en un cambio de época de la humanidad. Y aún diría más, estamos en la tercera revolución industrial. Con las nuevas tecnologías nunca hemos estado tan solos y tan acompañados. Cuando paseo a mi perrita y paso por alguna terraza de bar, veo a dos chicas guapísimas sentadas con dos chicos fenomenales y veo a cada uno con su móvil enviando *whatsapp* o conectándose a las redes. Triste. Deja el móvil y mira a los ojos a quien tienes enfrente. Nunca hemos estado tan solos y tan acompañados.»

7

---

<sup>6</sup> CAPRA, F. (1992) *El punto crucial*. Buenos Aires: Troquel. Pg. 9.

<sup>7</sup> ABANCÉNS, J.A., (2014) Cambios sociológicos producidos por las nuevas tecnologías. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (8), pp.195–196.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Todo ello define un contexto que debe ser entendido y que es necesario conocer para abordar las conclusiones del estudio propuesto en esta tesis. Este contexto afecta a todos los ámbitos de la vida y nos sitúa en uno de esos momentos cruciales en la historia. Como dice Alvin Toffler en su libro *El cambio del poder*, hoy en día estamos atravesando por uno de esos pasajes asombrosos de la historia en los que toda la estructura del conocimiento humano sufre de nuevo las convulsiones del cambio a medida que las antiguas barreras se desploman.

Un cambio que se ve acelerado por la emergencia de un nuevo instrumento en la comunicación que hace que todo se transforme: internet. La incorporación de este nuevo sistema comunicativo supone una revolución comparable a la de la imprenta. En 1450 con Johannes Gutenberg nacía, en plena civilización humanista, la imprenta en Maguncia. Ello supuso la primera forma de comunicación, a través del texto impreso y el libro, en el sentido en que hoy la entendemos tanto como producción técnica como por la difusión de mensajes fijados sobre un soporte estable. Constituyendo entonces, toda una revolución social.

Hoy la capacidad de poner a disposición de todas las personas que tengan acceso a un ordenador, toda la información imaginable y en tiempo real supone un elemento fundamental en ese cambio de modelo que está produciéndose. Cambio que obliga a un replanteamiento de los modos de abordar la realidad.

«Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado. Las economías de todo el mundo se han hecho interdependientes a escala global, introduciendo una nueva forma de relación entre economía, Estado y sociedad en un sistema de geometría variable.»<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> CASTELLS, M. (1996) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1 México: Siglo XXI. Pg. 27.

Hoy es necesario incorporar ese nuevo paradigma que responda a la aceptación de que el universo es algo interconectado y holístico. Algo que fue y será, y que sabios y filósofos anteriores a la era industrial ya sabían, que otras culturas orientales ya integraban y que algunos intelectuales y pensadores apuntan desde hace años.

«En el siglo XX, sin embargo, la física ha pasado por varias revoluciones conceptuales que han puesto de manifiesto las limitaciones de la visión mecanicista del mundo; por esta razón, ha llegado a una visión ecológica y orgánica del mundo muy similar a la de los místicos de todas las épocas y tradiciones.»<sup>9</sup>

Y de otro, los nuevos descubrimientos científicos y tecnológicos que nos llevan a poder explicar de forma científica esa forma holística que, hasta hace poco, era considerada como mágica. Como indica Von Bertalanffy en su libro *Teoría General de los Sistemas*, la tecnología y la sociedad modernas se han vuelto tan complejas que los caminos y medios tradicionales no son ya suficientes. Cada vez más se imponen actitudes de naturaleza holística, o de sistemas, y generalista, o interdisciplinaria. En las ciencias modernas y las nuevas conceptualizaciones de la vida hacen falta nuevas ideas y categorías, las cuales, de una u otra manera; giran en torno al concepto de sistema.

Hoy el modelo preeminente, el industrial, se está viendo sustituido por una nueva visión más sistémica, multidisciplinar y transversal. Un modelo relacional que transforma la economía, la educación, la sanidad, la sociedad y el planeta.

«Vivimos en una era de bifurcación en medio de una transformación fundamental de nuestro mundo: en un macrocambio. [...] El cambio de la realidad que

---

<sup>9</sup> CAPRA, *El punto crucial*. Pg. 51.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

experimentamos tiene que ver con la manera en que nos relacionamos entre nosotros, con la naturaleza y el cosmos.»<sup>10</sup>

Y en ese proceso de sustitución de modelos se puede apreciar el desconcierto o la incapacidad para entender y explicar porqué lo que antes funcionaba ahora ya no lo hace. Cuesta cambiar una forma de ver, un modelo mental. Cuesta creer que la forma de mirar y abordar la realidad empleada ya no sirve. Cuesta aceptar que existen otros planteamientos que al menos debería tratarse de conocer desde una actitud de apertura y entendimiento, para luego integrar o no, lo nuevo en la forma de acción.

«La mayoría de problemas que enfrenta la humanidad se relacionan con nuestra ineptitud para comprender y manejar los sistemas cada vez más complejos de nuestro mundo.»<sup>11</sup>

En este nuevo modelo emergente, la comunicación se erige clave para su buen funcionamiento. Tanto organizaciones como individuos comparten ser sistemas abiertos y los sistemas abiertos están en permanente estado de dinamismo o movimiento. Interactúan permanentemente entre ellos y el entorno, y esa interacción se produce gracias a la comunicación. Cuando la comunicación fracasa el sistema se torna disfuncional, enferma y si no se reajusta se extingue o muere.

«Esta posición holística enlaza directamente con la idea orgánica de sistema: la sistémica, que es una ciencia fusionada con la ciencia de la comunicación y con las ciencias de la acción.»<sup>12</sup>

En ese nuevo modelo cobra protagonismo el individuo en su diferencia y en su intervención particular e insustituible como parte del sistema. Un individuo que se relaciona y establece vínculos con otros y de esa interacción, es de donde surgen nuevas formas de hacer que provienen de nuevas formas de ver.

---

<sup>10</sup> LASZLO, E. (2010) *El cambio cuántico. Cómo el nuevo paradigma científico puede transformar la sociedad*. Barcelona: Kairos. Pg.11.

<sup>11</sup> SENGE, P. (1990) *La quinta disciplina*. Buenos Aires: Granica. Pg. 25.

<sup>12</sup> COSTA, J. (2009) *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones. Pg. 50.



«En un sistema sano —sea éste un individuo, una sociedad o un ecosistema— existe un equilibrio entre la integración y la autoafirmación.»<sup>13</sup>

Es en ese contexto donde el lenguaje y los modelos mentales son la clave. Ambos son los que configuran no sólo la realidad sino algo que la condiciona: la imagen. La imagen emerge como la desencadenante de la acción.

La imagen, como veremos en su apartado, es propiedad del consumidor y depende en su construcción tanto del significado de los mensajes como de las acciones realizadas. Palabras y hechos configuran la imagen que determinará la actuación/decisión del individuo.

El conocimiento de la imagen percibida y de las claves que engendran su construcción en la era de internet, también se analizarán en las siguientes líneas.

27

---

Se verá cómo ha evolucionado la comunicación y ha pasado ser considerada una ciencia y cómo en el nuevo modelo, se ha visto la necesidad de plantearla desde un punto de vista sistémico.

«Sorprende que uno de los aspectos más importantes para el ser humano, su bienestar (o salud, en el sentido más amplio) y la comunicación que interviene en este bienestar, tardaran tanto en adquirir un estatus académico reconocido.»<sup>14</sup>

También es necesario conocer la situación actual y el objeto central de este estudio: la homeopatía. Debemos conocer su identidad para poder enfrentarla a su imagen percibida por los diferentes públicos y, en especial, por la opinión pública.

---

<sup>13</sup> CAPRA, *El punto crucial*. Pg. 47.

<sup>14</sup> CUESTA CAMBRA. *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Pg. 10.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Conocer la realidad de la disciplina para poder confrontarla con la imagen de la misma ya que se trata de una disciplina cuestionada y polémica. Saber si esas carencias y afirmaciones de las que se le acusa son ciertas y tienen alguna base sobre la que apoyarse, o son producto de modelos mentales y la subsiguiente configuración de una imagen determinada y qué proceso tiene la construcción de la misma.

«El enfoque cartesiano ha tenido mucho éxito especialmente en el campo de la biología pero también ha limitado los posibles caminos de la investigación científica. El problema está en que los científicos, alentados por el éxito obtenido tratando a los organismos vivos como máquinas, tienden a creer que estos organismos son sólo máquinas. Las consecuencias negativas de esta falacia reduccionista se han vuelto clarísimas en la medicina; los médicos, suscritos a la imagen cartesiana del cuerpo humano como un mecanismo de relojería, no pueden entender muchas de las principales enfermedades presentes en el mundo de hoy.»

15

Descubrir la relación entre la identidad (lo que es), la cultura imperante (que conforma los modelos mentales), la imagen (lo que la gente percibe de ella) y la comunicación y sus nuevas claves como constructora de esa imagen, es el objeto del marco teórico de esta tesis en Ciencias Sociales.

Porque Ciencia es también ayudar a clarificar la verdad y a discriminar lo cierto de lo supuesto. Hoy la ciencia responde a un paradigma cartesiano que posiblemente ya no sirve para explicar determinados fenómenos, no sólo en el ámbito médico sino en el comunicativo. En este cambio de paradigma quizás la ciencia sea uno de los campos en que más se aprecie esa evolución integradora.

«La propia ciencia se encuentra a las puertas de un cambio de paradigma. El nuevo paradigma nos proporciona una comprensión más profunda de la naturaleza de los cambios cuánticos en sistemas complejos, tanto naturales como sociales. Los

---

<sup>15</sup> CAPRA, *El punto crucial*. Pg. 65.

sistemas complejos no evolucionan sin problemas, paso a paso, son muy poco lineales.»<sup>16</sup>

Es desde esa visión, que se explicará en profundidad en el apartado destinado al marco teórico, donde se fijan los objetivos que se persiguen con esta investigación y que permitirán validar o no la hipótesis de la misma:

- Determinar el grado de conocimiento de la homeopatía entre los usuarios de internet.
- Conocer la percepción de la homeopatía y las claves de la construcción de su imagen, tanto en el usuario de terapias médicas, como en los profesionales de la medicina.
- Explorar las actitudes de los públicos en relación a:
  - o Su predisposición a su utilización.
  - o La conveniencia de su utilización como arma terapéutica.
  - o El profesional más idóneo para juzgarla o prescribirla.

La imagen se erige en determinante de decisiones que trascienden de la persona a la sociedad. En caso de ser cierta esta afirmación, se constataría un cambio importante ya que el mensaje experiencial, de otro individuo o de uno mismo, emergería como el más poderoso en la toma de decisiones. Todo ello independientemente de la posición al margen del sistema que denote la palabra ALTERNATIVA y situando la credibilidad del usuario por encima del profesional identificado como prescriptor ideal. Lo que implica DOS IMPORTANTES RIESGOS:

- TRASFERIR EL USO DE TERAPIAS A MANOS DE PERSONAS CON INSUFICIENTES CONOCIMIENTOS y cualificación profesional.

«En el vacío legal existente los pacientes pueden ser los más perjudicados. El peligro más evidente se deriva, más que de la utilización en sí de la terapéutica

---

<sup>16</sup> LASZLO.E.. *El cambio cuántico*. Pg. 12.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

homeopática, de la posible privación de un tratamiento efectivo, ya que los “no médicos” no tienen preparación para establecer un diagnóstico que les permita evaluar la situación del paciente lo más objetivamente posible con vistas a indicar la estrategia terapéutica apropiada, homeopática o convencional, o ambas.»<sup>17</sup>

- NEGAR LOS BENEFICIOS DE INCORPORAR DETERMINADAS TERAPIAS EN EL TRATAMIENTO A LOS ENFERMOS, cuando no poseen efectos adversos y pueden ser complementos muy apreciados en el tratamiento de enfermedades.

«Los Efectos Adversos, aunque sólo nos limitemos a los de los medicamentos, provocan muchas muertes, comparables en EEUU con la mortalidad que provocan los accidentes de tráfico, medicalización, iatrogenia y ética de las relaciones con la industria farmacéutica.»<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> MANTERO DE ASPE, M. (2000) *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

<sup>18</sup> GONZÁLEZ, B.(2009) *Medicalización, iatrogenia y ética de las relaciones con la industria farmacéutica*. Tesis Máster, Universidad del País Vasco.

#### **1.4. Hipótesis**

En el nuevo modelo de comunicación abierto y global, donde se confunden los roles de emisores y receptores, consumidores y productores de información, la imagen constituye tanto un elemento determinante en las decisiones que trascienden de la persona a la sociedad como en el proceso de la construcción de esa imagen, donde juega un papel fundamental el entorno próximo.

La comunicación interpersonal se erige en estratégica e incontrolable en este nuevo panorama, donde los emisores tradicionales, prescriptores, medios de comunicación, industria y expertos ven como la visión del establishment es cuestionada y camina en sentido contrario a la actuación de los ciudadanos, incluso en temas tan importantes como la gestión de su propia salud.

Esto es lo que está sucediendo con la homeopatía, disciplina muy controvertida entre la comunidad médica y científica que ven cómo, pese a su campaña de descrédito, los usuarios son cada vez más numerosos y con experiencias más positivas. Estas experiencias son clave a la hora de decidir la aceptación o no de un producto (médico/farmacéutico), la compra del mismo e incluso su administración.

Ante esta situación sería necesario el conocimiento del proceso de construcción de imagen de la misma con internet, así como del estado de la comunicación entre médicos y usuarios y la reflexión sobre las causas y efectos resultantes del mismo.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

### 1.5. Aproximación a la metodología empleada

La metodología empleada en esta tesis doctoral puede resumirse y estructurar en los siguientes apartados, que después serán descritos con más detenimiento.

ETAPA DOCUMENTAL EXPLORATORIA	TRABAJO DE CAMPO 1 Análisis contenido de internet	TRABAJO DE CAMPO 2 Investigación cuantitativa	ETAPA CONCLUSIVA
Estudio documental, aproximación al objeto de estudio desde diferentes perspectivas.	Búsqueda de contenidos web sobre la imagen de la homeopatía y en los medios de comunicación y medios científicos.	Selección de las muestras de conveniencia. Público 1: Usuarios de internet Público 2: Colectivo médico (Valencia y nacional)	Trabajo de contraste de los distintos resultados obtenidos en el trabajo de campo 1 y 2.
Revisión y análisis del estudio realizado por el laboratorio de Homeopatía Boiron	Análisis de la relevancia del contenido encontrado en el rastreo realizado en internet y otros medios.	Elaboración de los distintos cuestionarios.	CONCLUSIONES DEFINITIVAS. REVISIÓN DE LA HIPÓTESIS DE PARTIDA
Determinación de los públicos relevantes en el sector de la homeopatía y para el objeto de estudio.	PRIMERAS CONCLUSIONES	CONCLUSIONES DE CONTRASTE	Futuras líneas de investigación.

#### 1.5.1 ETAPA DOCUMENTAL EXPLORATORIA

En la etapa documental se realiza una síntesis de las lecturas estudiadas por la doctoranda en los últimos 20 años sobre comunicación, gestión de organizaciones, marketing, modelos mentales, percepción, neuromarketing, sociología, economía, innovación en sociología, psicología y medicina. Es importante destacar que la metodología de estudio empleada en la revisión documental durante estos años, es el subrayado de libros y la recogida de citas en documentos de *Word*, en algunas

ocasiones sin indicación de página. Esta es la causa de que en las citas de esta tesis, no figure la referencia a su numeración. También se suma a ésta revisión documental diversos congresos, ponencias, mesas redondas y jornadas relacionadas con las CAM (Complementary Alternative Medicine) o la comunicación y la salud.

Respecto al contenido del marco teórico, la investigación hace un recorrido desde el contexto de cambio más global del modelo social y económico en el que nos encontramos hasta la aproximación a la coyuntura actual del sector de la homeopatía, objeto de esta investigación. Para esta revisión exploratoria ha sido fundamental tener de referencia las investigaciones previas realizadas sobre la percepción de la homeopatía llevada a cabo por el laboratorio Boiron. Por supuesto, un capítulo relevante del marco teórico y que cabe destacar, es el destinado a realizar una revisión sobre el origen y la configuración de la imagen y el papel que juega la comunicación en su construcción.

Esta etapa es fundamental para asentar las bases de la tesis doctoral y poder finalizar formulando el mapa de públicos clave, para la homeopatía en España. Esto nos lleva a una revisión exhaustiva de cada uno de los colectivos susceptibles de tener una vinculación con ésta terapia alternativa y conocer su posicionamiento e intereses de manera individual. Este apartado será determinante a la hora de seleccionar las distintas muestras para la puesta en marcha del trabajo de campo.

### 1.5.2. MARCO EMPÍRICO

Una vez extraídas las conclusiones del marco teórico, se determinan los objetivos que el marco empírico debe perseguir con el fin de profundizar en aquellas cuestiones que no han quedado resueltas y que deben servir para validar o refutar la hipótesis de partida. Por tanto, los objetivos del marco empírico son:

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

1º.- CONOCER LA INFORMACIÓN que tiene cualquier usuario de internet a su disposición sobre la homeopatía.

2º.- REVISAR EL POSICIONAMIENTO que tienen los líderes de opinión (medios de comunicación, redes sociales especializadas en medicina alternativa y publicaciones científicas) sobre la homeopatía.

3º.- APROXIMARSE A LA IMAGEN que tiene la sociedad española sobre la homeopatía y conocer su experiencia y consumo.

4º.- ANALIZAR LA IMAGEN que tiene el colectivo médico valenciano y español sobre la homeopatía y si la prescriben o no y en qué ocasiones.

Y con estos objetivos como hoja de ruta de la investigación, se inician los distintos trabajos de campo.

### 1.5.3 TRABAJO DE CAMPO 1: ANÁLISIS DE CONTENIDO DE INTERNET.

El marco empírico comienza con un exhaustivo rastreo en internet para determinar la relevancia del término homeopatía y poder analizar así los contenidos generados en la red. En dicho rastreo han sido importante tanto las percepciones por parte de diversos colectivos, las informaciones, opiniones o fuentes de dicha información a través del buscador de referencia, *Google*. La intención de la doctoranda es ofrecer una foto o retrato de lo que cualquier usuario de internet encuentra en una búsqueda.

A esta revisión de la relevancia del término homeopatía hay que añadir la revisión del posicionamiento que tienen ciertos líderes de opinión en la materia. Estos han sido los medios de comunicación, tanto prensa como televisión, un análisis de la presencia de la homeopatía en redes sociales especializadas y finalmente, una revisión de la postura adoptada sobre el tema en publicaciones



científicas en PUBMED. En éste sentido se han tenido en cuenta tanto los datos cuantitativos, de número de apariciones en los distintos medios como los datos cualitativos, el tipo de apariciones, las posturas encontradas, en qué sentido eran presentadas y por tanto, el posicionamiento que adoptaban sobre el objeto de estudio.

Un análisis profundo que ha permitido obtener unas conclusiones relevantes de cara a la elaboración de los cuestionarios del trabajo de campo 2 y ha puesto foco, en los colectivos a investigar y por tanto, en la selección de las siguientes muestras.

#### 1.5.4 TRABAJO DE CAMPO 2

A estas alturas de la investigación la selección de los colectivos relevantes para continuar el marco empírico estaban claros, es crucial aproximarse al sentir sobre estos temas tanto de los USUARIOS DE INTERNET EN GENERAL, POBLACIÓN RESIDENTE EN ESPAÑA Y CONECTADA A INTERNET y por otro lado, al COLECTIVO MÉDICO ESPAÑOL. A este segundo público se hace una doble aproximación en función del colectivo que ha colaborado en la difusión del cuestionario, por tanto, obtenemos una MUESTRA DE MÉDICOS DE VALENCIA y posteriormente una muestra de facultativos de ámbito nacional.

Ante el objetivo de llegar a dos colectivos bien distintos se determina que es necesaria la realización de dos cuestionarios diferentes, uno para usuarios de internet y otro para el colectivo médico. Para la realización de las encuestas se ha utilizado la herramienta de código abierto de *Google Drive* que permite la difusión de forma sencilla y económica de cuestionarios, con el único condicionante de ser necesario contar con una cuenta de *gmail* para ser completados. Esta elección, además añade una ventaja que es estar en el contexto de internet y facilitar su viralización.

Respecto al método investigador se trata de un ACERCAMIENTO CUALITATIVO con la primera muestra (usuarios de internet en España) Y CUANTITATIVO con el colectivo a investigar (médicos que ejercen en España). El acercamiento cualitativo,

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

el realizado a los usuarios de internet, ante una muestra inabarcable pues es toda la población española que tiene acceso y es usuario de internet, se han realizado finalmente 507 encuestas. Pese a no ser una muestra lo suficientemente representativa de la sociedad española sí sirve para aproximarnos a la opinión y la experiencia que tienen frente a la homeopatía. Obviamente ésta parte de la investigación no tendría sentido de manera aislada y por ello, se plantea la necesidad de contrastar los resultados con el de otro colectivo relevante, el médico.

Se debe tener en cuenta, que la investigación cuantitativa se basa en TRES CONCEPTOS FUNDAMENTALES que deben darse en su correcto desarrollo: LA VALIDEZ, LA CONFIABILIDAD Y LA MUESTRA<sup>19</sup>. La validez, en este paradigma, implica que la observación, la medición o la apreciación se ENFOQUEN EN LA REALIDAD que se busca conocer y no en otra, aspecto que en este segundo trabajo de campo se cumple. La confiabilidad se refiere a RESULTADOS ESTABLES, SEGUROS, CONGRUENTES, iguales a sí mismos en diferentes tiempos y previsible. La confiabilidad se considera externa cuando otros investigadores llegan a los MISMOS RESULTADOS EN CONDICIONES IGUALES, e interna cuando varios observadores concuerdan en los hallazgos al estudiar la misma realidad, esto nos lo aporta el contraste de los resultados de ésta tesis con los de estudios similares realizados por otros agentes. Por tanto, confiabilidad y validez la logramos a partir de la TRIANGULACIÓN DE MÉTODOS, lo que significa la utilización de varios métodos para verificar resultados o bien contar con la opinión de uno o más investigadores en la interpretación de esos resultados. Y esto es lo que se pretende con los trabajos de campo 1 y 2 y el marco documental previo, como ahora se verá, donde se da una triangulación metodológica y de datos, ya que se utilizan diferentes métodos y diversas fuentes para estudiar un mismo problema.

Respecto al tercer concepto fundamental del que nos hablar Alvarez-Gayou Jurgenson, LA MUESTRA, esta debe sustentar la REPRESENTATIVIDAD DE UN UNIVERSO

---

<sup>19</sup> ALVAREZ-GAYOU JURGENSON, J.L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México: Paidós. Pg. 32 y 33.

y se presenta como factor crucial para generalizar los resultados. Sin embargo, hay que hacer hincapié que en la investigación cualitativa, no interesa la representatividad, de hecho, una investigación puede ser valiosa si se realiza en un solo caso (estudio de un caso). Sin embargo, es un hecho incontrovertible que hoy en día la investigación cualitativa, aún sin aspirar a la representatividad o a la generalización, se utiliza ampliamente en el mundo de los negocios y del mercado y sus resultados, frecuentemente se toman como base de decisiones que implican grandes riesgos. Por tanto, aunque cuantitativamente solo se puede considerar suficientemente representativa la del colectivo médico, como se verá más adelante, esta primera, la de los usuarios de internet, no pretende ser representativa estadísticamente y sí, ser una muestra de conveniencia en función de los objetivos planteados.

Por tanto, el único que podríamos considerar VÁLIDO DESDE UN PUNTO DE VISTA CUANTITATIVO por su bajo error muestral es el realizado a través de del COLEGIO OFICIAL DE MÉDICOS DE VALENCIA donde se ha contado con una muestra de 464 cuestionarios cumplimentados sobre un total de 14.183 colegiados. Este índice de respuesta supone un 3'4% de respuesta y ha sido complementado con un segundo colectivo médico de ámbito nacional al que se ha llegado a través varias vías:

- A través de los Colegios de Médicos de Castellón y Álava, que lo han remitido a sus colegiados.
- La SEMH y la AMHB, que son sociedades y asociaciones de médicos homeópatas.
- UMIVALE, que son mutuas de accidente de trabajo de la seguridad social.
- Y compañeros y colegas de profesión médica.

En el capítulo del marco empírico serán presentados con más detalle el perfil de las muestras a las que se ha entrevistado y los cuestionarios realizados, justificando la tipología de pregunta realizada.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

#### 1.5.5. TRABAJO DE CAMPO 3: MARCO CONCLUSIVO

Con el contraste de las conclusiones obtenidas por todas las vías antes descritas, ya se está en disposición de poder abordar el último bloque de la tesis doctoral, el marco conclusivo, aquel donde se contrastarán todos los resultados obtenidos para poder someter a prueba la hipótesis inicialmente planteada. Y finalmente se sugerirán diferentes futuras líneas de investigación fruto de las limitaciones de ésta aproximación al objeto de estudio, donde como es natural no se han podido abordar todas las perspectivas de un tema tan complejo.

## 1.6. Fuentes documentales

- Libros.
- *Web –blogs*.
  - Profesionales: asociaciones, laboratorios, colectivos, empresas.
  - No profesionales.
- Redes sociales: Páginas, perfiles y *hashtags*.
- PUBMED.
- Dialnet.
- Estudios de investigación.
- Publicaciones y Comunicaciones de Congresos y Jornadas.
  - Búsqueda por términos.
  - Investigación.
- Medios de comunicación:
  - Televisión.
  - Prensa: noticias
  - Revistas: específicas y profesionales.
  - Radio.
  - Comunidades del conocimiento.
- Buscador GOOGLE:
  - Google académico y *scholar*.
  - Por términos de búsqueda.
- Encuestas realizadas a los *targets* de médicos y usuarios en el periodo 2014-2015.

Es importante destacar de nuevo, que la metodología de estudio empleada en la revisión documental durante estos años, donde el objetivo era el propio conocimiento y no la elaboración de una tesis doctoral, ha sido el subrayado de libros y la recogida de citas en documentos de *Word*, sin indicación de página. Esta es la causa de que, en las citaciones de esta tesis, no figure la referencia a la numeración de la página. Incluso en las últimas fuentes consultadas por coherencia

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

con el resto del documento, se ha tomado la decisión de no incluir la página de dónde se han extraído.

## Bloque II - Marco teórico

### Capítulo 2

#### 2.1. Contexto social de crisis de modelo social y económico

##### 2.1.1. \_CRISIS: CAMBIO DE MODELO

Empezaremos definiendo el modelo industrial que ha dado lugar a nuestra forma de abordar la economía, educación, sanidad, comunicación y un largo etcétera, de lo que hoy llamamos cultura de la sociedad occidental. Modelo que hoy rige nuestras vidas y nuestra forma de relación entre humanos y su entorno.

«Si conocemos las fuerzas impulsoras que motivan la conducta, no sólo comprenderemos la conducta presente sino que también podremos hacer conjeturas razonables. [...] La primera Revolución Industrial se caracterizó por el hecho de que el hombre aprendió a sustituir la energía viva por la energía mecánica. [...] A la primera Revolución Industrial sigue una segunda, de cuyo principio somos testigos en este momento. La caracteriza no sólo el hecho de que reemplaza la energía viva por la mecánica, sino que está reemplazando el pensamiento humano por el de las máquinas.»<sup>20</sup>

41

---

El modelo industrial está basado en un modelo de pensamiento EL CARTESIANO que basa sus principios en SEGMENTAR, SEPARAR Y ESPECIALIZAR. Según Descartes el universo material era una máquina y sólo una máquina.

« Esta imagen mecanicista de la naturaleza fue el paradigma que dominó la ciencia después de Descartes, marcando la pauta de las investigaciones científicas y sugiriendo la formulación de todas las teorías sobre los fenómenos naturales, hasta que la física del siglo XX efectuó un cambio radical. [...] Descartes explicó detalladamente la manera de reducir los movimientos y las funciones biológicas

---

<sup>20</sup> FROMM, E. (1970) *La Revolución de la Esperanza: hacia una tecnología humanizada*. México: Fondo de Cultura Económica. Pg. 9, 17 y 18.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

del cuerpo a simples operaciones mecánicas, a fin de demostrar que los organismos vivos eran meros autómatas.»<sup>21</sup>

En este modelo la importancia es de la parte frente al todo y el todo sólo se entiende como la suma de las partes. En ese esquema se basó no sólo la cadena de producción sino que se aplicó también a la educación, a la ciencia, a la organización, y por supuesto a la comunicación, y así se llegó a entender TODO como una máquina, hasta al propio individuo.

«La concepción mecanicista del universo ideada por Descartes proporcionó la autorización «científica» para la manipulación y la explotación de los recursos naturales que se ha convertido en una constante de la cultura occidental.»<sup>22</sup>

Y en ese modelo la relación se establece a través de un sistema verticalizado y de un tipo de comunicación unidireccional.

«El fordismo fue la autoconsciencia de la sociedad moderna en su fase “pesada” y “voluminosa”, “arraigada” y “sólida”. En esa etapa de la historia conjunta, el capital, la dirección y el trabajo estaban condenados, para bien o para mal, a permanecer juntos durante mucho tiempo atados a la combinación de enormes fábricas, maquinaria pesada y fuerza laboral masiva».<sup>23</sup>

La estandarización y los protocolos constituían herramientas básicas para el funcionamiento y mantenimiento del sistema. Y gracias a ellas se han producido grandes avances sociales y desarrollos económicos. Pero en ellos, no tuvimos en cuenta nuestra relación con el entorno ni la individualidad del ser humano.

«La civilización industrial no es sostenible. En los primeros años del siglo XXI, la era industrial está dando paso a una era postindustrial, impelida por la “segunda revolución industrial”, una revolución caracterizada por la aparición de las tecnologías de la información y la comunicación. Dichas tecnologías son más

---

<sup>21</sup> CAPRA, *El punto crucial*. Pg. 31.

<sup>22</sup> CAPRA, *El punto crucial*. Pg. 64.

<sup>23</sup> BAUMAN, Z. (2000) *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina. Pg. 63.



potentes que las tecnologías basadas en el poder energético del vapor y de los combustibles fósiles de la primera revolución industrial, y las revoluciones que catalizan se desarrollan con mucha mayor rapidez que la primera revolución industrial: en cuestión de años en lugar de décadas o siglos.»<sup>24</sup>

Los medios de comunicación, los *mass media*, eran los conformadores de opinión a través de sus redacciones y los generadores del consumo siendo difusores de la publicidad de las grandes industrias. Medios que, para sobrevivir, necesitaban de los ingresos publicitarios.

«Este poder corporativo se veía aumentado por su influencia en los medios de comunicación mediante el control del entonces presupuesto de publicidad y por su capacidad, al menos en teoría, para cerrar una fábrica en el distrito de un congresista recalcitrante y llevarse las inversiones y los puestos de trabajo a otro donde el clima político fuera más favorable.»<sup>25</sup>

Y aunque con la industria de la producción nacía la industria de la comunicación, la historia económica apenas consideró la COMUNICACIÓN como transporte de informaciones. La industria privilegió y hegemonizó el transporte de productos y personas. Y fue con el nacimiento del *marketing* cuando producción y comunicación se volvieron a reunir. Como dice Joan Costa en sus múltiples publicaciones, la escisión se había originado a pesar de que los sistemas de producción y los sistemas de comunicación habían nacido juntos. De hecho se produce una separación artificial con el industrialismo de por medio.

El consumo era la base de la economía y lo que facilita el progreso social. Un consumo ilimitado que se estimulaba a través de una industria publicitaria cuyos grandes protagonistas son las grandes corporaciones de dimensión internacional. La comunicación pasó a estar al servicio de la industria y dejó de estarlo al servicio de la persona. La división funcional del trabajo que se consolida entre finales del siglo XIX y los inicios del XX, junto a la verticalización descendente, la

---

<sup>24</sup> LASZLO, *El cambio cuántico*. Pg. 41.

<sup>25</sup> TOFFLER, A. (1990) *El cambio del poder*. Barcelona: Plaza y Janes. Pg. 74.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

compartimentalización de las organizaciones y la obsesión por la productividad generan la ruptura del hombre y de sus relaciones entre ellos y el entorno que los rodea.

La concentración de empresas para obtener grandes tamaños de empresas ha significado el olipolio de unas pocas empresas en los diferentes sectores productivos, con todo lo que ello ha llevado consigo: explotación de recursos naturales y humanos, deslocalización productiva y destrucción de empleo, contaminación, manipulación biológica, quimicalización y un largo etcétera de consecuencias por todos conocidas.

Muchos autores reflejan que nos encontramos frente a una crisis sistémica o macrocambio que precede a la aparición de un nuevo paradigma que cambiará aspectos diversos de nuestra realidad y afectarán a lo social, económico y político a nivel global.

«Los cambios que hemos visto últimamente en las empresas, la economía, la política y a nivel mundial, son sólo las primeras escaramuzas de unas luchas por el poder, mucho mayores, que han de sobrevenir. Porque estamos ante el más profundo cambio de poder de la historia de la Humanidad. Con todo, las Tres fuentes de poder simbolizadas en la película del Oeste —violencia, riqueza y conocimiento— resultan ser las más importantes entre las innumerables posibilidades.»<sup>26</sup>

Como dice *Tofler* vivimos un profundo cambio de poder y lo es gracias a internet y la sociedad de la información. Cambio que desplaza el poder del dinero y la violencia al conocimiento.

Pero ese cambio de poder es mucho más que un cambio, ya que afecta a la forma de abordar la vida a nivel global, mundial. Convirtiéndolo en uno de esos cambios de era de los que existen pocos en la historia de la humanidad. Un

---

<sup>26</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 34 y 36.

macrocambio cuántico pues está vinculado a descubrimientos de la física cuántica que abordaremos más adelante.

«Un cambio cuántico en el cerebro global es una transformación repentina y fundamental en las relaciones de un importante segmento de los 6.000 millones de seres humanos para acercarse entre sí y a la naturaleza – un macrocambio social-, y por tanto una transformación repentina y fundamental en las percepciones más avanzadas sobre la naturaleza de la realidad: un cambio de paradigma en la ciencia.»<sup>27</sup>

Y estos macrocambios, constan de cuatro fases reconocibles. Laszlo explica que por lo general las fases son cuatro: una FASE INICIAL de cambio gradual pero constante: luego una FASE POSTERIOR de incremento más rápido; a continuación viene una FASE DE CRISIS y bifurcación y finalmente una FASE CONCLUYENTE que puede ser de avance hacia un sistema nuevo más estable o entraremos en colapso. Actualmente nos encontramos en la cuarta fase y por tanto en momento concluyente, donde o pasamos definitivamente a un nuevo sistema o caeremos en el caos.

45

---

Nos encontramos pues en un punto crucial o encrucijada donde la arrogancia determinista se niega a reconocer que la mayoría de cosas que suceden a nuestro alrededor son imprevisibles y que las fuerzas del cambio actúan de forma abrupta con gran intensidad y sin pedir permiso. *Tsunamis* que pueden destruir a las civilizaciones, organizaciones y personas.

Aun así, seguimos sin aceptar que los MAPAS MENTALES conceptuales con que tratamos de comprenderlas y enfrentarlas, están profundamente IMPREGNADOS DEL DETERMINISMO Y REDUCCIONISMO del modelo cartesiano, que ha demostrado ser incapaz de aportar soluciones adecuadas y que en muchos casos suponen la causa de agravación del problema.

---

<sup>27</sup> LASZLO, *El cambio cuántico*. Pg. 9.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«En los sistemas humanos complejos siempre hay maneras de lograr que las cosas luzcan bien a corto plazo. Pueden pasar dos, tres o cuatro años hasta que regrese el problema, o surja un problema nuevo y peor. [...] Todos nos sentimos cómodos aplicando soluciones típicas a los problemas, ateniéndonos a lo conocido. [...] Las consecuencias más insidiosas de la aplicación de soluciones asistémicas es que esas soluciones se necesitan cada vez más. [...] El fenómeno de las mejoras de corto plazo que conducen a una dependencia de largo plazo es tan común que los pensadores sistémicos le han dado un nombre: “desplazamiento de la carga.»<sup>28</sup>

Realizamos abordajes analíticos y mecanicistas, nos preocupa CAMBIAR LAS PARTES Y OBTENER RESULTADOS MEDIBLES A CORTO PLAZO. Sin darnos cuenta de la necesidad de percibir totalidades complejas que responden a reglas o leyes propias de un sistema y además funcionan en el largo plazo.

Necesitamos dar importancia al “todo” y entender que las partes son sólo los ingredientes de algo superior. Algo que se crea y mantiene en base a las interrelaciones de esas partes, y de ellas con el entorno en que están inmersas. Un proceso que podríamos decir está presidido por la complejidad propia de las relaciones sistémicas.

«A diferencia del procedimiento analítico, el enfoque sistémico de la organización-proceso postula que solo es posible comprenderla en la dinámica compleja que despliega con su entorno, y que es preciso enfocarse en el todo e integrar las partes para entenderlas por su vinculación con las demás.»<sup>29</sup>

Pero aunque los avances científicos de la física cuántica empezaron en el pasado milenio seguimos utilizando los patrones propios del modelo cartesiano. En el siglo XX, mientras se formulaban los conceptos de la nueva física, la visión mecanicista cartesiana y los principios newtonianos han seguido teniendo gran influencia en el pensamiento científico de Occidente. Hoy la ciencia sigue

---

<sup>28</sup> COSTA, *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Pg. 81 y 82.

<sup>29</sup> LEVY, *ECP - Estrategia, Cognición y poder*. Pg. 29.

aferrándose a este paradigma mecanicista, a pesar de que los mismos físicos ya han logrado superarlo. Un paradigma procesual y no relacional donde la relación de acciones se entiende como un proceso donde cada paso lleva al siguiente. Donde cada paso no se relaciona con el siguiente ni interactúa con él. En ese paradigma mecanicista no es necesario conocer o saber nada de la etapa anterior o posterior de un proceso concreto.

El nuevo modelo, basado en los nuevos descubrimientos científicos relacionados con la física, nos permite aportar soluciones a los problemas de la sociedad actual que se manifiesta ya insostenible si continuamos utilizando el paradigma industrial o mecanicista.

Esta sociedad expresa el fracaso, al afectar a la biodiversidad y supervivencia del planeta, la desigualdad externa y la enfermedad/infelicidad que invade a la sociedad poderosa occidental, y que encuentra su manifestación más clara en los brotes de extremismo y violencia, las adicciones a drogas o psicofármacos y las elevadas tasas de suicidio. Ello nos permite comprender un estado de opinión social y la emergencia de una nueva forma de comunicación. Nos permite comprender la pérdida de reputación de determinadas industrias o colectivos profesionales, y la existencia de un clima de cambio y de horizontalización en la relación que modifica el paisaje que hasta no hace mucho nos resultaba familiar.

«Nuestra realidad está cambiando porque el mundo se ha tornado inestable y ya no es sostenible.»<sup>30</sup>

Los avances tecnológicos referidos a las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información también nos conducen a un cambio mental que responde a una situación ya irreversible. Como dice Toffler este «salto» a un nivel superior de diversidad, velocidad y complejidad exige una aproximación a formas de integración más refinadas y superiores. Exige, a su vez, unos niveles de conocimiento radicalmente distintos o en otro nivel al utilizado hasta ahora.

---

<sup>30</sup> LASZLO, *El cambio cuántico*. Pg. 11.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Podríamos decir que exige de un modelo mental diferente para poder comprender y aprender.

Estamos caminando hacia una nueva era en la historia de la humanidad que nos hará posible explicar cosas antes no explicables desde el paradigma científico actual.

«El problema aquí reside en el hecho de que nuestro aparato conceptual clásico – que creemos riguroso, por su objetividad, determinismo, lógica formal y verificación– resulta corto, insuficiente e inadecuado para simbolizar o modelar realidades que se nos han ido imponiendo, sobre todo a lo largo de este siglo, ya sea en el mundo de la física, como en el de las ciencias de la vida y en las ciencias sociales. Para representarlas adecuadamente necesitamos conceptos muy distintos a los actuales y mucho más interrelacionados, capaces de darnos explicaciones globales y unificadas.»<sup>31</sup>

Un paradigma que nos conecta y con el que se comprenden visiones de otras épocas más cercanas a lo místico y mágico que a lo científico, tal como se entiende con el modelo cartesiano. Los nuevos conceptos de la física han ocasionado un profundo cambio en nuestra visión del mundo, determinando el paso de una concepción mecanicista cartesiana y newtoniana, a una VISIÓN HOLÍSTICA Y ECOLÓGICA que es muy parecida a las concepciones de los místicos de todas las épocas y de tradiciones muy antiguas.

De otro lado internet y las nuevas organizaciones o empresas vinculadas a él, ha supuesto un factor de aceleración importantísimo ya que permite la comunicación en tiempo real, la cooperación, la colaboración y la construcción de conocimiento colectivo como nunca antes.

---

<sup>31</sup> Perú, Instituto de Educación Superior Pedagógico Privado Calidad en Redes de Aprendizaje (2012) El conocimiento y la investigación científica. En *Documento del Programa de Especialización en Investigación Educativa*.

«El declive de la cultura material coincide con el auge de dos nuevos fenómenos: la preeminencia de lo inmaterial y la economía de la información, que a su vez conduce a la sociedad el conocimiento.»<sup>32</sup>

Vivimos en un mundo que olvidó que los seres humanos son seres sociales y que necesitan para su correcto desarrollo relacionarse con otros. De este modo construyen vínculos entre ellos que conforman sistemas interrelacionados y abiertos. Pero la tecnología y sus avances nos han devuelto a esa relación y a esa apertura. Nos han hecho visible la fuerza y apertura de la red y la realidad de lo que somos: una parte de un todo, de un sistema.

Sistemas que se autorregulan gracias al intercambio de información y donde la comunicación permite el funcionamiento adecuado y funcional que dota de supervivencia a los mismos. Interrelación y comunicación emergen así, como las claves hacia las que conducir nuestro futuro.

Estamos llegando al final de la ciencia convencional. Es decir, de una ciencia determinista, lineal y homogénea. Presenciamos el surgimiento de una conciencia de la discontinuidad, de la no linealidad, de la diferencia y de la necesidad del diálogo. No solamente estamos ante una crisis de los fundamentos del conocimiento científico, sino también del filosófico, y, en general, ante una crisis de los fundamentos del pensamiento. Estamos ante una crisis que anuncia la emergencia de un nuevo paradigma.

«Y todas las crisis concluyen con la aparición de un nuevo candidato a paradigma y con la lucha subsiguiente para su aceptación. Éstos son temas que deberán tomarse en consideración en secciones posteriores; pero debemos anticipar algo de lo que veremos, con el fin de completar estas observaciones sobre la evolución y la anatomía del estado de crisis»<sup>33</sup>

<sup>32</sup> COSTA, J. (2004) *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona: Paidós. Pg. 159.

<sup>33</sup> KUHN, T. (1971) *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de cultura económica. Pg. 139.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Para concluir este apartado y a modo de resumen incluyo una serie de citas que resumen bien lo explicado anteriormente. A lo largo del mismo, se ha pretendido por la doctoranda reflejar de forma lo más literal posible el pensamiento de diversos autores que desde disciplinas muy diferentes nos aportan una visión compartida del momento de transición de modelo al que estamos asistiendo y que ayuda a entender el trabajo que abordaremos en el trascurso de esta tesis.

«La visión mecanicista del mundo, al tomar como realidad última el juego de las partículas físicas, halló expresión en una civilización que glorifica la tecnología física conducente a fin de cuentas a las catástrofes de nuestro tiempo.»<sup>34</sup>

«Un nuevo y revolucionario sistema para la creación de riqueza no puede propagarse sin provocar conflictos personales, políticos e internacionales. Cambia la forma en que se genera la riqueza y chocará de inmediato con todos los intereses enraizados cuyo poder surgió del anterior sistema de riqueza. Violentos conflictos estallan a medida que cada una de las partes lucha por el control del futuro.»<sup>35</sup>

«La tarea impuesta a los humanos de hoy es esencialmente la misma que les fue impuesta a comienzos de la modernidad: auto constituir su vida individual y tejer redes de vínculos con otros individuos autoconstruidos, así como ocuparse del mantenimiento de esas redes.»<sup>36</sup>

«El nuevo modelo de producción que surge de la economía supersimbólica es por completo diferente. Basado en una visión sistemática o integrativa, ve la producción como algo crecientemente simultáneo y sintetizado. Las partes del proceso no son el todo, y no pueden ser aisladas unas de las otras.»<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> VON BERTALANFFY, *Teoría general de los sistemas*. Pg. 49.

<sup>35</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 33.

<sup>36</sup> BAUMAN, *Modernidad líquida*. Pg. 55.

<sup>37</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg.111.



«Si dispusiéramos de una ciencia de la sociedad humana bien desarrollada y de la correspondiente tecnología habría modo de escapar del caos y de la destrucción que amenaza a nuestro mundo actual.»<sup>38</sup>

### 2.1.2. LA COMUNICACIÓN DESPUÉS DE INTERNET

La comunicación no se convierte en ciencia hasta el siglo XX con los trabajos de Wiener y Shannon en 1945. El industrialismo había privilegiado producción de bienes en detrimento de circulación de mensajes y hablar de comunicación en esos primeros años del siglo se refería a transporte e infraestructuras. Todo al servicio del producto y su acercamiento al consumidor. Más tarde asistimos a la emergencia de otra forma de comunicación: la de los mensajes y su identificación con el medio por el que se hacían llegar: telefonía, medios de comunicación social, etc. Todas ellas auténticas revoluciones y aceleradores de la economía que seguían ocultando esa COMUNICACIÓN SOCIOLÓGICA Y NO SÓLO TECNOLÓGICA.

La comunicación propia del modelo industrial ha sido siempre pensada y planificada desde una orientación de pensamiento del producto, producción, productividad, distribución y comercialización. Derivada de un modelo empresarial basado en cuatro pilares: producción, administración, capital y organización.

Es al servicio de esa comercialización o consumo en épocas de sobreproducción que nace el *Marketing* y con él una forma de comunicación que llega hasta nuestros días: LA PUBLICIDAD.

«Nuestras inercias intelectuales están demasiado ancladas en los modelos precedentes recientes: el industrialismo, la publicidad, el marketing, el consumismo. Y no percibimos con toda la fuerza de la realidad que el mundo que nos envuelve ha experimentado transformaciones radicales que serán trascendentes.»<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> VON BERTALANFFY, *Teoría general de los sistemas*. Pg. 52.

<sup>39</sup> COSTA, J. (2010) *EL ADN del Dircom. Origen, necesidad, expansión y futuro de la Dirección de Comunicación*. Barcelona: CPC Editor. Pg. 60.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

La publicidad debía acelerar el proceso entre producir y consumir. Y es ahí donde empieza un círculo en el que aún hoy, nos vemos inmersos: No se produce porque se consume, sino que SE CONSUME PORQUE SE PRODUCE.

En el modelo industrial la fragmentación y especialización son el signo, que se extiende desde la propia Universidad con la especialización y verticalización de conocimientos, hasta la propia industria donde se separa comunicación informativa y comunicación persuasiva. Periodistas y publicitarios siguen siendo hoy profesiones distintas, y formaciones y trabajos diferenciados aunque convivan en una misma empresa: un medio de comunicación.

Los periodistas informan y sus lugares de ejercicio de la profesión son las redacciones de los medios de comunicación de masas o los responsables en la empresa de ser sus interlocutores, con el tradicional rol del Jefe de Prensa. Su ámbito de acción es y era la información que aparece con forma redaccional en los medios, Agencia de Comunicación, ámbito de R.R.P.P. y su ubicación en los lugares próximos al poder en la empresa. Son los responsables de la imagen de la Compañía y sus dirigentes en los *mass media*.

Los publicitarios encuentran su hábitat en las agencias de publicidad, gabinetes creativos y departamentos de marketing de empresas con un clarísimo objetivo: vender. Diseñar acciones de venta, crear anuncios, diseñar planes de medios, gestionar la compra de espacios, elaborar estrategias creativas al servicio de la diferenciación y notoriedad de marca y a la venta de los productos, eran y son sus trabajos tanto para los medios *off* como *on line*.

Dos tipos de comunicación separados y trabajados desde objetivos distintos y que se dan cita, simultáneamente en muchos casos en los grandes medios de comunicación de masas. Configurando lo que ha venido en llamarse la “COMUNICACIÓN MASIVA”.

«La comunicación masiva existe cuando hay un solo emisor, estructurado industrialmente por una tecnología avanzada; el canal formula un solo mensaje que llega a un público vasto, étnicamente diferenciado, que responde a ambientes sociales distintos, determinados por condiciones de vida material muy variadas. En este sentido, la variabilidad de interpretaciones es el bajo constante de la comunicación masiva.»<sup>40</sup>

El objetivo de la comunicación masiva ha sido conseguir cobertura y notoriedad de marca que permitiese vender más o vender mejor. Los mensajes eran cuidadosamente estudiados y se emitían de forma unidireccional. El destinatario era previamente definido y el mensaje estudiado para persuadir, la selección de medios y soportes estudiada en función de criterios de cobertura y rentabilidad. El medio rey, sin lugar a dudas, la televisión ya que sus mensajes eran capaces de alcanzar en poco tiempo grandes audiencias.

La comunicación así definida estaba al servicio de un modelo el industrial, y como éste se caracterizaba por la especialización y la fragmentación. Esta comunicación era de acceso a las empresas con presupuestos suficientes, con profesionales adecuados y con mentalidad de *marketing*. Organizaciones que sabían que quien dominase esta comunicación, tenía la posibilidad de dominar los canales de distribución física. Canales caracterizados por su limitación de referencias disponibles que fomentaban y premiaban la producción masiva propia de las grandes corporaciones. En la conquista de los lineales o de las cuotas de mercados, el objetivo era captar a las masas y la forma de hacerlo la comunicación masiva.

«Las metas del crecimiento extensivo podrían condensarse en tres “ces”: conquista, colonización y consumo. Existen diversos medios que corresponden a esas metas: en primer lugar, las tecnologías que usan y transforman la materia, las tecnologías de producción; en segundo lugar, las tecnologías generadoras de energía, y, en tercer lugar, las tecnologías que despiertan los apetitos de las

---

<sup>40</sup> ECO, U. (2010) Los sistemas de comunicación, el negocio más importante de nuestra época. *La comunicación. 10 voces esenciales*. Barcelona: CPC Editor. Pg. 140.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

personas, crean demandas artificiales y modifican pautas de consumo, las llamadas tecnologías de propaganda, relaciones públicas y publicidad.»<sup>41</sup>

Hoy vivimos en un mundo marcado por la complejidad y una hiper saturación mediático-publicitaria. Donde los medios tradicionales pierden hegemonía frente a nuevos medios y canales. Donde cada vez más, existe una indiferenciación de productos y servicios fruto de la estandarización, que nos exige la subsiguiente necesidad de diferenciarse a través de los mensajes publicitarios. Mensajes que cada vez son menos eficientes comercialmente y con la existencia emergente de una nueva cultura basada en valores y principios, se tornan menos inspiradores de conductas de compra.

«El modelo de pagar por la difusión pierde eficacia por la fragmentación de los medios, por la impermeabilización de los consumidores a los mensajes publicitarios y por los hábitos de consumo de medios donde la televisión, prensa y radio pierden cuota a favor de Internet.»<sup>42</sup>

Hoy existe una incredulidad creciente en la sociedad frente a la publicidad convencional y los mensajes emitidos por los grandes medios. Hoy es mucho más persuasiva la voz de un consumidor que ha experimentado lo que tratamos de comprar. Hoy el poder de decidir va vinculado a la capacidad de conocer y compartir experiencias de los consumidores.

«Es la crisis de la comunicación tradicional, la que hace que los clientes escuchen la publicidad de manera cada vez más indiferente. [...] Los nuevos escenarios comunicativos y de interacción se basan en nuevas herramientas, en nuevos desarrollos.»<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> LASZLO, *El cambio cuántico*. Pg. 69.

<sup>42</sup> SOTO, R., (2011) La economía del cariño. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (2), Pg.215–220.

<sup>43</sup> DANS, E. (2010) *Todo va a cambiar*. Barcelona. Planeta de Agostini. Pg. 139.

Una incredulidad e indiferencia que apunta a una crisis del modelo de comunicación industrial y nos conduce a la búsqueda de un modelo diferente al utilizado hasta ahora.

«Una indiferencia social que indica directamente en el declive de la credibilidad de los mensajes frente a los hechos y las realidades que éstos representan.»<sup>44</sup>

En este periodo de declive de efectividad de la publicidad propia de final del siglo XX es cuando, en la primera década de este siglo XXI, la comunicación sufre un vuelco importante con la aparición primero de los grandes buscadores de internet (1994) y posteriormente con las redes sociales.

«Ningún otro invento ha dado tanto poder a la gente y ha transformado tan profundamente el acceso a la información como GOOGLE desde que Gutenberg inventó la imprenta moderna hace quinientos años, haciendo asequibles y poniendo a disposición de la masas libros y publicaciones científicas.[...] Google se ha entretelado en la trama de la vida cotidiana y parece haberse hecho indispensable de improviso. Son millones las personas que lo utilizan a diario en más de cien idiomas y que ha llegado identificar Google e Internet como una sola cosa.»<sup>45</sup>

---

55

Internet conlleva un cambio importantísimo en cuanto a la apertura de canales y su disponibilidad para todos los públicos, al mismo tiempo que una agilidad hace años impensables.

«La sociedad hiperconectada significa que miles de personas permanecen en un estado de constante conexión.[...] La red da paso a un consumidor diferente, muchísimo más informado, dispuesto a establecer vínculos comunicativos multidireccionales, en sentido inverso con las marcas, y en sentido horizontal con

---

<sup>44</sup> COSTA, *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Pg.125.

<sup>45</sup> VISE, D., MALSEED, M. *Historia de google: secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo*. Madrid: La esfera de los libros. Pg.21.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

otros consumidores: una situación que la inmensa mayoría de empresas no saben cómo manejar.»<sup>46</sup>

En lo que se refiera a comunicación, internet ha supuesto un gran cambio que exige revisar las bases en la forma de abordarla.

«Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global.»<sup>47</sup>

Pero, además, configura el surgimiento de una nueva forma de economía, basada en las relaciones entre individuos, que va a modificar las reglas hasta devolver al individuo el poder de decidir y cambiar su destino y junto con él, el de su entorno.

«En particular, hará posible el surgimiento de una economía basada en talentos individuales que se conectan para diseñar y producir en red: un mundo de *freelances* capaces de hacer lo que otrora requería de organizaciones complejas, con elevados costes de transacción. [...] La revolución de las redes nos hará más humanos, porque volveremos a los orígenes. [...] Una nueva forma de trueque, a veces de servicios sofisticados, posibilitada por la “larga cola” que somos todos los humanos del planeta: busques lo que busques, ofrezcas lo que ofrezcas, alguien en el planeta está en la misma onda. [...] Conocemos ya el éxito de iniciativas sociales que consisten en movilizar a muchas personas para hacer algo en un espacio y un tiempo concreto. Pero el potencial de las redes para convertir a cada ciudadano en un agente para la mejora de lo colectivo es enorme.»<sup>48</sup>

Interconexión, interrelación, interdependencia, totalidad, círculo, sistémico, datos, información o conocimiento, compartir, colaborar, cooperar, son conceptos a

---

<sup>46</sup> DANS, *Todo va a cambiar*. Pg. 228.

<sup>47</sup> CASTELLS, *La era de la información: economía, sociedad y cultura*.

<sup>48</sup> CORNELLA, A. (2012) *La solución empieza por CO-*. Barcelona: Zero Factory. Pg.16, 110, 116, y136.

analizar para entender unos modos diferentes de abordar la realidad y establecer relaciones.

«Su nueva dimensión social y participativa dotó a internet de un dinamismo y un crecimiento todavía mayor que el que había vivido anteriormente. [...] La red es un entorno de relación e innovación cuya naturaleza debe ser preservada por todos los medios. [...] En pleno siglo XXI, la red se ha configurado ya como una de las herramientas fundamentales en la interacción y la comunicación de las personas, empresas e instituciones de todo tipo. [...] La disminución brusca de los costes de transacción y comunicación conforma el cambio más importante que hemos vivido en nuestro sistema económico desde la época de la Revolución Industrial de finales del siglo XVIII, un cambio comparable al de la glaciación.»<sup>49</sup>

El gran cambio que ha traído internet afecta a la sociedad al completo y erige a la comunicación en la clave que permite su realización.

Una nueva comunicación abierta y multirol, proactiva y retrolimentadora, interactiva y bidireccional, no controlable y sí gestionable. Una comunicación muy distinta a la empleada hasta este momento.

«La comunicación interactiva sitúa de una vez al individuo espectador, comprador, consumidor, en posición proactiva, por consiguiente con la actitud reactiva a la que la publicidad y los *mass media* unidireccionales le tenían confinado.»<sup>50</sup>

Google ha posibilitado todas esas características en un periodo de tiempo hasta ahora impensable.

«Google es la aplicación más popular de Internet desde el correo electrónico; ha servido para difundir nuevas ideas, poner en contacto empresas y amigos, hacer

---

<sup>49</sup> DANS, *Todo va a cambiar*. Pg. 87, 97 y 107.

<sup>50</sup> COSTA, *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Pg. 181.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

posible que los empresarios hagan estudios de mercado, contrataciones, publicidad y autopromoción de un modo económico e instantáneo “El catalizador de la nueva economía”.»<sup>51</sup>

La capacidad de llegar, la credibilidad de la fuente, la personalización e individualización del mensaje. La capacidad de construcción de imagen basada en un tipo de mensajes experienciales e indirectos. La velocidad de propagación de ideas y de compartir experiencias. El cuestionamiento de los expertos y el declive de las organizaciones en cuanto a credibilidad y confianza. El desdibuje de roles, ya que el mismo individuo es consumidor y productor, usuario y prescriptor, creador y financiador, alumno y profesor, etc.

Ahora se da la circunstancia de que podemos no solo hablar de uno en uno sino a muchos al tiempo. Segmentación de públicos y generalización conviven en el mismo tiempo y depende de la voluntad del emisor a la hora de compartir o difundir la información.

«Significa que creamos nuevas redes de conocimiento [...], enlazamos conceptos entre sí de formas sorprendentes [...], construimos asombrosas jerarquías de deducción [...], alumbramos nuevas tendencias, hipótesis e imágenes basadas en supuestos inauditos, en nuevos lenguajes, claves y lógicas. Empresas, gobiernos y particulares están recopilando y almacenando más datos que cualquier otra generación de la Historia. [...] Nada de esto implica que los datos sean correctos, la información verídica y el conocimiento acertado. Pero sí vastos cambios en la forma en que vemos el mundo, creamos riqueza y ejercemos el poder.»<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> VISE y MALSEED, *Historia de Google: secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo*. Pg. 150 y 151.

<sup>52</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 114 y 115.



La capacidad de compartir en un mundo abierto y global en un segundo nos dibuja un nuevo escenario. El poder de la red que nos obliga a revisar las formas y fondos que han marcado nuestras actuaciones como individuos y como organizaciones.

«La ley de Metcalfe, un famoso axioma de la industria informática, dice que el valor de una red aumenta proporcionalmente al cuadrado del número de usuarios conectados a esta; las conexiones multiplican el valor exponencialmente. Esto también es aplicable a las conversaciones de los mercados en red. De hecho, a medida que crece también se vuelve inteligente. El COROLARIO CLUETRAIN: el nivel de conocimiento de una red aumenta proporcionalmente al cuadrado del número de usuarios por el volumen de conversación. Por consiguiente, en las conversaciones de mercado, es mucho más fácil descubrir la verdad sobre los productos que se muestran, las promesas que se formulan y la gente que hace esas promesas. Los mercados en red no solo son inteligentes, sino que están preparados para serlo mucho más, mucho más rápido que la empresa convencional. [...] La red enriqueció la capacidad de elección entre las nuevas fuentes de información. [...] Por su naturaleza, la tecnología de Internet fomenta la distribución abierta del que habla, o dicho de un modo menos elegante, permite contar las cosas como son. [...] Como consecuencia de los profundos e inesperados cambios provocados por la red, la interrupción industrial de la conversación humana, que ha durado 200 años, llega a su fin, tanto dentro de las empresas como en el mercado.»<sup>53</sup>

Hoy la clave reside en la capacidad de llegar y en la credibilidad del emisor. Hoy las personas son más creíbles que las organizaciones y los colectivos profesionales vinculados a determinadas disciplinas. El individuo/profesional anónimo más que las propias organizaciones empresariales o las *celebrities* consagradas a las que siempre se supone un ánimo de lucro y una intención de vender.

«Ángel Alloza, quien fue director del área global de comunicación y marca del BBVA y gran comunicólogo, reflexiona sobre el concepto economía de la

---

<sup>53</sup> LEVINE, R. et al. (2000) *El manifiesto Cluetrain*. Barcelona: Deusto. Pg. 185 y 107.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

reputación y presenta el laboratorio de ideas de Corporate Excellence como una iniciativa para gestionar con mayor eficacia los activos comunicativos. Destacamos en una de sus conclusiones que científicos, médicos y educadores son quienes más confianza generan en las redes sociales. »<sup>54</sup>

Además existen otros síntomas que nos indican que estamos a las puertas de una nueva comunicación como bien apunta Vilèm Fluser.

«Pero existen síntomas que sugieren que la revolución industrial ha terminado. En lugar de imprimir información en recursos objetivos, la nueva revolución utiliza campos electro-magnéticos para producir, transmitir y almacenar información. La sociedad está cambiando de una sociedad industrial a otra nueva. [...] En resumen: Kitsch es un fenómeno transitorio; marca el paso de una sociedad industrial a una sociedad posthistórica de información pura. Pero es un fenómeno que caracteriza el presente. Un historiador podría muy bien denominar el siglo XX como el periodo Kitsch y de la anticomunicación. »<sup>55</sup>

Este mismo autor define de modo muy expresivo, casi visual la comunicación y la anticomunicación como representantes de los dos modelos de comunicación que identifican los dos últimos siglos.

«He definido “comunicación” como el proceso de producción, distribución y almacenaje de información. Definiré “anticomunicación” como el proceso de distribución, almacenaje y olvido de información superflua. La anticomunicación caracteriza la cultura “Kitschizada”. Lo que en la verdadera comunicación es “discurso”, es “programa” en la anticomunicación. [...] Lo que es “dialogo” en la verdadera comunicación es “reaprovechamiento” en la anticomunicación. Algunos canales de reaprovechamiento son el marketing, investigación de la opinión pública, elecciones políticas. Así la anticomunicación forma un círculo: programa-

---

<sup>54</sup> LÓPEZ, L., CUESTA, U. (2011) Comunicación corporativa y redes sociales: cambiarlo todo para que nada cambie. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (3), pp.23–25.

<sup>55</sup> FLUSSER, V. (2010) Kitsch y poshistoria. En: *La comunicación. 10 voces esenciales*. Barcelona: CPC Editor. Pg. 70.

reaprovechamiento- programa. La verdadera comunicación es un proceso entrópico negativo (sintetiza información nueva de informaciones anteriores), la anticomunicación es un proceso entrópico (agota la información). Puesto que la cultura se hace cada vez mas “kitschizada” la anticomunicación sustituye a la comunicación verdadera.que es lo que está pasando, y que algunas veces es llamada “la cultura de masas”, y otras veces “el pueblo universal”.»<sup>56</sup>

Leyendo atentamente veremos cómo define la verdadera comunicación: un proceso entrópico negativo, donde cada nueva información cambia la anterior. Cosa que es propia de los sistemas abiertos. Estamos apuntando una vez más a un cambio hacia un modelo de comunicación integral y holística.

«A medida que vamos dejando atrás la era industrial, estamos pasando a ser una sociedad más diversa. La antigua economía de las chimeneas sirvió a una sociedad masificada. La economía supersimbólica sirve a una sociedad desmasificada. Todo, desde las formas de vida y los productos hasta las tecnologías y los medios de comunicación, se está volviendo más heterogéneo. [...] La estructura del poder basada en el control de la información era clara, y, por lo tanto, mientras los especialistas controlaban los cubículos, los directivos lo hacían con los canales. [...] De este modo, la información empieza a desparramarse por fuera de los canales formales para ir a parar a todas esas redes informales, círculos de cotilleo y «radios macuto» que las burocracias tratan de suprimir. [...] Esta es la razón de que nos encontremos en el umbral del mayor cambio de poder que la historia empresarial ha conocido. [...] La gran era de la producción en serie, que ahora se va desdibujando en el pasado, no sólo fabricaba productos idénticos, sino que también hacía compañías de molde.»<sup>57</sup>

Este cambio de paradigma a la hora de abordar la realidad resulta clave en la nueva sociedad e la información. Una sociedad inundada por la ingente cantidad de

---

<sup>56</sup> FLUSSER, *La comunicación. 10 voces esenciales*. Pg. 68 y 69.

<sup>57</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 206, 211, 219, 223 y 224.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

datos disponibles sobre multitud de materias, en algo que ha venido a llamar “INFOXICACIÓN”.

«Alfons Cornellá, fue quien introdujo el término “infoxicación” para definir “intoxicación de información”. [...] ¿Y qué es? Es la sobrecarga o exceso de información con la que nos encontramos en la actualidad, hasta el punto de saturar la propia capacidad humana para procesar y analizar tal magnitud informativa. Se puede considerar a la “infoxicación” como la enfermedad de la sociedad digital de principios del siglo XXI. Principalmente esta “infoxicación”. [...] Se produce principalmente tras la llegada de internet, su crecimiento tanto a nivel de usuarios y en consecuencia el incremento exponencial de información.»<sup>58</sup>

La falta de discriminación entre verdadero y falso. El acceso a la información. La incapacidad de cuestionar o discriminar. Apreciamos así que “información” es algo más complejo que la toma de datos. La recogida de estos es sólo en un primer paso para la adquisición de la información. Y para que ese paso resulte fructífero y nos aporte los datos necesarios, para que realmente permita dar una solución a un problema dado, es necesario conocer el proceso de decisión que trasforma estos datos en información y que algunos autores llaman estrategia y que nos permite, a su vez, acercarnos a la toma de las decisiones correctas. Es en ese proceso de decisión donde cobran relevancia los criterios para solicitar o tomar los datos, es aquí donde emerge el modelo mental propio de cada modelo que necesitamos conocer.

«Hemos llegado a la conclusión de que la información se dispone de forma jerárquica, que en cada nivel de información se deduce de los datos. La palabra deducir es un término clave. Nos revela que, para poder derivar la información, necesitamos algo más que los datos, necesitamos el proceso de decisión. [...] Se deben cumplir dos condiciones para adquirir información. Ciertamente, los datos son una de las condiciones, pero, es igual de importante el proceso de decisión en sí mismo. Sin un proceso de decisión adecuado no hay forma de deducir de los datos la información necesaria. [...] En vez de buscar el proceso de decisión

---

<sup>58</sup> N.d. (2014) *La infoxicación. ¿Enfermedad Digital?* [Online]. 2014. Infoxicado Blog. Disponible en: <https://infoxicadoblog.wordpress.com/2014/02/21/la-infoxicacion-la-1a-enfermedad-digital/>.

adecuado, nos hemos limitado a gastar nuestro esfuerzo en reunir más datos y, después, cuando esto no resultó útil, datos más precisos. [...] Los procedimientos de decisión detallados, y, por tanto, el proceso genérico de decisión, deben ser parte integral de un sistema de información.»<sup>59</sup>

Dicho de otro modo, sin ese proceso no obtendremos los datos necesarios de una parte y de otra, deduciremos cosas incorrectas con los mismos datos pues trataremos de encajarlos en nuestro modelo previo.

Hemos de cambiar este viejo modelo por el paradigma del siglo XXI: la gestión integrada de las comunicaciones y las acciones, en la construcción de la imagen y de la producción de valor.

« En realidad, la dimensión más importante de la convergencia de la comunicación, como señala Jenkins “se produce dentro del cerebro de los consumidores individuales y a través de su interacción social con los demás”. [...] En nuestra sociedad los protocolos de comunicación no se basan en compartir cultura, sino en la cultura de compartir. [...] Esto es lo que denominó “audiencia creativa” fuente de la cultura de la remezcla que caracteriza al mundo de la autocomunicación de masas. [...] El nuevo sistema de comunicación digital global se vuelve más inclusivo y comprensivo de todas las formas y contenidos de la comunicación social.»<sup>60</sup>

El nuevo escenario postindustrial impondrá, lenta pero irreversiblemente, la comunicación como instrumento estratégico, porque con internet surge una nueva forma de comunicación, la autocomunicación de masas. Una forma de comunicación que incorpora la existente en el modelo anterior pero con otras claves.

---

<sup>59</sup> GOLDRATT, E. M. (1994) *El síndrome del pajar*. Madrid: Díaz Santos. Pg. 68 y 69.

<sup>60</sup> CASTELLS, *Comunicación y poder*. Pg. 88,177, 184 y 189.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«Las tres formas de comunicación interpersonal – interactiva, la de masas – unidireccional y la autocomunicación - comunicación interactiva caracterizada por la capacidad de enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real y con la posibilidad de usar la comunicación punto a punto, estando al alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida. [...] Las tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas) coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí.»<sup>61</sup>

Y todo ello nos lleva a estar inmersos en un nuevo escenario presidido por la complejidad y la incertidumbre. Como dice Joan Costa en el ADN del DIRCOM, El conjunto de cambios que irrumpieron a mediados del siglo pasado enterraron el pensamiento lineal y unilateral, la lógica causal, simplista y dicotómica de la modernidad. Y en su lugar, se descubren la complejidad, la multipolaridad y la interdependencia invisible de las cosas en una dinámica de cambios vertiginosos.

Para sobrevivir a esa complejidad y tratar de despejar la incertidumbre recurrimos a las relaciones con las personas, a conocer sus experiencias y accedemos a informaciones y conocimiento de profesionales presentes en la red. Antes esa interacción era sólo posible desde el contacto interpersonal y en el entorno próximo, ahora con la tecnología es posible con muchos y además sin fronteras y en un segundo. Abierto y *on time* son conceptos que emergen con las nuevas tecnologías de la comunicación.

«Es cierto, tenemos que rendirnos a la evidencia de que la red social es ya una institución de control, una plataforma de comunicación inmediata y viral

---

<sup>61</sup> Ibid. Pg. 88.

incompatible con la censura y la ocultación de información, incompatible también con la falta de agilidad y creatividad.»<sup>62</sup>

Porque la red es fuente de consulta y referencia de primer nivel para muchos usuarios en todo tipo de asuntos, desde elegir un lugar de vacaciones, a una función de teatro. Pero sobre todo es en temas de formación y salud donde cada vez resulta más consultada.

« Durante el tiempo de dominio de la clase médica de Estados Unidos, los galenos ejercieron un rígido control sobre los conocimientos médicos. [...] Todo esto contrasta con la situación actual, en la que los pacientes pueden acceder, con asombrosa facilidad, a los conocimientos médicos. En Estados Unidos con un ordenador personal y un modem, cualquier persona tiene acceso a bases de datos, como el Index Medicus, y conseguir informes científicos sobre cualquier tema, desde abarognosia hasta Zoster y recopilar más información sobre cualquier dolencia o tratamiento específico que la que un médico normal ha podido encontrar en sus ratos de lectura. [...] En resumen, el monopolio de los conocimientos médicos que los profesionales habían ejercido hasta ahora ha quedado destrozado. Y un doctor, ya no es un Dios. Sin embargo, este caso del médico destronado no pasa de ser una pequeña muestra de un proceso más general que está cambiando toda la relación de conocimiento a poder en las naciones que cuentan con altas tecnologías. [...] Hoy en día los doctores en medicina norteamericanos están asediados. Los pacientes discuten sus decisiones, les llevan a juicio por negligencia. Las enfermeras les exigen responsabilidades y respeto. Las empresas farmacéuticas tienen menos deferencias hacia ellos. Y son las compañías de seguros, los «Colectivos de Cuidados Gestionados» y el Gobierno, que no los médicos, quienes controlan el sistema sanitario estadounidense.»<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> LÓPEZ, L., CUESTA, U. (2011) Comunicación corporativa y redes sociales: cambiarlo todo para que nada *adComunica*. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (3), pp.23–25

<sup>63</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 30, 31 y 28.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

La sanidad y la salud invaden la red desde la venta de productos y servicios con promesas milagrosas, al cuestionamiento de las decisiones gubernamentales en la gestión de la sanidad.

Hoy cuando alguien conoce el nombre de una enfermedad el primer paso es acudir a Google y no es raro que se llegue a la consulta de un médico con un listado de preguntas y remedios ya elegidos. Se recurre a experiencias individuales o colectivas a través de web de asociaciones de enfermos o blogs. Y gracias a los nuevos canales y sistemas de relación, las redes sociales, se produce un redescubrimiento de la interacción personal en la configuración de opiniones o en la construcción de imagen de sectores, productos, profesionales, industrias, etc. Es aquí, donde vemos la emergencia y el poder de los mensajes indirectos sobre los directos y experienciales en la configuración de la imagen como instrumento estratégico y de toma de decisión.

«La única publicidad que ha sido siempre efectiva es la del boca a boca, que no es más que conversación. Ahora la palabra se ha hecho global. La relación de uno a muchos que la tecnología llevó, primero a la producción en masa, y luego al marketing de masas, y de la que los fabricantes han disfrutado durante doscientos años, ahora está disponible para muchos clientes. Y están impacientes por recuperar el tiempo perdido.»<sup>64</sup>

Nada superará nunca la credibilidad de alguien que tuvo una experiencia con algo y lo que cambia ahora no es ese tipo de comunicación interpersonal. Lo que cambia es la emergencia de ella sobre otras, gracias al avance tecnológico.

«El crecimiento de Google se ha basado por completo en el boca a boca, en la medida en que unos usuarios satisfechos con el servicio se lo contaban a sus

---

<sup>64</sup> LEVINE, *El manifiesto Cluetrain*. Pg. 106.



amistades, mientras que los demás se iban enterando online o gracias a los medios informativos.»<sup>65</sup>

Así pasamos de una comunicación homogénea a otra heterogénea, de una comunicación masificada a otra personalizada, de una sola dirección a la mutidireccionalidad, de lo formal a lo informal, de lo previsto a lo imprevisto, de la estandarización a la individualización, de la opacidad a la apertura, de la verticalidad a la horizontalidad, de los protocolos a los principios y criterios, de lo rígido a lo flexible, de la separación a la integración, de la división a la unión, de la competitividad a la cooperación, del maquillaje a la transparencia, del individualismo a “LO INDIVIDUAL UNIDO A LO COMUNAL”, etc.

Pero en esa transformación resulta crítico el cambio de visión que produce en el individuo. Incluyéndolo en una comunicación consigo mismo, en ese recuperar valores que distinguen lo humano de la maquina.

«La comunicación se da a diversos niveles. En primer lugar, necesitamos comunicarnos con nosotros mismos. La gente que está en “contacto consigo misma” está más equilibrada y puede comunicarse mejor con el mundo que la rodea. [...] Es necesario que nos comuniquemos con quienes conforman el contexto inmediato de nuestras vidas. La comunicación requiere conexión, pero en el plano humano implica algo más que conexión: la comunicación también comporta consciencia. [...] Un nivel más elevado de comunicación requiere un nivel más elevado de consciencia. [...] Ser consciente de esas conexiones podría permitirnos cambiar de la civilización basada en el *Logos*, hambrienta de poder y conquista, para pasar a una civilización de *Holos*, centrada en el crecimiento de los individuos y en la sostenibilidad de las comunidades humanas y la biosfera.»<sup>66</sup>

<sup>65</sup> VISE y MALSEED, *Historia de Google: secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo*. Pg. 22.

<sup>66</sup> LASZLO, *El cambio cuántico*. Pg. 71.

### Capítulo 3

#### 3.1. “Percepción” como origen de “la imagen” y creación de “opinión pública”

Hoy la opinión pública emerge como determinante de poder a la hora de realizar la agenda política, que no tiene precedente. Dicho poder está relacionado directamente con los cambios producidos en la sociedad con la transformación de los sistemas de comunicación tanto tecnológicos como sociológicos. Y especialmente, con la existencia de internet que ha convertido el mundo en una aldea global y en un sistema abierto, que permite el intercambio interactivo, la comunicación de uno a uno y de uno a muchos que posibilita, como nunca antes, la participación de un individuo y los grupos de éstos en la creación de estados de opinión pública y su difusión.

En esa conformación de opinión no siempre es la realidad la generadora de la misma. Siempre, y ahora más que nunca, es la percepción la que determina la opinión y la acción social ya que hoy se comparten dichas percepciones. Además, se producen fenómenos de des-aprendizaje y es ese nuevo aprendizaje el que modifica la percepción en un proceso interactivo entre individuos, que internet posibilita.

«Según Philip Johnson-Laird (1983), la percepción constituye una fuente primaria de las representaciones mentales. Las personas no perciben el mundo tal como es, sino una representación. Si bien lo que percibe el individuo es lo que hay en el mundo, también incluye lo que está en su mente. Por eso, el autor afirma que los límites de nuestros modelos definen los límites de nuestro propio mundo.»<sup>67</sup>

Pero ¿qué son las percepciones? Las percepciones son un tipo de influencia interna y personal vinculada directamente a los modelos mentales que hemos aprendido o podemos haber adquirido, es decir van directamente vinculadas a la

---

<sup>67</sup> LEVY, ECP - *Estrategia, Cognición y poder*. Pg.59.

cultura. Por tanto, son algo así como nuestros esquemas internos de referencia que nos permiten organizar la información que recibimos.

«Los “modelos mentales” son supuestos hondamente arraigados, generalizaciones e imágenes que influyen sobre nuestro modo de comprender el mundo y actuar.»<sup>68</sup>

Así podríamos decir que el PROCESO DE FORMACIÓN DE UNA PERCEPCIÓN ES INDIVIDUAL E INTRANSFERIBLE y responde claramente a nuestra forma personal de ver el mundo, es decir responde a nuestro propio MODELO MENTAL APRENDIDO. Es un idioma o código con el que interpretamos lo que sucede y que nos permite vivir, ya que actúa como atajo en la toma de decisiones y en la configuración de opiniones. Se podría decir, que es la forma de interpretar los hechos que nos suceden o las informaciones que recibimos.

« El consumidor está sujeto a muchas influencias que condicionan sus actos de consumo. Estas influencias pueden ser externas que provienen del entorno que le rodea, o internas propias de los consumidores mismos. [...] Las influencias internas son características propias de los consumidores que guardan relación con su forma ser o actuar, como las percepciones, actitudes, aprendizaje, personalidad o estilo de vida. [...] Las influencias externas afectan al comportamiento de los consumidores al margen de sus propias características. Proceden de la cultura en que vive, de la clase social a la que pertenece, del ámbito familiar o del grupo de personas con que el consumidor se relaciona, como amigos, vecinos, o compañeros de trabajo. Además, el entorno económico y demográfico son factores que condicionan intensamente el consumo.»<sup>69</sup>

En el origen de las percepciones por tanto, están los modelos mentales que son un conjunto de creencias, paradigmas, valores, experiencias, narraciones, etc. que

---

<sup>68</sup> SENGE, *La quinta disciplina*. Pg.17.

<sup>69</sup> GRANDE ESTEBAN, I. (2006) *Conducta real del consumidor y marketing efectivo*. Madrid: ESIC editorial. Pg. 21, 22 y 23.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

hemos aprendido y que nos permiten entender, relacionarnos y actuar en el mundo. En su libro “*Fenomenología de la percepción*” Merleau-Ponty aporta cuatro claves para entender mejor la percepción:

«La importancia del mundo de la percepción y del mundo sensible en la construcción de nuestro conocimiento sobre el mundo.” [...] “El conocimiento humano se desarrolla a partir de la relación indisociable entre cuerpo y espíritu, premisa que permite establecer que las cosas con las cuales nos relacionamos adquieren atributos humanos en la medida que nos apoderamos de ellas y que no constituyen solamente objetos a los cuales podemos acceder exclusivamente a través de nuestra razón y del cual establezcamos un conocimiento soberano, sino más bien un conocimiento encarnado, un conocimiento vívido.” [...] “Gracias al cuerpo la percepción presenta una dimensión activa y constitutiva del mundo, donde todo ser exterior sólo nos es accesible a través de nuestro cuerpo, revistiéndolo de atributos humanos que también hacen de él una mezcla de espíritu y cuerpo”. [...] “Por último, Merleau-Ponty pone especial acento en la concepción de los otros como habitantes y protagonistas fundamentales del espacio. En la medida que el cuerpo permite una apertura perceptiva al mundo y a la “creación” de ese mundo, los otros dejan de ser un simple objeto y se constituyen en semejantes partícipes del mismo mundo sensible, marcado por sus acciones, intenciones y propósitos, los cuales permiten comprender la figura moral de los otros.»<sup>70</sup>

Este abordaje de la percepción nos conduce a la individualidad de cada persona, a la configuración de su organismo de forma interactiva con su sistema interno y los ingredientes del mismo, y a su vez en su relación con el espacio externo y las relaciones con los otros individuos o sistemas con los que interactúa de forma más o menos consciente.

«En síntesis, la obra de Merleau-Ponty nos recuerda que rescatar la importancia y el protagonismo del hombre en la concepción que tenemos del espacio significa abordar un conjunto de complejidades e indefiniciones del cual el pensamiento científico y su afán reduccionista no siempre logran dar cuenta de manera certera.

---

<sup>70</sup> LANGE V, C. (2009) Reseña de *El Mundo de la Percepción*, de Maurice Merleau-Ponty. *Revista INVI*,(24) Num. Noviembre, pp. 181-183.

Tal y como nos recuerda el autor, “la existencia humana nunca puede hacer abstracción de sí para acceder a una verdad desnuda”»<sup>71</sup>

Nuevamente nos acercamos a una visión sistémica donde, desde un sistema propio, dotado de una estructura determinada, y sus relaciones con otros sistemas y el entorno se va construyendo y modulando a través de sus diferentes interacciones. Los seres vivientes somos sistemas determinados estructuralmente y los cambios que experimentamos como consecuencia de nuestras interacciones con el ambiente, están determinados por nuestra dinámica estructural y no sólo por los fenómenos externos. El comportamiento de cualquier ser viviente no es únicamente el reflejo de los acontecimientos del entorno, sino que representa la reacción de su estructura interna activada por dichos acontecimientos. Es decir, la forma de percibir, interpretar y comportarse de las personas frente a las circunstancias que le acontecen, reflejan sus respectivas estructuras (biológica, cognitiva, psicológica, emocional), su particular modo de ser.

71

---

Así pues la percepción está formada por nuestros modelos mentales y la INTERACCIÓN DE ELLOS CON LOS FENÓMENOS OBSERVADOS.

«Es un observador quien interpreta de esta manera la interacción de un organismo con su medio y constata una conducta adecuada. Es él quien atribuye conocimiento al sistema observado y evalúa las acciones de éste como indicio de operaciones cognitivas, porque las considera convenientes y adecuadas. [...] En esta circularidad de los procesos se manifiesta la dinámica que hace que los seres vivos sean unidades autónomas y definidas". Con eso había descubierto la base conceptual para aquel fenómeno que más tarde se llamó autopoiesis. A partir de entonces describí los sistemas vivos como sistemas circulares. [...] Se trata de sistemas que con su propio operar se crean como unidad y se producen a sí

---

<sup>71</sup> Ibid

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

mismos en este proceso, porque el resultado de la operación sistémica autopoiética es justamente el sistema mismo.»<sup>72</sup>

Pero nuestros modelos mentales no sólo configuran nuestra percepción, además deciden nuestros actos. Y es así como el comportamiento y la opinión se forma. Y lo hace de manera consciente o no tanto.

«Nuestros modelos mentales no solo determinan el modo de interpretar el mundo, sino el modo de actuar. [...] Aunque las personas no (siempre) se comportan con congruencia con las teorías que abrazan (lo que dicen), si se comportan en congruencia con sus teorías-en-uso (los modelos mentales). [...] Los modelos mentales pueden ser simples generalizaciones o teorías complejas. [...] Pero lo más importante es que los modelos mentales son activos, pues moldean nuestros actos. [...] El problema de los modelos mentales no radica en que sean atinados o erróneos. [...] El problema surge cuando los modelos mentales son tácitos, cuando existen por debajo del nivel de la conciencia.»<sup>73</sup>

Así también podemos asimilar la percepción con un modelo o una teoría. La empirista lo hace pensando en que dicha percepción nos aporta hechos puros. Pero también en este campo existen otras formas de acercarnos más adecuadas al modelo sistémico.

«Uno de los puntos de partida de la nueva filosofía de la ciencia es el ataque a la teoría empirista de la percepción. En respuesta a la opinión de que la percepción nos proporciona hechos puros, se arguye que el conocimiento, las creencias y las teorías que ya sustentamos juegan un papel fundamental en la determinación de lo que percibimos. Para percatarnos del alcance de este enfoque y aclarar algunos de los nuevos problemas que genera, convendrá que examinemos de nuevo el papel que juega la percepción en nuestro conocimiento.»<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> MATURANA, H., PÖRKSEN, B. (2004) *Del Ser al Hacer*. Santiago de Chile: Comunicaciones Noreste. Pg. 44 y 53.

<sup>73</sup> SENGE, *La quinta disciplina*. Pg. 223 y 225.

<sup>74</sup> BROWN, H. (1998) *La nueva filosofía de la ciencia*. Madrid: Tecnos. Pg. 105.

Son las creencias y modelos mentales los que deben ser conocidos para poder aprender y adaptar nuestro sistema a nuestro entorno y ser capaces de responder a lo nuevo. Para mejorar y mantener en equilibrio y buen funcionamiento el sistema.

«La incapacidad para apreciar los modelos mentales conspira contra los esfuerzos para alentar el pensamiento sistémico. [...] La inercia de los modelos mentales profundamente arraigados puede sofocar aun los mejores conceptos sistémicos.»<sup>75</sup>

Es a través de la comunicación como podemos cambiar los modelos mentales subyacentes porque LA PERCEPCIÓN PRECEDE A LA COMUNICACIÓN y ésta deberá conducir al aprendizaje.

«Las aptitudes de aprendizaje de los especialistas en “ciencia de la acción” como Chris Argyris se dividen en dos clases amplias: aptitudes para la reflexión y aptitudes para la indagación. Las primeras se relacionan con desacelerar nuestros procesos de pensamiento para cobrar mayor conciencia de cómo formamos nuestros modelos mentales y cómo éstos influyen sobre nuestros actos. Las segundas conciernen a nuestro modo de operar en interacciones directas con los demás, sobre todo cuando abordamos temas complejos y conflictivos.»<sup>76</sup>

73

---

Sólo desde la capacidad de reflexión es posible identificar los modelos mentales que subyacen a nuestras percepciones. Los comportamientos son conscientes o no, pero el origen proviene de percepciones, muchas de ellas no conscientes o subliminales.

«La percepción depende de nuestra capacidad de atención periférica, que es la capacidad de prestar atención a algo diferente a lo que nos tiene ocupados en un momento dado. [...] Es curiosa la fuerza que poseen las imágenes mentales y lo difícil que puede resultar cambiarlas.»<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> SENGE, *La quinta disciplina*. Pg. 225.

<sup>76</sup> SENGE, *La quinta disciplina*. Pg. 244.

<sup>77</sup> SMITH, C. (2009) *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Navarra: Crecento! Publisig. Pg. 169.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Hoy las percepciones y las experiencias conforman “la imagen” y determinan las conductas en relación a creación de opiniones, toma de decisiones y conductas.

«El paso del mundo de las percepciones sensoriales al mundo de las emociones del consumo implica un cambio total de paradigma. Las emociones pertenecen al ámbito de las experiencias, no al de la percepción.»<sup>78</sup>

### 3.1.1. TEORÍA DE LOS SISTEMAS

A lo largo de toda la exposición hemos ido viendo que subyace la transición de un modelo, el cartesiano, de aplicación a diversos ámbitos desde la industria, la comunicación o la ciencia a otro “sistémico”. Hemos ido describiendo “lo sistémico” como un modelo que entiende que el TODO es más que la suma de las partes y que podemos encontrar su origen en los modelos holísticos de la edad media y del pensamiento oriental.

«Un sistema es un complejo de elementos en interacción ordenada. [...] Un sistema es un átomo, una célula, un cerebro, un ser, un grupo de reses, una galaxia o un clusters de galaxias. »<sup>79</sup>

Es ahora con los NUEVOS DESCUBRIMIENTOS DE LA FÍSICA CUÁNTICA O DE LA TERMODINÁMICA cuando ese modo de aproximarse a la realidad puede explicarse en base al método científico actual y que nos acerca a la posibilidad de integrar otras visiones que TRASFORMEN LOS MÉTODOS hasta ahora usados y que no permitían explicar determinadas conductas o hechos.

«La Teoría General de Sistemas (TGS) nació en las década de 1950. Los desarrollos fundacionales fueron realizados por Ludwig von Bertalanffy, un biólogo preocupado por las limitaciones que el enfoque analítico cartesiano y el

---

<sup>78</sup> COSTA, *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Pg. 159.

<sup>79</sup> LEVY, *ECP - Estrategia, Cognición y poder*. Pg. 34.



mecanicismo de Newton imponían tanto a las ciencias naturales como sociales. Así, el principio clave en que se basa la TGS es la totalidad orgánica, mientras el paradigma anterior estaba fundado en una imagen inorgánica del mundo (Arnold y Osorio, 1998, p.1). [...] La TGS permite abordar el estudio de los sistemas desde dos puntos de vista. Por una parte, aquel que se concentra en las interrelaciones de sus componentes. Por otra, la que investiga los procesos frontera, es decir, los que se verifican entre el sistema y su entorno o ambiente.»<sup>80</sup>

Esta Teoría General de Sistemas basa una parte importantísima de su fundamento en las INTERRELACIONES. Interrelaciones entre los elementos que conforman un sistema y las que se producen con el exterior del mismo, constituido por un medio y otros sistemas. Además un sistema puede a su vez formar parte de otro sistema convirtiéndose un subsistema y así ir elevándose el nivel de complejidad de la acción. La mayoría de los organismos no se hallan introducidos en los ecosistemas, sino que también son en sí mismos ecosistemas que contienen una cantidad de organismos menores que tienen una autonomía considerable y que a pesar de ello se integran armónicamente en el funcionamiento del conjunto.

75

---

Esta nueva forma de aproximarnos además es de aplicación a diversas ciencias empíricas. Y veremos cómo desde la medicina a la educación es de aplicación y configura un nuevo modelo.

«La Teoría General de los Sistemas es una ciencia general de la «totalidad», concepto tenido hasta hace poco por vago, nebuloso y semimetafísico. En forma elaborada sería una disciplina lógico-matemática, puramente formal en si misma pero aplicable a las varias ciencias empíricas.»<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> LEVY, *ECP - Estrategia, Cognición y poder*. Pg. 34 y 35.

<sup>81</sup> VON BERTALANFFY, *Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. Pg. 37.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Bajo este nuevo modelo es posible explicar también, desde un punto de vista científico, eventos y hechos antes inexplicables.

«El método de la ciencia clásica era de lo más apropiado para fenómenos que pueden descomponerse en cadenas causales aisladas o que son consecuencia estadística de un número «infinito» de procesos aleatorios, como pasa con la mecánica estadística, el segundo principio de la termodinámica y todas las leyes que de él emanan.»<sup>82</sup>

En esta nueva forma de aproximarnos surgen DOS TIPOS DE SISTEMAS: LOS CERRADOS Y LOS ABIERTOS, en función de si mantienen o no intercambio con el entorno. Y es importante conocer sus diferencias:

- Los sistemas CERRADOS deben alcanzar un estado de equilibrio con el tiempo que mantengan constante y lo hacen deteniendo los procesos en su interior. Este estado de equilibrio depende de las conductas iniciales del sistema y a estados que tienden a la máxima entropía. No interactúan con el entorno.
- Los sistemas ABIERTOS pueden alcanzar un estado estable aunque al estar en continuo intercambio con el medio, no entran nunca en un reposo completo. Pero pueden alcanzar el mismo estado final a partir de condiciones iniciales diversas. Y a esto se le denomina “Equifinalidad”. Además despliegan procesos anti-entrópicos que apuntan al establecimiento de un orden, diferenciación y organización superiores. Su característica fundamental es la interacción con el entorno.

Organismos vivos y organizaciones de personas son sistemas ABIERTOS. Y ambos tienen especial sentido en esta tesis pues en ambos la comunicación, el lenguaje/códigos son la clave para la supervivencia de los mismos y determinan su

---

<sup>82</sup> Ibid. Pg. 35.

funcionamiento y la configuración y modificación de los modelos mentales o funcionales que determinan los actos y decisiones posteriores.

«El concepto de sistemas abiertos puede ser aplicado a niveles no físicos. Son ejemplos su uso en ecología, y la evolución hacia la formación de clímax (Whittacker); en psicología, donde los «sistemas neurológicos» se han considerado «estructuras dinámicas abiertas» (Krech): en filosofía, donde la tendencia hacia puntos de vista «trans-accionales» opuestos a los «auto-accionales» e «inter-accionales» corresponde de cerca al modelo de sistema abierto (Bentley).»<sup>83</sup>

Los sistemas abiertos no sólo importan energía del entorno para transformarla en su interior también devuelven o exportan al entorno productos elaborados en su interior. Algunos ejemplos de energía importada desde el entorno son materias, información, conocimientos, tecnologías, etc.

«Un sistema puede definirse como una red de relaciones. Y al actuar al interior de esta red relacional que constituye el sistema, uno elige una forma de interacción que yo llamo agonal: actúa de un modo que concuerda con las conductas establecidas, tradicionales del sistema un encuentro ortogonal en cambio se da cuando uno actúa de una manera que no confirma al sistema sino que lo modifica en su estructura.»<sup>84</sup>

Mediante sistemas de retroalimentación los sistemas se auto regulan y desarrollan una entropía negativa mediante la promoción de un mayor ordenamiento interno. Es necesario el establecimiento de unos códigos o lenguaje que sea comprendido y compartido por los integrantes del sistema. Las partes deben hablar en el mismo idioma. Los sistemas no pueden tomar cualquier clase de inputs.

---

<sup>83</sup> VON BERTALANFFY, *Teoría general de los sistemas*. Pg.41.

<sup>84</sup> MATURANA y PÖRKSEN, *Del Ser al Hacer*. Pg. 65.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«La noción de codificación resume los mecanismos selectivos del sistema. [...] Gracias al proceso de codificación, el sistema reduce la variedad y multiplicidad del mundo a unas pocas categorías significativas y simplificadas.»<sup>85</sup>

RETROALIMENTACIÓN, AUTORREGULACIÓN Y DIFERENCIACIÓN son los ejes que nos permiten comprender el funcionamiento de un sistema abierto y son la forma que tiene el mismo de alcanzar esa EQUIFINALIDAD, que le es propia.

«El pensamiento integral es un pensamiento de procesos; la forma se asocia con el proceso, la interrelación recíproca con la interacción, y los opuestos se unifican a través de la oscilación. [...] Se trata de sistemas abiertos, y esto significa que deben mantener un intercambio continuo de energía y de materia con su entorno para seguir viviendo.»<sup>86</sup>

Una forma de explicar la adaptación necesaria para la supervivencia, tanto el ser humano como en la organización humana, es el CAMBIO ADAPTATIVO que proporciona el funcionamiento y la comunicación de un sistema abierto, donde interacción, autorregulación, interrelación y retroacción modifican el sistema para ajustarse a los mensajes o informaciones que reciben del entorno con el que se relacionan. Y que pone en cuestión la forma en que se ha abordado hasta ahora por el modelo tradicional de la ciencia.

«Los últimos descubrimientos muestran que el organismo vivo es un sistema coherente. Esta coherencia incluye el genoma y el fenoma en el interior de los organismos y a los organismos y sus entornos en la biosfera. [...] En contra de la doctrina darwinista, el genoma no muta aleatoriamente, indiferente a los estados cambiantes del fenoma. [...] Las partes de un organismo que no admite reducción

---

<sup>85</sup> LEVY, *ECP - Cognición y poder*.Pg.37.

<sup>86</sup> CAPRA, *El punto crucial*. Pg. 310 y 313.

a su complejidad están interconectadas de tal manera que al quitar una parte se destruye la función del conjunto.»<sup>87</sup>

Esta nueva forma de ver la realidad en que vivimos es apreciable en muchos de los comportamientos y actuaciones que hoy se producen. Lo que es claro es que sin acceder a su conocimiento no podremos ni tan siquiera identificar su existencia y menos aún, si se realiza con ellos un buen o mal uso.

«Si uno analiza lo que los gurús y vendedores exitosos hacen durante sus actos de manipulación, se detecta inmediatamente que operan con un entendimiento especial de la estructura del sistema que están perturbando. Utilizan las especificidades del sistema, por ejemplo las características del ser humano. Trabajan con las necesidades y deseos de una persona y mediante sus conocimientos gatillan en el otro algo que ellos les interesan.»<sup>88</sup>

En comunicación, este nuevo paradigma resulta especialmente relevante, como indican expertos de la Comunicación como Castells. Y explica como las redes neuronales, al igual que las redes humanas se ven modificadas por el entorno de forma que cualquier red posibilita de interacción, retroalimentación y autoregulación del sistema. Porque una red es el entramado de un sistema. Y cómo esta red es la que hace posible la comunicación de señales entre sus puntos y es eso lo que construye significados.

«Como las redes neuronales del cerebro se activan mediante la interacción con su entorno, incluido el entorno social, este nuevo ámbito de la comunicación, en sus más diversas formas, se convierte en la principal fuente de señales que llevan a la construcción de significado en la mente de las personas.»<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> LASZLO, *El cambio cuántico*. Pg. 142 y 143.

<sup>88</sup> MATURANA y PÖRKSEN, *Del Ser al Hacer*. Pg. 42.

<sup>89</sup> CASTELLS, *Comunicación y poder*. Pg.89.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

LA APROXIMACIÓN SISTÉMICA ES LA BASE DE LA NUEVA COMUNICACIÓN EN ESTE SIGLO y nos permite entender que los nuevos pilares en los que ésta se apoya, no son ya elementos materiales y tangibles sino intangibles: IDENTIDAD, IMAGEN, CULTURA Y COMUNICACIÓN.

Y es en la CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN a través de la comunicación donde ese emergente sistémico cobra relevancia en esta tesis.

«Como todo sistema, la imagen se compone de un número variable de elementos diversos, unas interacciones entre ellos, y unas leyes llamadas de estructura. Un sistema es el mejor ejemplo de que las partes o elementos que lo integran están organizadas en función del todo. Las interacciones entre componentes es un mecanismo dinámico.»<sup>90</sup>

Pero es la imagen mental donde profundizaremos de forma especial. Y se hará tanto en su configuración, como en su posible modificación a través de la comunicación.

«La imagen mental no es una cosa que esté ahí, sino un fenómeno que es susceptible de ser examinado como un sistema (algo que funciona). La imagen mental es también una estructura de elementos diversos agrupados de un cierto modo y que obedecen unas leyes de estructura (fisiológicas, psicológicas: percepción, cultura, motivaciones, necesidades.»<sup>91</sup>

### 3.1.2. IDENTIDAD, IMAGEN Y CULTURA

En este nuevo modelo de comunicación, propio de la era postindustrial, emergen unos PILARES ESTRATÉGICOS en su gestión estratégica: IDENTIDAD, CULTURA/ACCIÓN, COMUNICACIÓN E IMAGEN. Pilares que se superponen con los

---

<sup>90</sup> COSTA, *La imagen de marca. Un fenómeno social*.Pg.117.

<sup>91</sup> Ibid. Pg. 118.

propios del modelo industrial cuando hablamos de organizaciones o empresas: el capital, la producción, la administración y organización.

Pasamos así a la EMERGENCIA DE LOS VALORES INTANGIBLES como rectores de los tangibles porque son vectores que condicionan y orientan la acción. Hoy son estos nuevos ejes los que determinan los comportamientos de personas y colectivos del mundo.



El primero de ellos es la IDENTIDAD: QUIÉN O EL QUÉ. Es la esencia misma, lo que hace irrepetible algo, sea un ser o una organización. La IDENTIDAD ES EL SER de algo, es la esencia que lo distingue del otro, es el ADN de la persona, de la organización, del producto, del servicio, de la disciplina y, por tanto, es imprescindible su identificación porque su conocimiento determina todo lo que viene después. Es el origen de todo. Es esa la que confiere diferenciación y unicidad al individuo (o la parte) y la que aporta valor al sistema (el todo). Por eso, el primer paso es ser consciente de esa identidad, conocerla y apreciarla.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Es importante detenerse en este primer elemento. Se ha dicho que nuestra identidad es nuestra DIFERENCIA. Conviene conocerla, aunque a veces resulte difícil de hallar o autoidentificar. Y es debido a que hemos sido educados y formados en un mundo donde se premia la estandarización y penaliza la diferencia. Tratamos de adecuarnos al tipo estándar y evitamos la diferencia. O la identificamos con un “no valor”.

Es cuando pasamos a un nuevo modelo mental cuando apreciamos que es LA DIFERENCIA Y LA DIVERSIDAD lo que ENRIQUECE EL SISTEMA. Comprender ese nuevo modo de aproximarse a la vida es abrir la mente a que nuevas informaciones modifiquen nuestros modelos mentales y superemos así la *KITCHINIZACIÓN*, ya referida en este documento. En esta mutación trascendente de la cultura de los bienes materiales a la cultura de los servicios y valores intangibles, emergen cuatro nuevos vectores de la gestión empresarial. Vectores que ya no proceden de la mentalidad técnica, sino del conocimiento, el saber y el pensamiento estratégico. Estos vectores del nuevo paradigma son: la Identidad ("quién soy", incluso antes que "qué hago"). Es el ADN de la empresa y la matriz de su exclusividad diferencial, que la extiende a todas sus producciones, actuaciones y manifestaciones; la Cultura ("cómo lo hago" es más importante que "lo que hago").

Y es esa identidad la que expresada a través de “LO QUE SE DICE Y SE HACE” Y “CÓMO SE DICE Y SE HACE” lo que configura la cultura o la forma de relacionarse.

Es en ese proceso de decir y hacer, y en la forma de hacerlo donde se produce la transición de la identidad a la imagen. Es la CULTURA, el cómo manifiesta su identidad, la manera que tiene la identidad de participar en la construcción de la imagen.



Es a través de las percepciones creadas por los mensajes emitidos y las experiencias vividas con la entidad o producto, como se construye una síntesis mental que configura la imagen que cada persona tiene de algo. No como en el pasado que era fruto de lo que nos contaban y decían en los grandes medios.

«Si la identidad es la conciencia que el emisor tiene de sí mismo, la imagen es la reconstrucción que el receptor hace de esa identidad en su cabeza. La imagen no es lo que tú dices que eres, sino lo que los demás piensas que eres. [...] La imagen que se ha ido forjando de nosotros es lo que determinará su decisión de escoger nuestro producto.»<sup>92</sup>

Existen así dos tipos de imagen como dice Joan Costa: LA IMAGINADA Y LA EXPERIMENTADA. La primera configurada por las percepciones y constitutiva de prejuicio y la segunda generadora de influencia y reforzadora de conductas. Porque la IMAGEN no es el producto de un impacto instantáneo, es un PROCESO PSICOLÓGICO CASI INCONSCIENTE, que se desvela y aparece en un momento dado.

83

---

«He sintetizado este proceso encuadrándolo en 3 momentos progresivos de la implicación de los individuos, y en un contexto en el que tienen lugar. El primer momento es la percepción, ya sea directa o indirecta del producto, la empresa la marca, el servicio. El segundo momento es el del contacto directo y real con el producto o la empresa, experiencia puntual vivida con este contacto. El tercer momento es el transcurrir del día a día y la sucesión de percepciones y contactos con el producto o la empresa a través del tiempo; y con ello la afirmación de las percepciones y contactos precedentes en el sentido que la imagen mental tomará.»<sup>93</sup>

Así podríamos decir que la imagen experimentada es la principal determinante de la IMAGEN y el MENSAJE EXPERIENCIAL resulta clave en su configuración.

---

<sup>92</sup> SMITH, *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Pg. 161 y 165.

<sup>93</sup> COSTA, *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Pg. 213.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Las imágenes mentales ligadas a productos, marcas, etc. son representaciones internas y productos psicológicos ligados a percepciones, experiencias, emociones, creencias u opiniones de terceros. Y son estas imágenes mentales y personales las que determinan nuestras decisiones y acciones, que a su vez condicionan e influyen a otros en las suyas. Y estas imágenes pueden ser inhibidoras o estimuladoras de las conductas.

Así la construcción de la imagen no es un fenómeno espontáneo: requiere autodescubrimiento de la propia singularidad. Es al comunicar nuestra identidad con lo que decimos y hacemos, donde tenemos un control o participación. En la imagen es otro el que tiene el papel.

«No hay nada que podamos hacer para controlar la imagen que alguien tiene de nuestra marca. [...] El público es libre de forjar la imagen que quiera tener de nosotros y ésta dependerá de su experiencia vivida con nosotros.»<sup>94</sup>

La imagen es PROPIEDAD DEL RECEPTOR, nunca del emisor. Como dice *Capriotti* la imagen no es una cuestión de emisión sino de recepción ya que resulta de la interpretación que hacen los públicos de la información o desinformación, es efecto de percepciones, inducciones, deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos de forma directa o indirecta.

«Este enfoque ha sido definido por *Capriotti* (1999) como “Imagen-Actitud”, puesto que podríamos definir a la actitud como “una tendencia o predisposición, adquirida y relativamente duradera, a evaluar de un modo determinado a una

---

<sup>94</sup> SMITH, *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Pg. 168 y 169.

persona, suceso o situación y actuar en consecuencia con dicha evaluación” (Vander Zarden, 1989: 199).»<sup>95</sup>

Un problema frecuente es la CONTRADICCIÓN ENTRE LA IDENTIDAD OBJETIVA Y LA IMAGEN SUBJETIVA. Es decir, entre lo que se emite y lo que se recibe. Por supuesto, nos referimos siempre a la imagen, como representación mental y simbólica: al imago.

«El término imagen tiene dos acepciones principales, la primera como objeto material, representación física de cosas y tiene su raíz en el término *eikon* de los griegos. La segunda acepción es imagen como representación mental, producto sintético e intangible de la imaginación individual. Es el término imago de la psicología.»<sup>96</sup>

Al final la imagen es propiedad del receptor y del individuo y existen tantas como seres. Ahora bien al compartirse esas imágenes se origina otra nueva y en este caso la llamamos IMAGEN SOCIAL. Y es esa imagen social la que define una marca, un producto, una persona o una nación.

«La imagen social es una especie de resumen de las imágenes personales de la gente.[...] Lo curioso de la imagen social es que aun siendo aceptada, no siempre es compartida.[...] La imagen social es lo que alimenta la función primordial de las marcas. Es decir, la marca, ahora sí se convierte en mensaje, parafraseando a McLuhan.»<sup>97</sup>

---

<sup>95</sup> CAPRIOTTI, P. (2009). *Branding corporativo*. Santiago, Chile: [Business School Universidad Mayor]. Pg. 89.

<sup>96</sup> COSTA, *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Pg. 107.

<sup>97</sup> SMITH, *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Pg. 181.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

### 3.1.3. COMUNICACIÓN: PUENTE ENTRE REALIDAD Y PERCEPCIÓN

La comunicación en el modelo industrial se ha entendido como un proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor. En el modelo mecanicista se caracterizaba por ser un proceso lineal y unidireccional.

«El postindustrialismo daría paso a la economía de la información, que a su vez coincidiría con los nuevos avances tecnológicos y propiciaría la revolución de servicios.»<sup>98</sup>

Y en ese cambio es muy importante el nacimiento de internet, los nuevos canales de comunicación que propician y la accesibilidad a la tecnología de grandes cantidades de individuos en un corto espacio de tiempo. Así todo ello nos sitúa en la llamada “galaxia de internet”.

«Siguiendo la terminología de ECO, los emisores son también receptores, de forma que un nuevo sujeto de comunicación, el emisor-destinatario, surge como figura central en la galaxia de internet.»<sup>99</sup>

En el momento actual se produce una evolución y un claro cambio social basado en ese nuevo modo de relacionarnos entre nosotros gracias a los nuevos canales que nos ofrece la red y así transformar nuestra realidad y el entorno.

«Lo que ahora tenemos ante nosotros son redes cuyos «conocimientos» no están destinados ya a cambiar o mejorar la red en sí, sino que, por el contrario, actúan en el mundo exterior y añaden “extrainteligencia” a los mensajes que fluyen a través de ellas.»<sup>100</sup>

En el nuevo modelo sistémico LA COMUNICACIÓN hemos dicho que es LA CLAVE DEL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA.

---

<sup>98</sup> COSTA, *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Pg. 263.

<sup>99</sup> CASTELLS, *Comunicación y poder*. Pg. 181.

<sup>100</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 115.

«La condición fundamental de la Comunicación es ser el vector estratégico del nuevo paradigma, al mismo tiempo, un instrumento de interacción, de retroacción y de teleacción.»<sup>101</sup>

En este apartado vamos a tratar de entender cómo se produce ese proceso comunicativo en ese modelo y a conocer sus ingredientes: los emisores y los receptores, sus modelos mentales, los canales de comunicación, los mensajes y el lenguaje utilizado en ellos y que es consecuencia de sus modelos mentales.

Hoy el individuo como emisor y receptor cobra un papel muy relevante, pues es el protagonista de la gran conversación que se produce en la red. Los individuos dejan de ser entes pasivos para convertirse en entes activos. Esto está muy bien explicado en el segundo Manifiesto CLUETRAIN.

«La red no es un medio de la misma manera que una conversación no es un medio. En la red, nosotros somos el medio. Somos los que movemos los mensajes. Lo hacemos cada vez que posteamos o retuiteamos, mandamos un enlace por email o lo posteamos en una red social. [...] La demonización del otro – gente con aspectos físicos, idiomas, opiniones, afiliación y otras categorías que no entendemos, no nos gusta o no toleramos – es mucho peor que nunca con internet. [...] Si queremos escuchar la verdad sobre tus productos, la sacaremos de otras fuentes. [...] No te preocupes: te diremos cuándo estamos en el mercado buscando algo. A nuestra manera. No a la tuya. Confía en nosotros: será bueno para ti.»<sup>102</sup>

En la sociedad contemporánea la idea de comunicación lineal raramente se realiza en estado riguroso. LOS MENSAJES DIFÍCILMENTE SON MONO CANAL en la sociedad hipercomunicada actual, de hecho la persona está ubicada en una situación de diversidad de recepción de mensajes y canales que configuran algo muy complejo. Y dicha complejidad sólo es superable a través de una gestión estratégica de la comunicación.

---

<sup>101</sup> COSTA, *El ADN del dircom*. Pg. 118.

<sup>102</sup> SEARLS, D., WEINBERGER, D. (2015) *Nuevo Cluetrain*. [versión electrónica] Disponible en: <http://cluetrain.com/newclues/>.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«Este concepto de recepción en diversidad ha sido poco subrayado por los teóricos de los mass media. [...] El campo social es, intrínsecamente, una red mallada en la que siempre hay un gran número de medios de acceso de los mensajes a sus destinatarios. [...] Así, se ha pasado de una estructura lineal original a una estructura en red que implica para cada receptor miembro de una sociedad o de un grupo, una recepción en diversidad, que es la aportación de la teoría sistémica al problema de los medios de difusión orientados a la comunicación de marca.»<sup>103</sup> 1

En este nuevo escenario cobra especial relevancia la comunicación interpersonal que posibilitan las nuevas tecnologías y lo hacen de forma cada vez más relevante sobre la comunicación convencional de los medios masivos.

«El contacto humano es el medio de interacción más creíble que hay, dudo que la tecnología lo desbanque del primer lugar de las preferencias de interacción de cualquier ser humano.»<sup>104</sup>

En esta diversidad es importante el conocimiento de los modelos mentales pues es en base a ellos que procesamos los mensajes que recibimos.

«Construimos la realidad como reacción ante los acontecimientos reales, internos o externos, pero nuestro cerebro no se limita a reflejar dichos acontecimientos reales, internos o externos, sino que los procesa de acuerdo a sus propios modelos.»<sup>105</sup>

Los mensajes son otro de los ingredientes de la comunicación y su importancia en el proceso de comunicación también se ve afectada en este nuevo modelo de comunicación. Empezaremos por agruparlos en tres grandes grupos: MENSAJES DIRECTOS, MENSAJES EXPERIENCIALES Y MENSAJES INDIRECTOS.

---

<sup>103</sup> COSTA, *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Pg. 124.

<sup>104</sup> SMITH, *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Pg. 138.

<sup>105</sup> CASTELLS, *Comunicación y poder*. Pg. 193.

Los MENSAJES DIRECTOS son los mensajes del marketing y de la comunicación. Son mensajes deliberados que emite una organización con la intención de provocar una asociación o una acción en el consumidor. Serían aquellos que se encuentran en los canales de la organización y en los anuncios o comunicados de la empresa. Su forma de llegar al consumidor más conocida son los *mass media*.

Los MENSAJES EXPERIENCIALES también son deliberados, pero no emanan del *marketing*. Son los que se comunican mediante la experiencia con el producto o servicio. Y tienen que ver con la actuación o los hechos referidos al emisor en su comportamiento.

Los MENSAJES INDIRECTOS son todos los mensajes que no son deliberados que escapan del control del emisor.

«Los mensajes directos son los “fáciles”, los de toda la vida. Son mensajes deliberados, estudiados, propuestos y validados que emanan de los departamentos de MK y comunicación que dicen “soy esto y quiero que sepas esto”. Es decir, publicidad, relaciones públicas, diseño de página web, etc. [...] Un mensaje experiencial también es deliberado, pero es aquel que emana de la interacción del consumidor con el producto o servicio. [...] Los mensajes indirectos no son deliberados, hay dos grandes grupos de mensajes indirectos: los que la entidad trasmite sin ser consciente de ello, es decir, sin considerarlos ni controlarlos, y los mensajes que los otros transmiten acerca de la entidad. [...] La red está llena de mensajes indirectos que hacen referencia a multitud de organizaciones.»<sup>106</sup>

El caso más representativo de mensaje indirecto es WOM o el boca - oreja. Fenómeno de especial relevancia en la “galaxia de internet”.

«Las conversaciones informales son uno de los mecanismos de comunicación y persuasión más efectivos que existen. Según un reciente estudio conjunto de Forrester Research e Intelliseek, los consumidores basan sus decisiones de compra en un 80 por ciento de los casos en la recomendación directa de un amigo, y en un

---

<sup>106</sup> SMITH, *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Pg. 134 y 136.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

65 por ciento por las sugerencias de otros consumidores, recibidas a través de distintos canales de Internet como los chat y los foros.»<sup>107</sup>

Como dice Smith en su libro *Identidad diferencial* Tres palabras surgen de la nada: COMUNICAR, ESCENIFICAR Y DEJAR BROTAR.

Cuando hablamos de mensajes directos y experienciales hablamos del emisor. Lo que se dice y lo que se hace. Sin olvidar que las experiencias son más memorables que las palabras.

Las experiencias conducen a la prescripción o recomendación y llegamos así a un mensaje indirecto.

En la era de internet son las sinergias entre las experiencias individuales compartidas las que generan la decisión de compra de muchos productos y el acercamiento a determinados servicios.

«Se podrían señalar tres grados de credibilidad: el primer grado, el de mayor credibilidad, sería el integrado por las experiencias personales; el segundo grado, de menor credibilidad que el anterior, estaría conformado por las informaciones provenientes de las relaciones interpersonales; y el tercer grado, el de menor credibilidad, estaría formado por las informaciones obtenidas por medio de las comunicaciones masivas, y en especial la publicidad. Es decir, la experiencia personal sería más creíble que los otros dos canales de información (las relaciones interpersonales y las comunicaciones masivas).»<sup>108</sup>

Así, en el nuevo modelo tiene especial relevancia el mensaje experiencial, ya que permite la comprobación de la veracidad y su posterior divulgación en los entornos próximos, boca oído, si hablamos de *off line* o de otros más lejanos si hablamos de *on line* (WOM).

---

<sup>107</sup> Armelini, G. (2015). [online] Available at: [http://www.iese.edu/en/files/6\\_23084.pdf](http://www.iese.edu/en/files/6_23084.pdf) [Accessed 8 Sep. 2015].

<sup>108</sup> CAPRIOTTI, *Branding corporativo*. Pg. 56.



«La estructura del poder basada en el control de la información era clara y, por lo tanto, mientras los especialistas controlaban los cubículos, los directivos lo hacían con los canales. [...] Cualquier burocracia tiene dos características clave: se las puede denominar «cubículos y canales».»<sup>109</sup>

Esta nueva relevancia de los mensajes indirectos y experienciales suponen una pérdida de poder por parte del establishment y la emergencia de un nuevo poder.

En este nuevo panorama es necesario más que nunca una gestión verticalizada de contenidos y horizontal de puntos de contacto.

Exige a su vez la definición de unos dominios conceptuales y un conocimiento de los modelos mentales del receptor. Es de ese modo que es posible desde la comunicación acercar realidad a percepción. Identidad a imagen.

«La comunicación depende de la construcción en el lenguaje de un dominio consensual entre el emisor y el receptor. [...] Dentro de los SISTEMAS SOCIOTECNICOS COMPLEJOS, así como entre los seres humanos en general, el lenguaje constituye la interfaz por excelencia. La palabra es el coordinador conductual de orden superior.»<sup>110</sup>

#### 3.1.4. LENGUAJE COMO CONFIGURADOR DE LA PERCEPCIÓN

Dicen que la percepción se configura con impresiones e ideas. Que las impresiones experimentadas constituyen las ideas. Y son los términos con los que definimos nuestras ideas, los que determinan finalmente nuestros modelos mentales. De forma que un término realimenta casi subliminalmente una idea o percepción y finalmente acaba determinando la acción, sea del tipo que sea.

---

<sup>109</sup> TOFFLER, *El cambio del poder*. Pg. 205 y 211.

<sup>110</sup> LEVY, *ECP - Estrategia, Cognición y poder*. Pg. 85.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«La unidad básica de significado para Hume es el término, un término posee un significado solo si hay una idea que corresponde. [...] Un individuo sólo puede conocer el significado de un término si ha tenido experiencia de las impresiones necesarias para la formación de la idea correspondiente, y cualquier término del que se suponga que se refiere a un objeto que se encuentra más allá de los límites de la experiencia posible es un mero sonido o marca sin significado.»<sup>111</sup>

Además es el lenguaje el territorio de lo humano y lo que nos distingue de otros animales del planeta y es a través de él, que podemos comunicarnos entre nosotros y transformar la realidad que nos rodea.

«Sólo los seres humanos son capaces de tomar responsabilidades en el dominio relacional, porque existen en el lenguaje: tienen la capacidad de describir un determinado acto como responsable. Es el lenguaje lo que les posibilita y permite distinguir y reflexionar sobre las consecuencias de un acto para otros seres vivos.»

<sup>112</sup>

Aunque también es verdad que las palabras pueden convertirse en límites para describir la realidad o para percibir el mundo que nos rodea.

«Dice Wittgenstein que los límites del lenguaje son los límites de nuestro mundo (Wittgenstein, L., 1975: 88-89). Las palabras, por tanto, encierran limitaciones en sí mismas.»<sup>113</sup>

Las palabras son códigos que nos permiten comunicar o incomunicarnos con otros en función de los significados que se otorguen.

---

<sup>111</sup> BROWN, H. (1998) *La nueva filosofía de la ciencia*. Madrid: Tecnos. Pg. 18.

<sup>112</sup> MATURANA y PÖRKSEN, *Del Ser al Hacer*. Pg. 43.

<sup>113</sup> SOTO, R., (2011) La economía del cariño. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (2), pp.215–220.

“Como decía el lingüista Hayakawa que las palabras son al mismo tiempo una herramienta y una trampa”<sup>114</sup>

El lenguaje además determina nuestros modelos mentales. Apareciendo así, como origen y causa de las percepciones y modelos que influyen en nuestras conductas.

«Los modelos mentales correspondientes a los procesos de comprensión e inferencia tienen su origen en representaciones lingüísticas. [...] La interpretación se traduce en la construcción de modelos mentales que pueden ser modificados, ampliados, corregidos o desechados en el transcurso del tiempo. [...] Los modelos mentales permiten comprender información, predecir hechos y tomar decisiones.»

115

“Lo que no se nombra no existe”, es una buena manera de describir la palabra como código de comunicación. Lenguaje y sociedad son dos conceptos que interactúan recíprocamente. La sociedad cambia y con ella el modo de expresarnos. Los valores que tiene una sociedad están escritos en el lenguaje, a la vez que el lenguaje refleja y refuerza los valores de cada sociedad. Como dice Joan Costa, todo cuanto vemos y conocemos está caracterizado por una forma unida a un nombre.

93

---

El lenguaje es un instrumento de clasificación de la realidad. Con él nombramos la realidad, le ponemos etiquetas y la interpretamos. Construimos la realidad, según la nombramos.

«El lenguaje no constituye un instrumento de transmisión de información ni sistema de comunicación, sino una manera de convivir en un devenir de coordinación de coordinaciones conductuales que no contradice el determinismo estructural de los sistemas interactuantes. Y el que entendió eso entiende también

---

<sup>114</sup> COSTA, *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Pg. 63.

<sup>115</sup> LEVY, *ECP - Estrategia, Cognición y poder*. Pg. 63 y 64.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

que el origen del lenguaje no está en los signos, sino que al contrario, el lenguaje constituye el origen de los signos; todo se da vuelta.»<sup>116</sup>

Las palabras evocan en la mente territorios conceptuales ya sea de cosas concretas o cotidianas o ideas o elaboraciones más complejas.

«Mediante el lenguaje, los seres humanos distinguen unidades, ya sean conceptuales (dignidad) o concretas (taza), ya simples (áspero) o compuestas (león). Por eso, como suelen recordar los constructivistas, los seres humanos somos seres humanos en el lenguaje: somos una distinción construida mediante el lenguaje.»<sup>117</sup>

Al escuchar o leer una palabra se desencadena una cascada de imágenes en nosotros de modo instantáneo. A eso *Lakoff* le llama marcos.

«Los marcos son estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones. [...] Los marcos de referencia no pueden verse ni oírse. Forman parte de lo que los científicos cognitivos llaman el «inconsciente cognitivo» — estructuras de nuestro cerebro a las que no podemos acceder conscientemente, pero que conocemos por sus consecuencias: nuestro modo de razonar y lo que se entiende por sentido común. También conocemos los marcos a través del lenguaje. Todas las palabras se definen en relación a marcos conceptuales. [...] Puesto que el lenguaje activa los marcos, los nuevos marcos requieren un nuevo lenguaje. Pensar de modo diferente requiere hablar de modo diferente. [...] Cuando se oye una palabra, se activa en el cerebro su marco (o su colección de marcos). [...] Cambiar de marco es cambiar el modo que tiene la gente de ver el mundo. Es cambiar lo que se entiende por sentido común. Puesto que el lenguaje activa los marcos, los nuevos marcos requieren un nuevo lenguaje. Pensar de modo diferente requiere hablar de modo diferente.»<sup>118</sup>

---

<sup>116</sup> MATURANA y PÖRKSEN, *Del Ser al Hacer*. Pg. 51.

<sup>117</sup> LEVY, *ECP - Estrategia, Cognición y poder*. Pg. 82.

<sup>118</sup> LAKOFF, G. (2004) *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: UCM. Pg.17.

Podemos con la comunicación cambiar esos marcos pero la forma en que abordemos ese cambio también se ve modificada por el modelo del que partamos.

«Los supuestos básicos de nuestras tradiciones y las persistentes implicaciones del lenguaje que usamos, casi nos fuerzan a abordar todo lo que estudiamos como si estuviera compuesto de partes o factores separados, discretos, que debemos tratar de aislar e identificar como causas potentes.»<sup>119</sup>

Para poder modificar esos marcos, esas percepciones, son necesarios otros instrumentos: metáforas, narraciones, historias, etc.

«Para que se produzca esta comunicación, el cerebro y sus percepciones sensoriales necesitan protocolos de comunicación más importantes son las metáforas. [...] Nuestro cerebro piensa en metáforas a las que acceder por el lenguaje, pero que son estructuras físicas del cerebro. [...] Los marcos son redes neuronales de asociación a las que se puede acceder desde el lenguaje a través de conexiones metafóricas. [...] Enmarcar significa activar redes neuronales específicas. [...] En el lenguaje, las palabras se asocian en campos semánticos. Estos campos semánticos se refieren a marcos conceptuales. Así pues, el lenguaje y la mente se comunican por marcos que estructuran narraciones que activan las redes cerebrales. [...] Pero las estructuras de los marcos no son arbitrarias. [...] Las narraciones definen los roles sociales en contextos sociales. [...] La mayoría de las comunicaciones se construyen en torno a metáforas porque esa es la forma de acceder al cerebro. [...] Las personas tienden a seleccionar la información que favorece aquella decisión que se sienten inclinadas a tomar.»<sup>120</sup>

No podemos olvidar, pues, que COMUNICACIÓN ES PODER y que una forma de ejercerlo en este tiempo más que con dinero y violencia, SE REALIZA CON EL DISCURSO NARRATIVO que permite llegar a la sociedad y crear un estado de opinión que guíe a la acción. Como dice Manuel Castells, El poder se ejerce mediante la

---

<sup>119</sup> VON BERTALANFFY, *Teoría general de los sistemas*. Pg. 15.

<sup>120</sup> CASTELLS, *Comunicación y poder*. Pg. 197, 198 y 199.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

coacción (o la probabilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones.

## Capítulo 4

### 4.1. Qué es la homeopatía

Este apartado busca definir la identidad de la HOMEOPATÍA, ese definir qué es, dónde nace, quién la conceptualiza, por qué y cómo. Conocer cuál ha sido su evolución y en qué situación se encuentra en la actualidad en España y en mundo.

Decíamos en apartados anteriores que “la identidad es el ADN” de un ser, sea del tipo que sea, su identidad es lo que lo hace único, lo distingue. Y eso es lo que pretendemos en este apartado, definir “que es” la homeopatía, para que nos permita posteriormente poder enfrentarlo a su imagen percibida por los diferentes públicos.

#### 4.1.1. HISTORIA DE LA HOMEOPATÍA

La homeopatía nace con Hahnemann (1755-1843) en los inicios del siglo XIX en un contexto donde el empirismo da paso al racionalismo. Escuela que a partir del siglo XIX encuentra su validez científica en la fisiología reduccionista de Claude Bernard.

Eso, con el subsiguiente desarrollo de la teoría microbiana, la farmacología experimental y el desarrollo tecnológico, dieron lugar a la medicina que hoy conocemos.

Hahnemann se graduó como MÉDICO en Erlangen en 1779 a los 24 años y tras ejercer la medicina entró en crisis moral y abandonó la práctica de la medicina dedicándose a realizar traducciones, trabajo que apenas le daba para vivir. Como el mismo lo narra en una carta al Dr. Hufeland en 1808: “Ocho años de práctica ejercida con escrupuloso cuidado me hicieron conocer la falta de valor de los métodos curativos ordinarios. No sé, en virtud de mi triste experiencia, qué se puede esperar de los preceptos de los grandes maestros.”

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Fue traduciendo la Materia Médica de William Cullen donde nació el germen de la homeopatía. Ahí se plantea, con CHINA (corteza de Perú), la realización de la primera experimentación en él mismo. Pretendiendo demostrar en la práctica, la teoría de que una sustancia que produce unos efectos iguales a una enfermedad en el hombre es capaz de curarla si se utiliza a dosis mínimas.

«La Corteza del Perú, que se usa como remedio para la fiebre Intermitente, actúa porque puede producir síntomas semejantes a los de la fiebre intermitente en personas sanas»(S. Hahnemann)

Hahnemann instaura así, la EXPERIMENTACIÓN SISTEMÁTICA DE SUBSTANCIAS MEDICINALES EN SUJETOS SANOS, como la mejor manera de conocer sus efectos puros sobre el ser humano. Hahnemann lo explica en la nota al 2º volumen de la Materia Médica de Cullen: “Tomé para experimentar dos veces por día, cuatro dracmas de pura China. Mis pies, extremidades de los dedos, etc. tornáronse primeramente fríos; me sentí somnoliento y lánguido, mientras mi corazón palpitaba; temblaba sin que estuviese en época de frío; postración en todo el cuerpo, en todos mis miembros; pulsaciones en mi cabeza; enrojecimiento de mis mejillas; sed, y finalmente todos esos síntomas ordinariamente característicos de la fiebre intermitente aparecieron unos después de otros, aunque sin el peculiar y riguroso frío. Estos paroxismos presentaban la duración de 3 a 4 horas cada vez y reaparecían si yo repetía la dosis de la misma manera. Dejé de tomar la China y la salud volvió”

De la verificación repetida de las patogénesis de cada medicamento (conjunto de síntomas resultante de la experimentación) y la comprobación clínica de su eficacia cuando son prescritos en función de la similitud de sus síntomas con los de la enfermedad, surge por inducción, la *Ley de Semejanza* como fenómeno de valor universal.

Y es esa ley basada en que LO SIMILAR CURA, la que disiente de la medicina tradicional o alopática que se basa en curar por contrarios.



La similitud es uno de los conceptos más importantes, sino el que más, en homeopatía. Podría enunciarse como que la misma sustancia que produce unos determinados síntomas en un sujeto sano (Experimentación Pura) es capaz de curarlos en un sujeto enfermo.

Tras la toma de una sustancia por sujetos sanos se toman los datos de los efectos producidos en ellos y se agrupan en tres grandes grupos de síntomas: MENTALES (afectivos, intelectivos y volitivos), GENERALES (sueños, deseos y aversiones y sueño) y PARTICULARES (donde se recogen por sistemas empezando por la cabeza y terminando por las extremidades).

Con los resultados de todas ellas, se elabora la MATERIA MÉDICA homeopática que constituye la GUÍA DE LOS REMEDIOS que utiliza el médico homeópata. Junto con el REPERTORIO que es la GUÍA DE SÍNTOMAS, le ayuda a identificar el remedio/medicamento más adecuado al caso a tratar.

La homeopatía integra algunos aspectos del RACIONALISMO aunque en su conjunto esté mucho más próxima a los postulados del EMPIRISMO.

Empirismo y racionalismo son dos formas de entender la medicina desde antiguo y que en el siglo XIX abocan a un enfrentamiento entre HOMEOPATÍA Y ALOPATÍA que llega hasta nuestros tiempos.

Los empíricos aceptaban la noción de Physis en toda su amplitud, considerándola como una fuerza ordenadora, espontánea, autodeterminante y con múltiple capacidad defensiva. Esto llevado al plano individual y desde el punto de vista patológico tendrá unas implicaciones fundamentales. En efecto la enfermedad va a entenderse como el resultado de la lucha de la Physis contra la causa excitante (externa). En su multiplicidad defensiva la Physis dará lugar a un número de enfermedades y síntomas significativos infinito. Los síntomas pueden ser Propia o Comunia, indicarán además un esfuerzo curativo y los más valorables serán aquellos que nos hablen de esa reacción defensiva individual, es decir los "Propia".

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

De aquí se deduce fácilmente, que el TRATAMIENTO IRÁ ENCAMINADO SOBRE TODO A AYUDAR A LA PHYSIS EN SU ESFUERZO CURATIVO y consecuentemente se utilizarán aquellos medicamentos que actúen de una manera semejante, es decir los similares.

El ser humano como parte del Universo en relación con la Naturaleza y sometido a su influencia. Activando los sistemas de regulación interna, sueño, hambre, sed. y los procesos de reparación múltiple o capacidad defensiva. Todos ellos síntomas de su esfuerzo curativo individual. Existiendo un número infinito de manifestaciones de enfermedad, así como un elevado número de síntomas generales y un limitado número de síntomas propios o particulares.

En esa visión EL ESFUERZO CURATIVO SE REALIZA POR SEMEJANZA y los síntomas valiosos son los individualizados.

Son representantes del EMPIRISMO: Paracelso, Reich y Telhard de Chardin.

Los racionalistas, no aceptaban el papel curativo de la Physis, ya que este concepto les resultaba demasiado inaprensible. El racionalismo se basa en el uso de la razón, la elaboración de teorías, la negación de la Physis, LA ENFERMEDAD SE DEBE A UNA CAUSA EXTERNA, los síntomas son ajenos al organismo, lo importante es el diagnóstico, el tratamiento se basa en el uso de los contrarios.

Son representantes del RACIONALISMO: Pasteur, Galeno y Silvius.

En 1810 con 55 años, Hahnemann, edita la primera edición del ÓRGANON. Libro donde se resumen las bases sobre las que se fundamenta la homeopatía. Consta de 291 párrafos. A lo largo de ellos explica cómo identificar las enfermedades, los medios de curación para combatir las, y la relación de las alteraciones mórbidas y los medicamentos adecuados para curarlas. En los

prolegómenos del Tratado de Enfermedades Crónicas, Hahnemann explica que divide en 3 partes del ÓRGANON:

« El órgano es la exposición teórica fundamental de la doctrina homeopática de la ley de los semejantes y de sus principios generales, comprendiendo 3 partes: la primera que va desde el párrafo 1 al 104, exponiendo “el estudio de la semiología y la búsqueda de criterios mórbidos”, es decir “cómo identificar las enfermedades”. La segunda del párrafo 105 al 145, indicando “los medios de curación a encontrar y adoptar para combatirlos”. La tercera, del párrafo 146 al 291, que desarrolla “la relación entre las alteraciones mórbidas y los medicamentos apropiados para curar de una manera suave, pronta y duradera”.»

121

La HOMEOPATÍA es una MEDICINA que hoy podríamos llamar HOLÍSTICA O SISTÉMICA porque aborda al ser humano con sus tres dimensiones: la espiritual, la energética y la material. La homeopatía ve a la persona como UN TODO, QUE ES ÚNICO y que posee una forma reaccional que lo distingue de otro. Entiende que el cuerpo goza de una fuerza vital, o capacidad de regularse, que debe ser favorecida para estar en salud. Y que la enfermedad es simplemente una alteración de esa fuerza vital o energía.

101

«En el estado de salud la fuerza vital que dinámicamente anima el cuerpo material (organismo) gobierna con poder ilimitado y conserva todas las partes del organismo en admirable y armoniosa operación vital, tanto respecto a las sensaciones como a las funciones, de manera que el espíritu dotado de razón que reside en nosotros, puede emplear libremente estos instrumentos vivos y sanos para los más altos fines de nuestra existencia»<sup>122</sup>

Para identificar dónde se encuentra la alteración existen los síntomas que nos hablan de dónde está presente, y son ellos, los que nos ayudan a encontrar un remedio/medicamento que produzca la curación.

---

<sup>121</sup> HAHNEMANN, S. (2005) *Tratado de las enfermedades crónicas*. PDF - Sur.Pg.9.

<sup>122</sup> HAHNEMANN, S. (2007) *Órganon de la medicina*. 6ª ed. Madrid: Dilema editorial. Pg. 52.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Para que así sea, el remedio/medicamento debe producir un cuadro de enfermedad en el individuo sano idéntico al que sufre el enfermo. Así la individualidad de cada caso, nos dirige con su lenguaje propio hacia la búsqueda del remedio/medicamento "SIMILLIMUM".

El remedio/medicamento así elegido, por criterio de similitud, y dado al paciente en DOSIS MÍNIMAS producirá una ENFERMEDAD ARTIFICIAL similar a la que padece el enfermo pero un poco superior. Es esa enfermedad superior, la que produce en el cuerpo una reacción que PONE EN MARCHA LA AUTO ORDENACIÓN o curación del enfermo de forma suave, rápida y duradera.

Hahnemann es, por tanto, un médico, aunque en muchas referencias en la red se refieran a él como químico u otras profesiones.

"El Dr. Hahnemann puede ser considerado uno de los primeros médicos modernos: la formación médica que recibió en la Universidad de Leipzig, esencialmente teórica, no satisfacía sus inquietudes profesionales, por lo que se trasladó a Viena para continuar sus estudios de medicina con un enfoque más clínico en la Escuela Moderna de Viena que defendía la enseñanza de la práctica médica en la cabecera del enfermo y el aprendizaje de la anatomía por medio de la autopsia" *Mur Corine. Los orígenes de la Homeopatía. Primera impresión en castellano.*»<sup>123</sup>

#### 4.1.2. TERAPIA MÉDICA O MEDICINA NATURAL O ALTERNATIVA O MODELO MÉDICO,

Para Hahnemann la homeopatía no sólo es una medicina, era LA VERDADERA MEDICINA.

«La verdadera medicina, obra de la reflexión y del juicio, es una creación del ingenio humano que cuando la fuerza vital instintiva, automática e incapaz de raciocinar, ha sido arrastrada por la enfermedad a acciones anormales, sabe, por medio de un medicamento homeopático, imprimirle una modificación morbosa

---

<sup>123</sup> Laboratorios Boiron, *Libro blanco de la Homeopatía*.Pg.20.

análoga, pero un poco más fuerte, de manera que la enfermedad natural no puede ya influir en ella, y después de la desaparición, que no tarda mucho, de la nueva enfermedad producida por el medicamento, recobra su estado normal, presidiendo de nuevo al sostenimiento de la salud, sin que durante esta conversión haya sufrido ningún perjuicio doloroso o capaz de debilitarla. La medicina homeopática enseña los medios para conseguir este resultado.»<sup>124</sup>

Hahnemann siempre pretendió dotar a su método de TODO EL FUNDAMENTO CIENTÍFICO POSIBLE Y revisó muchas veces sus postulados cuando la experiencia clínica así se lo indicaba. El camino que hizo Hahnemann fue estudiar a fondo la sustancia pura en el hombre sano.

«La homeopatía está basada en hechos y Hahnemann rechazaba toda explicación especulativa, en la que el gusto lo hace la imaginación; él prefería el trabajo y la experimentación rigurosa.»<sup>125</sup>

La homeopatía surge desde la práctica clínica y no desde la teoría.

«En la nota 271 de las Enfermedades Crónicas dice: “Si los hechos contradicen la razón, prefiero someterme a los hechos”.»<sup>126</sup>

Uno de los pilares de la doctrina homeopática es no prescribir más que sobre síntomas, teniendo en cuenta al enfermo ante todo y jamás el nombre de la enfermedad. Porque para ella, "No existen enfermedades sino enfermos". La definición de la enfermedad para Hahnemann es: alteraciones en la manera de sentir y de funcionar.

---

<sup>124</sup> HAHNEMANN, *Organon de la medicina*. Pg. 31.

<sup>125</sup> MURATA, S. (2012) *Lecciones de homeopatía*. Oviedo: Academia homeopática de Asturias. Pg.31.

<sup>126</sup> MURATA, *Lecciones de homeopatía*. Pg.31.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

La medicina para Hahnemann es un arte riguroso con una elevada misión.

«La única y más elevada misión del médico es la de restablecer la salud en los enfermos que es lo que se llama curar.»<sup>127</sup>

Como en la comunicación en la medicina existen DOS ENFOQUES:

- El de la MEDICINA ALOPÁTICA basado en el MATERIALISMO:
  - Ser humano dividido.
  - Lucha contra los síntomas.
  - Medicamentos anti.
- El de las llamadas MEDICINAS ALTERNATIVAS basado en el VITALISMO:
  - Ser humano como un TODO.
  - Ayuda al organismo a curarse.
  - Medicamentos reguladores.

Ambos modelos médicos se corresponden con DOS MODELOS FILOSÓFICOS bien diferenciados, EL ANALÍTICO Y EL ORGÁNICO:

- Modelo Analítico:
  - Ser humano dividido en sus diversos componentes y aislados del conjunto.
  - Organismo pasivo, sometido a la enfermedad y a la acción del medicamento.
  - Enfermedad como episodio aislado en el tiempo e independiente de otras enfermedades.
- Modelo Orgánico
  - Ser humano como un organismo complejo “unidad funcional”.
  - Organismo reaccional productor de los síntomas y actor de la curación.
  - Enfermedad como parte de un “continuun” temporal relacionado con otras manifestaciones previas.

---

<sup>127</sup> HAHNEMANN, *Órganon de la medicina*. Pg. 49.

Este último, el orgánico, mucho más en sintonía con el nuevo paradigma SISTÉMICO y de aplicación a los organismos biológicos ya que está basado en LOS TRES PILARES de la Teoría General de los Sistemas:

- AUTO-ORGANIZACIÓN. La organización de los sistemas vivos evoluciona en planos de complejidad creciente con un desarrollo de la conciencia. Y el orden de los sistemas es consecuencia de la auto-organización en un nivel superior.
- CAPACIDAD DE RESPUESTA. Todo sistema altamente organizado responde de la mejor manera posible en cada momento. Con un proceso adaptativo del organismo para preservar su existencia a través de la realización de un cambio funcional, luego un cambio somático y finalmente un cambio genotípico, que resulta ya irreversible.
- DESARROLLO EN EL TIEMPO. Los sistemas vivos se desarrollan manteniendo su unidad de estructura y función y las alteraciones no corregidas persisten y tienden a agravarse con el tiempo. Los sistemas vivos se perpetúan a través de la reproducción.

La homeopatía estaría dentro de este modelo orgánico, holístico o sistémico.

« La perturbación morbosa del dinamismo (fuerza vital) que anima nuestro cuerpo en el interior invisibles y la totalidad de síntomas perceptibles externamente producidos por dicha perturbación en el organismo y que representa la enfermedad existente, constituyen un todo; nos son más que una sola y misma cosa.»<sup>128</sup>

La homeopatía considerada por su propio creador es un método de aplicación de la medicina, que incluye además: un sistema patológico, una ley terapéutica específica y una Materia Médica.

---

<sup>128</sup> HAHNEMANN, *Órganon de la medicina*. Pg. 54.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Si bien, otros públicos como los laboratorios que fabrican el medicamento homeopático, la definen como “UN MÉTODO O TÉCNICA TERAPÉUTICA” y algunos usuarios, como una “MEDICINA NATURAL”, en la medida que “lo natural” no afecta de modo adverso al cuerpo.

«Una definición clásica explica la Homeopatía como un "método terapéutico” que aplica clínicamente el fenómeno de similitud y utiliza las sustancias medicamentosas en dosis débiles o infinitesimales. [...] “técnica terapéutica basada en una observación clínica completa y rigurosa que conduce a la prescripción de medicamentos homeopáticos cuyas indicaciones proceden de una farmacología fundamentada por una constatación experimental que es la similitud.»<sup>129</sup>

Para terminar este apartado se considera adecuado incluir un texto que dibuja bien el modelo médico homeopático, a través de cómo DESCRIBE HAHNEMANN AL MÉDICO IDEAL.

«Busqué un hombre simple, un hombre de buen sentido, concienzudo en sus estudios y enseñanzas, que sepa responder con claridad y precisión sobre todas las preguntas de su competencia, que no se pronuncie jamás fuera de propósito y sin ser interrogado; un hombre, en fin, que no permanezca extraño a nada de lo que toca esencialmente a la humanidad. Pero escoja de preferencia a un médico que no muestre jamás brusquedad, que no se irrite nunca si no es a la vista de la injusticia, que no tenga desprecio por nadie sino por aduladores, que tenga pocos amigos, pero que sus amigos sean hombres de corazón, que no deje a los que sufren la libertad de quejarse, que no emita jamás una opinión antes de haber reflexionado bien, que prescriba pocos medicamentos, a menudo uno solo y en sustancia, que se mantenga modestamente aparte, lejos del ruido de la muchedumbre, que no calle sobre el merito de sus colegas y que no haga su propio elogio; en fin, un amigo del orden, de la tranquilidad, un hombre de amor y claridad.»<sup>130</sup>

---

<sup>129</sup> Laboratorios Boiron, *Libro blanco de la Homeopatía*. Pg. 19.

<sup>130</sup> MURATA, *Lecciones de homeopatía*. Pg.181.



Si bien, la homeopatía, desde su nacimiento y hasta nuestros días ha despertado en la medicina imperante y la sociedad médica grandes pasiones y grandes odios. Siempre ha estado y sigue estando en una controversia que sufre en determinados momentos rebrotes virulentos.

«La difusión de este método terapéutico ha ido acompañada desde sus inicios de cierta resistencia por parte de las instituciones médicas establecidas de toda Europa, Por ello, la clave de su desarrollo ha sido el trabajo y la dedicación de una serie de profesionales que han ayudado a la difusión y enseñanza de la Homeopatía por todo el mundo»<sup>131</sup>

#### 4.1.3. BASES CIENTÍFICAS DE LA HOMEOPATÍA

En este apartado se trata de abordar de forma muy sintética estudios, ensayos y publicaciones científicas que dotan a esa disciplina de base científica. Para ello se ha contado con la ayuda de profesores que imparten clases en los Máster de Valencia y Barcelona de estas disciplinas y que han facilitado a esta doctoranda los datos reflejados.

107

---

##### INFORMACIÓN GENERAL

A finales de 2013, 188 ensayos controlados aleatorios de la homeopatía en 100 condiciones médicas diferentes habían sido publicados en revistas revisadas por pares ([Facultad de Homeopatía](#).|[Enlace](#)):

- 44% fueron positivos (82 ensayos) - encontrando que la homeopatía es eficaz
- 5% fueron negativos (10 ensayos) - encontrando que la homeopatía fue ineficaz
- 47% fueron no concluyentes (89 ensayos)

---

<sup>131</sup> Laboratorios Boiron, *Libro blanco de la Homeopatía*. Pg. 21.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

META-ANÁLISIS DE ENSAYOS DE HOMEOPATÍA

Ha habido 5 meta-análisis de la homeopatía:

- cuatro eran positivos- lo que sugiere que hubo algunas pruebas de un efecto de la homeopatía más allá del placebo, pero las investigaciones más alta calidad se necesitarían para llegar a conclusiones definitivas.<sup>132 133 134 135</sup>
- uno era negativo -la conclusión de que la homeopatía no tuvo ningún efecto más allá del placebo.<sup>136</sup>

CONCLUSIONES ORIGINALES DE LOS 5 META-ANÁLISIS

- Calidad de los ensayos la homeopatía

Los investigadores compararon 110 ensayos de homeopatía y 110 emparejados ensayos de medicina convencional: 21 ensayos de homeopatía y 9 ensayos convencionales médicos fueron evaluados como "calidad superior" (19% de los ensayos de homeopatía y el 8% de los ensayos de medicina convencional).<sup>137</sup>

- Evidencia por la condición

---

<sup>132</sup> KLEIJNEN, J., KNIPSCHILD, P. y TER RIET, G. (1992) Clinical trials of Homeopathy. *British Medical Journal* (302),pp. 316–323.

<sup>133</sup> LINDE, K.et al. (1997) Are the clinical effects of homeopathy placebo effects? A meta-analysis of placebo-controlled trials. *Lancet*,(350),pp.834-843.

<sup>134</sup> LINDE, K.et al.(1999) Impact of Study Quality on Outcome in Placebo-Controlled Trials of Homeopathy.*Journal of Clinical Epidemiology*, (52), pp.631–636.

<sup>135</sup> CUCHERAT, M., HAUGH, M.C., GOOCH, M. & BOISSEL, J.P. (2000) Evidence of clinical efficacy of homeopathy. A meta-analysis of clinical trials. *European Journal of Clinical Pharmacology*, (56), pp.27–33.

<sup>136</sup> SHANG, A., HUWILER-MÜNTENER, K., NARTEY, L., et al. (2005) Are the clinical effects of homeopathy placebo effects? Comparative study of placebo-controlled trials of homeopathy and allopathy.*Lancet*,366 (9487) pp.726-32.

<sup>137</sup> SHANG, A., HUWILER-MÜNTENER, K., NARTEY, L., et al.(2005) Are the clinical effects of homeopathy placebo effects? Comparative study of placebo-controlled trials of homeopathy and allopathy. *Lancet*,366 (9487) pp.726-32.

Diarrea: tratamiento homeopático individualizado para la diarrea en los niños. Un meta-análisis de tres ensayos aleatorios controlados con placebo por Jacobs et al. 2003 mostraron que el tratamiento homeopático redujo la duración de la diarrea ( $p = 0,008$ ).<sup>138</sup>

Otitis media: resultados significativos encontraron en dos estudios para el tratamiento individualizado de las infecciones del oído en los niños.<sup>139</sup>

Rinitis alérgica: los medicamentos homeopáticos *Tempazcolole* (meta-análisis) y polen 30ch resultaron ser eficaces en el tratamiento de la fiebre del heno.<sup>140 141</sup>

Influenza: el medicamento homeopático *Oscillococcinum* para el tratamiento de la gripe.<sup>142</sup> Esta revisión Cochrane demostró que *Oscillococcinum* fue eficaz en el tratamiento de la gripe, pero ineficaz para prevenirla.

Vértigo: El complejo de la medicina homeopática *Vertigoheel* para el vértigo.<sup>143</sup>

---

<sup>138</sup> JACOBS, J., JONAS, B.M., JIMÉNEZ-PÉREZ, M. & CROTHERS, D. (2003) Homeopathy for childhood diarrhea: combined results and metaanalysis from three randomized, controlled clinical trials. *Pediatric Infectious Disease Journal*, 22 (3), pp. 229–234.

<sup>139</sup> JACOBS, J., SPRINGER, D.A. and CROTHERS, D. (2001) Homeopathic treatment of acute otitis media in children: a preliminary randomized placebo-controlled trial. *The Pediatric Infectious Disease Journal*, 20(2), pp. 177–183.

<sup>140</sup> WIESENAUER, M., LÜDTKE, R. (1996) A meta-analysis of the homeopathic treatment of pollinosis with Galphimia glauca. *Forsch Komplementärmed*, (3), pp.230–236.

<sup>141</sup> REILLY, D.T., TAYLOR, M.A., MCSHARRY, C., AITCHISON, T. (1986) Is homoeopathy a placebo response? Controlled trial of homoeopathic potency, with pollen in hayfever as model. *Lancet*, 2(8512), pp.881–886.

<sup>142</sup> MATHIE, R.T., FRYE, J., FISHER, P. (2015) Homeopathic Oscillococcinum® for preventing and treating influenza and influenza-like illness. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 1 (CD001957).

<sup>143</sup> SCHNEIDER, B., KLEIN, P., WEISER, M. (2005) Treatment of vertigo with a homeopathic complex remedy compared with usual treatments: a meta-analysis of clinical trials. *Arzneimittelforschung*, 55(1) pp. 23-29. PMID: 15727161.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- Los estudios observacionales

Seis estudios llevados a cabo desde 1999 hasta nuestros días han seguido la evolución de los pacientes recibiendo tratamiento en hospitales del NHS homeopáticos. Estos estudios observacionales muestran beneficios para el paciente en términos de resultados clínicos (difíciles para tratar enfermedades crónicas), así como áreas de potencial beneficio económico en términos de reducción de la prescripción de los fármacos convencionales.

El más grande fue un estudio de observación en el Hospital Homeopático de Bristol, seguido por más de 6.500 pacientes consecutivos con más de 23.000 asistencias en un período de seis años.<sup>144</sup> El 70% de los pacientes de seguimiento informó una mejor salud y el 50% reportó una mejoría importante. Los diagnósticos más frecuentes fueron Dermatología, Neurología, Reumatología, Gastroenterología, Psiquiatría y de O.R.L. Las mejores respuestas al tratamiento fueron reportados en el eccema infantil o asma, y en la enfermedad inflamatoria intestinal, síndrome del intestino irritable, problemas de la menopausia y en la migraña.

- Las comparaciones con la medicina convencional

Un estudio realizado en Alemania mirando a 493 pacientes tratados por los médicos para enfermedades crónicas mostró que la homeopatía produce mejores resultados clínicos que la medicina convencional.<sup>145</sup>

Un estudio realizado en la India que involucra 81 niños con infecciones del oído (otitis media aguda) encontró que el tratamiento homeopático individualizado

---

<sup>144</sup> SPENCE, D., THOMPSON, E.A., BARRON, S.J. (2005) Homeopathic Treatment for Chronic Disease: A 6-Year, University-Hospital Outpatient Observational Study. *The Journal Of Alternative And Complementary Medicine*, 11 (5) pp. 793–798.

<sup>145</sup> WITT, C., KEIL, T., SELIM, D., et al. (2005) Outcome and costs of homoeopathic and conventional treatment strategies: A comparative cohort study in patients with chronic disorders. *Complementary Therapies in Medicine*, 13(2), pp.79-86.

fue tan eficaz como los analgésicos convencionales es decir, el tratamiento con antipiréticos, fármacos anti-inflamatorios y antibióticos, según fuese necesario.<sup>146</sup>

Según el *BMJ Clinical Evidence* sitio web, si nos fijamos en los tratamientos que han sido bien investigados, de 2.500 tratamientos del NHS de uso común sólo el 13% son definitivamente beneficiosos.<sup>147</sup>

#### - Pruebas Veterinaria

Prevención de la diarrea en los lechones. Un estudio de investigación controlado con placebo encontró que la homeopatía puede prevenir E. coli diarrea en lechones. Los 52 cerdas dio a luz a 525 lechones, los que están en el grupo tratado con Coli 30K tenían 6 veces menos diarrea que los lechones en el grupo placebo (p <0,0001).<sup>148</sup>

#### - La evidencia experimental

Basófilo experimento degranulación. 28 artículos científicos se han publicado en esta área, 23 de los cuales informó resultados positivos. 11 publicaciones se consideraron de alta calidad, de los cuales 8 reportaron resultados positivos.<sup>149</sup>

---

<sup>146</sup> SINHA, M.N., SIDDIQUI, V.A., NAYAK, C., SINGH, V., et al. (2015) Randomized controlled pilot study to compare Homeopathy and Conventional therapy in Acute Otitis Media. *Homeopathy*, 101 (1), pp. 5–12.

<sup>147</sup> GARROW, J. S., (2007) How much of orthodox medicine is evidence based? *British Medical Journal*, 335, p.951.

<sup>148</sup> CAMERLINK, I., ELLINGER, L., BAKKER, E.J. & LANTINGA, E.A. (2015) Homeopathy as replacement to antibiotics in the case of Escherichia coli diarrhoea in neonatal piglets. *Homeopathy*, 99 (1), pp. 57–62.

<sup>149</sup> WITT, C.M., BLUTH, M., ALBRECHT, H., WEISSHUHN, T.E.R., et al. (2007) The in vitro evidence for an effect of high homeopathic potencies--a systematic review of the literature. *Complementary therapies in medicine*, 15 (2), pp.128–138.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Efecto de tiroxina homeopático en la tasa de desarrollo de renacuajos. Un meta-análisis identificó 22 experimentos - 15 llevadas a cabo por el equipo original, en Austria y 5 por investigadores independientes.<sup>150</sup> Los 22 experimentos encontraron la misma tendencia - que tiroxina 30x (diluido más allá del límite de Avogadro utilizando el proceso de fabricación homeopático) inhibe la metamorfosis, aunque los resultados exactos varían.

¿CUÁNTO SE GASTA EN INVESTIGACIÓN DE LA HOMEOPATÍA Y TRATAMIENTO DE LA HOMEOPATÍA?

#### REINO UNIDO

- En el Reino Unido, 0,0085% del presupuesto de la investigación médica se dedica a la medicina complementaria y alternativa (CAM).<sup>151</sup>
- Del presupuesto total de medicamentos del NHS, de 11 millones de libras al año, £ 152.000 (0,0013%) en las recetas homeopáticas.<sup>152</sup>
- Del presupuesto total del NHS de £ 100 mil millones al año, a 4 millones de libras (0.004%) sobre la Homeopatía. (*Ley de Libertad de Información solicitud al Departamento de Salud de la Facultad de Homeopatía*). El precio era de £ 11.890.000 entre 2005 y 2008<sup>3</sup>. Esto proporciona tratamiento para aprox. 40.000 pacientes al año.

---

<sup>150</sup> HARRER, B. (2015) Replication of an experiment on extremely diluted thyroxine and highland amphibians. *Homeopathy*, 102 (1), pp.25–30.

<sup>151</sup> LEWIS, G. T. (2007) Funding for CAM. *British Medical Journal*, 335 (7627), p.951.

<sup>152</sup> *Evidence Check 2: Homeopathy* (2009) House of Commons, Science and Technology Committee (Fourth Report of Session 2009–10). London: The Stationery Office Limited.

#### 4.1.4. SITUACIÓN EN OTROS PAÍSES

##### MUNDIAL

«En todo el mundo, más de 200 millones de personas utilizan la homeopatía sobre una base regular.»<sup>153</sup>

La homeopatía está incluida en el sistema nacional de salud en varios países, por ejemplo, Brasil, Chile, India, México, Pakistán, Suiza, Reino Unido.

«Hoy en día se estima que en todo el mundo existen más de 248.400 médicos especialistas en Homeopatía a los que habría que añadir los profesionales médicos que utilizan este método terapéutico con regularidad y otros profesionales de la salud no médicos. Unos 236.300 que están oficialmente cualificados y habilitados para prescribir o aconsejar estos medicamentos. En cuarto al número de personas que utilizan habitualmente medicamentos o tratamientos homeopáticos, se estima en una cifra superior a los 300 millones de pacientes de todo el mundo»<sup>154</sup>

113

---

##### INDIA

India lidera en términos del número de personas que utilizan la homeopatía, con 100 millones de personas que utilizan únicamente la homeopatía para su atención médica.<sup>155</sup>

Hay más de 200.000 médicos homeopáticos registrados actualmente, con aproximadamente doce mil más que se añaden cada año.<sup>156</sup>

---

<sup>153</sup> PRASAD, R. (2007) Homoeopathy booming in India. *Lancet*, 370 (9600) pp.1679–1680.

<sup>154</sup> Laboratorios Boiron, (2010) *Libro blanco de la Homeopatía*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.

<sup>155</sup> PRASAD, R. (2007) Homoeopathy booming in India. *Lancet*, 370 (9600) pp.1679–1680.

<sup>156</sup> GHOSH, A.K., (2010) A short history of the development of homeopathy in India. *Homeopathy*. 99(2), pp.130-136 .

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

## EUROPA

Un 29% de la población de la UE, 100 millones de ciudadanos, utilizan medicamentos homeopáticos en su atención médica en el día a día.<sup>157</sup> La homeopatía se practica en 40 de los 42 países europeos.<sup>158</sup>

## FRANCIA

*Oscillococcinum*, un medicamento homeopático para la gripe, es uno de los más vendidos *over-the-counter* medicamentos en Francia.<sup>159</sup>

## REINO UNIDO

10% de las personas uso homeopatía Reino Unido -. Un estimado de 6 millones de personas.<sup>160</sup>

En Gran Bretaña, el mercado de la homeopatía está creciendo en torno al 20% anual. En 2007, se estimó en un valor de 38 millones de libras, y se espera que alcance 46 millones EUR en 2012.<sup>161</sup>

En el NHS más de 40.000 pacientes al año se ven a través de los hospitales homeopáticos. Originalmente había 5 hospitales homeopáticos (Glasgow, Liverpool,

---

<sup>157</sup> EUROPEAN COMMISSION (1997) *Homeopathic medicinal products - Commission report to the European Parliament and Council on the application of Directives 92/73 and 92/74*.

<sup>158</sup> WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2001). *Legal status of traditional medicine and complementary/alternative medicine: a worldwide review*. Geneva, World Health Organization.

<sup>159</sup> VICKERS, A., SMITH, C. (2006) Homoeopathic Oscillococcinum for preventing and treating influenza and influenza-like syndromes. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 3 (CD001957).

<sup>160</sup> *Evidence Check 2: Homeopathy* (2009) House of Commons, Science and Technology Committee (Fourth Report of Session 2009–10). London: The Stationery Office Limited.

<sup>161</sup> MINTEL (2007) *Complementary Medicines in UK*.



Londres, Bristol y Tunbridge Wells). Tunbridge Wells se cerró en 2007 ya principios de este año el Hospital Homeopático Real de Londres cambió su nombre por el Hospital Real de Londres de Medicina Integrada.

Hay alrededor de 400 médicos en el Reino Unido que utilizan la homeopatía, regulado por la Facultad de Homeopatía y promovido por la Asociación Homeopática Británica.<sup>162</sup>

Homeópatas, alrededor de 1.500 profesionales (no médicamente homeópatas cualificados) en el Reino Unido, regulados por la Sociedad de Homeópatas (65%), Alianza de homeópatas registrados y la Asociación Médica Homeopática. Operan en gran medida en la práctica privada fuera del NHS.<sup>163</sup>

## ESPAÑA

No existen publicados oficialmente datos relativos al número de profesionales que ejercen la homeopatía, a excepción de estudios realizados por laboratorios, investigadores particulares, o profesionales de la medicina en estudios *ad hoc* de difusión limitada.

« Hoy en día se estima que en todo el mundo existen más de 248.400 médicos especialistas en Homeopatía a los que habría que añadir los profesionales médicos que utilizan este método terapéutico con regularidad y otros profesionales de la salud no médicos. Unos 236.300 que están oficialmente cualificados y habilitados para prescribir o aconsejar estos medicamentos. En cuarto al número de personas que utilizan habitualmente medicamentos o tratamientos homeopáticos, se estima en una cifra superior a los 300 millones de pacientes de todo el mundo. [...]. En el año 2010, alrededor de 15.000 farmacias de toda España dispensaban "medicamentos homeopáticos" y la práctica totalidad tienen acceso a este tipo de medicamentos en 24 horas, aumentando cada año en número de farmacias

---

<sup>162</sup> <http://www.facultyofhomeopathy.org/research/> .

<sup>163</sup> <http://www.homeopathy-soh.org>.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

especializadas en esta disciplina. [...] alrededor de 10.000 médicos yo prescriben habitual u ocasionalmente estos medicamentos, dentro de los cuales, el número de especialistas que integran la Homeopatía en sus consultas va en aumento, hasta 4.400 pediatras, 700 ginecólogos y 4.300 médicos generales lo hacen actualmente.»<sup>164</sup>

---

<sup>164</sup> Laboratorios Boiron, *Libro blanco de la Homeopatía*. Pg. 41 y 65:

## Capítulo 5

### 5.1. Mapa de públicos de la homeopatía.

#### 5.1.1. INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Cuando introducimos las palabras clave industria farmacéutica, GOOGLE nos muestra entre sus primeros resultados los siguientes ítems: Wikipedia, una entrevista en [www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com) realizada a un médico que tras trabajar 30 años en la industria ha publicado el libro “medicamentos que matan o crimen organizado”, ofertas de empleo, un proveedor de servicios y la web de Farmaindustria, la asociación de empresas de la industria farmacéutica.

WIKIPEDIA nos dice:

- que los Estados Unidos representan el 46% del mercado farmacéutico mundial.
- que a partir del 2008 es inminente el vencimiento de algunas de las patentes que más ingresos reportan a la industria.
- que existe una tendencia a la concentración de la oferta.
- y que las principales compañías son: [Pfizer](#), [GlaxoSmithKline](#), [Sanofi-Aventis](#), [Johnson & Johnson](#), [Merck &Co.](#), [AstraZeneca](#), [Novartis](#), [Bristol-Myers Squibb](#), [Wyeth](#), y [AbbottLabs](#).

---

117

El portal de empleo [www.emplea.universia.es](http://www.emplea.universia.es) define la industria farmacéutica como:

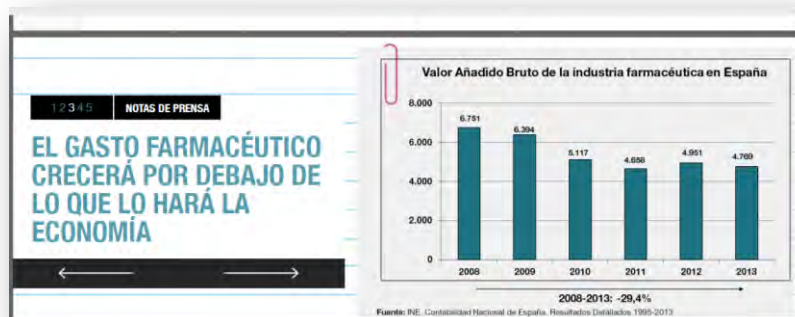
«... uno de los sectores empresariales más rentables e influyentes del mundo. Está constituida por numerosas organizaciones públicas y privadas dedicadas al descubrimiento, desarrollo, fabricación y comercialización de medicamentos para la salud humana y animal. La mayor parte de las empresas farmacéuticas tienen carácter internacional y poseen filiales en varios países. El sector, tecnológicamente muy adelantado, da ocupación a muchos licenciados universitarios con titulación de biólogos, bioquímicos, químicos, ingenieros, microbiólogos, farmacéuticos, médicos, físicos y veterinarios. Las áreas funcionales que más empleo generan dentro de los laboratorios farmacéuticos y

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

químicos son las de producción, control de calidad, venta y marketing. Su fundamento es la investigación y desarrollo (I+D) de productos químicos medicinales para prevenir o tratar las diversas enfermedades y alteraciones. No en vano una gran parte de la producción de la industria farmacéutica corresponde a vacunas.»<sup>165</sup>

Farmaindustria, en su web, confiesa que el gasto farmacéutico ha descendido desde 2008 a 2013 y que crecerá por debajo que la economía en los próximos años.

«Las previsiones auguran crecimientos de entre el 0,4% y el 1% anuales en el mercado de oficinas de farmacia en España en el periodo comprendido entre 2015 y 2019, según datos extraídos del informe Market Prognosis de IMS, que recoge el Boletín de Coyuntura del Mercado del Medicamento en España, número 120 de los que elabora mensualmente Farmaindustria. Estos datos distan mucho de las cifras de crecimiento que los diversos organismos nacionales e internacionales prevén para la economía española en los próximos cinco años.»<sup>166</sup>

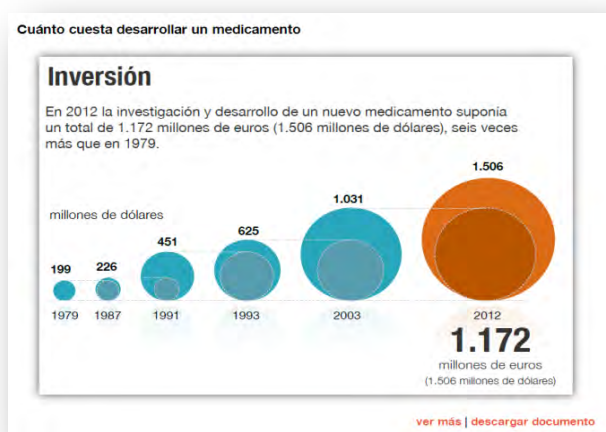


<sup>165</sup> Emplea.universia.es, (2015). *Emplea Universia*. [online] Available at: [http://www.emplea.universia.es/informacion/sectores\\_profesionales/industria\\_farmaceutica/](http://www.emplea.universia.es/informacion/sectores_profesionales/industria_farmaceutica/) [Accessed 8 Aug. 2015].

<sup>166</sup> FarmaIndustria, (2015). *El gasto farmacéutico público crecerá muy por debajo de lo que lo hará la economía española en los próximos años - FarmaIndustria*. [online] Available at: <http://www.farmaindustria.es/web/prensa/notas-de-prensa/2015/06/16/el-gasto-farmaceutico-publico-crecera-muy-por-debajo-de-lo-que-lo-hara-la-economia-espanola-en-los-proximos-anos/>. [Accessed 8 Sep. 2015].

Además, dedica espacios relevantes en su página a difundir el código de buenas prácticas y de transparencia de la industria farmacéutica, las inversiones en el desarrollo de nuevos fármacos y los acuerdos para mejorar en innovación al servicio de la salud. Entre ellos destaca:

«El Programa de Cooperación Farma-Biotech nace en 2011 en el marco de la [Plataforma Tecnológica Española de Medicamentos Innovadores](#) con el objetivo de facilitar la información necesaria e **impulsar potenciales acuerdos de cooperación** entre compañías farmacéuticas, pequeñas empresas biotecnológicas españolas y centros de investigación.»<sup>167</sup>



119



<sup>167</sup> Available at: <http://www.farmaindustria.es/web/prensa/notas-de-prensa/2015/07/01/la-colaboracion-entre-la-industria-farmaceutica-y-el-sector-biotecnologico-dinamizadora-de-una-investigacion-biomedica-mas-eficiente/> [Accessed 1 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



En su código de buenas prácticas se reconoce la necesidad de contar con la ética y la transparencia en la conducta de la industria en sus actividades comerciales e informativas. Además de recordar qué leyes deben conocerse y tenerse en cuenta en la forma de actuar y relacionarse con sus diferentes públicos.

«Es necesario que nuestro Sistema garantice a los Profesionales Sanitarios que la información, la formación y la promoción comercial de los medicamentos tengan

como elementos centrales de su desarrollo el rigor científico, la transparencia y la ética en la práctica de estas actividades. [...] Surge así un nuevo Sistema de Autorregulación de la Industria Farmacéutica con esta nueva versión del Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica, aprobada por los Órganos de Gobierno de Farmaindustria en diciembre de 2013 y ratificada en la Asamblea General de junio de 2014. El Código incorpora, entre otros, los principios previstos en:

- Directiva 2001/83/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de noviembre de 2001, por la que se establece un código comunitario sobre medicamentos para uso humano.

Ley 29/2006, de 26 de julio, de Garantías y Uso Racional de los Medicamentos y Productos Sanitarios.

- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

- Códigos de la Federación Europea de las Asociaciones e Industria Farmacéutica (EFPIA) de Interrelación con Profesionales Sanitarios, de Interrelación con Organizaciones de Pacientes y de Transparencia.<sup>1</sup>

- Código de la Federación Internacional de la Industria del Medicamento (IFPMA).

El nuevo Código aborda fundamentalmente tres áreas:

- Promoción de medicamentos de prescripción.
- Interrelación con Profesionales Sanitarios y con Organizaciones Sanitarias.
- Interrelación con las Organizaciones de Pacientes.»<sup>168</sup>

En las publicaciones de los medios de comunicación se cuestiona el comportamiento de la industria, se ofrece información que incide en la concentración de ésta en pocas empresas, en su carácter internacional y en que

---

<sup>168</sup> Código de buenas prácticas de la industria farmacéutica (2015). [online] Available at: [http://www.farmaindustria.es/idc/groups/public/documents/publicaciones/FARMA\\_123819.pdf](http://www.farmaindustria.es/idc/groups/public/documents/publicaciones/FARMA_123819.pdf) [Accessed 8 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

cuentan con unas rentabilidades muy elevadas cuando se la compara a la de otros sectores como el bancario.

«Las diez primeras empresas facturaron en 2012 un total de 335.000 millones de dólares, lo que supone un 29,8% más que los 235.000 millones del año 2004. La totalidad de estas empresas están en los países más desarrollados: 5 tienen su sede en Estados Unidos (50%), 2 en Suiza (20%), otras dos en el Reino Unido (20%) y 1 en Francia (1%), aunque también hay empresas japonesas, europeas nórdicas, y alguna alemana con importantes niveles de ganancias. [...] Los márgenes de ganancias de estas industrias son muy importantes alcanzando entre el 70 y el 90%, con una tasa de ganancias del 20%, superando ampliamente el 15,8% de los bancos comerciales.»<sup>169</sup>

	Pais	Ganancias millones de dolares
Pfizer	USA	47,4
Novartis	Suiza	45,4
Maerck	USA	41,4
Sanofi Aventis	Francia	38,3
Roche	Suiza	37,5
Glaxo Smith Kline	Reino Unido	33,1
Astra Zeneca	Reino Unido	27
Johnson & Johnson	USA	23,5
Abobott Labs	USA	23,1
Eli Lilly	USA	18

Fuente: PharmExec 2013

En general, podríamos decir que la IMAGEN DE LA INDUSTRIA que nos reflejan los medios es en ocasiones MUY CRÍTICA, especialmente en medios *on line*. Así [www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com) (uno de los diarios digitales con más credibilidad por su reconocida imagen de independiente) nos ofrece en el apartado de salud, diversas

---

<sup>169</sup> Nuevatribuna, (2015). *La enfermedad, un negocio para la industria farmacéutica*. [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/articulo/sanidad/enfermedad-negocio-industria-farmaceutica/20150302105350113131.html> [Accessed 8 Sep. 2015].



informaciones que ponen en cuestión el uso indiscriminado de fármacos tan conocidos como el omeprazol o el paracetamol. Así como entrevistas a escritores que en los últimos años han publicado libros desvelando conductas no correctas de esta industria.



123



<http://www.elconfidencial.com/tags/otros/medicamentos-5991/><sup>170</sup>

<sup>170</sup> Titania Cía. Editorial, S. (2015). *Medicamentos*. [online] El Confidencial. Available at: <http://www.elconfidencial.com/tags/otros/medicamentos-5991/> [Accessed 10 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



[http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-01-27/sanidad-retira-del-mercado-la-ebastina-y-otros-28-medicamentos-genericos\\_631831/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-01-27/sanidad-retira-del-mercado-la-ebastina-y-otros-28-medicamentos-genericos_631831/)<sup>171</sup>



[http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-03-04/los-peligros-del-paracetamol-su-uso-continuado-tiene-efectos-que-desconocimos\\_721228/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-03-04/los-peligros-del-paracetamol-su-uso-continuado-tiene-efectos-que-desconocimos_721228/)<sup>172</sup>

<sup>171</sup> El Confidencial, (2015). *Sanidad retira del mercado la Ebastina de Brown y otros 28 medicamentos genéricos*. *Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-01-27/sanidad-retira-del-mercado-la-ebastina-y-otros-28-medicamentos-genericos\\_631831/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-01-27/sanidad-retira-del-mercado-la-ebastina-y-otros-28-medicamentos-genericos_631831/) [Accessed 10 Sep. 2015].

<sup>172</sup> El Confidencial, (2015). *Los graves peligros del paracetamol: Su uso continuado tiene efectos que desconocíamos*. *Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at:



[http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-09-09/la-industria-farmaceutica-esta-causando-mas-muertes-que-los-carteles-de-la-droga\\_188426/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-09-09/la-industria-farmaceutica-esta-causando-mas-muertes-que-los-carteles-de-la-droga_188426/)<sup>173</sup>



[http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-03/la-industria-farmaceutica-es-muy-rica-y-ha-corrompido-por-completo-los-sistemas-de-salud\\_408758/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-03/la-industria-farmaceutica-es-muy-rica-y-ha-corrompido-por-completo-los-sistemas-de-salud_408758/)<sup>174</sup>

---

[http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-03-04/los-peligros-del-paracetamol-su-uso-continuado-tiene-efectos-que-desconocimos\\_721228/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-03-04/los-peligros-del-paracetamol-su-uso-continuado-tiene-efectos-que-desconocimos_721228/) [Accessed 10 Sep. 2015].

<sup>173</sup> El Confidencial, (2014). *La industria farmacéutica está causando más muertes que los cárteles de la droga*. *Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-09-09/la-industria-farmaceutica-esta-causando-mas-muertes-que-los-carteles-de-la-droga\\_188426/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-09-09/la-industria-farmaceutica-esta-causando-mas-muertes-que-los-carteles-de-la-droga_188426/) [Accessed 10 Aug. 2015].

<sup>174</sup> El Confidencial, (2015). *La industria farmacéutica es muy rica y ha corrompido los sistemas de salud*. *Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-03/la-industria-farmaceutica-es-muy-rica-y-ha-corrompido-por-completo-los-sistemas-de-salud\\_408758/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-03/la-industria-farmaceutica-es-muy-rica-y-ha-corrompido-por-completo-los-sistemas-de-salud_408758/) [Accessed 10 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Libros como “Medicamentos que matan o crimen organizado” donde su autor, Gotzsche médico e investigador, cuya reputación como director del NORDIC COCHRANE es enorme, propone cambios específicos y proclama la necesidad de una revolución. Además de hacer afirmaciones que nos posiciona la industria farmacéutica en relación a otras industrias, la erige en autora de su propia regulación y lo hace a través de su capacidad de influir haciendo *lobby*.

«La industria farmacéutica es el tercer sector de la economía mundial, por detrás del armamento y el narcotráfico. En Estados Unidos tiene unos beneficios cuatro veces más elevados que los demás sectores industriales. [...] La industria farmacéutica ha conseguido ser el principal actor de su propia regulación. [...] La industria farmacéutica dedica enormes recursos a influir en los grandes medios de comunicación, con la complicidad de expertos retribuidos directa o indirectamente por las compañías.»<sup>175</sup>

Explica también en su libro que la IMAGEN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA ESTÁ EN CUESTIÓN EN MUCHOS PAÍSES y lo hace apoyándose en encuestas realizadas a la población:

«En una encuesta de opinión, se pidió a 5.000 daneses que clasificaran a 51 sectores según la confianza que les despertara; la industria farmacéutica quedó penúltima, y superó únicamente a los talleres de reparación de automóviles. [...] En 1977, otra encuesta de Estados Unidos publicó que el 79% de los encuestados consideraba que las farmacéuticas realizaban un buen trabajo, porcentaje que descendió hasta el 21% en 2005, lo que supone un pronunciado declive en lo que respecta a la confianza general. [...] El motivo por el cual los pacientes confían en los fármacos que toman es que la confianza que tienen en sus médicos se extrapola a lo que éstos les recetan.»<sup>176</sup>

---

<sup>175</sup> GOTZSCHE, P. C. (2014) *Medicamentos que matan y crimen organizado*. Barcelona: Los libros del lince. Pg. 12, 13 y 14.

<sup>176</sup> *Ibid.* Pg. 28 y 29.

La organización en la que trabaja, COLABORACIÓN COCHRANE, es una organización sin ánimo de lucro creada en 1993 por Iain Chalmers en Oxford, Reino Unido, que nació a raíz de la frustración de los investigadores frente a la mala calidad y la parcialidad de la mayoría de investigaciones médicas. Y también, de la necesidad de contar con informes sistemáticos y rigurosos de los ensayos aleatorizados que permitan definir con claridad los beneficios y los inconvenientes de cada intervención. La mitad de la población del mundo tiene acceso gratuito a los informes completos por medio de suscripciones nacionales que a menudo financian los Gobiernos.

Pero no solo esta cabecera digital, otros medios también se hacen eco de noticias de este tipo y de la divulgación de libros denuncia de este sector de la industria. Tal es el caso del divulgador británico, Ben Goldacre, que en su libro “Mala farma” refleja las conductas irregulares de las farmacéuticas así como la ocultación de los resultados negativos que cuestan vidas.



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- « 1. El 90% de los ensayos clínicos publicados son patrocinados por la industria farmacéutica.
2. Los resultados negativos se ocultan sistemáticamente a la sociedad.
3. Las farmacéuticas manipulan o maquillan los resultados de los ensayos.
4. Los resultados no son replicables.
5. Los comités de ética y los reguladores nos han fallado.
6. Se prescriben a niños medicamentos que sólo tienen autorización para adultos.
7. Se realizan ensayos clínicos con los grupos más desfavorecidos.
8. Se producen conflictos de intereses.
9. La industria distorsiona las creencias de los médicos y sustituyen las pruebas por marketing.
10. Los criterios para aprobar medicamentos son un coladero.»<sup>177</sup>

Pero no son sólo los divulgadores científicos, también profesores universitarios como es el caso de Vicent Navarro, Catedrático de Políticas Públicas en la Universitat Pompeu Fabra, y Profesor de Public Policy. The Johns Hopkins University, que pone en cuestión el carácter monopolístico de la industria y el aprovechamiento de la misma en lo relativo a los fondos de donde obtiene los recursos para su investigación, ya que proceden en muchos casos de fondos públicos.

---

<sup>177</sup> Noticias.lainformacion.com, (2015). *Las diez peores prácticas de la industria farmacéutica, según Ben Goldacre - Ciencias (general) - Noticias, última hora, videos y fotos de Ciencias (general) en lainformacion.com.* [online] Available at: [http://noticias.lainformacion.com/ciencia-y-tecnologia/ciencias-general/las-diez-peores-practicas-de-la-industria-farmaceutica-segun-ben-goldacre\\_DsWP1ny6X3TcsTauUmIK85/](http://noticias.lainformacion.com/ciencia-y-tecnologia/ciencias-general/las-diez-peores-practicas-de-la-industria-farmaceutica-segun-ben-goldacre_DsWP1ny6X3TcsTauUmIK85/) [Accessed 10 Sep. 2015].



«La mayor parte de la investigación que se realiza conducente a la producción del fármaco no ha sido financiada por la industria farmacéutica, sino por centros de investigación financiados públicamente. Se han publicado muchos estudios mostrando, por ejemplo, que la producción de los principales productos en venta en el sector farmacéutico de EEUU se basa en investigación básica financiada por los National Institutes of Health (NIH), los centros de mayor investigación sanitaria del gobierno federal de EEUU. Lo que hace la industria farmacéutica es utilizar esta información, aplicándola a la producción del fármaco. [...] Un gran número de empresas farmacéuticas cargan como gastos de investigación gastos que no corresponden a esta categoría, como, por ejemplo, marketing. Y todavía peor, utilizan todo tipo de triquiñuelas para alargar la patente, declarando como productos nuevos productos con ligeras variaciones sobre el producto anterior. [...] La mayor protesta procede del mundo subdesarrollado, que no puede pagar los elevados precios de tales productos. [...] El lobby de la industria farmacéutica en EEUU (PhRMA) gasta la friolera cantidad de 132 millones de dólares al año para comprar los votos de los congresistas clave, dentro del Congreso de EEUU, que tienen la responsabilidad de tomar decisiones sobre estos temas.»<sup>178</sup>



<sup>178</sup> Nuevatribuna, (2015). *El otro escándalo silenciado en los medios: la industria farmacéutica*. [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/opinion/vicenc-navarro/escandalo-silenciado-medios-industria-farmacautica/20141029173314108683.html> [Accessed 10 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

También en España, una médico y monja benedictina, Teresa Forcades i Vila demandaba en su publicación “los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas” el comportamiento de la industria:

«En el breve periodo que va de 2000 a 2003, casi la totalidad de las grandes compañías farmacéuticas pasaron por los tribunales de EEUU, acusadas de prácticas fraudulentas. Ocho de dichas empresas han sido condenadas a pagar más de 2,2 billones de dólares de multa. En cuatro de estos casos las compañías farmacéuticas implicadas –TAP Pharmaceuticals, Abbott, AstraZeneca y Bayer– han reconocido su responsabilidad por actuaciones criminales que han puesto en peligro la salud y la vida de miles de personas (AGNELL, Marcia. *The Truth about the Drug Companies: how they deceive us and what to do about it. Is the Party Over?* 217-36.)»<sup>179</sup>

Y refleja la conducta de la industria en relación a los profesionales de la medicina, que se consideran indignados con la manipulación y se hacen conscientes de su papel en esta situación:

«En el año 2003, esta manipulación de los criterios médicos en función de los intereses comerciales fue denunciada por Ray Moynihan en una de las revistas médicas de mayor prestigio, el *British Medical Journal*. Los editores de la revista recibieron en 6 semanas un total de 70 respuestas y comentarios con relación al artículo de Moynihan. 2/3 de las respuestas fueron de apoyo y confirmaron la indignación de los profesionales de la medicina ante dicha manipulación aunque, como deja bien claro una de las respuestas, sin ellos no podría producirse (TONKS, Alison associated editor BMJ. “Summary of electronic responses. The making of a disease”. [www.bmj.com](http://www.bmj.com) 2003.). Si los médicos no colaborásemos con los abusos de las compañías farmacéuticas, esos abusos no acontecerían.»<sup>180</sup>

Insiste, como Gotzsche, en su extraordinario poder tanto económico como político y en el uso que hacen de las herramientas de comunicación para mantenerlo.

---

<sup>179</sup> FORCADES, T. (2006) Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas. *Quaderns Cristianisme i Justícia*, (141). Pg.4.

<sup>180</sup> FORCADES, Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas. Pg. 7.



«El extraordinario incremento de poder político y económico de las grandes compañías farmacéuticas estadounidenses se inició con la ley de extensión de patentes (Ley Hatch-Waxman) que la mayoría republicana de la era Reagan aprobó en 1984, y se consolidó con la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1994, destinada a asegurar que la globalización no atentara contra los intereses del gran capital<sup>19</sup>. (PIGNARRE, pp.13-14) [...] El lobby de las compañías farmacéuticas de EEUU (la PhRMA) contaba en el año 2000 con 297 lobbyists profesionales, es decir, uno por cada dos congresistas<sup>23</sup>. (PIGNARRE, p.19) [...] En 2002 la PhRMA financió el trabajo de 675 lobbyists, lo que significa que había, trabajando en Washington, más promotores de los intereses de las compañías farmacéuticas que congresistas<sup>24</sup>. (AGNELL, p. 198) [...] En el año 2002, la suma de las ganancias de las 10 compañías farmacéuticas más importantes superó las ganancias combinadas de las otras 490 empresas que aparecen en la lista de las 500 industrias más provechosas de la revista Fortune (las 10 farmacéuticas más importantes, juntas, tuvieron un beneficio total de 35,9 billones de dólares y las restantes 490 empresas, juntas, tuvieron un beneficio total de 33,7 billones de dólares) 26.( AGNELL, p. 11)»<sup>181</sup>

Refleja también otra de las demandas que se hacen a nivel mundial en relación al uso abusivo de las patentes, la oposición a los genéricos o la investigación de fármacos destinados a públicos que los puedan pagar.

«El abuso del actual sistema de explotación de patentes no afecta sólo a los países del Tercer Mundo. En los países ricos, cada vez hay más gente que tiene dificultades para pagar el precio de los tratamientos prescritos. Estas personas tienen que hacer equilibrios entre las facturas de alimentación o de calefacción y las de los medicamentos. [...] El título del informe, Desequilibrio fatal, se refiere al hecho de que sólo el 10% de la investigación sanitaria mundial (la de las compañías farmacéuticas más la de todos los gobiernos y universidades del mundo) está dedicada a enfermedades que afectan al 90% de los enfermos del mundo. Es conocido el escandaloso desequilibrio de riqueza de nuestro mundo, donde el 20% de la población mundial disfruta y malgasta el 80% de la riqueza del

---

<sup>181</sup> Ibid.Pg. 13 y 14.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

planeta, y el 80% de la población malvive y muere con el 20% restante de los recursos.»<sup>182</sup>

No sólo se habla sobre las consecuencias en relación a los efectos adversos de los fármacos por ocultación de estudios sobre efectos no deseados y falta de transparencia, también demanda las malas actuaciones de esta industria en relación a no tener en cuenta el papel social del medicamento y la necesidad de hacerlo accesible a gente con menos recursos a costa de no ganar tanto dinero. O la no inversión en medicamentos destinados al tratamiento de las llamadas enfermedades raras que no resultan de interés comercial para la industria, como denuncia en su blog La doctora Shora en el País la médico Esther Semper.

«Si tiene una enfermedad poco frecuente, propia de un país pobre y/o aguda es muy probable que las grandes farmacéuticas pasen de usted porque no es rentable para ellos. No investigarán tratamientos para su enfermedad, quedando esta actividad relegada mayoritariamente a valientes sin ánimo de lucro, como pequeños grupos de investigación pública que se centran en las fases más iniciales de desarrollo de un fármaco»<sup>183</sup>



<sup>182</sup> FORCADES, Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas. Pg. 20 y 21.

<sup>183</sup> Google.es, (2015). *la doctora shora los farmacos a precios astronomicoas - Buscar con Google*. [online] Available at: [https://www.google.es/search?q=la+doctora+shora+los+farmacos+a+precios+astronomicoas&ie=utf-8&oe=utf-8&gws\\_rd=cr&ei=AftOVd-nC4WVaKezqLAF](https://www.google.es/search?q=la+doctora+shora+los+farmacos+a+precios+astronomicoas&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=AftOVd-nC4WVaKezqLAF) [Accessed 5 Aug. 2015].

## «MÁS DE 2.000 MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO SE VEN PRIVADAS DE SU DERECHO A LA SALUD

El mercado farmacéutico supera las ganancias por ventas de armas o las telecomunicaciones. Por cada dólar invertido en fabricar un medicamento se obtienen mil de ganancia.»<sup>184</sup>

The screenshot shows a news article on the website nuevatribuna.es. The main headline is "La enfermedad, un negocio para la industria farmacéutica". Below the headline, there is a sub-headline: "El mercado farmacéutico supera las ganancias por ventas de armas o las telecomunicaciones. Por cada dólar invertido en fabricar un medicamento se obtienen mil de ganancia." The article is dated "02 de Marzo de 2015 (11:14 h.)". On the left side, there is a social media share counter showing "31 veces compartido". Below this, there is a section titled "Relacionadas" with three related article titles: "Las guerra de las multinacionales farmacéuticas las paga la ciudadanía", "La hepatitis C y la industria farmacéutica", and "El otro escándalo silenciado en los medios: la industria farmacéutica". The main content area features a photograph of a person wearing a red t-shirt with the text "LOS RECORTES MATAN" and "HEPATITIS C". Below the photo, there is a sub-headline: "Un sector de enormes ganancias económicas" and a quote: "El mercado farmacéutico supera". To the right of the quote, there is a text block starting with "@FADSPU | La mayor parte de las empresas farmacéuticas tienen carácter internacional y están presentes en muchos países a través de sus filiales. El sector es tecnológicamente muy adelantado y abarca la biología, bioquímica, ingeniería,".

133

«Estas empresas poseen una poderosa maquinaria de promoción, llegan a ocultar información sobre efectos secundarios e incluso, en algunos casos, a vulnerar la legalidad, con tal de proteger sus ganancias. La doctora Marcia Angell (que fue directora del New England Journal of Medicine) ha denunciado la nociva influencia que ejercen sobre los médicos prescriptores y cuestiona la objetividad de la investigación médica patrocinada por las compañías. Hay tres casos de los últimos tiempos que son muy demostrativos de la forma de proceder de estas

<sup>184</sup> Nuevatribuna, (2015). *La enfermedad, un negocio para la industria farmacéutica*. [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/articulo/sanidad/enfermedad-negocio-industria-farmacautica/20150302105350113131.html> [Accessed 10 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

empresas: Talidomida: Grünenthal, Lipobay: (Cerivastatina) Bayer y Vioxx (Rofecoxib): Merck.»<sup>185</sup>



Los ensayos independientes pueden dar información más fiable para evaluar el valor de los fármacos:

«Para realizar este tipo de estudios sin interés comercial pero de importancia pública se creó a finales de 2013 desde el Instituto de Salud Carlos III la [Plataforma de Unidades de Investigación Clínica y Ensayos Clínicos](#) (SCReN).

»<sup>186</sup>

<sup>185</sup> Nuevatribuna, (2015). *La avaricia de la industria farmacéutica*. [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/articulo/sanidad/avaricia-industria-farmaceutica/20131119165521098428.html> [Accessed 10 Aug. 2015].

<sup>186</sup> Mediavilla, D. (2015). *Una red para hacer los ensayos que no interesan a las farmacéuticas*. [online] EL PAÍS. Available at: [http://elpais.com/elpais/2015/05/25/ciencia/1432541986\\_837261.html](http://elpais.com/elpais/2015/05/25/ciencia/1432541986_837261.html) [Accessed 10 Aug. 2015].



Mientras el poder y dimensión de la *Big Farma* es percibida por la ciudadanía como el séptimo de los grandes negocios mundiales (ver listas de [economista.es](http://www.economista.es)), esta poderosa industria es en realidad **la 2ª en volumen de negocio, por detrás de la armamentística**. Nos dice el portal: <http://www.abchomeopatia.com/farmaindustria-y-homeopatia/>.<sup>187</sup>

### 5.1.2. LABORATORIOS CON PRODUCTOS DE HOMEOPATÍA

Si buscamos información en la red podemos ver que contamos con distintas fuentes y diversidad de datos.

Los que nos da un medio como [www.economista.es](http://www.economista.es) :

<sup>187</sup> Abchomeopatia.com, (2015). *Farmaindustria y homeopatía* | *ABC HOMEOPATIA*. [online] Available at: <http://www.abchomeopatia.com/farmaindustria-y-homeopatia> [Accessed 10 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«1.444 resultados de empresas por LABORATORIOS HOMEOPATÍA. Hay 50 provincias donde se encuentran resultados relacionados con LABORATORIOS HOMEOPATÍA.<sup>188</sup>



Entre estos 1.444 se incluyen los que fabrican, distribuyen, comercializan e importan.

Según [www.portalfarma.com](http://www.portalfarma.com), web de la organización farmacéutica colegial, existen 13 laboratorios en España.<sup>189</sup>

<sup>188</sup> Empresite - Buscador de Empresas y Negocios de España, (2015). *Empresite*. [online] Available at: <http://empresite.eleconomista.es/Actividad/LABORATORIOS-HOMEOPATIA/> [Accessed 13 Aug. 2015].

<sup>189</sup> Portalfarma.com, (2015). *Listado de Laboratorios de Homeopatía*. [online] Available at: <http://www.portalfarma.com/profesionales/directorioenlaces/directorio/laboratorios/labfabricanhomeopat/Paginas/laborhomeopat%C3%ADa.aspx> [Accessed 10 Aug. 2015].



Y según la revista de homeopatía [www.honatur.com](http://www.honatur.com), que publica una relación de aquellos que lo solicitan de forma gratuita, a nadiendo una descripción de su posicionamiento.

«Laboratorios de homeopatía en España

[Laboratorios](#)

[Biótica](#)

Empresa con sede en la provincia de Sevilla, que se dedica a la fabricación y distribución de medicamentos homeopáticos y productos cosméticos.

[Laboratorios](#)

[Boiron](#)

Laboratorios Boiron es una empresa francesa que fabrica y distribuye medicamentos homeopáticos. Boiron es líder mundial en la distribución de homeopatía y est  presente en 19 países.

[Laboratorios](#)

[DHU](#)

[Ibérica](#)

DHU es una empresa alemana que elabora y distribuye medicamentos homeopáticos. Después de varias fusiones de distintas empresas nació en el año 1961 la Deutsche Hom opathie-Union que tiene su sede en Karlsruhe.

[Laboratorios](#)

[Dr.](#)

[Reckeweg](#)

Laboratorios Dr. Reckeweg es una empresa alemana fundada en el año 1947. La sede de este laboratorio homeopático es en Bensheim, Alemania. Dr. Reckeweg & Co. GmbH est  presente en 40 países.

[Laboratorios](#)

[Heel](#)

[España](#)

Heel es uno de los fabricantes más importantes de homeopatía. La empresa fue



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

fundada en el año 1936 en Berlin. La sede de Heel está en Baden-Baden (Alemania). La empresa tiene sucursales en diez países.

[Laboratorios Homeopáticos Praxis](#)

Laboratorios Homeopáticos Praxis es una empresa homeopática española con sede en Zaragoza. El laboratorio está especializado en productos dietéticos y homeopáticos, en fitocosmética y cosmética.

[Laboratorios Iberhome](#)

Herederos de la tradición homeopática en España, Iberhome se funda en 1.992 por farmacéuticos con una larga trayectoria en el campo de la Homeopatía.

<http://honatur.com/homeopatia-enlaces/laboratorios-de-homeopatia-en-espana/><sup>190</sup>



Los laboratorios homeopáticos presentes en España son alemanes y franceses o españoles y su negocio se estima en un 1% del mercado farmacéutico.

Según los datos de facturación en medicamentos homeopáticos que presenta el propio artículo podríamos estar hablando aproximadamente de unos 1.000 millones

<sup>190</sup> *Laboratorios de homeopatía en España* | *honatur.com*. [online] Honatur | Homeopatía Online. Available at: <http://honatur.com/homeopatia-enlaces/laboratorios-de-homeopatia-en-espana/> [Accessed 11 Sep. 2015].



de euros de facturación anuales, capitaneados por Boiron, Heel, Dhu y otros grandes del sector.

«A juzgar por los [datos que circulan en la red](#), el volumen de ventas de la industria farmacéutica se sitúa alrededor de 700.000 millones de euros al año que se reparten entre Bayer, GlaxoSmithKline (GSK), Merck, Novartis, Pfizer, Roche y Sanofi-Aventis, entre otras (eleconomista.es) [...] También [otras fuentes](#) aseguran que la homeopatía supone un 1% del mercado farmacéutico.»<sup>191</sup>

En una tesis realizada en el año 2000 “El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX (análisis médico-legal)” se refiere a los siguientes datos:

«Desde 1983 existen en España laboratorios que fabrican medicamentos de uso homeopático. En 1998 hemos localizado 28 laboratorios de este tipo en nuestro país. [...] En 1997, en el informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la aplicación de las Directivas 92/73/CEE y 92/74/CEE, se reconoce que los medicamentos de uso homeopático representan en la actualidad un poco más del 1% de las ventas brutas de la industria farmacéutica europea; en Francia, Alemania y los Países Bajos esta cifra es de más del 2% en valor y del 5% en volumen.<sup>192</sup> »

139

### 5.1.3. COMUNIDAD MÉDICA

En este apartado analizaremos la situación de los médicos que ejercen la homeopatía y el posicionamiento de la Organización Médica Colegial (OMC) como

---

<sup>191</sup> Abchomeopatia.com, (2015). *Farmaindustria y homeopatía | ABC HOMEOPATIA*. [online] Available at: <http://www.abchomeopatia.com/farmaindustria-y-homeopatia> [Accessed 10 Aug. 2015].

<sup>192</sup> MANTERO DE ASPE, M. (2000) *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

## El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

máxima representante de estos profesionales, además de otras publicaciones de estudios.

La OMC ha mostrado en este siglo XXI dos veces de forma pública su postura, una en 2009 para reconocer como acto médico la homeopatía, dado el riesgo para la salud que supone su ejercicio por profesionales sin conocimientos suficientes sobre el organismo humano:

«La existencia de personal no sanitario que realiza diagnósticos y terapias médicas no convencionales, como es el caso de la homeopatía, en centros no sanitarios constituye un grave riesgo para la salud de la población. Es por ello que la OMC ha decidido dar un paso importante en este terreno y reconocer la homeopatía como acto médico. Su posicionamiento será reflejado en un documento que hará público próximamente, en el que se especificará, además, qué terapias han de ser consideradas sanitarias y cuáles han de ser llevadas a cabo por profesionales cualificados [...] La Organización Médica Colegial ha acordado, por unanimidad en Asamblea, reconocer la homeopatía como acto médico, que precisa de un diagnóstico previo, de una indicación terapéutica y ser realizada por personal cualificado y en centro sanitarios debidamente autorizados. Este paso se suma al dado anteriormente y en la misma línea con la acupuntura.»<sup>193</sup>



<sup>193</sup> Cgcom.es, (2015). *La OMC reconoce la homeopatía como acto médico que habrá de realizar personal cualificado en centros sanitarios autorizados* | CGCOM. [online] Available at: [http://www.cgcom.es/noticias/2009/12/09\\_12\\_14\\_homeopat%C3%ADa](http://www.cgcom.es/noticias/2009/12/09_12_14_homeopat%C3%ADa) [Accessed 10 Aug. 2015].

Y otra, en 2013, con motivo de la regulación del medicamento homeopático:

«Los médicos llevaban días pidiendo a la Organización Médica Colegial (OMC), la institución que agrupa a todos los colegios de médicos de España, que se pronunciara sobre la publicación del borrador de orden del Ministerio de Sanidad que regula los productos homeopáticos. Iniciativas online como NoSinEvidencia o La homeopatía es 100% agua exigían un posicionamiento público de esta organización tras conocerse que el Ministerio considerará estos preparados medicamentos pero no les exigirá que demuestren su eficacia, tal y como se hace con los fármacos al uso. La respuesta ha llegado hoy en forma de declaración oficial. [...] La OMC recuerda a todos los médicos que "están obligados por las normas del Código de Deontología Médica a emplear preferentemente procedimientos y prescribir fármacos cuya eficacia se haya demostrado científicamente". La publicación hace dos semanas de un borrador de orden ministerial que prepara el terreno para [autorizar miles de productos homeopáticos](#) ha generado gran polémica en las redes sociales. Estos preparados se venden ahora en las farmacias gracias a una disposición que se pensó como transitoria pero que dura dos décadas.»<sup>194</sup>

141



<sup>194</sup> S., E. (2015). *La Organización Médica Colegial se posiciona contra la homeopatía*. [online] EL PAÍS. Available at: [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/16/actualidad/1387231904\\_971995.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/16/actualidad/1387231904_971995.html) [Accessed 10 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Pero anteriormente también ha mostrado su postura ante determinadas situaciones como en 1985 ante la proliferación de medicinas alternativas, en 1990 reafirmando la necesidad de que sea practicada la homeopatía por médicos, o en 1992 explicitando que: «ningún médico debe practicar las medicinas alternativas mientras éstas no hayan sido validadas por la comunidad científica».

**«23 de febrero de 1985**

«La Comisión Central de Deontología, Derecho Médico y Visado de la OMC propone al Consejo General que divulgue entre los médicos una serie de principios al respecto de la proliferación de las llamadas “Medicinas Alternativas”. Al final del documento pide «que se solicite de los Poderes Públicos las siguientes acciones:

- a) Creación, en las Facultades de Medicina, de Escuelas profesionales para promover la capacitación y la investigación en aquellas modalidades de Medicinas Alternativas que ofrezcan mayores perspectivas de su eficacia.
- b) El reconocimiento de las Asociaciones de médicos que practican las diferentes modalidades de Medicinas Alternativas si su finalidad es fomentar la formación de sus miembros y la investigación y evaluación de sus técnicas, siempre que respeten las normas del Código de Deontología.
- c) La concesión, a fin de completar la fraccionaria legislación vigente, de reconocimiento legal de aquellas modalidades de Medicinas Alternativas que todavía no lo posean, habida cuenta que se trata de actividades médicas cuyo ejercicio por quienes no poseen el título de Médico, debe ser considerado como intrusismo.
- d) Una acción vigorosa contra el intrusismo.»

**30 de septiembre de 1985**

«La Comisión Permanente del Consejo General de Colegios Oficiales de Médicos de España escribe al Sr. Ministro de Educación y Ciencia solicitando «que se autorice y

legitime, única y exclusivamente, a las Universidades Españolas para poder impartir dichas disciplinas, creando en las Facultades de Medicina Escuelas Profesionales, para promover la capacitación y la investigación en aquellas modalidades de Medicinas Alternativas, que ofrezcan mayores perspectivas de eficacia, a fin de otorgar el reconocimiento legal de las mismas, que todavía no

poseen, habida cuenta de que se trata de actividades médicas, cuyo ejercicio por quienes no poseen el título de Doctor o Licenciado en Medicina y Cirugía debe ser considerado como intrusismo.»

### **13 de noviembre de 1985**

«La Real Academia Nacional de Medicina responde a la carta de la OMC del 30 de septiembre diciendo “que no hay Medicinas Alternativas, sino intentos de alternativa a la medicina, sin fundamento científico reconocido. Y por ello, creemos que todo acto médico y toda acción terapéutica, de carácter químico, físico, psicoterápico, mecanoterápico, quirúrgico, o cualquiera otra, dentro de las Especialidades reconocidas oficialmente, debe de ser reservada al ámbito de la Medicina científica consagrada y, por tanto, ejercida exclusivamente por los Médicos.”»

### **10 de febrero de 1986**

«El Ministro de Educación y Ciencia responde a la carta de la OMC del 30 de septiembre diciendo que “no es necesaria una mayor regulación que autorice o legitime a las Universidades españolas para impartir estas enseñanzas», ya que dichos centros «disponen de la infraestructura humana y física suficientes para promoverla... Por ello, no creemos necesario en este momento dotar estructuras específicas, como Escuelas Profesionales, para este fin.”»

143

---

### **27 de diciembre de 1990**

«La Comisión Permanente del Consejo General de Colegios de Médicos «acuerda prestar su apoyo a la Liga Medicorum Homoeopathica Internationalis, en el sentido de reiterar, como ya ha sido expuesto en diversos informes emitidos por los Servicios Jurídicos de este Consejo General, que la práctica de este tipo de actos médicos debe ser realizada, única y exclusivamente por médicos.»

En **1992** cambia el talante de las declaraciones, exhortando la OMC a que se informe a los colegiados de que «ningún médico debe practicar las medicinas alternativas mientras éstas no hayan sido validadas por la comunidad científica».

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Desde entonces **hasta 1999** ha habido varias reuniones del colectivo de médicos homeópatas con el Presidente de la OMC, a veces junto con los médicos naturistas y los acupuntores. En todas se ha reiterado que el ejercicio de estas terapéuticas debe estar reservado a los médicos.»<sup>195</sup>

En relación a los médicos que ejercen la homeopatía en España la tesis de referencia indica que existen unos mil médicos que contrasta con los 10.000 profesionales de los que hablan los laboratorios como receptores de sus cursos o posibles prescriptores.

«En nuestra investigación al respecto, realizada entre 1993 y 1998, hemos localizado a más de mil médicos que practican la Homeopatía en España. [...] Resulta completamente imposible conocer el número exacto de médicos que ejercen la Homeopatía en España mientras dicha actividad no esté regulada. Por tal razón, cada vez que usamos la palabra “censo” para referirnos a nuestra investigación, lo hacemos entre comillas.»<sup>196</sup>

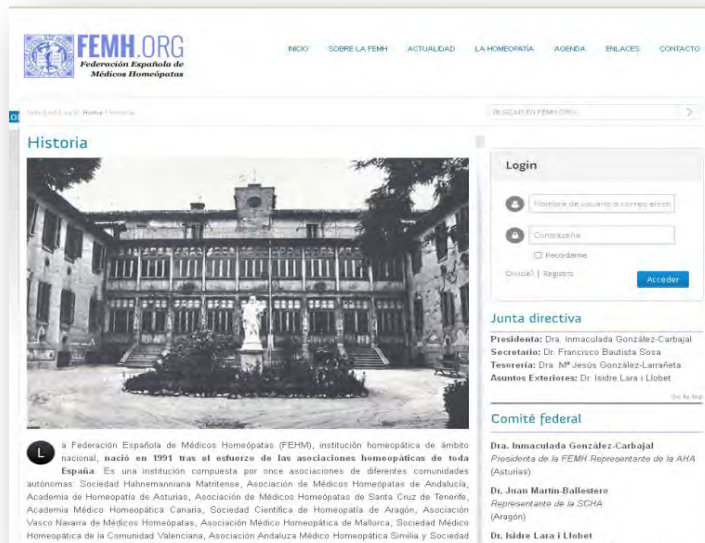
Existen 11 asociaciones de médicos homeópatas y que forman a su vez, la Federación Española de Médicos Homeópatas.<sup>197</sup>

---

<sup>195</sup> MANTERO DE ASPE, *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal.*

<sup>196</sup> Ibid

<sup>197</sup> femh.org | Federación Española de Médicos Homeópatas, (2012). *Historia*. [online] Available at: <http://www.femh.org/historia/> [Accessed 10 Sep. 2015].



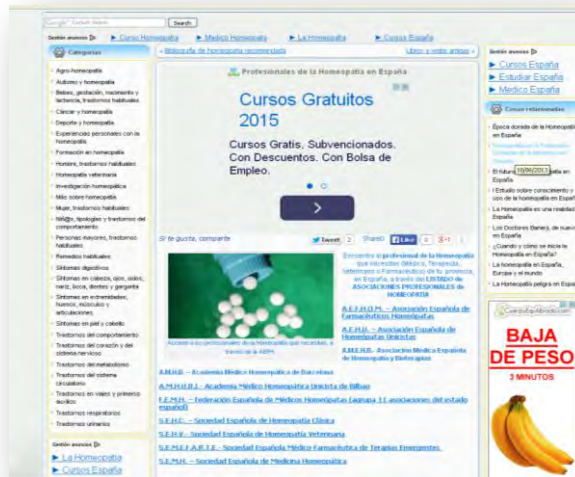
Además hay una Sociedad Española de Medicina Homeopática donde aparecen por provincias los médicos homeópatas en España a los que es posible acudir.<sup>198</sup>



<sup>198</sup> Rekarte, L. (2015). *¿Quiénes Somos?*. [online] Semh.org. Available at: [http://www.semh.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=44&Itemid=68](http://www.semh.org/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=68) [Accessed 8 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Otra forma de localizar un homeópata, que no médico, son los portales como [www.abchomeopatia.com](http://www.abchomeopatia.com), donde, además de médicos, incluyen a terapeutas, veterinarios o farmacéuticos.<sup>199</sup>



Finalmente otra posibilidad es recurrir a las webs de los propios laboratorios que fabrican los medicamentos homeopáticos. Que a su vez reenvían a centros formativos que ellos mismos patrocinan, CEDH, o a las asociaciones profesionales incluida la OMC.<sup>200</sup>



<sup>199</sup> Abchomeopatia.com, (2015). *Profesionales de la Homeopatía en España* | ABC HOMEOPATIA. [online] Available at: <http://www.abchomeopatia.com/medicos-homeopatas-en-espana> [Accessed 8 Aug. 2015].

<sup>200</sup> Boiron.es, (2015). *Boiron. Homeopatía, medicamentos homeopáticos, laboratorio farmacéutico - Localiza un médico homeópata*. [online] Available at: <http://www.boiron.es/localiza-un-medico-homeopata> [Accessed 8 Aug. 2015].



Toda la práctica de la homeopatía realizada por médicos en España es bajo el ámbito de la medicina privada.

«Existe un país de la Unión Europea, donde tampoco existe un título oficial de médico homeópata, en el que la práctica de la Homeopatía está permitida sólo a los médicos. Nos referimos a Francia, donde la Ordre National des Medecins asumió en 1997 las conclusiones de una comisión designada para estudiar la problemática de la Homeopatía y, consecuentemente, según el artículo L 356-2 del Código de Salud Pública, quedó prohibido su ejercicio por “no médicos”»<sup>201</sup>

Y la formación adaptada en nuestro país a los estándares europeos se reduce a dos:

«El Máster de Sevilla y el curso de Postgrado de Barcelona se adaptan al denominado Basic Teaching Standards (BTS), programa acordado por el Comité Europeo para la Homeopatía (ECH).»<sup>202</sup>

En la tesis de Mantero de Aspe se realiza un estudio del nivel de satisfacción de los médicos que ejercen la homeopatía en España y los resultados obtenidos con valoraciones del 0 al 10 fueron:

- 45% POR ENCIMA DE 5.
- 22% - 5.
- 28,6% por debajo de 5.
- un 11% - 0.

En cuanto a la satisfacción económica, en una escala de 0 a 10:

- 32% entre 6 y 10.
- 17 % - 5.
- 49,3% ENTRE 0 Y 4.
- 14,3% - 0.

---

<sup>201</sup> MANTERO DE ASPE, *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal.*

<sup>202</sup> Ibid

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Respecto de la satisfacción profesional que les reporta su práctica de la homeopatía:

- 79% ENTRE 7 Y 10.
- 19% entre 0 y 6.

Podría concluirse que la práctica de la homeopatía proporciona un alto grado de satisfacción profesional y poca económica.

Finalmente se insiste en la conveniencia del ejercicio de la práctica de la homeopatía por médicos como forma de garantizar, tanto la calidad del tratamiento, como el cumplimiento del deber del médico de informar al paciente de todos los métodos terapéuticos disponibles:

«Los médicos están obligados por el artículo 10.6 de la Ley General de Sanidad de 25 de abril de 1986 a informar a estos enfermos de todas las opciones de tratamiento, conforme a *lex artis*, con el fin de respetar la libre elección del paciente por estas opciones. En el caso de los que practican la terapéutica homeopática sin ser médicos no puede cumplirse este requisito, ya que estos individuos no poseen los conocimientos necesarios para ello. El Consentimiento Informado se ha revelado últimamente como el principal elemento para proteger el ejercicio de una libertad plenamente consciente por parte del paciente, así como para prevenir los posibles problemas médico-legales que pueden surgir en la relación médico-paciente; se basa en dar una información que los “no médicos” muy probablemente desconocen debido a su insuficiente formación sanitaria.»<sup>203</sup>

En 2014 se realiza un comunicado en la WONCAEUROPE en Viena sobre el uso de medicinas alternativas y complementarias por los médicos españoles y la posterior publicación de los resultados en los que se aprecia que LOS MÉDICOS HACEN UN USO DISCRETO DE ESTAS MEDICINAS aunque tienen una opinión favorable.

«En España no hay estudios sobre el uso de las medicinas complementarias / alternativas (CAM) por los médicos. El objetivo fue estudiar la frecuencia de uso

---

<sup>203</sup> MANTERO DE ASPE, *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal.*

de CAM por los médicos y estudiantes de medicina en Madrid. Material y métodos: Estudio transversal mediante una encuesta autoadministrada en una muestra de médicos, residentes y estudiantes de medicina de dos hospitales universitarios y dos áreas de atención primaria, realizado entre febrero y noviembre de 2009. Para una proporción esperada de 50% (*confianza level = 95%, el margen de error = 5%*), la muestra se compone de un total de 435 médicos y residentes y 45 estudiantes de medicina (n = 480). Resultados: La tasa de respuesta fue del 64%, con el personal médico 54% (165), 31% residentes (96) y 15% de estudiantes (45). 65% eran mujeres. 42 médicos (25,5%; intervalo de confianza (IC) del 95%: 18,7-32, 1), 35 residentes (36,5%; IC del 95%: 26,7-46, 2) y 7 estudiantes (15,6%; IC del 95 %: 4,5-26, 6) dijeron que habían visitado CAM (p = 0,022). La mediana de la CAM que los médicos y los residentes que habían ido era 2 y los estudiantes eran 1. Los tratamientos más utilizados fueron el masaje y la relajación. Visitaron CAM entre 1 y 4 veces en los últimos años, los médicos y los residentes con más frecuencia que las consultas de medicina convencional. Las principales quejas por el uso de CAM fueron las enfermedades del aparato locomotor (41%) y salud mental (19%). Entre el 50 y el 75% de los tratamientos se llevaron a cabo por profesionales no sanitarios. Más del 50% dijo que había mejorado considerablemente y durante la mayor parte de su nivel de satisfacción fue alto (satisfecho o muy satisfecho). La razón principal de personal médico para atender CAM fue el fracaso de los tratamientos convencionales, y de los residentes "para demostrar", asesorado por un amigo o familiar. 65% había sugerido a otros a visitar CAM, el 85% dijo que los médicos deben ser entrenados en CAM y éstos se incluirán en la carrera de Medicina. Conclusión: Como se ha demostrado por la literatura internacional, los médicos usar y tener una opinión favorable sobre el crecimiento CAM. En España, aunque los porcentajes son más bajos que en otros países occidentales, muestra un uso discreto y la opinión favorable de la CAM.»<sup>204</sup>

---

<sup>204</sup> Cervera Barba, E. (2015). P09.01 "no. But In My Case...": Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe. [online] Woncaeuropa.org. Available at: <http://www.woncaeuropa.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 8 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

#### 5.1.4. TERAPEUTAS

En este apartado existen dos grandes ejes que condicionan la imagen de la homeopatía:

a.- La existencia de un GRUPO MUY HETEROGÉNEO DE PROFESIONALES que se suelen incluir en el término de “TERAPEUTAS”, que desde psicólogos, médicos, enfermeros o fisioterapeutas a las propias tiendas de herboristerías, parafarmacias y supermercados, ofrecen “productos naturales” que van desde las vitaminas, aminoácidos, suplementos de todo tipo, fitoterapia, masajes, etc. hasta la propia homeopatía. Llegando incluso a decir, que España está al margen de la normativa europea, cosa que no es cierta como puede comprobarse en el apartado relativo a legislación, pero que confunde a los propios profesionales y, por ende, al consumidor final de estos productos.

«Cualquier ejercicio profesional o empresarial como terapeuta, psicoterapeuta o profesional de la salud natural tiene un protocolo legal que cumplir que puede ser más o menos estricto según el país o región donde se ejerza. La falta de regulación de muchas de las especialidades del sector de las medicinas complementarias no nos permite ofrecer una comparativa adecuada entre las legislaciones de distintos países. Por lo tanto utilizaremos el ejemplo del protocolo legal en España, dentro del marco de la Unión Europea, como ejemplo y referencia para que pueda resultar útil a terapeutas, psicoterapeutas y profesionales de la salud natural de todo el mundo de habla Hispana.[...] La ley en todos los países regula de forma estricta las profesiones sanitarias (médico, farmacéutico, veterinario, dentista, psicólogo clínico...), y suele establecer ciertos protocolos o normativas en otras actividades relacionadas con la salud y el bienestar, y que se catalogan como terapias alternativas, medicinas complementarias, terapias naturales, u otras denominaciones y que en general no pueden prescribir ni recetar medicamentos. Los productos naturales no se consideran medicamentos sino suplementos nutricionales. Los productos homeopáticos se consideran inocuos y desde un punto de vista estrictamente farmacéutico se considera que no existe ningún estudio clínico serio y concluyente que avale su eficacia. Por lo tanto los terapeutas, psicoterapeutas y profesionales de la salud natural si pueden prescribir

productos naturales (suplementos nutricionales) y homeopáticos (de venta en farmacia sin receta) a sus pacientes. [...] Francia y Alemania son considerados los países más importantes con respecto al desarrollo de la Homeopatía en todo el mundo. Esto es debido a varios motivos, pero uno de los principales es que el creador de este sistema terapéutico, Christian Samuel Federico Hahnemann, desarrolló principalmente su actividad en ambos países. Las Farmacopeas consideradas más avanzadas, teniendo en cuenta la cantidad de drogas que codifican, y los controles estipulados en las mismas, son:

- Farmacopea Homeopática Alemana, 1º Edición 1978, con 5 suplementos, siendo el último de 1991.

- Farmacopea Francesa, X edición 6º Suplemento: Preparaciones Homeopáticas. [...] Como el resto de los medicamentos, los homeopáticos son reembolsados por la sanidad nacional de casi la totalidad de los países de la Unión Europea, excepto en España. »<sup>205</sup>



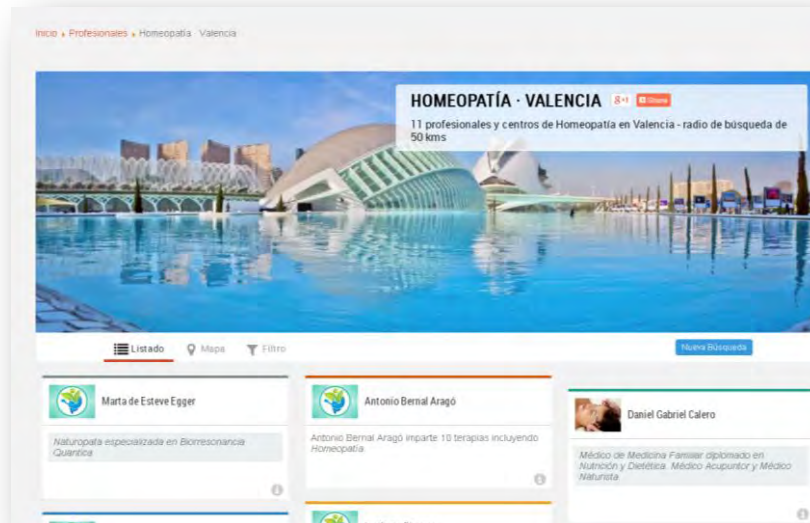
Se trata de un PÚBLICO MUY ACTIVO EN SUS COMUNICACIONES EN LA RED donde podemos ver por un lado la INEXACTITUD DE SUS DISCURSOS. Como ejemplo en el

<sup>205</sup> Terapeutas.eu, (2015). *terapeuta profesional*. [online] Available at: <http://www.terapeutas.eu/terapeuta-profesional.html> [Accessed 8 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

texto anterior se puede leer que sólo médicos pueden prescribir o recetar medicamentos y parece ser desconocido que la homeopatía es un medicamento.

Otra característica de sus canales de comunicación en la red es la cantidad de oferta tanto de áreas terapéuticas como de profesionales:<sup>206</sup>



[http://www.saludterapia.com/terapeutas.html?option=com\\_sfichas&view=results&t=f&l=v&alencia&th=homeopat%C3%ADa&q=&lat=39.4699075&lon=-0.3762881000000107&Itemid=277](http://www.saludterapia.com/terapeutas.html?option=com_sfichas&view=results&t=f&l=v&alencia&th=homeopat%C3%ADa&q=&lat=39.4699075&lon=-0.3762881000000107&Itemid=277)

<sup>206</sup> Saludterapia.com, (2015). *Buscador de Profesionales y Centros - España*. [online] Available at: <http://www.saludterapia.com/terapeutas.html> [Accessed 8 Aug. 2015].



<http://www.saludterapia.com/terapeutas.html><sup>207</sup>

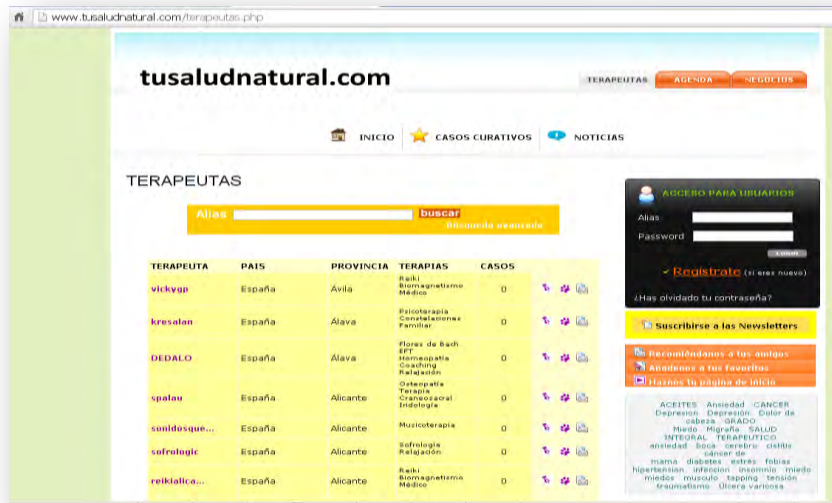


<https://www.asociacionbobath.es/><sup>208</sup>

<sup>207</sup> Saludterapia.com, (2015). *Homeopatía · Valencia*. [online] Available at: [http://www.saludterapia.com/terapeutas.html?option=com\\_sfichas&view=results&t=f&l=valencia&h=homeopat%C3%ADa&q=&lat=39.4699075&lon=-0.3762881000000107&Itemid=277](http://www.saludterapia.com/terapeutas.html?option=com_sfichas&view=results&t=f&l=valencia&h=homeopat%C3%ADa&q=&lat=39.4699075&lon=-0.3762881000000107&Itemid=277) [Accessed 8 Aug. 2015].

<sup>208</sup> Asociacionbobath.es, (2015). *Asociación Bobath - Asociación Bobath*. [online] Available at: <https://www.asociacionbobath.es/> [Accessed 8 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



<http://www.tusaludnatural.com/terapeutas.php><sup>209</sup>



<http://www.emdr-es.org/terapeutas/terap.php><sup>210</sup>

<sup>209</sup> Tusaludnatural.com, (2015). *Lista de terapeutas*. [online] Available at: <http://www.tusaludnatural.com/terapeutas.php> [Accessed 8 Aug. 2015].

<sup>210</sup> Román, R. (2015). *EMDR España - Terapeutas EMDR en España y Extranjero*. [online] Em-dr-es.org. Available at: <http://www.emdr-es.org/terapeutas/terap.php> [Accessed 8 Aug. 2015].





<http://www.aptn-cofenat.es/index.php?s=inicio><sup>211</sup>

b.- La industria fabricante de estos productos entre los que se encuentran algunos laboratorios farmacéuticos que ven en estas nuevas líneas, la sustitución de ingresos aportados antes por otras líneas de fármacos de venta exclusiva en farmacias. Llegando a considerar que estos productos deben ser abordados como unos más de consumo masivo, y a los que debe potenciarse la venta.

155

En sus comunicaciones suele incentivarse o la compra directa con autoreceta o la prescripción por parte del heterogéneo colectivo de terapeutas, esteticistas, entrenadores personales, etc.

<sup>211</sup> Aptn-cofenat.es, (2015). *APTN\_COFENAT: Asociación de Profesionales de las Terapias Naturales - Inicio*. [online] Available at: <http://www.aptn-cofenat.es/index.php?s=inicio> [Accessed 8 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



## De paciente a consumidor

«Juan Carlos Serra, profesor de [EADA Business School](#), asegura que el auge de los productos de autocuidado está generando un “cambio cultural”, en el que el paciente se convierte en consumidor y la farmacia, en un canal de venta.[...] “La población está cada vez más informada para adquirir ciertos productos sin necesidad de ir al médico”, indica. Serra sostiene que uno de los retos de las farmacias es el de ser proactivas. “Un profesional de la salud tiene que formarse, pero también sensibilizar al cliente y ofrecer otro tipo de productos y servicios”, zanja. [...] El ritmo de crecimiento de las ventas de medicamentos sin receta lleva desde 2008 por encima del de la industria farmacéutica en su conjunto, y sus ventas superaron los 100.000 millones de euros en 2014, según los cálculos de la consultora especializada IMS Health. [...] La experiencia de Bayer sigue esa línea. Martín Dos Ramos, responsable en España de la división de autocuidado, donde la empresa lidera el segmento de medicamentos sin receta, asegura que las ventas de esta área aumentarán una media del 4% hasta 2017, cuando se superarán los 10.000 millones de euros en el mundo gracias “al impulso que supondrá la reciente adquisición de la división de autocuidado de la estadounidense Merck & Co, y al aumento de las ventas en los países emergentes”. [...] Javier Altemir, director de Almirall Health Care, confirma esta visión: “El sector de los medicamentos de

venta libre es un mercado muy dinámico y muy ligado a la evolución del consumo y al poder adquisitivo de las familias. Hay que trabajar muy bien lo que es el punto de venta y dar mayor visibilidad a la marca”. Además de cambiar la mentalidad. “Hay que prevenir y tratar los síntomas menores, y acudir al médico solo en caso de patologías graves”, concluye. »<sup>212</sup>

Es decir, se ha potenciado e incrementado, lo que avanzaba Marcos Mantero de Aspe en su tesis, en relación a que LA AUSENCIA DE REGULACIÓN de la homeopatía conduce a que los pacientes acudan a los TERAPEUTAS CON EL RIESGO que ello puede suponer PARA LA SALUD:

«La ausencia de regulación legal de la práctica de la Homeopatía ha traído como consecuencia la existencia de un ejercicio de la misma por terapeutas que no son médicos, con los riesgos que se describen en el apartado 10.1. de este capítulo. Hay incluso asociaciones de estos individuos que pretenden un reconocimiento de su actividad al margen de la medicina, llegando a considerar a los médicos como intrusos.»<sup>213</sup>

#### 5.1.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este apartado nos centramos en los dos medios de mayor relevancia hoy en la construcción de la imagen. La televisión por su elevadísima penetración, con coberturas cercanas al 90% de la población y el otro, internet por su cotidianidad, su relevancia en diferentes facetas; desde facilitar información, compartir experiencias y comunicarse, a su gran capacidad de influir en la toma de decisiones, como ya hemos explicado en el marco teórico.

---

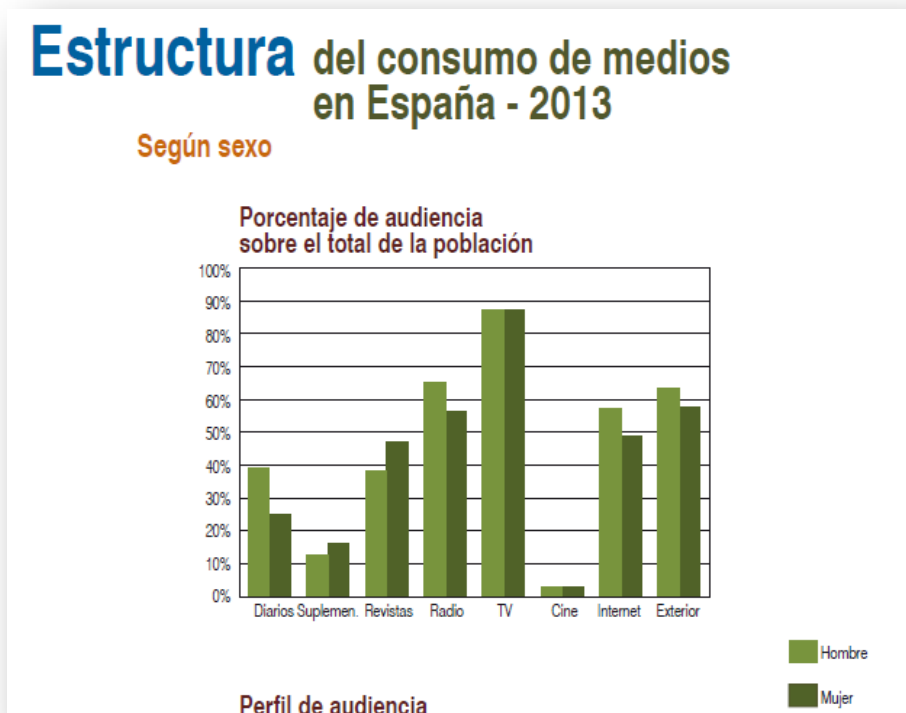
<sup>212</sup> Femmine, L. (2015). *Salud sin receta médica*. [online] EL PAÍS. Available at: [http://economia.elpais.com/economia/2015/03/20/actualidad/1426882220\\_692782.html](http://economia.elpais.com/economia/2015/03/20/actualidad/1426882220_692782.html) [Accessed 9 Sep. 2015].

<sup>213</sup> MANTERO DE ASPE, *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal*.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Si vemos la estructura del consumo de medios apreciamos el claro liderazgo en cobertura de televisión, seguido por la radio, publicidad exterior en *mass media* e internet.

En televisión destaca más su papel de entretenimiento y ocio y concentra la audiencia en públicos de más edad.



## Penetración de los Medios en España

2013

% Horizontales

	Población (000)	Diarios	Suplementos	Revistas	Radio	Televisión	Cine	Internet	Exterior
<b>TOTAL</b>	<b>39.331</b>	32,4	14,6	43,4	61,5	88,7	3,0	53,7	61,3
<b>SEXO</b>									
Hombre	19.134	39,9	12,8	38,9	66,2	88,6	3,0	58,0	64,2
Mujer	20.197	25,3	16,3	47,6	57,0	88,7	2,9	49,6	58,6

## Audiencia de Internet Perfil por edad

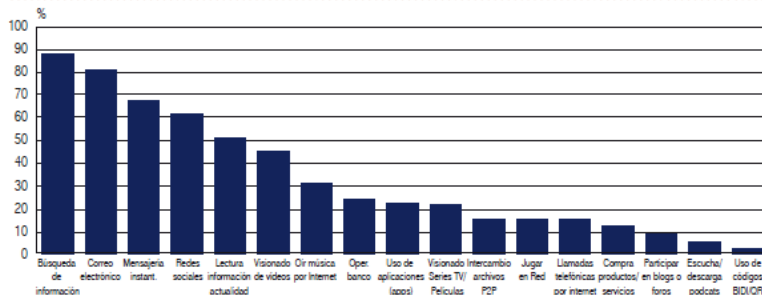
2013

	Población	Usuarios último mes	Usuarios ayer
14 a 19	6,5%	9,3%	10,0%
20 a 24	6,0%	8,5%	9,1%
25 a 34	16,5%	22,4%	23,5%
35 a 44	19,7%	24,5%	24,7%
45 a 54	17,2%	17,1%	16,1%
55 a 64	13,3%	9,8%	9,0%
65 o más	20,7%	8,4%	7,6%

## Audiencia de Internet Servicios/Actividades durante el último mes

2013

	Miles de individuos	%
Búsqueda de información	22.476	88,6
Correo electrónico	20.506	80,8
Mensajería instantánea	17.253	68,0
Redes sociales	15.345	60,5
Lectura información actualidad	13.029	51,3
Visionado de vídeos	11.437	45,1
Oír música por Internet	7.946	31,3
Operaciones banco	6.114	24,1
Uso de aplicaciones (apps)	5.579	22,0
Visionado de series TV/películas	5.518	21,7
Intercambio archivos P2P	3.905	15,4
Jugar en Red	3.826	15,1
Llamadas telefónicas por Internet	3.789	14,9
Compra productos/servicios	3.009	11,9
Participar en blogs o foros	2.383	9,4
Escucha/Descarga Podcasts	1.306	5,1
Uso de códigos BIDN/QR	523	2,1
<b>Total usuarios último mes</b>	<b>25.379</b>	<b>100,0</b>



159

MARCO GENERAL DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA. 2014. AIMC<sup>214</sup>

Es de resaltar en el caso de INTERNET que la penetración de usuarios es MÁS ALTA en las franjas de edad en que el CUIDADO DE LA FAMILIA les es propio (de 25 a 54 años un 64%) y que la búsqueda y lectura de información (88,6%), y la

<sup>214</sup> Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2015) *Marco general de los medios en España de 2014*. Madrid.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

comunicación con otros (correo electrónico 80.7%, mensajería instantánea 68% y redes sociales 60%) son los usos más realizados por los usuarios de internet.

Además, la compra a través de la red cuenta con crecimientos importantes de un año a otro, así del 2011 al 2012 se incrementó en un 15%. 12,3 millones de españoles compraron a través de la red lo que supone un 31% de compradores y un 26% de la población.<sup>215</sup>



Es evidente que la penetración de internet ha cambiado el panorama de consumo de los otros medios, la manera de comunicarse e incluso la forma de decidir y materializar la compra de productos. Y especialmente entre la población más joven y aquella con capacidad de decisión en temas de consumo (25-54 años). Pero también destacan los cambios de hábitos en el consumo de información (muchas gente accede a los medios a través de su oferta en la red). Pero no sólo eso, además se utiliza la red para hacer de altavoz de los medios de comunicación compartiendo noticias y comentarios sobre las mismas. Es decir, SE CONSUMEN LOS MEDIOS DE

<sup>215</sup> Ticbeat.com, (2013). *Más de un tercio de la población española compra en Internet*. [online] Available at: <http://www.ticbeat.com/economia/mas-de-tercio-de-poblacion-espanola-compra-en-internet> [Accessed 11 Sep. 2015].

FORMA DISTINTA y se comparte lo consumido de forma que el selector de informaciones con su entorno es el individuo. Es el inductor, prescriptor y cribador de la información, poniendo así de manifiesto el cambio de poder apuntado en páginas anteriores. Así, logra ese poder desde su anonimato o desde su identificación, ya sea cuando publica sus opiniones o cuando dota de MÁS CREDIBILIDAD AL NOMBRE DE UN PERIODISTA QUE A LA MARCA DEL MEDIO en que escribe.

«Se considera una penetración de internet en España del 67%, sólo por delante de Italia (58%) entre los países europeos estudiados; Francia, Alemania, Reino Unido, Finlandia y Dinamarca están por encima, entre el 80% y el 90%. [...] Los informativos de las grandes cadenas siguen predominando en España: 3 de cada 4 internautas los vieron en la última semana. [...] Leen noticias en redes sociales casi tantos usuarios (46%) como los que lo hacen en diarios impresos (47%) y periódicos ‘online’ (49%). [...] Los sitios y las aplicaciones de marcas periodísticas sólo presentes en Internet son casi tan seguidos como los de radios y televisiones. [...] Los medios tradicionales llegan a un 92% de los usuarios de Internet que consumen noticias. [...] El conjunto de fuentes digitales de noticias alcanza al 81% de los usuarios, incluyendo redes sociales, blogs, publicaciones informativas sólo digitales, y versiones en internet de marcas y cabeceras ‘offline’. La suma de medios sociales y blogs alcanza a un 49% de los consumidores de noticias conectados a la red; la versión en internet de los medios tradicionales (periódicos, revistas, radios y televisiones) llega a un 62% del público ‘online’. [...] El 38% de los internautas españoles se entera de la última hora en redes sociales. Un 46% accede para ello a los medios informativos. [...] Los buscadores se emplean para introducir el nombre del sitio al que se desea acceder, más que para consultar asuntos específicos. [...] La mitad de los usuarios del Estado comentan las noticias con amigos y compañeros cara a cara; uno de cada cuatro, por internet. [...] Los usuarios españoles superan ampliamente la media global en todas las formas de participar, excepto en comentarios en medios. [...] Un 21% dice haber contribuido a un sitio de noticias con nombre y apellido. El 16%, con usuario reconocible. Hay un 11% de anónimos. [...] Cuatro de cada cinco personas valoran mejor el periodismo que refleja todas las opiniones, y que no defiende un solo punto de vista. [...] 7 de cada 8 confían más en los medios que se esfuerzan en ser neutrales e imparciales, frente a los abiertamente partidarios. [...]

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Los españoles conceden más importancia a la firma del periodista que a la marca de la publicación a la hora de otorgar credibilidad. [...] elconfidencial.com y eldiario.es, dos medios exclusivamente digitales de éxito con perfiles de audiencia muy distintos según edades.»<sup>216</sup>

Ya hemos visto en cifras los dos grandes medios por su penetración entre la población y, por ende, condicionadores de opinión y reflejo de la realidad vivida por la sociedad.

Comprobamos la hegemonía televisiva por las grandes cantidades de minutos de consumo del medio: 239 minutos de media en 2014. Y que LOS INFORMATIVOS DE LAS GRANDES CADENAS SON VISTOS POR 3 DE CADA 4 INTERNAUTAS. Es por ello que vamos a analizar cómo se reflejan las noticias relativas a la salud y la sanidad en este medio y en esos programas.

En 2014 el promedio de consumo televisivo es de 239 minutos por persona y día, lo que significa repetir la tercera mayor marca histórica (246 minutos en 2012, 244 minutos en 2013 y 239 minutos en 2011).

- En 2014 el promedio de consumo diario es de 239 minutos, 5 minutos menos que el año anterior.
- Los meses de enero y febrero son los de mayor consumo, con un promedio de 267 minutos.
- Las mujeres y los individuos de más de 45 años son los que más tiempo dedican al medio televisivo.

- En el conjunto del total de cadenas, el género con mayor presencia en las parrillas de programación es la ficción, seguida de la información y el entretenimiento.
- En el desglose por los tres grandes grupos de cadena se muestra que tanto en las nacionales en abierto y las de Pago, el género de mayor presencia es la ficción, mientras que en las Autonómicas es la información.
- Dentro del entretenimiento, la especialidad que ocupa una mayor presencia dentro de las parrillas de la televisión de España son los "magazines" y el "humor".
- En cuanto a la ficción, las series y los largometrajes son las dos especialidades de una mayor ocupación.

---

<sup>216</sup> Center for Internet Studies and Digital Life. School of Communication (2014) Reuters Institute Digital News Report. Pamplona: Universidad de Navarra.



% Duración TTV				
Género	TTV	ABIERTO NACIONALES	AUT, AUT PRIV	PAGO
FICCIÓN	33.1	40.3	23.3	69.4
INFORMACIÓN	18.2	14.1	23.5	1.0
ENTRETENIMIENTO	16.1	16.0	17.9	2.1
CULTURALES	14.7	13.1	17.0	5.1
DEPORTES	7.5	6.9	6.4	22.0
MUSICA	6.9	4.7	9.3	0.4
CONCURSOS	2.5	3.7	1.9	.
OTROS	0.3	0.8	0.0	.
RELIGIOSOS	0.3	0.4	0.3	.

La Universidad Rey Juan Carlos y su Facultad de Comunicación realizaron un estudio en 2011 para mostrar qué tipo de información sanitaria ofrecen los telediarios y llegó a unas interesantes conclusiones que me parece oportuno reflejar, ya que demuestran tres cosas. La primera, que siendo LA SALUD UNA DE LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES NO TENGA EL NIVEL DE TRATAMIENTO INFORMATIVO QUE LE CORRESPONDERÍA y que corroboran el *gap* entre los intereses de los *mass media* y los consumidores de los mismos. En segundo lugar, el excesivo protagonismo de individuos y gente de la calle que genera el amarillismo a la información aportando no toda la claridad o rigor que debería ser propio de un medio de comunicación y en tercer lugar el excesivo peso a los errores médicos o problemas de salud producidos por la industria farmacéutica en relación a otras temáticas.

El estudio titulado “LA INFORMACIÓN SANITARIA EN LOS TELEDIARIOS” es relevante en sí tanto por su calidad metodológica como por lo ambicioso de la muestra: 32.592 noticias analizadas.

<sup>217</sup> Barlovento comunicación, (2015). *análisis televisivo 2014*. [online] Available at: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf> [Accessed 1 Sep. 2015].

## El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«A pesar de que todavía no se ha producido un equilibrio claro entre la principal preocupación de los españoles, que es la salud, y su reflejo en los medios de comunicación, es evidente que los asuntos relacionados con el cuidado de la salud han adquirido una importancia decisiva en las sociedades de los países desarrollados.[...]

La televisión muestra una medicina centrada en el sistema público de salud, que cuenta como protagonistas con los pacientes y sus familiares, junto con los médicos y las personas comunes, convertidas en portavoces de la vox populi y representantes de los usuarios del Sistema de Salud. [...] La mejor conclusión de este informe es que existen discrepancias entre el panorama ofrecido por las televisiones y la realidad sanitaria. Muchas se pueden deber al desigual acceso a la televisión de los colectivos interesados; y otras, a las peculiaridades del medio televisivo español que muchas veces da más importancia a la lucha por las audiencias y como consecuencia, a la espectacularidad y las informaciones teñidas de dramatismo o extrañeza. [...] En el año 2010, y pese a la concurrencia de Internet y otras nuevas tecnologías de la comunicación, dicho consumo marcó una nueva plusmarca, alcanzando una media de 234 minutos por persona y día, siete minutos más respecto de la media registrada en el año 2007. [...] Como decía la Organización Mundial de la Salud, la “comunicación para la salud es una estrategia clave destinada a informar a la población sobre aspectos concernientes a la salud y a mantener cuestiones sanitarias importantes en la agenda pública”. [...] Las conclusiones de los estudios sobre la televisión generalista arrojan resultados más bien negativos acerca de su papel en la salud (aunque conviene advertir que no todos son concluyentes, ya que muchos no atinan a aportar evidencias suficientes que permitan demostrar una relación de causa y efecto). Una misma conclusión se repite: el fenómeno televisivo en sus diversas facetas –desde el consumo hasta los anuncios– no contribuye a una mejor comprensión de las cuestiones sanitarias por la audiencia. [...] La cadena que más noticias de salud emitió fue TVE1, con 300 informaciones (31 por ciento del total de las noticias sanitarias emitidas por los cuatro canales), seguida de T5, con 238 informaciones (24,6 por ciento); Cuatro, con 217 (22,4 por ciento); y A3, con 211 noticias (21,8 por ciento). [...]

#### 4.1. Cobertura

En el año estudiado, los informativos de las cuatro cadenas emitieron en su segunda edición un total de 32.592 noticias, distribuidas de la siguiente forma:

GRÁFICO 1

Número de noticias emitidas por cadena



Estas 32.592 noticias constituyen, por tanto, el corpus de análisis.

Los Fármacos, con un 5,4 por ciento del total. Su cobertura es mayoritariamente negativa: Abusos/dopaje, Efectos secundarios y Prácticas ilegales concentran el 94,2 por ciento del apartado. Los aspectos económicos y legales (precios, patentes, etc.) apenas interesan a los periodistas. [...] Los errores médicos se perfilan el tema más recurrente, con 102 noticias (76 noticias en Gestión del sistema sanitario+ 26 noticias en Política sanitaria extranjera. [...] Los pacientes y sus familiares constituyen la primera fuente en importancia numérica, a diferencia de lo que ocurre en la prensa, que concede el protagonismo a médicos e investigadores. La diferencia se debe seguramente al gran valor que da la televisión al drama humano y al testimonio personal. El segundo gran grupo lo integran los ciudadanos sin adscripción. [...] A grandes rasgos, la visión que ofrecieron de la medicina es la de una actividad que tiene por actores principales a los pacientes y sus familiares, las personas comunes –instituidas en portavoces de la vox populi y representantes de los usuarios del sistema sanitario-, seguidos de los médicos y farmacéuticos y de las autoridades sanitarias de las administraciones. [...] La fascinación por el adelanto terapéutico se ve eclipsada por la omnipresente amenaza del fallo de los fabulosos medios curativos, patente en la cobertura de los errores y negligencias médicas. Nótese que la suma de esas noticias y las referidas a abusos y fallos farmacológicos asciende a 146, frente a

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

las 152 informaciones relativas a innovaciones terapéuticas. Una manera de decir: la medicina (médicos y fármacos) curan, pero también dañan.»<sup>218</sup>.

Internet ha cambiado no sólo el comportamiento de los usuarios de los medios, ha despertado en otros públicos como los profesionales de la medicina, no sólo el interés por la utilidad que la tecnología les puede aportar sino la preocupación sobre la calidad de la información a disposición de los pacientes que afecta la manera en que se relacionan con ellos como profesionales, y que hasta ahora era impensable.

«Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) van ganando terreno en nuestras vidas. El mundo sanitario no es ajeno a este progresivo avance. Más allá de la historia clínica electrónica existen multitud de herramientas que sirven para el trabajo colaborativo o la comunicación entre profesionales o con los pacientes. Estos últimos, además, comienzan a aprovechar estas tecnologías y acuden a las consultas con información extraída de páginas web o redes sociales. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en sanidad: ni contigo ni sin ti.»<sup>219</sup>

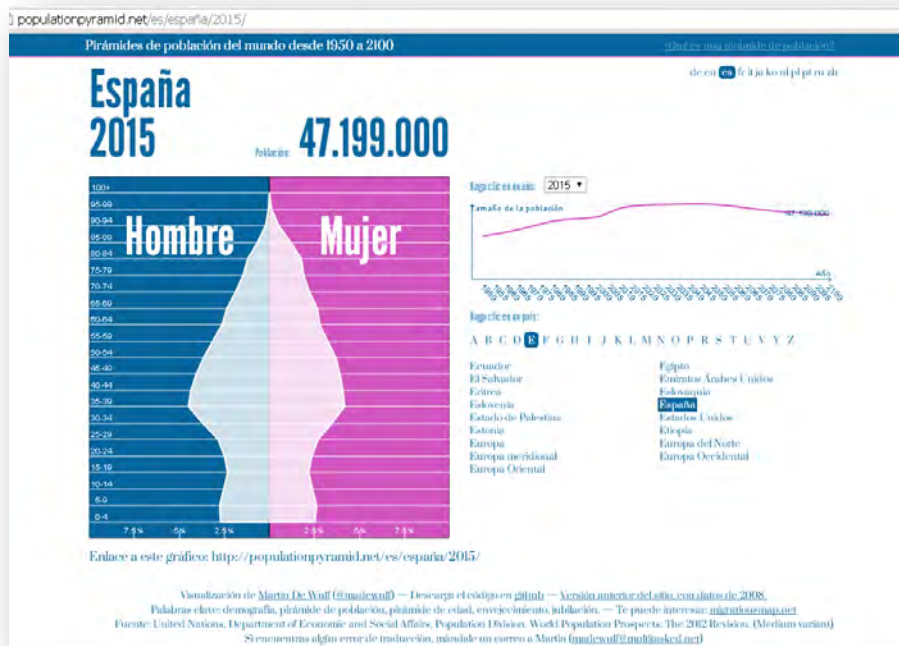
#### 5.1.6. USUARIOS

En principio podríamos considerar que los usuarios potenciales de la homeopatía son todos los habitantes de este país. En ese sentido es importante conocer el perfil sociodemográfico de la población y en especial, su distribución por edades. A nadie escapa que vivimos en una sociedad que envejece cada año que pasa y que incrementa por ello las patologías de tipo crónico que requieren para su control del uso de la sanidad y que podrían ser considerados *heavy consumers* de fármacos y servicios médicos.

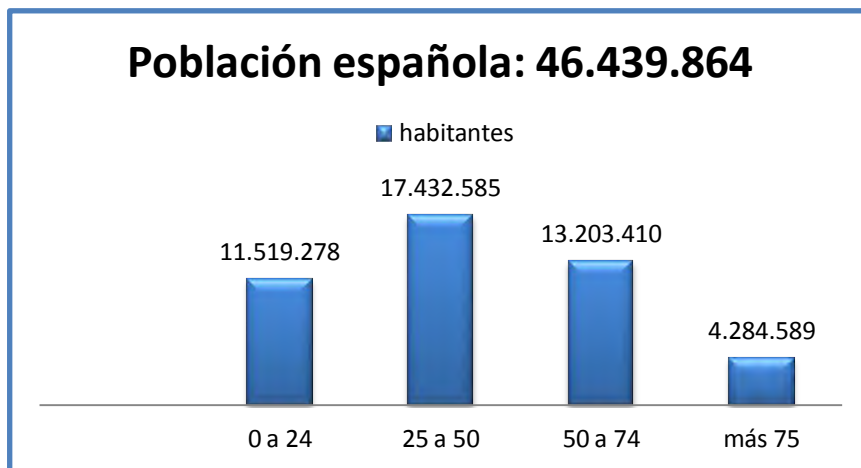
---

<sup>218</sup> FRANCESCUTTI, L.P., MARTÍNEZ, M., y TUCHO, F. (2011) *La información sanitaria en los telediarios*. Madrid: Almund Ediciones.

<sup>219</sup> ALCORTA, I. et al. (2012) Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en sanidad: ni contigo ni sin ti. *En: XXXII Congreso de la Sociedad Española de Medicina de familia y comunitaria*. Bilbao: mesa redonda. p. 27-30.



<http://populationpyramid.net/es/esp%C3%A1a/2015/><sup>220</sup>



<http://www.ine.es/daco/daco42/sociales11/sociales.htm><sup>221</sup>

<sup>220</sup> PopulationPyramid.net, (2015). *PopulationPyramid.net*. [online] Available at: <http://populationpyramid.net/es/esp%C3%A1a/2015/> [Accessed 4 Aug. 2015].

<sup>221</sup> Ine.es, (2015). *INEbase / Sociedad / Análisis sociales / Indicadores sociales Año 2011*. [online] Available at: <http://www.ine.es/daco/daco42/sociales11/sociales.htm> [Accessed 3 Jul. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

**Crecimiento poblacional por grupos de edad durante 2014**

Grupos de edad	Población a 1 de enero		Crecimiento anual(*)	
	2015(*)	2014	Absoluto	Relativo (%)
TOTAL	46.439.864	46.512.199	-72.335	-0,16
0 a 4 años	2.256.137	2.320.612	-64.474	-2,78
5 a 9 años	2.484.228	2.478.498	5.730	0,23
10 a 14 años	2.307.748	2.267.843	39.905	1,76
15 a 19 años	2.152.888	2.140.570	12.317	0,58
20 a 24 años	2.318.277	2.374.617	-56.339	-2,37
25 a 29 años	2.637.741	2.749.308	-111.566	-4,06
30 a 34 años	3.267.325	3.456.208	-188.883	-5,47
35 a 39 años	3.948.602	4.032.770	-84.168	-2,09
40 a 44 años	3.888.532	3.858.819	29.713	0,77
45 a 49 años	3.690.385	3.689.866	520	0,01
50 a 54 años	3.409.097	3.333.372	75.725	2,27
55 a 59 años	2.978.760	2.877.803	100.958	3,51
60 a 64 años	2.508.107	2.491.892	16.215	0,65
65 a 69 años	2.357.956	2.327.434	30.522	1,31
70 a 74 años	1.949.490	1.809.958	139.531	7,71
75 a 79 años	1.553.295	1.652.238	-98.944	-5,99
80 a 84 años	1.425.513	1.403.260	22.253	1,59
85 a 89 años	854.988	825.182	29.807	3,61
90 a 94 años	356.755	333.079	23.676	7,11
95 y más años	94.038	88.871	5.166	5,81

(\*) Datos provisionales

<https://envejecimientoenred.wordpress.com/2015/01/26/el-estado-de-la-poblacion-mayor-en-espana-2015/><sup>222</sup>

<sup>222</sup> Blog Envejecimiento [en-red], (2015). *El estado de la población mayor en España, 2015*. [online] Available at: <https://envejecimientoenred.wordpress.com/2015/01/26/el-estado-de-la-poblacion-mayor-en-espana-2015/> [Accessed 11 Jul. 2015].x

La CEE ha facilitado datos en varias ocasiones sobre cómo se comportan estos usuarios en relación al conocimiento de la homeopatía, cuántos de ellos recurren a su consumo o a la utilización de “LA MEDICINA ALTERNATIVA”:

«En el informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la aplicación de las Directivas 92/73/CEE y 92/74/CEE de 1997 se dice textualmente: “tres de cada cuatro europeos tienen conocimiento de la existencia de la homeopatía, y un 29% de esa fracción recurre a ella para su atención sanitaria”. En otro informe del Comité de Asuntos Sociales, Salud y Familia, del 11 de junio de 1999, se dice que: “de acuerdo con el Parlamento Europeo, entre el 20 y el 50% de los ciudadanos de los estados miembros utilizan la medicina alternativa”.»<sup>223</sup>

Pero también se aportan datos sobre esto en publicaciones en revistas científicas de estudios realizados por laboratorios de productos homeopáticos.

«Los resultados de la encuesta muestran que la homeopatía es una opción terapéutica cada vez más demandada. Uno de cada 3 españoles (33%) ya la ha utilizado en alguna ocasión para aliviar o tratar distintos problemas de salud, y un 27% lo hace de forma ocasional o habitual. Destacan principalmente Navarra, Aragón, Cataluña, Murcia y País Vasco como las comunidades con mayor porcentaje de usuarios ocasionales y regulares. La palabra homeopatía la reconoce casi toda la población y un 75% identifica espontáneamente los tratamientos homeopáticos como una terapéutica médica natural. Las mujeres destacan por tener un mayor conocimiento de esta terapéutica que los varones y las principales usuarias de homeopatía se encuentran entre los 30 y 50 años. La ausencia de efectos secundarios, la eficacia y la posibilidad de tomarlos durante el embarazo son los principales motivos que llevan a los españoles a utilizar medicamentos homeopáticos. Las enfermedades otorrinolaringológicas como gripes, resfriados, tos, dolor de garganta (52%), bronquitis y otitis (12%) son las más frecuentemente tratadas mediante el uso de la homeopatía. [...] Conclusiones: 8 de cada 10 (82%)

---

<sup>223</sup> MANTERO DE ASPE, *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal.*



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

personas que emplean medicamentos homeopáticos se muestran satisfechos o muy satisfechos con los resultados obtenidos, y esta cifra alcanza el 99% en el caso de los pacientes que la utilizan con mayor regularidad. Si, además, tenemos en cuenta que el 87% de los usuarios recomendaría la homeopatía a sus familiares y amigos, podemos decir que la homeopatía es una terapéutica cada vez más conocida y aceptada en España.»<sup>224</sup>



También en trabajos y comunicaciones científicas, realizadas en el contexto de la atención en medicina primaria.

«El porcentaje de personas que acuden a la medicina complementaria / alternativa (CAM) en algún momento en los países occidentales varía entre el 25 y el 90%, según la Organización Mundial de la Salud. [...] Objetivo: Determinar las terapias alternativas, las patologías y las razones que llevaron a su uso, y la mejora y la satisfacción obtenida de una muestra de población general de los españoles perciben. [...] Material y métodos: Estudio descriptivo mediante encuesta autoadministrada sobre una muestra de 288 personas, de las cuales 162 (56,3%, 95%: 50,5-62, 0) había usado MAC. [...] Resultados: La CAM con más frecuencia utilizados fueron las terapias de relajación (24,3%), masajes (20,8%), aromaterapia

<sup>224</sup> DÍAZ, G., MORENO, G., BALMY, S. (2012) Estudio sobre conocimiento y uso de homeopatía en España. *Revista Médica de Homeopatía*, 5(3), pp.113-119



(19,8%), la fitoterapia (16%), la acupuntura (14,2%), la homeopatía (13,5%) y la quiropráctica (11,5%).

56,8% asistió a más visitas a la CAM, el 20% iguales y 9.5% más visitas a profesionales de la salud convencionales. [...] Razones para visitar CAM fueron la ausencia de mejoría de los síntomas con la medicina convencional (40%), evitando los efectos secundarios de los tratamientos convencionales (29%) y por la decepción con la medicina convencional (17%), junto con una mayor afinidad personal de los postulados de CAM (26%). [...] Las principales causas de consulta fueron: los trastornos musculo esqueléticos (41,6%), salud mental (22,7%) y general (fatiga, mejorar la salud, 11,6%). [...] Casi el 50% de los tratamientos se llevaron a cabo por profesionales no sanitarios (14% desconocía el grado). 45,5% informó haber mejorado "suficiente", 28% "mucho", 21,2% "poco", el 4,8% "ningún alivio" y 0,5% empeoró. 44,2% estaba "satisfecho" con la terapia y los resultados y el 35,5% "muy satisfechos"»<sup>225</sup>.

Los usuarios deciden recurrir a la Medicina Complementaria o Alternativa en base a unos criterios: por ausencia de resultados con la medicina convencional en un 40% y en un 30% por carecer ésta de efectos adversos. Además recurren a ella en un 50% a través de profesionales de la medicina y en un 50% a no médicos. Y que en un elevado porcentaje, casi 50%, se sentían satisfechos con el tratamiento ya que repetían sus visitas.

Ante este hecho parece importante reflexionar, independientemente de que la decisión es del usuario final, sobre el papel relevante de la información que se aporta, tanto desde los profesionales de la medicina como de los medios de comunicación y las propias autoridades sanitarias, en relación al uso de este tipo de medicina. Y en concreto de la homeopatía, que es motivo de este trabajo, ya que los pacientes tienen unos derechos que ningún profesional ni autoridad sanitaria debe olvidar.

---

<sup>225</sup> CERVERA, E., GÓMEZ, T., LUCENA, F., FUENTES, M., et al. (2012) Utilización de medicinas alternativas por la población general de Madrid. In: *XXXII Congreso de la Sociedad Española de Medicina de familia y comunitaria*. Bilbao. p. 115.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«Hemos comprobado que el ejercicio de la Homeopatía en España no sólo se limita al tratamiento de enfermos que podríamos denominar como leves, sino que con este método llegan a tratarse patologías calificadas de muy graves. Esto aumenta la importancia del problema, pues no se trata sólo de un posible fraude al consumidor, sino de un verdadero riesgo sanitario para el usuario. [...] Los derechos del enfermo recogidos en el artículo 10 de la Ley General de Sanidad se ven lesionados en esta situación, ya que no puede asegurarse que éste reciba una correcta asistencia sanitaria. Por consiguiente se afecta el principio de autonomía en cuanto al derecho de recibir una información completa y comprensible sobre su proceso, incluyendo diagnóstico, pronóstico y alternativas de tratamiento. Esto trae como consecuencia que el paciente no pueda ejercer su derecho a la libre elección entre las opciones terapéuticas que le presente el médico.»<sup>226</sup>

## 5.2. Imagen de la homeopatía.

### 5.2.1. PERCEPCIÓN DE LA HOMEOPATÍA

Vamos a descubrir esta percepción desde la visión de los dos principales públicos implicados: médicos y usuarios. Para ello se recurre, en el caso de usuarios a estudios realizados por BOIRON. El primero nos aporta el nivel de conocimiento y percepción de la homeopatía entre población de 18 a 65 años de edad.<sup>227</sup>

El primer estudio sobre el Conocimiento y Uso de la Homeopatía, realizado entre 2010 y 2011, ha seguido los siguientes requerimientos técnicos:

- || **Metodología:** Cuestionario online autoadministrado a través del Panel de Netquest.
- || **Universo:** Población general de 18 a 65 años.
- || **Muestra:** 3.344 encuestas. Para segmentar los resultados se tuvieron en cuenta cuotas por edad, sexo y CCAA. Para datos globales de la muestra, este tamaño conlleva un margen de error de  $\pm 1,7$  en las condiciones más desfavorables  $p=q=0,5$  y para un nivel de confianza de 95%.

El informe de resultados se ha estructurado en los siguientes bloques temáticos:

- || **Conocimiento de la Homeopatía**
- || **Usuarios de la Homeopatía**
- || **Formas de uso de la Homeopatía**
- || **El tratamiento homeopático: Percepciones**
- || **Los medicamentos homeopáticos**
- || **Información y comunicación sobre Homeopatía**

<sup>226</sup> MANTERO DE ASPE, *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal.*

<sup>227</sup> Laboratorios Boiron (2012) *1<sup>er</sup> Estudio sobre conocimiento y uso de homeopatía.*

En él se obtuvieron los siguientes resultados:

Sexo:

- Hombres – 49%
- Mujeres – 51%

Edad:

- 18-29- 34%
- 30-39 -41%
- 40-49 – 12%
- 50-59 – 9%
- +60 – 4%

CCAA:

- ASTURIAS – 2,4%
- CANTABRIA – 1,4%
- P. VASCO – 4,9%
- NAVARRA – 1,5%
- GALICIA – 6,3%
- CASTILLA LEON – 5,6%
- LA RIOJA – 0,7%
- ARAGON – 2,8%
- CATALUÑA – 15,4%
- BALEARES – 2,3%
- MADRID – 13,6%
- CASTILLA LA MANCHA – 4,6%
- MURCIA – 3,2%
- COMUNIDAD VALENCIANA – 11,2%
- ANDALUCIA – 17,2%
- EXTREMADURA – 2,5%
- CANARIAS – 4,5%

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Le suena la homeopatía:

- 90% - si
- 10% - no

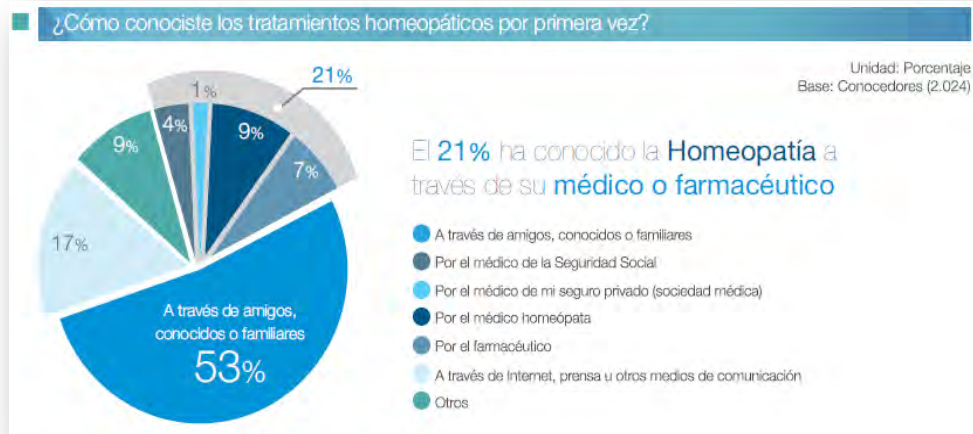
UN 75% LO IDENTIFICA CON UN TRATAMIENTO MÉDICO NATURAL

Descripciones sugeridas acertadas – 61%:

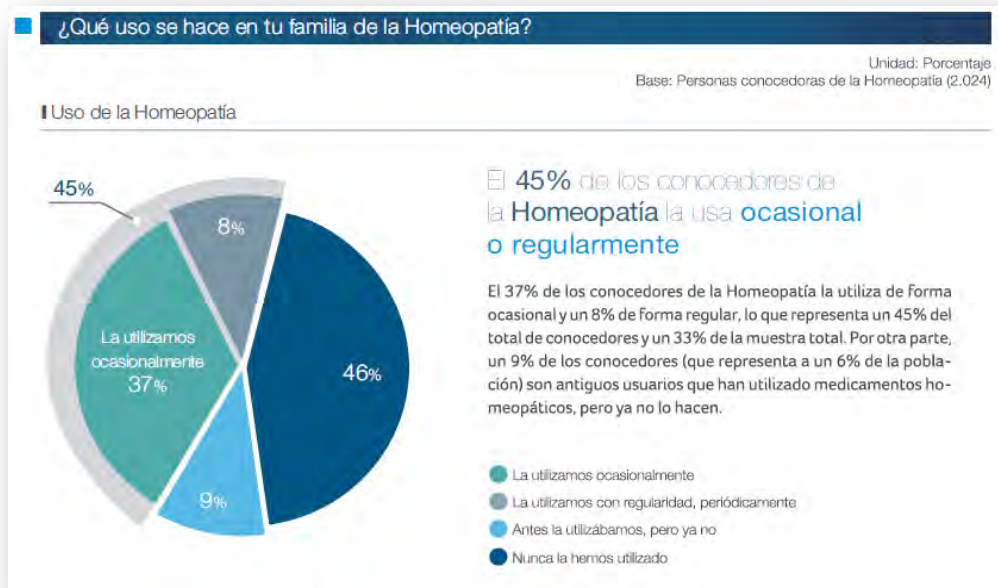
- Método terapéutico para prevenir y aliviar enfermedades tanto agudas como crónicas, a veces individualizando el tratamiento.
- Medicamentos que, en general, no tienen efectos secundarios.
- Se usan frecuentemente en embarazadas, niños o pacientes delicados.
- De venta en farmacias, hay comprimidos, jarabes... Pero su forma habitual son los gránulos (bolitas).

8 DE CADA 10 MUJERES ENTRE 50 Y 59 AÑOS SABEN LO QUE ES LA HOMEOPATÍA.

UN 53% CONOCE LA HOMEOPATÍA A TRAVÉS DE AMIGOS, CONOCIDOS O FAMILIARES y un 21% por su médico o farmacéutico y un 17% a través de internet, prensa u otros medios de comunicación.



UN 45% DE LOS CONOCEDORES LA USA OCASIONAL O REGULARMENTE.

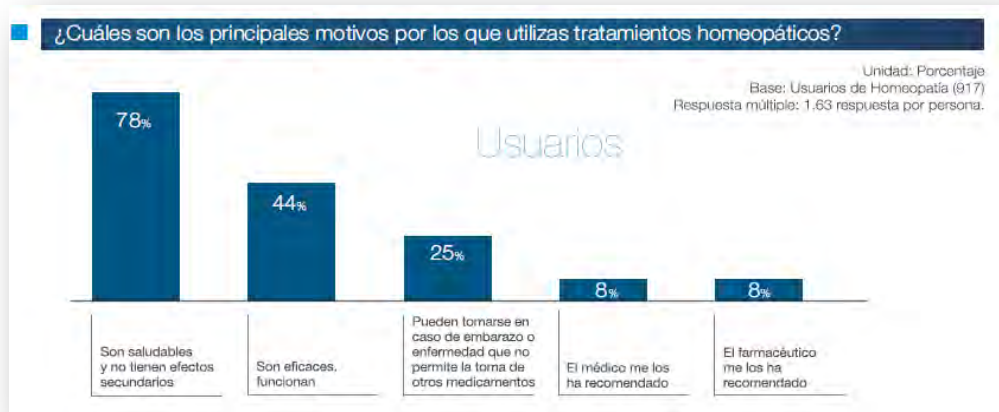


El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

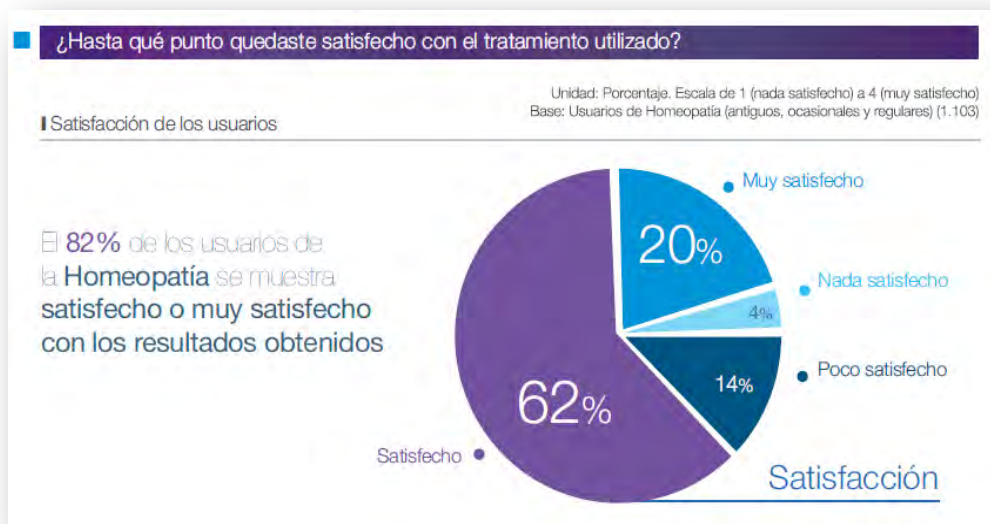
El principal motivo de no utilizarla homeopatía es no haberla necesitado un 35% y desconocimiento 33%.



Un 78% utiliza estos tratamientos por ser saludables y no tener efectos secundarios.

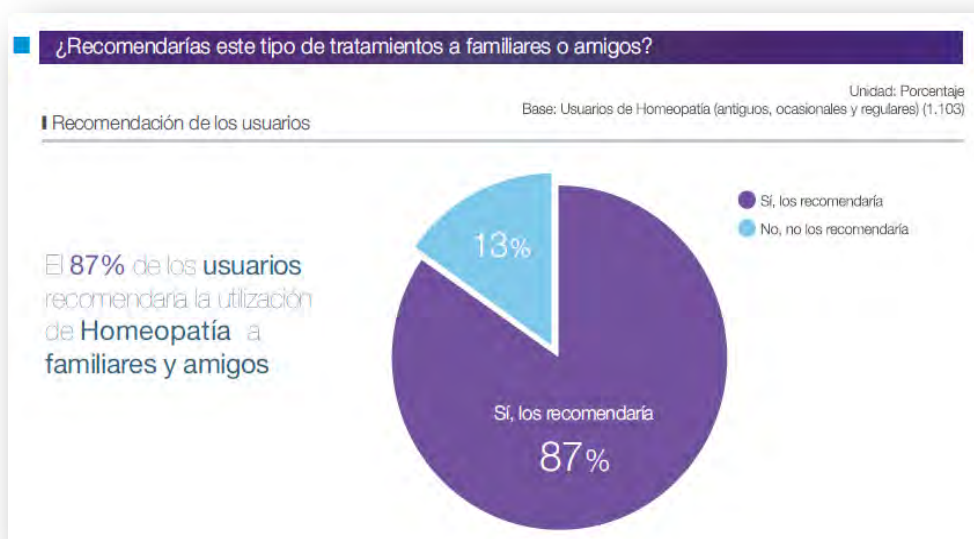


El nivel de satisfacción de los usuarios es muy satisfecho y satisfecho 82%.



177

UN 87% RECOMENDARÍA A SUS FAMILIARES Y AMIGOS SU USO.



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

A UN 67% LE GUSTARÍA TENER MÁS INFORMACIÓN SOBRE HOMEOPATÍA.



EL 74% DE LOS ENCUESTADOS QUERRÍAN RECIBIR INFORMACIÓN DE ELLA POR PARTE DE SUS MÉDICOS.



La doctoranda ha contado con un avance de resultados del otro estudio realizado más recientemente también por BOIRON y que fueron cedidos por Gualberto Díaz el 28/07/2015. Ha sido realizado por Nielsen entre julio y



septiembre de 2014 y contaba con los siguientes criterios de inclusión: Población española mayor de 18 años, con representación de hombres y mujeres y distribución geográfica nacional.

El estudio constaba de un cuestionario estructurado con duración aproximada de 40 minutos, con 3.032 entrevistas *online*, distribuidas por edad y comunidades autónomas. Con un error muestral de  $\pm 1,8\%$ .

Los datos obtenidos se han agrupado en 5 APARTADOS:

1. La PREOCUPACIÓN o inquietud que produce en la población los EFECTOS SECUNDARIOS DE LOS MEDICAMENTOS CONVENCIONALES que creen tienen efectos adversos en un 79% de casos. De ahí la preferencia de aquellos medicamentos “naturales” que perciben tienen menos efectos perjudiciales.
2. La PERCEPCIÓN DEL MEDICAMENTO HOMEOPÁTICO como un MEDICAMENTO “NATURAL” (43%) con efectos secundarios menores (34%) y que potencian la autocuración del cuerpo (27%).
3. Su RECOMENDACIÓN POR PRESCRIPTORES PRÓXIMOS, familia y amigos, seguido de médicos e internet.
4. El uso de los medicamentos homeopáticos por un tercio de la población y en un 65% EN COMBINACIÓN CON OTROS MEDICAMENTOS.
5. El DESEO de los usuarios de que los MÉDICOS INTEGREN LA HOMEOPATÍA en sus tratamientos.

«Inquietud en el cuidado de la salud: los efectos secundarios:

- La presencia de efectos secundarios en los medicamentos es un factor que inquieta en gran medida a los españoles. De hecho, 8 de cada 10 afirman sentirse muy preocupados por éstos (79%) y, por ello, la práctica totalidad (95%) de los encuestados considera importante la prescripción de medicamentos con menos

## El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

efectos adversos. [...] Las principales razones que señalan son porque pueden perjudicar al organismo (65%) y crear dependencia (33%), entre otras. [...] Además, esta preocupación es mayor en el caso de los efectos que puedan presentar en los menores. [...] Por ello, uno de cada tres encuestados (32%) prefiere darles un medicamento sin efectos secundarios relevantes y un 19% un medicamento natural. [...] Por esta razón, la eficacia (47%) y la seguridad (42%) son las características más importantes para los españoles a la hora de tomarse un medicamento. [...] En este sentido, para los españoles la eficacia reside en que el fármaco funcione y quite los síntomas de la dolencia (81%) y que actúe con rapidez (60%). Por su parte, el hecho de que no tenga efectos secundarios relevantes es el factor principal que la mayoría de los españoles relacionan con un medicamento seguro (63%), además de que sea respetuoso con el organismo (58%). [...]

- Conocimiento y percepción de la homeopatía: El 72% de los españoles conoce la homeopatía, siendo más elevado entre las mujeres (cerca de 9 de cada 10). Destaca que este conocimiento es mayor en Cantabria (94%), Asturias (92%) y Aragón (90%). [...] Los españoles identifican los medicamentos homeopáticos como naturales (43%), sin efectos secundarios relevantes (34%), además de ser respetuosos con el organismo (31%) y estimulan la capacidad del organismo para actuar ante una afección (27%). También afirman que son compatibles con otros medicamentos (24%) y son seguros (22%). [...] Casi la mitad coincide en que han conocido los medicamentos homeopáticos a través de sus familiares y amigos (46%), seguidos por la información que han recibido de parte de los profesionales sanitarios (42%), ya que sea el farmacéutico, el médico homeópata, el médico de Atención Primaria, el pediatra u otros especialistas. [...] Además, Internet también se ha convertido en una fuente habitual a través de la cual se puede obtener más detalles sobre esta terapéutica, ya que el 27% asevera conocerla a través de esta red. [...]

- Utilización de los medicamentos homeopáticos en la población española: [...] Un tercio de la población (32%) han tomado medicamentos homeopáticos o se los ha dado a sus hijos en alguna ocasión. [...] Los principales factores señalados para la utilización de medicamentos homeopáticos son que se perciben como naturales (39%), respetuosos con el organismo (30%) y eficaces (29%), además de

considerarlos sin efectos secundarios relevantes (28%), seguros (26%) y por la recomendación del médico (25%). [...] En este sentido, por Comunidades Autónomas, el número de personas que ha tomado alguna vez medicamentos homeopáticos, o se los ha dado a su hijo, es mayor en Navarra (57%) Cataluña (43%) y Aragón (40%), frente a Galicia y Extremadura, donde la emplean en menor medida. [...] La principal razón que les ha llevado a su utilización es la recomendación por parte de un profesional sanitario (61%) y la de amigos y familiares (18%). [...] El 65% de los usuarios de los medicamentos homeopáticos en el último año los ha tomado combinados con otra medicación. [...]

- La prescripción médica: [...] A nivel espontáneo, la decisión de qué medicamento adquirir depende de la recomendación del profesional médico (34%), seguido de la eficacia (19%). [...] A la población española le gustaría que los médicos recomendaran los tratamientos en base a la eficacia, seguida de la seguridad y de menos efectos secundarios. [...] Por otra parte, hasta un 13% ha acudido al médico homeópata en el último año; entre las familias con hijos, el 16%. [...] Uno de cada tres encuestados españoles (35%) ha acudido al médico homeópata en algún momento para tratar diferentes patologías. [...] Por Comunidades Autónomas, destacan Asturias (43%), Navarra (43%) y Cataluña (39%) como aquellas donde los ciudadanos han acudido en mayor medida al médico homeópata.»<sup>228</sup>

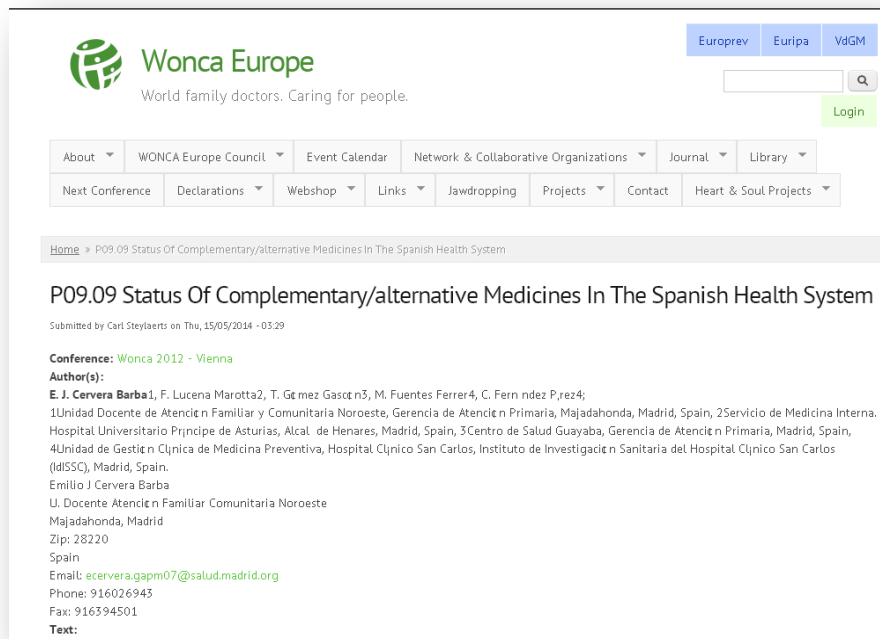
En relación a la percepción de los médicos, las fuentes de análisis han sido diversas publicaciones y comunicaciones en [www.woncaeurope.org](http://www.woncaeurope.org) sobre las medicinas alternativas en el sistema de salud español realizadas por la unidad docente de Atención Familiar y Comunitaria Noroeste, Gerencia de Atención Primaria, Majadahonda, Madrid.<sup>229</sup>

---

<sup>228</sup> Laboratorios Boiron, NIELSEN para el Observatorio e-Salud Boiron (2015) *Avance Estudio de Percepciones sobre Salud y Homeopatía en la Población Española*.

<sup>229</sup> Woncaeurope.org, (2015). *P09.09 Status Of Complementary/alternative Medicines In The Spanish Health System | Wonca Europe*. [online] Available at: <http://www.woncaeurope.org/content/p0909-status-complementaryalternative-medicines-spanish-health-system-2> [Accessed 2 Aug. 2015].

## El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



En estas publicaciones se pone de manifiesto que, aún siendo clara la postura de la OMS en relación a las Medicinas Alternativas y Complementarias, CAM, NO EXISTE UNA COHERENCIA EN LAS ACTUACIONES O REALIDADES QUE SE VIVEN EN ESPAÑA y que probablemente condicionen la diferente percepción de estas disciplinas entre determinados públicos.

La OMS SE MANIFIESTA COMO INTEGRADORA CLARA DE LAS CAM EN LOS SERVICIOS DE SALUD NACIONALES.

«Organización de la Salud TWORLD (OMS) clasifica a los estados de acuerdo con el modelo de incorporación de las medicinas complementarias / alternativas (CAM) en los servicios de salud nacionales: tolerante, inclusiva o integradora. [...] Organización Mundial de la Salud (OMS) trabaja para la puesta en práctica y la investigación en medicina complementaria / alternativa (CAM) más de 30 años. [...] En la Declaración de Beijing de 2008, la OMS instó a los gobiernos a respetar, preservar y promover ellos, el establecimiento de políticas para regular su uso y seguridad, incluso en los sistemas de salud, la regulación del ejercicio de los terapeutas y garantizar la formación de los profesionales de la salud e investigadores. Para la OMS, los Estados miembros deben reconocer la CAM como parte de la atención primaria para aumentar el acceso, para cuidar y

preservar los conocimientos y recursos. Durante estos años, la OMS ha dado orientación sobre metodologías para investigar y evaluar la CAM, así como para la protección y promoción de la seguridad en el desarrollo de productos a base de hierbas y otros de la medicina alternativa. OMS actualmente cuenta con 20 centros de referencia para la investigación en CAM, de los cuales cinco son en los países occidentales (uno en Italia, uno en Noruega, dos en los EE.UU. y uno en Australia), dos en África (Sudán y Emiratos Árabes Unidos) y 13 en Asia (siete en China, dos en Japón, tres en la República de Corea y uno en Vietnam). Sin embargo, en Occidente hay otros 20 centros de iniciativa pública y privada que investigan en la CAM. Este documento enumera los recursos de investigación CAM disponibles para la comunidad científica y médicos de familia.»<sup>230</sup>

Esto contrasta con la realidad de nuestro país, ya que ESPAÑA CARECE DE LEYES QUE REGULEN ESTAS DISCIPLINAS, no se cuenta con formación integrada en los grados y licenciaturas de ciencias de la salud, no hay estudios, a excepción de lo realizado por la industria y algunos estudios científicos de profesionales del porcentaje de personas que recurren a estas medicinas, no hay registros médicos de los profesionales que las ejercen, salvo por las propias asociaciones que ellos mismos crean y no existe titulación oficial o pública regulada a excepción de postgrados o máster privados realizados por algunas Universidades en colaboración con Asociaciones o Colegios profesionales.

Todo ello favorece la percepción de no oficialidad, de no vinculación con la gestión tradicional de la salud y la marginalidad, fomentando la progresiva distancia que se produce entre la medicina oficial y la otra medicina. Hecho que contrasta a su

---

<sup>230</sup> Cervera Barba, E. and Fuentes Ferrer, M. (2015). [online] Available at: Woncaeuropa.org, (2015). P09.01 "no. But In My Case...": Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe. [online] Available at: <http://www.woncaeuropa.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 4 Jul. 2015]. [Accessed 11 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

vez con la inquietud e interés que se despierta entre la clase médica por este tipo de medicinas como complemento de sus tratamientos convencionales.

#### 5.2.2. ANUNCIO DE REGULARIZACIÓN DEL MEDICAMENTO HOMEOPÁTICO

La primera vez que la legislación española contempla los medicamentos homeopáticos es con la *LEY 25/1990, DE 20 DE DICIEMBRE DEL MEDICAMENTO*, donde en el artículo 54 se incluye dentro de la categoría de medicamentos especiales a los productos homeopáticos, estableciendo dicho artículo, que los productos homeopáticos preparados industrialmente que se comercialicen con indicación terapéutica se someterán a todos los efectos al régimen de medicamentos previstos en la Ley y en su disposición adicional cuarta establece que la preparación y comercialización de los productos homeopáticos sin indicación terapéutica se regulará por su reglamentación específica.

Es con el *REAL DECRETO 2208/1994, DE 16 DE NOVIEMBRE*, por el que se regulan los medicamentos homeopáticos de uso humano de fabricación industrial y constituye la primera normativa para regular los medicamentos homeopáticos.

Este Real Decreto incorpora así la Directiva 92/73/CEE del Consejo (LC Eur 1992, 3246) por la que se adoptan disposiciones complementarias para los medicamentos homeopáticos y se inicia la normativa para regular los medicamentos homeopáticos. Los medicamentos pudieron continuar comercializándose, presentando la solicitud en el plazo señalado, acogiéndose a lo establecido en la Disposición transitoria segunda.

Con la ley 29/2006, DE 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios se sustituye a La Ley 25/1990, de 20 de diciembre del Medicamento y se incorpora a través de esta Ley a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva 2004/27/CE del Parlamento Europeo y del

Consejo, de 31 de marzo de 2004, que modifica la Directiva 2001/83/CE, por la que se establece un código comunitario sobre medicamentos de uso humano, y la Directiva 2004/28/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de marzo de 2004, que modifica la Directiva 2001/82/CE por la que se establece un código comunitario sobre medicamentos veterinarios. De este modo se asegura la armonización de nuestra normativa con el Reglamento (CE) nº 726/2004, por el que se establecen los procedimientos comunitarios para la autorización y el control de los medicamentos de uso humano y veterinario y por el que se crea la Agencia Europea de Medicamentos.

Es por el Real Decreto 1345/2007, de 11 de octubre, por el que se regula el procedimiento de autorización, registro y condiciones de dispensación de los medicamentos de uso humano fabricados industrialmente. Se adopta en desarrollo de la Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios, quedando derogado el Real Decreto 2208/1994, de 16 de noviembre.

Es en la sección 5ª medicamentos homeopáticos, en el Artículo 55, quedan definidas las clases de medicamentos homeopáticos. Pudiendo ser: Con indicación terapéutica aprobada y sin indicaciones terapéuticas aprobadas. Y en el artículo 56, donde se expresan los criterios que han de cumplir los medicamentos homeopáticos para registrarse por el procedimiento simplificado especial: que su vía de administración sea oral o externa, la ausencia de indicación terapéutica particular en la etiqueta o en cualquier información relativa al medicamento y que su grado de dilución garantice la inocuidad del medicamento.

Desde la aprobación de la Ley 29/2006 de Garantías, se habían producido diversas modificaciones de la configuración jurídica de la Unión Europea en algunas de las materias que constituyen el sector farmacéutico, que obligan a nuestro país a revisar la normativa interna vigente. Modificaciones como la farmacovigilancia de los medicamentos (Directiva 2010/84/UE), el refuerzo de la calidad de los medicamentos y la protección de la cadena de suministro ante el riesgo de los

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

medicamentos falsificados (Directiva 2011/62/UE), o las modificaciones de las autorizaciones de comercialización de medicamentos, con el objeto de eliminar diferencias en las legislaciones nacionales (Directiva 2009/53/CE). Por lo que se elabora un Anteproyecto de Ley en 19 de abril de 2012, por el que se modifica la Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.

La ley 10/2013, de 24 de julio, por la que se incorporan al ordenamiento jurídico español las directivas 2010/84/UE del parlamento europeo y del consejo, de 15 de diciembre de 2010, sobre farmacovigilancia, y 2011/62/UE del parlamento europeo y del consejo, de 8 de junio de 2011, sobre prevención de la entrada de medicamentos falsificados en la cadena de suministro legal, y se modifica la ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.

Dado que el Real Decreto del 2007 desarrollaba dicha ley, se hacía necesario también modificarlo para ajustarlo a la nueva Ley: Real Decreto 686/2013, de 16 de septiembre, por el que se modifica el real decreto 1345/2007, de 11 de octubre, por el que se regula el procedimiento de autorización, registro y condiciones de dispensación de los medicamentos de uso humano fabricados industrialmente.

El 27 de Noviembre de 2013: proyecto de orden SSI/2013 por la que se determinan los criterios mínimos y procedimiento para la comunicación de la intención de adecuar los medicamentos homeopáticos comercializados al amparo de la disposición transitoria segunda del real decreto 2208/1994, de 16 de noviembre, por el que se regulan los medicamentos homeopáticos de uso humano de fabricación industrial, al real decreto 1345/2007, de 11 de octubre, por el que se regula el procedimiento de autorización, registro y condiciones de dispensación de los medicamentos de uso humano fabricados industrialmente.

En este punto se encuentra la normativa actualmente, pendiente de la aprobación de la orden ministerial.



Así en diciembre de 2013 el Ministerio de Sanidad y Bienestar social, tras 20 años de espera, publica un borrador de regulación sobre: “Terapias Alternativas” donde se incluye la homeopatía.

### 5.2.3. LA GUERRA DE HOMEOPATÍA

Hemos ido viendo que las Medicinas Alternativas plantean tres tipos de posturas: quienes apuestan por el modelo tradicional y excluyen su utilización basándose en el modelo científico en vigencia hoy. Quienes apuestan por el uso de la medicina alternativa y excluyen la medicina convencional y un tercer grupo que entiende que es la integración de ambas medicinas lo que debe ser el modo de actuación de los profesionales de la salud. Este tercer modelo es el que es promovido por la OMS, es el que mejor se ajusta a los requerimientos de los usuarios y es por el que apuestan un número de médicos que empiezan a adscribirse a una llamada “MEDICINA INTEGRATIVA”.

«Los defensores de la polémica Medicinas Complementarias y Alternativas, como la homeopatía, argumentan que estos tratamientos se pueden utilizar con gran efecto, además de, y en ocasiones en lugar de la medicina "convencional". Al hacerlo, aceptan la idea de que el enfoque científico para la evaluación del tratamiento no menoscabe el uso y el apoyo de algunos de los tratamientos de medicina complementaria y alternativa más controvertidos. Para aquellos que se adhieren al canon científico, sin embargo, tales afirmaciones sobre la eficacia carecen de la base probatoria necesaria de ensayos controlados aleatorios. No está claro, sin embargo, si tal oposición caracteriza a las opiniones del público en general. En este trabajo se utiliza datos de la encuesta Wellcome Monitor 2009 para investigar el uso público de las creencias acerca de la eficacia de un CAM prominente y controvertido en el Reino Unido, la homeopatía. Procedemos mediante el uso de análisis de clases latentes para evaluar si es posible identificar un subgrupo de la población que están a gusto en la combinación de apoyo a la ciencia y la medicina convencional con el uso de tratamientos de medicina

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

complementaria y alternativa, y la creencia en la eficacia de la homeopatía. Nuestros resultados sugieren que más del 40% de los británicos mantener evaluaciones positivas tanto de la homeopatía y la medicina convencional simultáneamente. Explicativa analiza revelar que soporte simultáneo para un tratamiento CAM polémica y la medicina convencional es, en parte, explica por la falta de conocimiento científico, así como las preocupaciones sobre la regulación de la investigación médica.»<sup>231</sup>



Pero ese comportamiento dual y no integrador es observado a lo largo de un análisis de posturas que abarcan desde la propia WIKIPEDIA a la de personajes relevantes, medios de comunicación, grupos de personas, blogs, etc. Se trata de un comportamiento propio del modelo cartesiano o industrial más que de un modelo holístico y sistémico. Por ello, se considera que este comportamiento es expresión de la cultura imperante en nuestro tiempo y que su manifestación es el de un modelo en tránsito a otro.

Nos encontramos ante dos modelos de comunicación uno informacional y otro relacional. El primero con una preponderancia del emisor, una verticalidad de uso y

<sup>231</sup> Stoneman P, e. (2015). *Incommensurable worldviews? Is public use of complementary and alternative medicines incompatible with support for science and conventional medicine?* - PubMed - NCBI. [online] Ncbi.nlm.nih.gov. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23382836> [Accessed 12 Sep. 2015].

unos canales establecidos para la emisión de mensajes, todo ello sin tener en cuenta la interacción y el feedback. El segundo, el relacional, es transversal, interactivo, retroactivo y dinámico ya que interactúa con el entorno y trasforma tanto a éste como al integrante sistémico.

«En un análisis simplificado de las experiencias de comunicación para la salud, puede decirse que existen dos perspectivas o modelos de abordaje de la realidad: el modelo informacional de la comunicación, a nuestro modo de ver caduco y fracasado pero todavía operativo en la práctica de muchas organizaciones y profesionales, según el cual se puede cambiar la realidad con el solo recurso de poner en circulación una serie de mensajes a través de distintos soportes tecnológicos (prensa, radio, televisión, Internet); y otro modelo, que denominamos relacional, que entiende que la comunicación cobra real sentido cuando se incorpora de forma transversal e integradora en los proyectos de cambio social, poniendo en primer plano a los destinatarios e incorporando elementos relativos a las mediaciones sociales y a la cultura como marco de interpretación de la realidad.»<sup>232</sup>

En el planteamiento de esta tesis se resalta la relevancia de internet como desencadenante de una nueva forma y como configurador de un nuevo tipo de conducta. Siendo por ello un buen paradigma para explicar la realidad existente y la intervención de ese nuevo canal en el cambio de modelos mentales de determinados públicos.

WIKIPEDIA ha sido citada en muchas ocasiones en diferentes apartados, no tanto como referencia de su opinión, sino como reflejo de la situación real a la que se enfrentan multitud de usuarios. No se debe olvidar que para mucha gente es lugar de referencia a falta de otro tipo de fuentes.

---

<sup>232</sup> CUESTA CAMBRA, U., MENÉNDEZ HEVIA, T., & UGARTE ITURRIZAGA, A. (2011). *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Madrid: Editorial Complutense. Pg. 36.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

En este apartado vuelve a ser utilizada como ejemplo por su representatividad y relevancia social. Además de servir de ser un icono representativo de esa guerra de la homeopatía que da título a este apartado.

Algunos blogs como “el retorno de los charlatanes” critican y acusan a WIKIPEDIA de apostar por las pseudociencias y por el contrario algunos usuarios o prescriptores de este tipo de medicinas confiesan la imposibilidad de realizar aportaciones en las páginas relativas a datos a favor de las mismas o publicación de informes.

El fundador de WIKIPEDIA se convirtió en noticia por su rechazo a la homeopatía.



<https://www.meneame.net/story/fundador-wikipedia-contra-homeopatia>

«En un post en Quora, el fundador de Wikipedia, Jimmy Wales, ha estallado contra la homeopatía. [...] Wales se enfureció cuando un farmacéutico de Londres

quiso venderle, en lugar de unas pastillas con benzocaína para calmar la tos, un preparado llamado Oscillocochinum del que ya hemos hablado aquí. Sabiendo que "la homeopatía es un fraude probado", Wales relata cómo escuchó al farmacéutico decirle que "si tomaba Oscillocochinum, destruiría el ADN del virus antes de que pudiera enfermarme". [...]Y continúa diciendo: "Bien, ese tipo de mentira es lo que me enferma". Procede entonces a explicar cómo el Oscillocochinum es un producto "completamente falso".[...] Lo que se pregunta Jimmy Wales es "¿por qué es legal esto? O, si no es legal, ¿qué se puede hacer al respecto?" Para ilustrar la gravedad del asunto, cita un artículo de The Guardian donde se dice que sólo el 50% de los adultos mayores del Reino Unido se aplicaron la vacuna contra la gripe y pregunta: "¿Cuántos del otro 50% optaron por no aplicársela porque creyeron que este remedio falso los protegería? ¿Y cuántos de ellos murieron?" [...] Por desgracia, Jimmy Wales parece no estar consciente de la intensa labor que la Wikipedia en español hace para promover todo tipo de supercherías a cual más disparatada. Y eso que desde noviembre "coincidentalmente" le han metido mano a todos los artículos que denunciábamos aquí por entonces. Ya habrá tiempo de reseñar los cambios y otros problemas que tiene la versión en nuestro idioma de la enciclopedia iniciada por Wales. [...]Cuando hemos hablado aquí de la Wikipedia en español y de su claro sesgo en favor de las pseudociencias, la charlatanería, lo supuestamente paranormal, misterioso y sobrenatural, hemos recibido todo tipo de ataques. Incluso en la propia Wikipedia se han tomado la molestia de atacar al autor de este blog:<http://charlatanes.blogspot.com.es/2013/02/el-fundador-de-la-wikipedia-contra-la.html>»<sup>233</sup>

En esta misma enciclopedia de saber colectivo también podemos encontrar personajes relevantes como Richard Branson que apuesta por este tipo de medicinas.

«El 10 de enero de [2008](#), Branson's Virgin Healthcare anunció que abriría una cadena de clínicas de atención de salud que ofrecen atención médica convencional junto con [homeopatía](#) y terapias complementarias. El [Financial Times](#) informó de

---

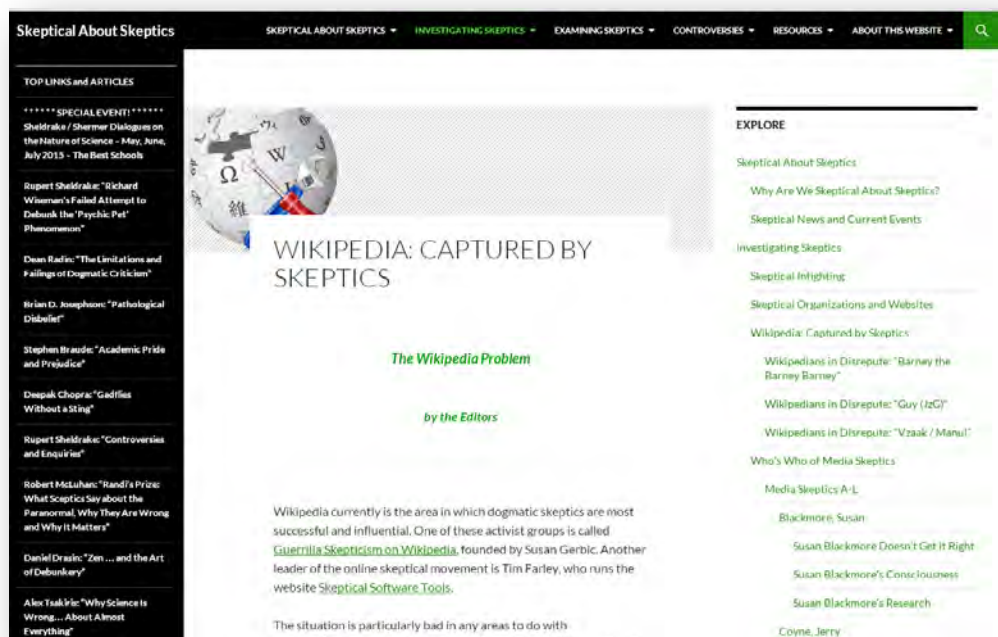
<sup>233</sup> Charlatanes.blogspot.com.es, (2013). *El retorno de los charlatanes: El fundador de la Wikipedia contra la homeopatía*. [online] Available at: <http://charlatanes.blogspot.com.es/2013/02/el-fundador-de-la-wikipedia-contra-la.html> [Accessed 13 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

que Ben Bradshaw, ministro de salud del Reino Unido, dio la bienvenida a la puesta en marcha: "Me alegro de que Virgins Healthcare se proponga trabajar con GPS para ayudar a desarrollar más los servicios integrados para los pacientes."

[https://es.wikipedia.org/wiki/Richard\\_Branson](https://es.wikipedia.org/wiki/Richard_Branson)<sup>234</sup>

Situación que coincide con acusaciones sobre la invasión que sufre WIKIPEDIA por parte del grupo de escépticos.



«Wikipedia actualmente es el área en la que los escépticos dogmáticos son más influyentes. Uno de estos grupos de activistas se llama [“Guerrilla Skepticism” en Wikipedia](#), fundada por Susan Gerbic. Otro líder del movimiento escéptico en línea es Tim Farley, quien dirige el sitio web [Skeptical Software Tools](#). [...] La situación es particularmente grave en las áreas que se pueden hacer con la parapsicología, la medicina alternativa y complementaria, y en las páginas de la biografía de los científicos involucrados en la investigación de estas áreas. [...] Los escépticos Wikipedia trabajan en equipos (en contra de las reglas de

<sup>234</sup> Es.wikipedia.org, (2015). *Richard Branson*. [online] Available at: [https://es.wikipedia.org/wiki/Richard\\_Branson](https://es.wikipedia.org/wiki/Richard_Branson) [Accessed 13 Aug. 2015].

Wikipedia) y la mayoría están bien entrenados. Por lo general operan bajo seudónimos. No es necesario tener ninguna habilidad o experiencia particular para convertirse en un editor. Cualquiera puede editar. Pero es necesario comprender las complejas reglas de Wikipedia. Los activistas escépticos están bien versados en las reglas, y son capaces de intimidar y burlar a los editores que están tratando de asegurarse de que los artículos están equilibradas y justas. Cuando los editores ecuanímenes oponen los equipos escéptico, se les acusa de desafiar el consenso escéptico, y advirtió de que serán prohibidos de edición. Si persisten efectivamente están prohibidos. Muchos de estos editores han sido expulsados, en detrimento de Wikipedia y sus usuarios. Para un estudio detallado caso, véase [Wikipedia, tenemos un problema](#). [...] Aunque la política oficial de Wikipedia es que los artículos deben representar un punto de vista neutral, los escépticos se han infiltrado en la administración de Wikipedia y han conseguido que la parapsicología defina como una pseudociencia, junto con muchos aspectos de la medicina alternativa y complementaria. Los equipos escépticos entonces afirman que cualquier editor de oponerse a ellos está contraviniendo el punto de la política de vista neutral, porque estos temas se definen como pseudociencia. Estos equipos se han comprometido a una especie de fundamentalismo científico, y tener una visión muy estrecha de la ciencia, aún más estrecho que el de las principales organizaciones más escépticas. Incluso el Comité para la Investigación Escéptica no descarta toda la parapsicología como pseudociencia: de hecho, algunos de los principales escépticos, como el profesor Chris French, han declarado explícitamente que lo consideran como una verdadera ciencia (francés, CC y piedra, A. anomalística Psicología: Explorando Paranormal La creencia y la experiencia, Londres: Palgrave Macmillan, 2013). [...] Por desgracia, el fundador de Wikipedia, Jimmy Wales, es un partidario de los extremistas escépticos. En respuesta a la distorsión sistemática de las entradas de Wikipedia sobre la medicina holística, la Asociación para la Psicología Energética Integral (ACEP) organizó en petición en línea para Jimmy Wales través change.org pidiendo un enfoque equilibrado y científico a estos temas. Había 7.000 firmas. En respuesta, Gales llama practicantes de medicina alternativa "charlatanes lunáticos." Se resistió llamados al cambio diciendo que las políticas de Wikipedia son "exactamente en el clavo y correcta."»



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

<http://www.skepticalaboutskeptics.org/investigating-skeptics/wikipedia-captured-by-skeptics/><sup>235</sup>

Pero WIKIPEDIA no deja de ser un lugar paradigmático de la forma de comunicar, compartir y construir comunicación en “la galaxia de internet” como expresan algunos autores de forma muy sencilla con tres palabras: cinismo e idealismo.



<http://wikipediawehaveaproblem.com/2015/05/wikipedia-cynicism-and-idealism/>

WIKIPEDIA no deja de ser un lugar que refleja la realidad de una guerra que no es más que una guerra como otras que se han producido en el pasado en momentos de cambio de modelo o de transición. Hoy en el siglo XXI se resiste al cambio y lo curioso es que se hace escudándose en “la CIENCIA” y son, algunas

<sup>235</sup> Skeptical About Skeptics, (2015). *Wikipedia: Captured by Skeptics*. [online] Available at: <http://www.skepticalaboutskeptics.org/investigating-skeptics/wikipedia-captured-by-skeptics> [Accessed 13 Aug. 2015].



instituciones las que respaldan y con ello fomentan la confrontación en lugar de la integración.

Un buen ejemplo es un discurso/charla emitido por un abogado, que la describe con un tono peculiar y el uso de los términos: místico, creencias, mágico, invenciones, ficticio, leyendas, etc., que inducen al posicionamiento de opuestos y excluyente entre la homeopatía y la medicina practicada. De hecho, se explican algunos medicamentos como Oscillococinum diciendo que está elaborado partiendo de un microorganismo llamado oscilococo. Microorganismo inexistente como lo refleja el prospecto de dicho medicamento. Además de adjudicar su comercialización a un laboratorio, IBERHOME, que no es el que lo comercializa.



Descripciones falsas hechas en la página [www.culturacientifica.com](http://www.culturacientifica.com), que pertenece a la Cátedra Científica de la Universidad del País vasco. En la que se puede visionar, además un video lleno de inexactitudes en nombre de “la Ciencia” y donde se difunden los coloquios escépticos.<sup>236</sup>

<sup>236</sup> Cuaderno de Cultura Científica, (2014). *Coloquios escépticos: Homeopatía, con Fernando Frías | Conferencia | Cuaderno de Cultura Científica*. [online] Available at: <http://culturacientifica.com/2014/08/30/coloquios-escepticos-homeopatia-con-fernando-frias/> [Accessed 13 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



<http://culturacientifica.com/2014/08/30/coloquios-escepticos-homeopatia-con-fernando-frias/>

En esta misma página web podemos acceder a un informe que presenta en su pestaña la Cátedra de Cultura Científica sobre el EUROBARÓMETRO hecho en 2010 y un estudio realizado por ellos mismos en relación con el interés que tiene la ciudadanía por la ciencia o lo científico.

Resulta interesante para esta tesis dicho estudio pues refleja bien el sentir de la ciudadanía europea y vasca, en el aspecto de su sentir y preocupación. Las conclusiones de ese estudio pueden ser calificadas, en general, de positivas, como se puede comprobar a partir del siguiente resumen:

«El 30% de los europeos afirman estar muy interesados y el 49% moderadamente interesados en los descubrimientos científicos y desarrollos tecnológicos.[...] Un 50% se muestran moderadamente informados y un 11% muy informados sobre los descubrimientos científicos y desarrollo tecnológico. [...] Los europeos no se interesan de forma activa por los temas científicos; el 91% nunca o casi nunca asiste a presentaciones o debates públicos sobre estos temas. [...] Tienen una imagen positiva de la ciencia y la tecnología pero no

tienen una idea clara del trabajo de los científicos. [...] Son optimistas acerca de los efectos de la ciencia y la tecnología pero algo menos que en 2005. [...] Creen que LOS CIENTÍFICOS DEBEN TOMAR DECISIONES SOBRE CUESTIONES CIENTÍFICAS, PERO QUE LA CIUDADANÍA DEBIERA SER CONSULTADA. [...] Creen que los científicos debieran informar al público de sus actividades pero que son muy ineficientes en esa tarea. [...] Creen que los gobiernos deberían hacer más para estimular a los jóvenes y a las mujeres para que se dediquen a la ciencia. [...] No tienen una idea clara del nivel de esfuerzo que realiza Europa en esta materia pero creen que elevar la inversión sería beneficioso. [...] Quienes están interesados en la ciencia y la tecnología y se consideran bien informados tienen mucha mejor opinión de ellas que los que no están interesados o no se consideran bien informados. »<sup>237</sup>

Además se añade un estudio realizado en el ámbito de la comunidad vasca que contrastan con lo concluido en el estudio europeo. Dichas diferencias se justifican por la diferente forma de abordar el estudio desde un punto de vista técnico y metodológico.

«El Laboratorio de Cultura Científica de la Fundación Elhuyar, en colaboración con el Gabinete de Prospecciones Sociológicas del Gobierno Vasco han publicado recientemente los resultados de la “Encuesta sobre la percepción social de la ciencia y la tecnología”. En cierto modo, los resultados de esta encuesta contrastan con las conclusiones presentadas más arriba. [...] Así, la ciudadanía de la CAV, al ser preguntada acerca de los asuntos que más les interesan, no incluyen los temas científicos y tecnológicos entre sus principales intereses. Sólo un 8% los incluyen entre los tres primeros temas de su interés. Conviene especificar que DEPORTES (32%), SALUD (24%) Y ALIMENTACIÓN Y CONSUMO (22%) SON LOS TEMAS QUE MÁS INTERÉS SUSCITAN. [...] Por otro lado, el interés que manifiestan al ser encuestados específicamente sobre ello, es intermedio, así como el nivel de

---

<sup>237</sup> Cuaderno de Cultura Científica, (2015). *Cátedra de Cultura Científica | Cuaderno de Cultura Científica*. [online] Available at: <http://culturacientifica.com/catedra-de-cultura-cientifica/> [Accessed 13 Aug. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

información con el que afirman contar. [...] Por otra parte, sólo un 6% manifiesta contar con alto o muy alto nivel de formación científica o tecnológica y alrededor del 50% afirma que su nivel de formación es bajo o muy bajo. Aunque también valoran de forma escasa la utilidad que tendría dichos conocimientos en diferentes ámbitos de sus vidas. [...] Las diferencias entre los resultados que arrojan el Eurobarómetro y estudios similares y los obtenidos en el informe para la CAV son debidos a razones de tipo técnico y al modo en que se hacen las preguntas en unos y otros casos. No hay razones para pensar que la percepción de la ciudadanía vasca y de la española es sustancialmente diferente en relación con estos temas. Por ello, cabe pensar que, en general, aunque en respuesta a preguntas directas formuladas en tal sentido, se afirma tener un interés para con la ciencia medio o alto, la realidad es algo diferente, ya que si se compara el interés por la ciencia con el interés por otro tipo de asuntos, la ciencia y la tecnología tienden a ser los temas que menos adhesión suscitan entre la ciudadanía. La presencia de este tipo de cuestiones en los medios de comunicación de masas no hace sino confirmar ese desapego. »<sup>238</sup>

Así la conclusión de ambos estudios parece clara. A LA CIUDADANÍA LE PREOCUPAN LAS COSAS COTIDIANAS QUE TIENEN UN REFLEJO EN SU VIDA DIARIA Y LA GESTIÓN DE SU SALUD Y ALIMENTACIÓN. Se siente distanciada de “LO CIENTÍFICO” pues no cuentan con información accesible para ellos de esta temática y no se les explica la repercusión en su vida.

Confirmando así los diferentes modelos mentales existentes entre usuarios de la sanidad y lo relacionado con la gestión de la salud, y lo científico o formal. Así como, la BÚSQUEDA DE OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN MÁS PRÓXIMAS O ACCESIBLES y de la experiencia como usuarios como prescripción de calidad.

---

<sup>238</sup> Cuaderno de Cultura Científica, (2015). *Cátedra de Cultura Científica | Cuaderno de Cultura Científica*. [online] Available at: <http://culturacientifica.com/catedra-de-cultura-cientifica/> [Accessed 13 Aug. 2015].

Lo que es una evidencia es que:

«La gente ya no se resigna con su suerte y pide o incluso exige curación. La de médico sigue siendo la profesión más admirada, pero ha cambiado de modo notable la actitud de los pacientes. Tiende a desaparecer la tradicional veneración por la bata blanca y ahora se ven actitudes más propias de clientes o votantes exigentes, que amenazan con los tribunales si se consideran defraudados.»<sup>239</sup>

Y ese no conformarse puede constatarse con su comportamiento en la búsqueda de información en la red:

- “¿qué es la homeopatía? Es la tercera búsqueda más realizada en Google en 2014 por usuarios que buscaron ¿qué es...?.
- Existen 31.500 visitas mensuales en Google por este término.
- Existen más de 3.000 nuevas menciones mensuales en internet.
- Durante el primer semestre de 2015 se registran 914 impactos totales de homeopatía en medios online y offline de los cuáles el 26% son negativos. En 2014, se registraron 851 impactos y el 19% de ellos fueron negativos.
- Durante el primer semestre de 2015 se registran 311 impactos totales de homeopatía en blogs, de los cuáles el 45% son negativos. En 2014, se registraron 234 impactos y el 37% de ellos fueron negativos.

199

Así hoy podemos apreciar que existe una confrontación o guerra que se cuantifica en el crecimiento de críticas o impactos negativos también en la propia red del 2014 al 2015 y en la cuantificación de presencia en la red del grupo crítico con la homeopatía:

- El 40% de los resultados sobre homeopatía en 1ª y 2ª página de Google son negativos.

---

<sup>239</sup> CUESTA CAMBRA, *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Pg. 22.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- La blogosfera es el otro entorno online donde más críticas sufre la homeopatía. Más de 200 blogs pertenecen a la red que critica la homeopatía y otras “pseudociencias”: <https://nosinevidencia.wordpress.com/adhesiones><sup>240</sup>
- Existe una corriente de opinión crítica, minoritaria pero muy activa en la blogosfera y twitter. #nosinevidencia.
- Twitter es la red social donde se concentra el grupo detractor.
- Las principales corrientes críticas en torno a la homeopatía de las que se han hecho eco diferentes medios durante el primer semestre del 2015 han sido:
  - o Caso del niño infectado por Difteria de Olot (Cataluña)– 53 impactos críticos donde se menciona la homeopatía y otros métodos terapéuticos como parte del *Movimiento Antivacuna*. Después del [comunicado del COMB](#) (Colegio Oficial de Médicos de Barcelona) los impactos críticos disminuyeron.<sup>241</sup>
  - o Publicación del libro ‘Medicina sin engaños’ – 72 impactos críticos. J. M. Mulet ha promocionado su libro por diversos medios durante este periodo cargando contra la homeopatía y otras medicinas que él considera pseudociencias.<sup>242</sup>
  - o ‘Saber vivir’ resucita el debate de la pseudociencia en la televisión pública. – 25 impactos críticos. Campaña gestada a través de las

---

<sup>240</sup> No sin evidencia, (2013). *Adhesiones*. [online] Available at: <https://nosinevidencia.wordpress.com/adhesiones> [Accessed 13 Jun. 2015].

<sup>241</sup> Comb.cat, (2015). *Nota de la Comissió de Deontologia del COMB sobre l'actitud antivacunació d'alguns professionals*. [online] Available at: [http://www.comb.cat/cat/actualitat/noticies/noticies\\_fitxa.aspx?Id=3UbCkQ5ZWCvX3yVv7uSznQ%3d%3d](http://www.comb.cat/cat/actualitat/noticies/noticies_fitxa.aspx?Id=3UbCkQ5ZWCvX3yVv7uSznQ%3d%3d) [Accessed 13 Sep. 2015].

<sup>242</sup> Villatoro, F., Villatoro, F., Marín, D., Pérez, J., Mulet, J., Sevilla, J., Frías, F., Quirantes, A., López, C. and Grima, C. (2015). *Reseña: “Medicina sin engaños” de J. M. Mulet | Ciencia | La Ciencia de la Mula Francis*. [online] La Ciencia de la Mula Francis. Available at: <http://francis.naukas.com/2015/02/21/resena-medicina-sin-enganos-de-j-m-mulet/> [Accessed 25 Aug. 2015].

redes sociales en contra del programa “Saber Vivir” de la televisión pública RTVE por su defensa de diferentes métodos terapéuticos, entre ellos la homeopatía.<sup>243</sup>

- Otros focos críticos pero con menor repercusión han sido: [el informe desfavorable sobre la homeopatía publicado por el Nhmrc del Gobierno de Australia](#)<sup>244</sup> y el [debate surgido en el ayuntamiento de Matanza Tenerife](#)) por su apoyo en la puesta en marcha del primer consultorio médico social de homeopatía de Canarias.<sup>245</sup>

---

<sup>243</sup> Salas, J. (2015). *‘Saber vivir’ resucita el debate de la pseudociencia en la televisión pública*. [online] el pais.com. Available at: <http://elpais.com/elpais/2015/02/05/ciencia> [Accessed 13 Sep. 2015].

<sup>244</sup> Redaccionmedica.com, (2015). *Nuevo revés a la utilidad de la homeopatía*. [online] Available at: <http://www.redaccionmedica.com/noticia/nuevo-reves-a-la-utilidad-de-la-homeopatia-79344> [Accessed 3 Sep. 2015].

<sup>245</sup> Tenerife, L. (2015). *Más de 500 firmas piden al Consistorio que retire su apoyo a un centro de homeopatía*. [online] Laopinion.es. Available at: <http://www.laopinion.es/tenerife/2015/03/24/500-firmas-piden-consistorio-retire/597500.html> [Accessed 3 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

### **Bloque III – Marco Empírico**

#### **Capítulo 6**

##### **6.1 Metodología empleada en la investigación.**

###### **6.1.1- REVISIÓN DE LA FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DEL TRABAJO DE CAMPO.**

Después de haber superado la fase documental se considera necesario VOLVER A REVISAR LA HIPÓTESIS, ya formulada en el capítulo primero, con la finalidad de verificar si sigue siendo válida o conviene reformular su enunciado. De este modo, servirá de referencia en todo el proceso de trabajo de campo, hasta que llegue el momento de verificarla o refutarla definitivamente. Ya que tomando como referencia a Bompiani<sup>246</sup>, se afirma que es requisito de la investigación científica el decir sobre el objeto, cosas que todavía no han sido dichas o bien revisar con óptica diferente, las cosas que ya han sido dichas, para ello es fundamental la revisión constante de la hipótesis.

Además, está claro que el proceso de investigación comienza formalmente con la formulación de la hipótesis y el origen de la hipótesis está en el problema planteado, y es importante destacar que NO EXISTE UN ÚNICO MÉTODO PARA LLEGAR A ELLA, puede aparecer como fruto de la inspiración, el genio, la lectura, pero siempre, tiene su origen en un problema.<sup>247</sup>

---

<sup>246</sup> BOMPIANI, TASCABILI *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura.* (1977) Barcelona, Gedisa. Pág. 49.

<sup>247</sup> Lafuente Ibáñez, Carmen, Marín Egoscózábal, Ainhoa. Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea] 2008, (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>> ISSN 0120-8160 pág. 8



La hipótesis de esta tesis doctoral afirma que:

En el NUEVO MODELO DE COMUNICACIÓN abierto y global, donde SE CONFUNDEN LOS ROLES DE EMISORES Y RECEPTORES, consumidores y productores de información, la imagen constituye un ELEMENTO DETERMINANTE EN LAS DECISIONES que trascienden de la persona a la sociedad y en la CONSTRUCCIÓN DE ESTA IMAGEN, donde juega un PAPEL FUNDAMENTAL el entorno próximo.

La COMUNICACIÓN INTERPERSONAL SE ERIGE EN ESTRATÉGICA E INCONTROLABLE en este nuevo panorama, donde los emisores tradicionales, prescriptores, medios de comunicación, industria y expertos ven como la VISIÓN DEL ESTABLISHMENT ES CUESTIONADA y camina en sentido contrario a la actuación de los ciudadanos, incluso en temas tan importantes como la gestión de su propia salud.

Esto es lo que está sucediendo con la homeopatía, disciplina muy controvertida entre la comunidad médica y científica que ven cómo, pese a su campaña de descrédito, los usuarios son cada vez más numerosos y con experiencias más positivas. Estas EXPERIENCIAS SON CLAVE A LA HORA DE DECIDIR la aceptación o no de un producto (médico/farmacéutico), la compra del mismo e incluso su administración.

Ante esta situación sería necesario el CONOCIMIENTO DEL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN de la misma con internet, así como del estado de la comunicación entre médicos y usuarios y la REFLEXIÓN SOBRE LAS CAUSAS Y EFECTOS resultantes del mismo.

Pues bien, una vez examinada la hipótesis en contraste con el marco conceptual planteado, se determina que la PRIMERA Y ÚNICA VERSIÓN FORMULADA en el capítulo primero sigue SIENDO VÁLIDA ante las evidencias planteadas principalmente por las investigaciones previas a esta tesis doctoral.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Realizada la revisión documental también es el momento de CONCRETAR LOS OBJETIVOS DEL MARCO EMPÍRICO, que como ya han sido citados en el capítulo 1, teniendo en cuenta que los objetivos deben ser claros y precisos, porque de esta forma, el riesgo de equivocación en la selección de las técnicas para su consecución es menor.

Estos son:

1º.- CONOCER LA INFORMACIÓN que tiene cualquier usuario de internet a su disposición sobre la homeopatía.

2º.- REVISAR EL POSICIONAMIENTO que tienen los líderes de opinión (medios de comunicación, redes sociales especializadas en medicina alternativa y publicaciones científicas) sobre la homeopatía.

3º.- APROXIMARSE A LA IMAGEN que tiene la sociedad española sobre la homeopatía y conocer su experiencia y consumo.

4º.- ANALIZAR LA IMAGEN que tiene el colectivo médico valenciano y español sobre la homeopatía y si la prescriben o no y en qué ocasiones.

Estos objetivos se traducen en varios trabajos de campo que a continuación se justificarán y se presentarán.

#### 6.1.2.- METODOLOGÍA EMPLEADA PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO.

Esta investigación se asienta en el MÉTODO INDUCTIVO O EMPÍRICO que consiste en crear enunciados generales a partir de la experiencia, comenzando con la observación de un fenómeno, y revisando repetidamente fenómenos comparables, para establecer por inferencia leyes de carácter general.

Uno de los aspectos clave a la hora de plantear el trabajo de campo en esta tesis doctoral debe ser la objetividad, lo que se vincula al destierro de los valores y creencias dentro del área de la ciencia. La subjetividad valorativa no tiene cabida en el proceso del conocer científico porque pone en riesgo el éxito de la tarea, en la medida que puede producir desvíos y distorsiones en las observaciones.

Con el fin de lograr ésta objetividad es necesario hablar de métodos, en plural, ya que este PLURALISMO METODOLÓGICO en la medida que ACEPTA LA COEXISTENCIA DE UNA DIVERSIDAD DE MÉTODOS en el quehacer científico, GARANTIZA LA APROXIMACIÓN AL OBJETO de estudio desde diferentes perspectivas, donde la suma y contraste de resultados nos darán MAYOR GARANTÍA.<sup>248</sup>

Para ello, se ha hecho necesaria la utilización de MÉTODOS CUALITATIVOS, que ponen el foco en los significados, la PARTICIPACIÓN VALORATIVA y la COMPRENSIÓN A TRAVÉS DE LA INTERPRETACIÓN. En éste caso se propone una práctica científica orientada a la COMPRENSIÓN DE LOS FENÓMENOS SOCIALES CONTEXTUALIZADA, entendiendo a la comprensión como la búsqueda de los significados socialmente situados. Y también MÉTODOS CUANTITATIVOS que ponen el acento en LA MEDICIÓN, LA OBJETIVIDAD Y LA EXPLICACIÓN a través de leyes generales que se obtendrán a través de la encuesta a colectivos relevantes para el objeto de estudio.

La naturaleza de las variables ha sido un factor a tener en cuenta a la hora de elegir el tipo de investigación, PRIMERO CUALITATIVA y después, CONTRASTADA CON INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. La naturaleza y cantidad de la información condiciona la elección. Un tipo de investigación cuantitativa será de gran utilidad

---

<sup>248</sup> Archenti, Nélica, Investigadora del Instituto Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales, método cuantitativo*. Materiales docentes del Instituto de Altos Estudios Universitarios, Postgrado de Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales de la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Disponible en: <http://www.iaeu.edu.es/estudios/postgrado-en-metodologia-de-la-investigacion-en-ciencias-sociales/metodologia-de-la-investigacion-en-ciencias-sociales-metodo-cuantitativo/> (fecha de consulta 12 de junio 2015)

cuando podemos medir las variables objeto de estudio de una forma objetiva y con alto grado de precisión. Cuando se realiza este tipo de investigación se debe estar seguro de que la observación de las variables va a proporcionar datos numéricos concretos que pueden ser objeto de un tratamiento estadístico posterior. Sin embargo, si la información a la que podemos acceder en un primer momento es pobre en datos, o éstos están dispersos, pero son ricos en descripciones de las variables, llevaremos a cabo una investigación cualitativa, como ha sido la elección para la primera fase del trabajo de campo.<sup>249</sup>

1ª ETAPA.- Revisión documental y situación real de la disciplina.

- Análisis de relevancia del término homeopatía *on line*.
- Revisión de las publicaciones realizadas para determinar la imagen percibida por la sociedad:
  - i. En los medios de comunicación generalistas y científicos.
  - ii. En redes sociales.
  - iii. En publicaciones científicas en PUBMED.

Esta elección metodológica viene justificada porque en muchas ocasiones, para poder desarrollar el tema de nuestra investigación principal, nos vemos en la necesidad de realizar una INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA, esto es un primer conocimiento de los problemas o condiciones del fenómeno objeto de estudio. Se trata, por tanto de UNA INVESTIGACIÓN DE CARÁCTER PREVIO A LA INVESTIGACIÓN DEFINITIVA. La investigación descriptiva se lleva a cabo cuando se quieren mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector, a través de la observación y la medición de sus elementos. La información que nos proporciona un análisis descriptivo, además de ser un fin en sí mismo, la podemos utilizar como base de partida para el desarrollo de una investigación más específica. Por tanto, se elige una investigación de CARÁCTER CUALITATIVO cuando nuestro estudio no se limita únicamente a medir variables, sino que, además se PRETENDE ENTENDER EL

---

<sup>249</sup> Lafuente Ibáñez, Carmen, Marín Egoscózábal, Ainhoa. Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea] 2008, (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>> ISSN 0120-8160 pág. 6.

COMPORTAMIENTO Y DETERMINAR LAS RELACIONES ENTRE VARIABLES. Y posteriormente una investigación cuantitativa para el contraste de los datos obtenidos en la primera fase.

2ª ETAPA.- Investigación para conocer la percepción o imagen de la homeopatía en la sociedad:

- Entre los usuarios de internet y difundido a contactos a través de *email* y redes sociales.

3ª ETAPA.- Investigación sobre el grado de conocimiento y percepción de la homeopatía entre los médicos:

- Realización de un cuestionario remitido por email a los colegiados de Colegio de Médicos de Valencia (COMV) para averiguar el grado de conocimiento y percepción de la homeopatía y que nos aporte un retrato real de la situación en este colectivo con una muestra suficiente.
- De ámbito nacional, a través de la difusión del mismo cuestionario difundido entre COMV, con pregunta filtro comunidad autónoma y difundido a través de otros colegios profesionales (Álava y Castellón), asociaciones y sociedades de Médicos homeópatas (SEMH y AMHB), mutuas de accidente de trabajo de la seguridad social (umivale), compañeros y colegas.

Éste es un análisis estadístico e indica los procedimientos que nos permiten presentar, resumir, describir y comparar un conjunto de datos numéricos. Según Lafuente y Marín, para conocer la realidad social necesitamos de un conjunto de datos, ya existentes o creados por nosotros mismos, a lo largo del tiempo o en un momento determinado, de las variables propias de esta disciplina. En el análisis estadístico se encuentran instrumentos válidos para resumir la información en unas pocas medidas que nos permitan conocer, describir e interrelacionar las variables de la investigación para la posterior interpretación de los resultados. Y cuando se lleva a cabo el análisis estadístico, como ha sido el caso en esta investigación se pasa por

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

las fases que posteriormente serán descritas de recopilación de datos, ordenación y presentación de los datos y tratamiento y explotación de los mismos. Para ello, se ha recurrido a FUENTES PRIMARIAS, ya que se recogen directamente los datos para el desarrollo de nuestra investigación, y si para conseguir los objetivos de nuestra investigación se necesita de información directa o datos primarios, una de las técnicas de selección de datos más usada es LA ENCUESTA.

La encuesta se fundamenta en la elaboración de un cuestionario que se formulará a las personas de las cuales queremos obtener información. Y cuando se formulen las preguntas se deben tener en cuenta dos aspectos: por un lado, el software informático que se va a emplear para el tratamiento de la información, y por otro lado, es importante recordar que los datos obtenidos son la base en la que se fundamenta nuestra investigación y que NI LA METODOLOGÍA MÁS SOFISTICADA ES CAPAZ DE PROPORCIONAR BUENOS RESULTADOS SI LA INFORMACIÓN DE PARTIDA ES FALSA. Por ello, es de gran utilidad incluir en el cuestionario, preguntas que permitan detectar la validez de las respuestas.<sup>250</sup>

Antes de mostrar el cuestionario específico para cada colectivo es necesario profundizar en las características del mismo. Ambos tienen una primera parte que pretende determinar el perfil del entrevistado y posteriormente se procede a contestar las 13 preguntas que en cada caso se plantea a usuarios de internet y al colectivo médico. Todas las preguntas que componen el cuestionario son cerradas, sin embargo combinan en algunos casos respuesta múltiple, preguntas binarias y también, algunas que obligan a la elección de una única respuesta.

---

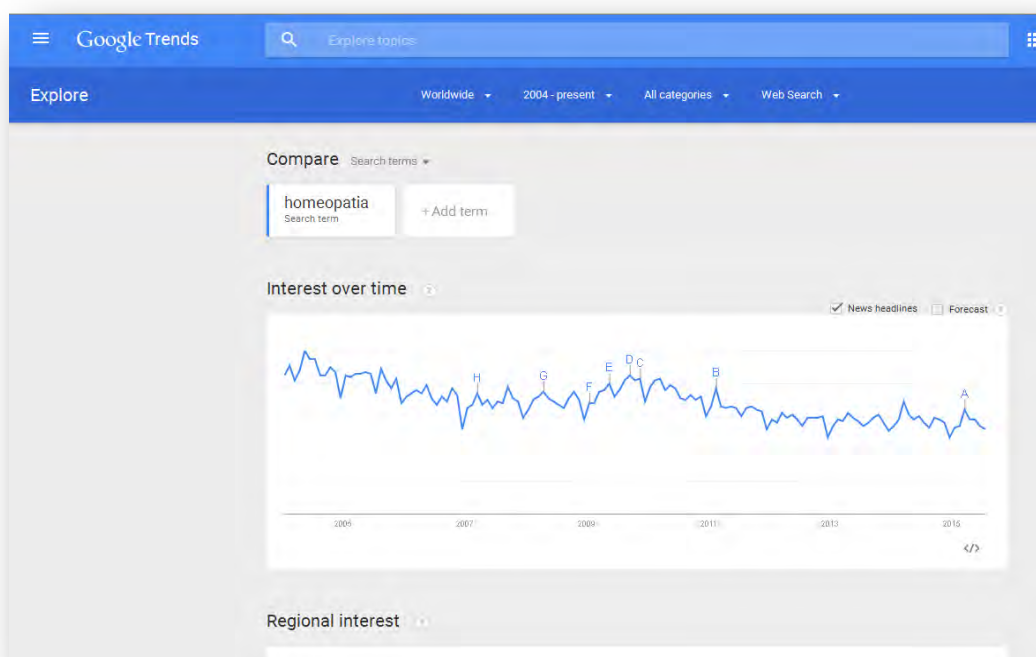
<sup>250</sup> Lafuente Ibáñez, Carmen, Marín Egoscózábal, Ainhoa. Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea] 2008, (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>> ISSN 0120-8160 pág. 10

## Capítulo 7

### 7.1. Trabajo de campo 1º Análisis y revisión documental del término homeopatía en la red

#### 7.1.1 ANÁLISIS DE RELEVANCIA DEL TÉRMINO HOMEOPATÍA ON-LINE.

Para definir el grado de relevancia en el tiempo del término homeopatía acudiremos en primer lugar a una herramienta de Google: *Google Trends*, a pesar de que en términos de relevancia o tendencia, el término HOMEOPATÍA no varía en los últimos 9 años según “Interés a lo largo del tiempo”.<sup>251</sup>



209

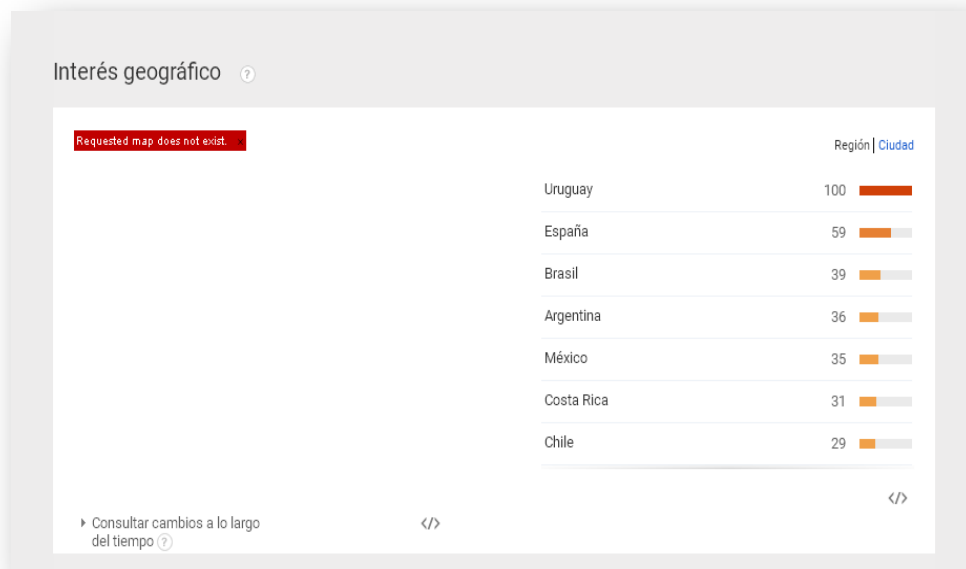
Este índice indica la presencia de este término en titulares de noticias y los puntos de elevación se corresponden a las siguientes fechas en los últimos 5 años:

<sup>251</sup> (En línea) Google trends: Disponible en: <https://www.google.es/trends/explore?q=homeopatia&cmpt=q&tz=Etc%2FGMT-2>. Fecha de consulta: 23 de julio de 2015.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

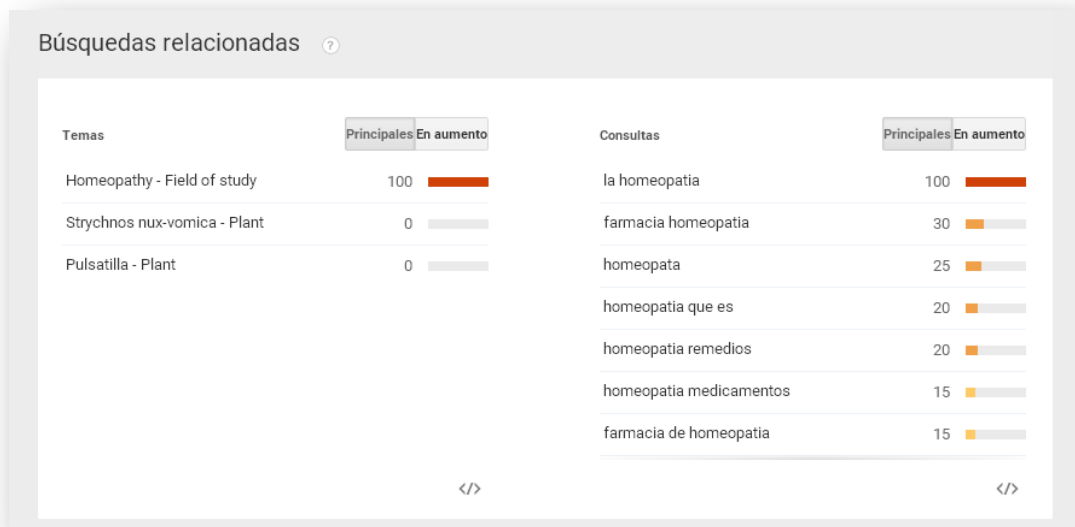
marzo 2015, marzo 2014 y febrero de 2011. Coincidiendo con temas de actualidad relacionados con la homeopatía o la medicina alternativa.

En cuanto al interés geográfico en el mundo España ocupa el segundo lugar después de Uruguay.

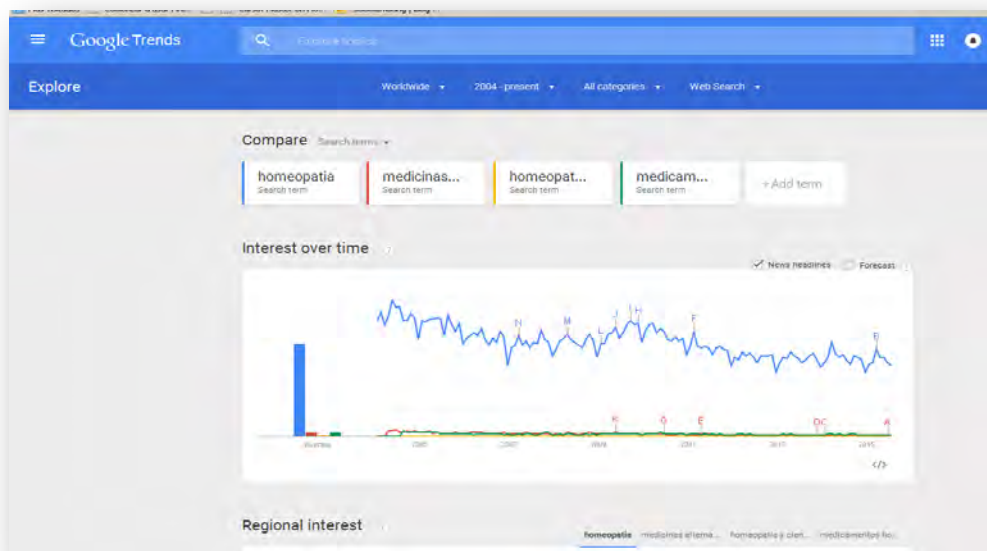


Y en búsquedas relacionadas aparecen tras el termino homeopatía y a gran distancia: farmacia homeopatía, homeópata y homeopatía qué es.





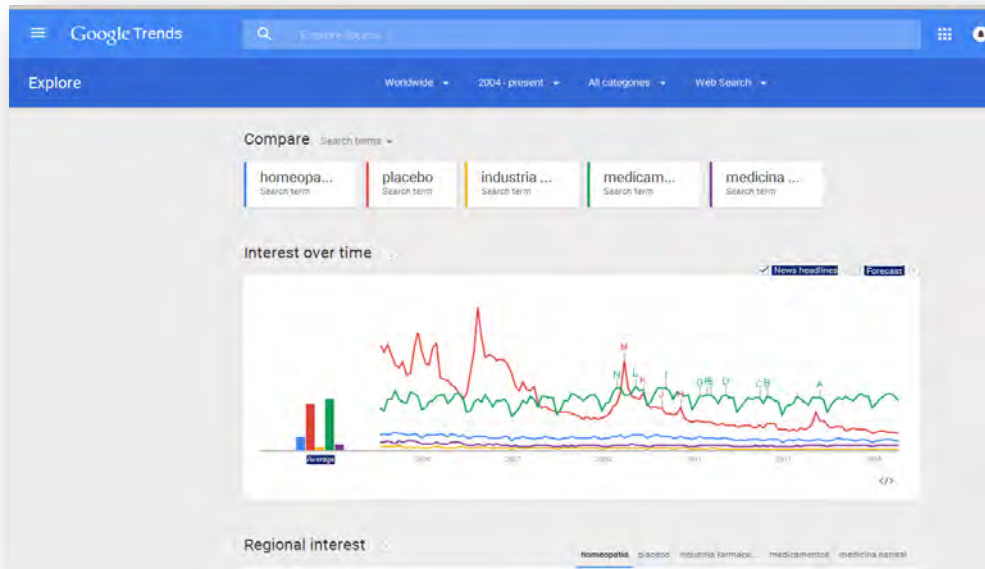
Para hacernos una idea del nivel de relevancia se compara con otros términos de búsquedas: medicinas alternativas, homeopatía y ciencia y medicamentos homeopáticos. Apareciéndose en gráfico la distancia significativa en interés entre esos términos y el termino homeopatía.



Lo que expresa o bien la relevancia de la disciplina en relación al marco en que se encuadra la misma: medicinas alternativas, o la necesidad que los usuarios tienen de conocer más sobre esta disciplina.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

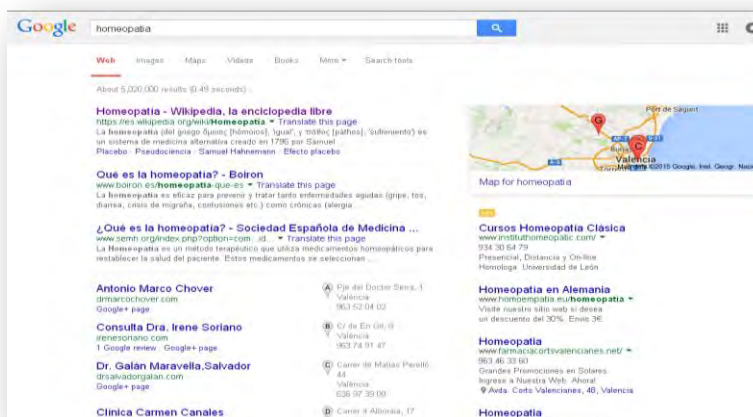
Al introducir los terminos: placebo, medicamentos, industria farmacéutica y medicina natural, podemos apreciar que MEDICAMENTOS Y PLACEBO SUPERAN EN INTERES AL TERMINO HOMEOPATÍA.



Otra forma de medir ese grado de interés por parte de la sociedad es comparar el número de búsquedas por términos en el buscador de referencia: Google.

Introducir un término en Google en sus diferentes servicios, scholar y académico, y ver el conteo de resultados ayuda a situar de forma cuantitativa y relacionada con otros conceptos próximos y de forma cualitativa a inferir la preocupación o necesidad de obtener información de cada público.

Homeopatía en Google aporta 5.020.000.



Y como en tantas búsquedas la primera referencia es WIKIPEDIA donde se define esta disciplina como:

«La homeopatía (del griego ὅμοιος [hómoios], ‘igual’, y πάθος [páthos], ‘sufrimiento’) es un sistema de medicina alternativa creado en 1796 por Samuel Hahnemann basado en su doctrina de «lo similar cura lo similar»: una sustancia que cause los síntomas de una enfermedad en personas sanas curará lo similar en personas enfermas. La homeopatía es considerada una pseudociencia y se ha descubierto que sus remedios no son más efectivos que los placebos».<sup>252</sup>

213

Esta entrada se define claramente cómo es percibida en la red por la comunidad mundial la HOMEOPATÍA: UNA MEDICINA ALTERNATIVA, UNA PSEUDOCIENCIA Y DE EFECTIVIDAD NO SUPERIOR A PLACEBO.

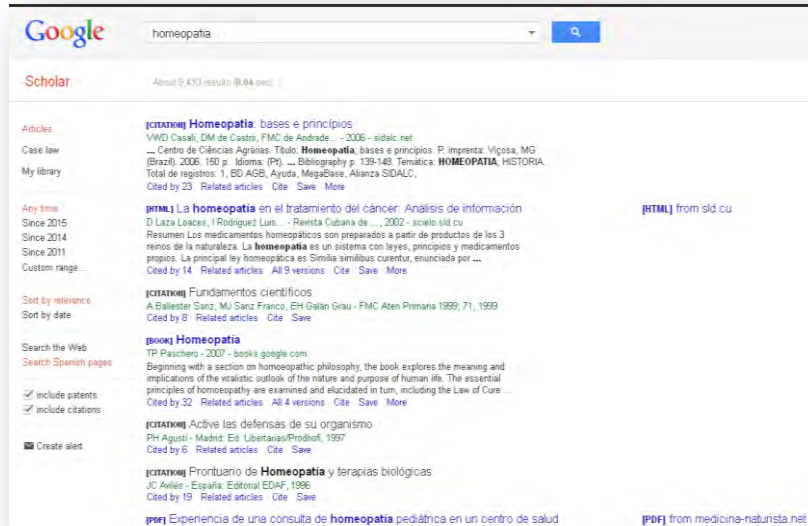
Como referencia de búsquedas más específicas en Google scholar y Google Académico.

---

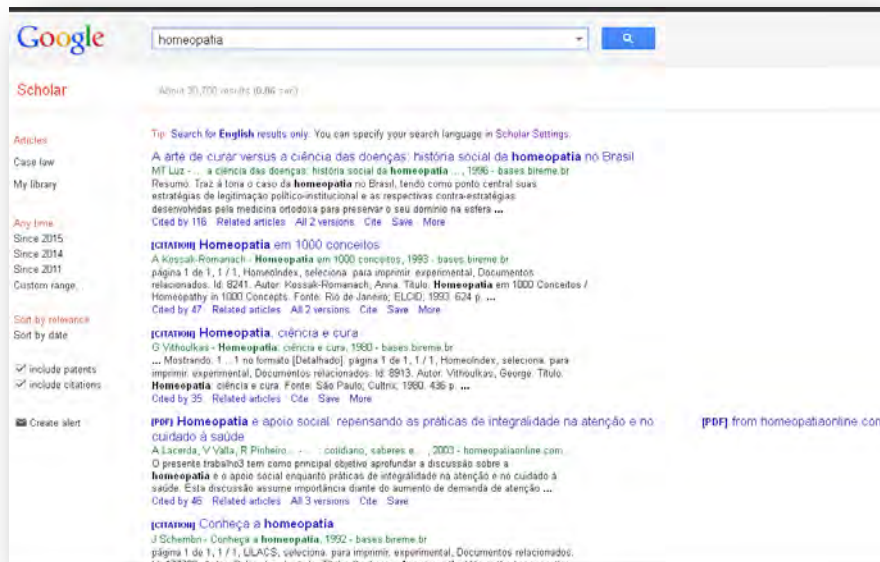
<sup>252</sup>Wikipedia contributors, ., Homeopatía. Available at: <https://es.wikipedia.org/wiki/Homeopat%C3%ADa> [Accessed July 31, 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Tenemos en Google scholar en español: 9.410.

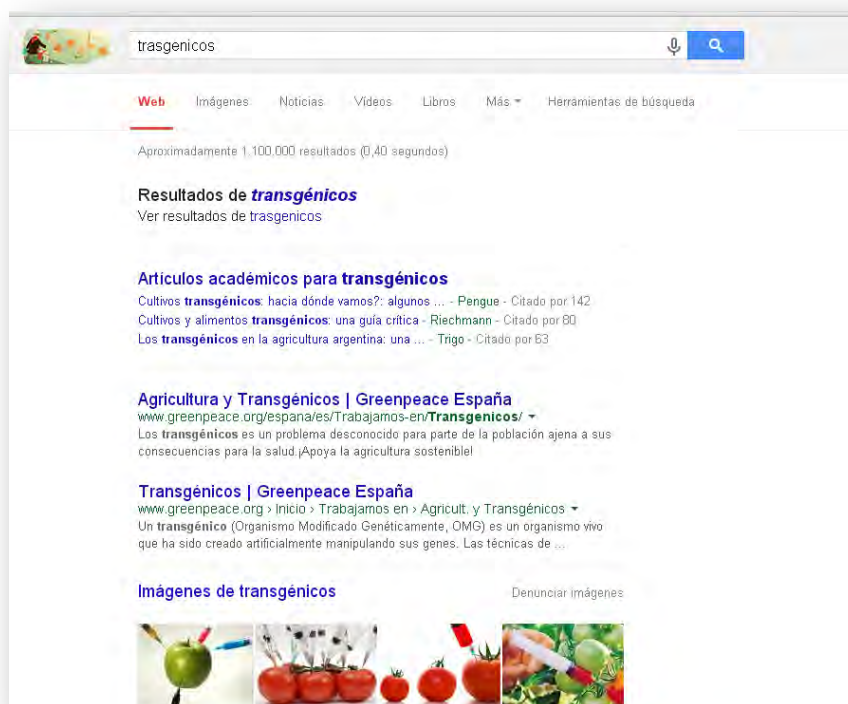


Y en Google Académico: 20.700.



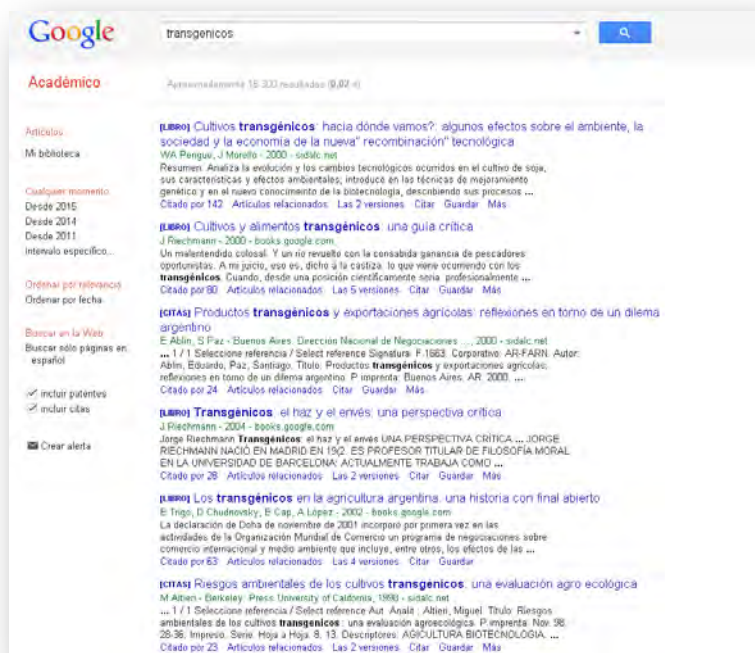
Si comparamos con otros términos, tanto en Google como en Google Académico, como transgénicos, iatrogenia, placebo y efectos adversos de medicamentos vemos:

Transgénicos: 1.100.000 resultados en Google.



215

Transgénicos: 15.300 resultados en Google Académico.



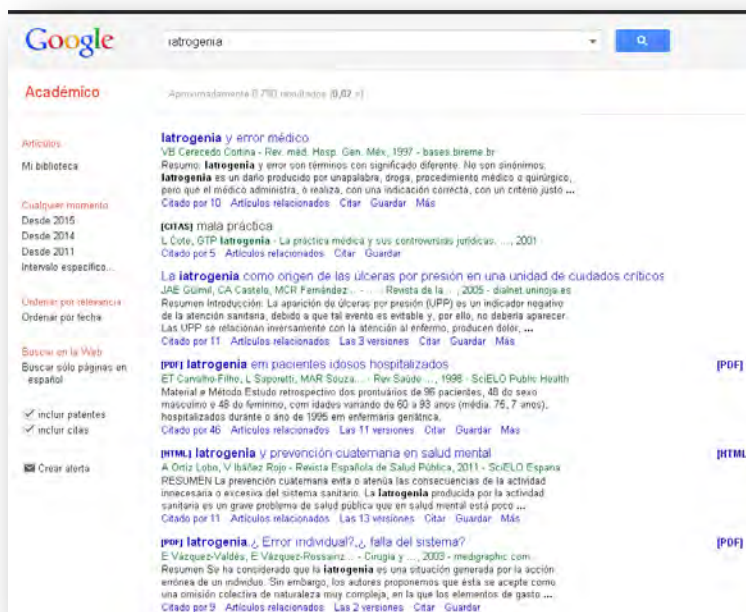


El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Iatrogenia: 164.000 resultados en Google.



Iatrogenia: 8.970 resultados Google Académico.

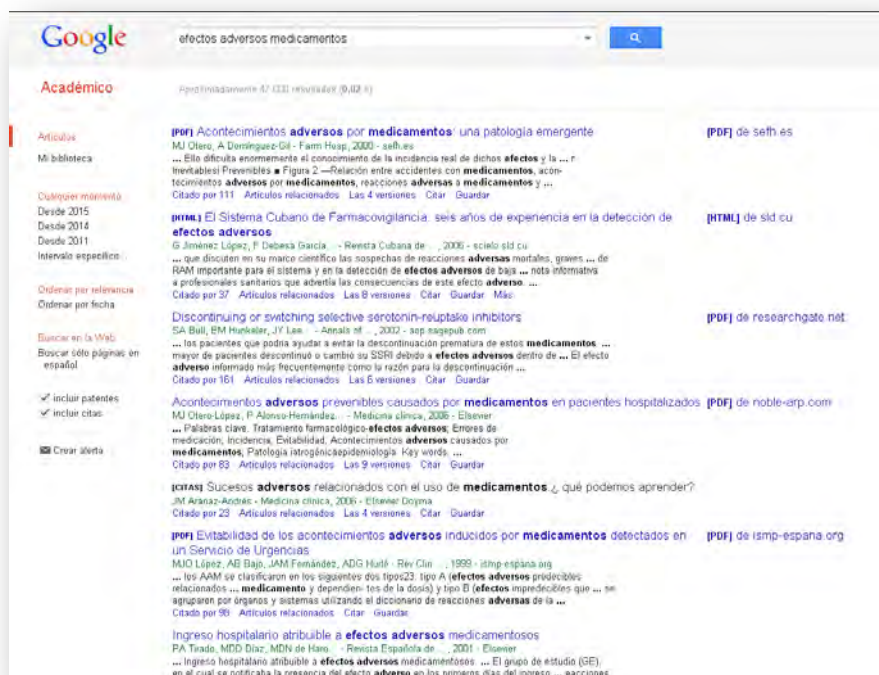


Efectos adversos medicamentos: 695.000 resultados en Google.



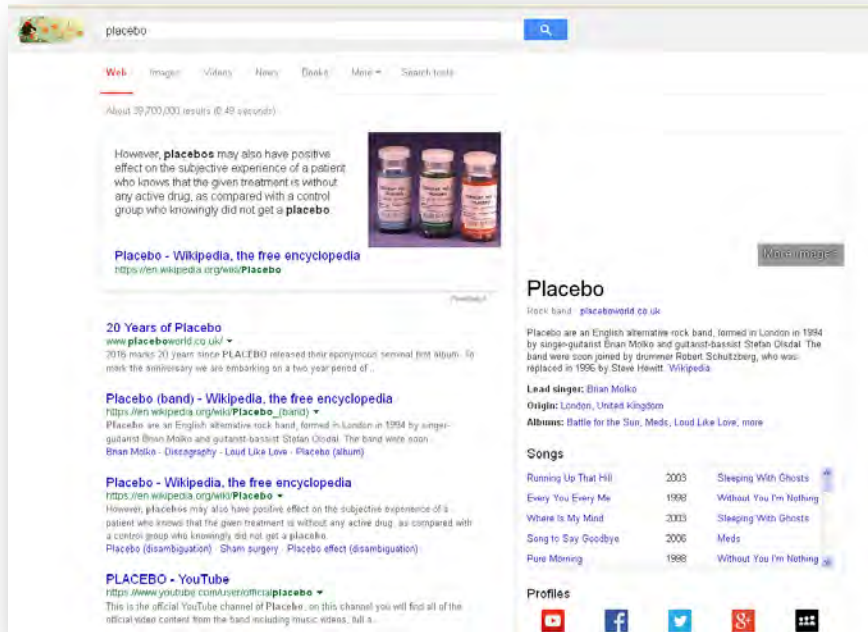
217

Efectos adversos medicamentos: 47.000 resultados Google Académico.

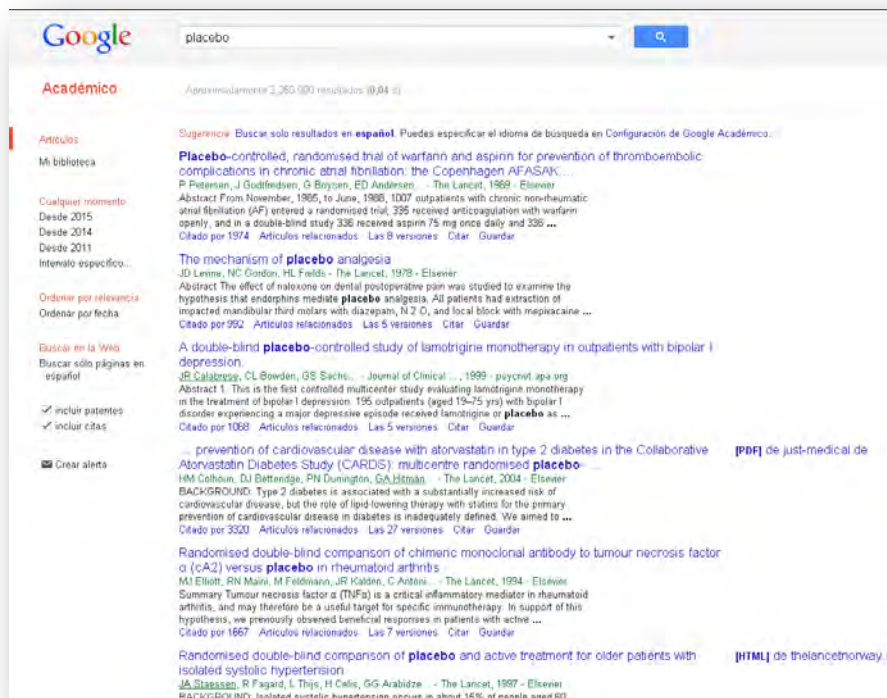


El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Placebo: 39.700.000 de resultados en Google.



Placebo: 2.260.000 de resultados Google Académico.





### 7.1.2. EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN GENERALISTAS Y CIENTÍFICOS

En los medios de comunicación podemos ver que existen claramente opiniones enfrentadas. Estas opiniones están focalizadas en colectivos profesionales, personajes cuyos intereses se desconocen, salvo la comercialización de sus productos, de un libro o la defensa de un sistema de ciencia, de comercio o de actuación introducido y consolidado.

En los medios de comunicación generalistas, tanto *on* como *off line* se reflejan las noticias que se producen bien por anuncios relativos a la regulación del medicamento homeopático, a la existencia de alguna publicación de un informe, o la difusión para la venta de un libro.

Medios generalistas: algunos ejemplos que ilustran con la sola lectura de titulares el posicionamiento de los artículos o la posición de los entrevistados. La doctoranda no ha pretendido más que reflejar en un vistazo sencillo la situación contextual, por ello no se han añadido las imágenes en anexos y se plasman a continuación.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



<http://www.elmundo.e/comunidad-valenciana/2015/02/09/54d3b21f22601d67718b4573.html><sup>253</sup>



<http://www.lavanguardia.com/salud/20150302/54427665848/mulet-homeopatia-azucar-caro-mundo.html><sup>254</sup>

<sup>253</sup>TORRE, N. (2015). 'La homeopatía no ha curado a nadie en 200 años'. [online] ELMUNDO. Available at: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/02/09/54d3b21f22601d67718b4573.html> [Accessed 12 Jul. 2015].

<sup>254</sup>LA VANGUARDIA, (2015). J. M. Mulet: 'La homeopatía es el azúcar más caro del mundo'. [online] Available at: <http://www.lavanguardia.com/salud/20150302/54427665848/mulet-homeopatia-azucar-caro-mundo.html> [Accessed 25 Aug. 2015].



<http://www.larazon.es/cultura/jose-miguel-mulet-yo-no-tengo-que-creer-en-el-ibuprofeno-me-lo-tomo-me-cura-y-punto-IK8837497#.Ttt1EMT1mI2Q55a> <sup>255</sup>



<sup>255</sup>www.larazon.es, (2015). *José Miguel Mulet: «Yo no tengo que creer en el ibuprofeno; me lo tomo, me cura y punto»*. [online] Available at: <http://www.larazon.es/cultura/jose-miguel-mulet-yo-no-tengo-que-creer-en-el-ibuprofeno-me-lo-tomo-me-cura-y-punto-IK8837497#.Ttt1EMT1mI2Q55a> [Accessed 12 Jul. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



[http://elpais.com/elpiis/2015/02/10/ciencia/1423528454\\_002917.html](http://elpais.com/elpiis/2015/02/10/ciencia/1423528454_002917.html) <sup>256</sup>

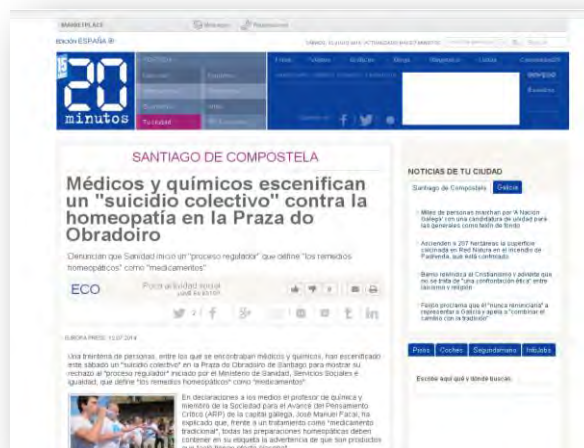


[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/03/actualidad/1386108808\\_174083.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/03/actualidad/1386108808_174083.html) <sup>257</sup>

<sup>256</sup>Cortinas-Rovira, S., Alonso-Marcos, F., Pont-Sorribes, C. and Escriba-Sales, E. (2014). Science journalists' perceptions and attitudes to pseudoscience in Spain. *Public Understanding of Science*, 24(4), pp.450-465.



[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/09/actualidad/1386626348\\_968112.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/09/actualidad/1386626348_968112.html) 258



223

<http://www.20minutos.es/noticia/2191874/0/medicos-quimicos-escenifican-suicidio-colectivo-contra-homeopatia-praza-do-obradoiro/><sup>259</sup>

<sup>257</sup>Sahuquillo, M. (2015). "Los homeopáticos son medicamentos como todos los demás". [online] EL PAÍS. Available at: [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/03/actualidad/1386108808\\_174083.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/03/actualidad/1386108808_174083.html) [Accessed 12 Jul. 2015].

<sup>258</sup>Sevillano, E. (2015). *Si no es eficaz, no es medicamento*. [online] EL PAÍS. Available at: [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/09/actualidad/1386626348\\_968112.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/09/actualidad/1386626348_968112.html) [Accessed 12 Jul. 2015].



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

## Medios on line



[http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-11/homeopatia-anti-vacunas-y-chemtrails-la-pseudociencia-intenta-colarse-en-podemos\\_144308/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-11/homeopatia-anti-vacunas-y-chemtrails-la-pseudociencia-intenta-colarse-en-podemos_144308/)<sup>260</sup>



<http://www.cuartopoder.es/atusalud/la-homeopatia-un-hueso-dificil-de-roer-para-medicina-moderna/2603><sup>261</sup>

---

<sup>259</sup>20minutos.es - Últimas Noticias, (2015). *Médicos y químicos escenifican un "suicidio colectivo" contra la homeopatía en la Praza do Obradoiro* - 20minutos.es. [online] Available at: <http://www.20minutos.es/noticia/2191874/0/medicos-quimicos-escenifican-suicidio-colectivo-contra-homeopatia-praza-do-obradoiro/> [Accessed 12 Jul. 2015].

<sup>260</sup>El Confidencial, (2014). *Homeopatía, antivacunas y chemtrails: la pseudociencia intenta colarse en Podemos. Noticias de Tecnología*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-11/homeopatia-anti-vacunas-y-chemtrails-la-pseudociencia-intenta-colarse-en-podemos\\_144308/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-11/homeopatia-anti-vacunas-y-chemtrails-la-pseudociencia-intenta-colarse-en-podemos_144308/) [Accessed 12 Jul. 2015].



<http://blogs.publico.es/dominiopublico/3006/el-timo-de-la-homeopatia><sup>262</sup>

### En televisión:

- Equipo de investigación en la Sexta- El milagro de la homeopatía

«Equipo de investigación analiza la homeopatía, una terapia alternativa que ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años sin haber probado nunca la eficacia de sus tratamientos ¿Por qué Sanidad regula el uso de unas sustancias que no han demostrado una efectividad mayor al placebo?»<sup>263</sup>

---

<sup>261</sup>Cuarto Poder, (2013). La homeopatía, un hueso difícil de roer para la medicina moderna. [online] Available at: <http://www.cuartopoder.es/atusalud/la-homeopatia-un-hueso-difícil-de-roer-para-medicina-moderna/2603> [Accessed 12 Jul. 2015].

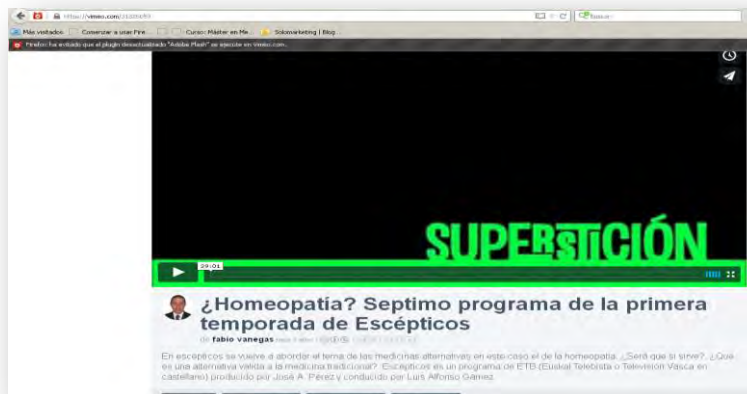
<sup>262</sup>Blogs.publico.es, (2015). *Dominio público* » *El timo de la homeopatía*. [online] Available at: <http://blogs.publico.es/dominiopublico/3006/el-timo-de-la-homeopatia> [Accessed 12 Jul. 2015].

<sup>263</sup>laSexta.com, (2015). '*El milagro de la homeopatía*', en *Equipo de investigación - laSexta*. [online] Available at: [http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/milagro-homeopatia-equipo-investigacion\\_2014030500178.html](http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/milagro-homeopatia-equipo-investigacion_2014030500178.html) [Accessed 12 Jul. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



- Escépticos en ETB



- En la sexta: El intermedio: <sup>264</sup>
- En TVE - Espejo Público: <sup>265</sup>
- En La 2 - Millenium: <sup>266</sup>

<sup>264</sup>YouTube, (2015). *El Intermedio - "La homeopatía es como el intérprete para sordos del funeral de Mandela"*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=eQM9adWIRK0> [Accessed 12 Jul. 2015].

<sup>265</sup>observaci&oacute;n, M. (2015). *Millennium - Homeopatía en observación, Millennium - RTVE.es A la Carta*. [online] RTVE.es. Available at: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/millennium/millennium-homeopatia-observacion/3099440/> [Accessed 12 Jul. 2015].

<sup>266</sup>YouTube, (2015). *Destapamos los fraudes de la falsa medicina homeopática*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=-8UPCOgwDUQ> [Accessed 12 Jul. 2015].



## En radio:

- Cadena SER<sup>267</sup>



### 7.1.3 EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN 2.0.

#### En web/blogs

De organizaciones:

---

<sup>267</sup>SER, C. (2015). “Hay cientos de trabajos que acreditan la homeopatía”. [online] Cadena SER. Available at: [http://cadenaser.com/programa/2015/06/16/hoy\\_por\\_hoy/1434456136\\_116552.html](http://cadenaser.com/programa/2015/06/16/hoy_por_hoy/1434456136_116552.html) [Accessed 12 Jul. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- Federación Española de Medicina Homeopática.<sup>268</sup>



- MAPFRE con un apartado en su WEB de Medicina Alternativa.<sup>269</sup>



<sup>268</sup> femh.org | Federación Española de Médicos Homeópatas, (2012). *Definición*. [online] Available at: <http://www.femh.org/definicion> [Accessed 12 Jun. 2015].

<sup>269</sup> Mapfre.es, (2015). *Medicina alternativa-homeopatía-estudios-científicos-avalan*. [online] Available at: <http://www.mapfre.es/salud/es/informativo/homeopatía-estudios-científicos-avalan.shtml> [Accessed 12 Jun. 2015].

-WEBCONSULTAS, centro médico *on line*.<sup>270</sup>



- SANITAS con apartado de Medicina Alternativa.<sup>271</sup>



229

<sup>270</sup> Webconsultas.com, (2015). *Homeopatía, qué es - Belleza y bienestar*. [online] Available at: <http://www.webconsultas.com/belleza-y-bienestar/terapias-alternativas/homeopatia-2552> [Accessed 12 Jun. 2015].

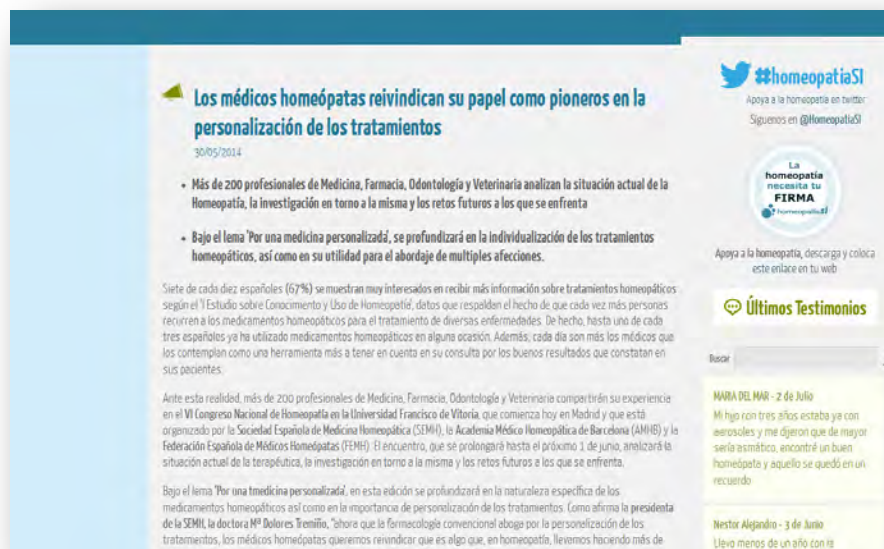
<sup>271</sup> homeopatía, L. (2015). *La homeopatía*. [online] Sanitas.es. Available at: <http://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/medicina-alternativa/homeopatia-terapia.html> [Accessed 12 Jun. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- **De movimientos en contra o a favor.**



<http://www.homeopatia-si.es/#sthash.fC5yQS4x.dpbs> <sup>272</sup>



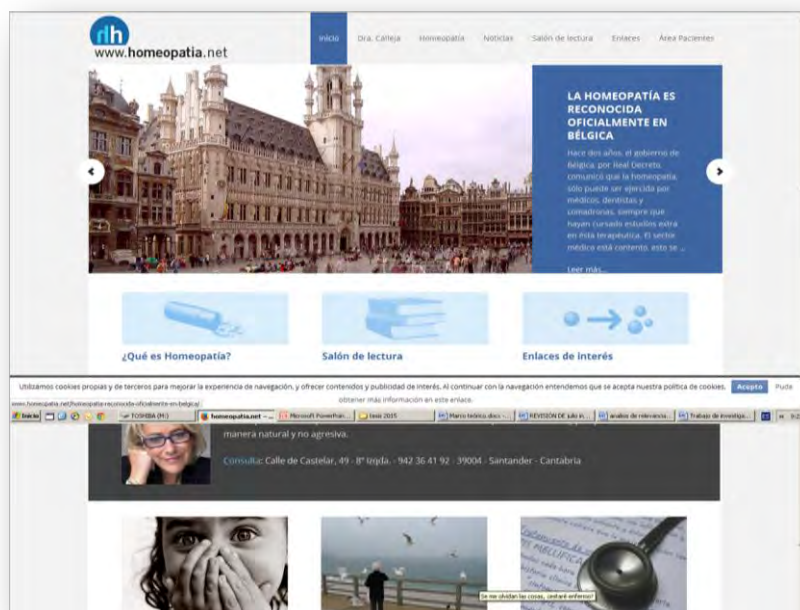
<http://www.homeopatia-si.es/noticias-1.php#sthash.qxFTjJOC.dpbs> <sup>273</sup>

<sup>272</sup>Homeopatía-si.es, (2015). *Homeopatía SI: Por la defensa de la Homeopatía y del medicamento homeopático*. [online] Available at: <http://www.homeopatia-si.es/#sthash.fC5yQS4x.dpbs> [Accessed 12 Jun. 2015].





<http://www.hablandodehomeopatia.com/><sup>274</sup>



<http://www.homeopatia.net/><sup>275</sup>

<sup>273</sup>Homeopatia-si.es, (2015). *Homeopatía SI: Por la defensa de la Homeopatía y del medicamento homeopático*. [online] Available at: <http://www.homeopatia-si.es/noticias-1.php#sthash.qxfTjJOC.dpbs> [Accessed 12 Jun. 2015]

<sup>274</sup>Hablando de Homeopatía, (2015). *Inicio - Hablando de Homeopatía*. [online] Available at: <http://www.hablandodehomeopatia.com/> [Accessed 12 Jun. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



<http://naukas.com/2014/03/14/diez-argumentos-homeopatia/> <sup>276</sup>



<http://magonia.com/2015/03/11/homeopatia-nhmrc-australia/> <sup>277</sup>

<sup>275</sup>Homeopatia.net, (2015). *homeopatia.net* –. [online] Available at: <http://www.homeopatia.net/> [Accessed 12 Jun. 2015].

<sup>276</sup>C, D., C, D. and C, D. (2014). *Diez argumentos para la homeopatía*. [online] Naukas. Available at: <http://naukas.com/2014/03/14/diez-argumentos-homeopatia/> [Accessed 12 Jun. 2015].



<http://esmateria.com/2013/10/30/los-estudiantes-de-medicina-rechazan-el-uso-y-promocion-de-las-terapias-alternativas/> 278



<http://lacienciaysusdemonios.com/> 279

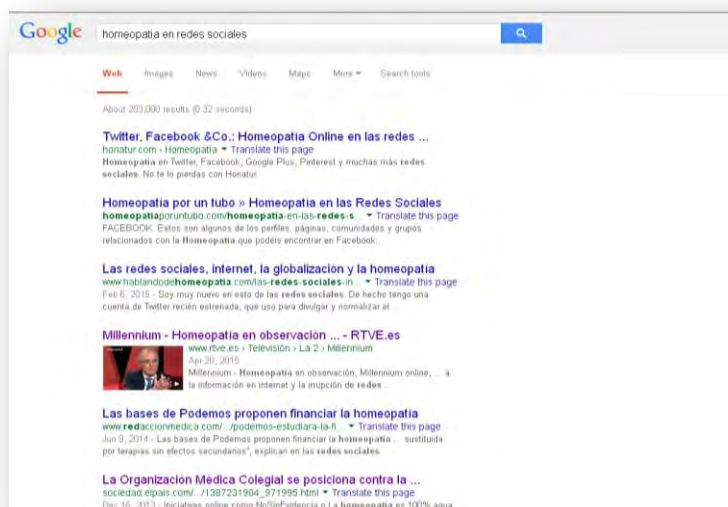
233

<sup>277</sup>Gámez, L. (2015). *La homeopatía no sirve para nada*. [online] Magonia. Available at: <http://magonia.com/2015/03/11/homeopatia-nhmrc-australia/> [Accessed 12 Jun. 2015].

<sup>278</sup>Salas, J. (2015). *Los estudiantes de Medicina rechazan el uso y promoción de las terapias alternativas*. [online] Materia. Available at: <http://esmateria.com/2013/10/30/los-estudiantes-de-medicina-rechazan-el-uso-y-promocion-de-las-terapias-alternativas/> [Accessed 12 Jun. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

En redes sociales vemos un reflejo de la situación observada en otros medios *on y off line*. Opiniones a favor y en contra y movilizaciones ante determinadas noticias.



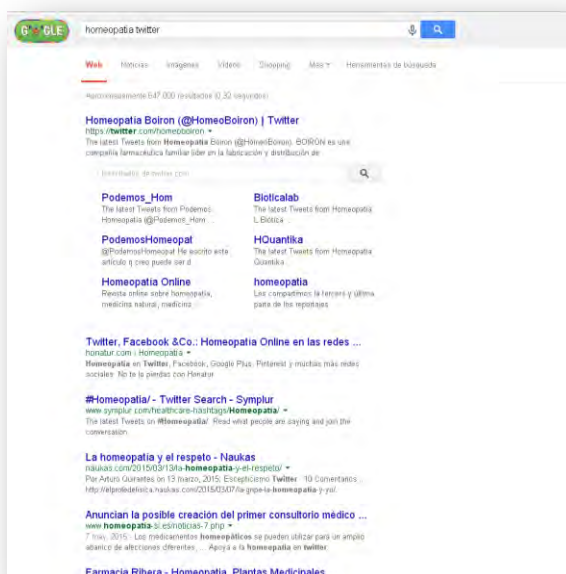
[https://www.google.es/search?q=homeopatía&ie=utf-8&oe=utf-8&gws\\_rd=cr&ei=RditVbyNEYqAU9HEtvAG#q=homeopatía+en+redes+sociales](https://www.google.es/search?q=homeopatía&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=RditVbyNEYqAU9HEtvAG#q=homeopatía+en+redes+sociales)<sup>280</sup>

<sup>279</sup>La Ciencia y sus Demonios, (2015). *La Ciencia y sus Demonios*. [online] Available at: <http://lacienciaysusdemonios.com> [Accessed 12 Jun. 2015].

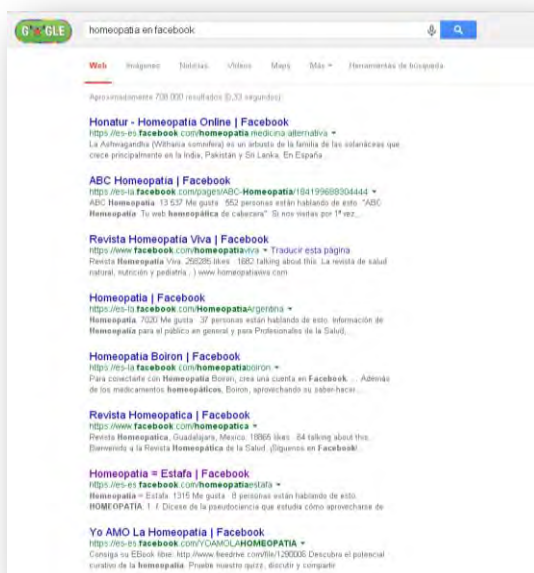
<sup>280</sup>Google.es, (2015). *homeopatía - Buscar con Google*. [online] Available at: <https://www.google.es/search?q=homeopatía&ie=utf-8&oe=utf-8>



Twitter – 647.000 resultados.



Facebook – 708.000 resultados.



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Al final, la pregunta que podríamos hacernos tras la observación de este radicalismo es ¿Qué interés subyace detrás? o ¿A quién beneficia esta postura? ¿Qué opina realmente el ciudadano? ¿Qué hace? ¿Qué percibe? ¿Qué espera? ¿Qué opinan y saben los médicos? ¿Cuál es su postura?.....

Preguntas que pretendemos responder al final de esta tesis.

Pero sobre algunos de estos aspectos también hemos encontrado información publicada en la red.

¿Cuál debería ser el papel de los profesionales de la información en relación a las llamadas pseudociencias?



«Cantan entrevistas y cuestionario, que exploraron las percepciones y actitudes de los 49 periodistas científicos españoles en relación con la pseudociencia. Pseudociencia, entendida como falso conocimiento que procura pasar como ciencia, es un asunto controvertido y complejo que potencialmente representa un riesgo para la sociedad. Dado que la preocupación por este tema ha crecido en los últimos años en España, nuestro objetivo fue evaluar cómo pseudociencia opera en la práctica periodística en los medios españoles. Nuestros datos revelan no sólo la

falta de políticas editoriales en lo que respecta a la pseudociencia, sino también la existencia de un número importante de periodistas científicos que hacen a la luz de la amenaza potencial implícito en las pseudociencias en los medios de comunicación. Algunos periodistas apuntan a la falta de formación científica de los editores y gerentes de medios de comunicación como una de las razones de la proliferación de las pseudociencias. Science journalists perceptions and attitudes to pseudoscience in Spain»<sup>281</sup>  
<http://pus.sagepub.com/content/early/2014/12/02/0963662514558991>

¿Y LA DE LOS PROFESIONALES DE LA MEDICINA?

Una publicación en la REVISTA MÉDICA DE HOMEOPATÍA nos aporta opiniones respecto al colectivo médico vinculado a esta disciplina.



«En resumen, la comunicación es una de las asignaturas pendientes de los médicos en nuestra labor clínica. Además, ahora nos toca vivir una época en la que se nos presentan numerosas oportunidades de comunicar ante otros especialistas en cursos y

<sup>281</sup> Cortinas-Rovira, S., Alonso-Marcos, F., Pont-Sorribes, C. and Escriba-Sales, E. (2014). Science journalists' perceptions and attitudes to pseudoscience in Spain. *Public Understanding of Science*, 24(4), pp.450-465.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

congresos, y ante los medios de comunicación. Estas oportunidades conllevan una gran responsabilidad, pues de cada una depende que más compañeros y más gente en general se posicionen a favor de la homeopatía, y necesitamos de ellos para que la homeopatía prospere en España. En este artículo se revisan algunos de los aspectos más importantes a considerar a la hora de preparar una intervención, y recogemos algunos de los consejos y técnicas recomendados por los expertos en el campo de la comunicación y aplicados a la homeopatía. Quizás sirvan de ayuda a cada uno de nosotros en diferentes ámbitos y, por consiguiente, al desarrollo de la homeopatía.»<sup>282</sup>

Elementos facilitadores
<ul style="list-style-type: none"><li>• Hay un clima más propicio por parte de los médicos estrictamente convencionales, para aceptar que no lo saben todo o que no todo lo que saben es inamovible</li><li>• Hay una mayor actividad investigadora en torno a la homeopatía</li><li>• Hay mayor presión por parte de los pacientes que la conocen y la utilizan</li><li>• Hay más médicos, colegas al fin y al cabo, usando medicamentos homeopáticos</li></ul>
Actitudes de resistencia
<ul style="list-style-type: none"><li>• La disposición a aceptar nuevos paradigmas no es tal desde los “popes” de la ciencia médica y la investigación</li><li>• Es fácil desacreditar la investigación y ningunearla, criticar los resultados o simplemente declarar —y es verdad— que aún es insuficiente</li><li>• Los pacientes no tienen criterio y aceptan cualquier propuesta apoyada por un buen <i>marketing</i> (p. ej., las pulseras <i>power-balance</i>), es necesario orientarles para evitar que cometan errores</li><li>• El criterio “ad populum” (el “<i>porque los demás lo hacen</i>”) nunca ha sido admitido por la ciencia</li></ul>

Rev Med Homeopat. 2010;03:141

<sup>282</sup>Díaz Sáez, G. (2010). Comunicar sobre homeopatía: saber y “saber hacer”. *Revista Médica de Homeopatía*, 3(3), pp.141-146.

## 7.1.4 EN PUBLICACIONES CIENTÍFICAS EN PUBMED

Encontramos en 2014 con el término de búsqueda homeopathy 4.886 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the term 'homeopathy'. The search bar at the top contains 'homeopathy' and the search button is visible. The results are displayed in a list format, with the first two results highlighted. The first result is 'Dental Practice Scenario in a Government Homeopathic Hospital in West Bengal, India' by Ghosh S, Panja S, Ghosh TN, Sharma P, Sarkar P, Koley M, Saha S, published in J Evid Based Complementary Altern Med. 2014 Apr 17. The second result is 'CAM Use in Pediatric Neurology: An Exploration of Concurrent Use with Conventional Medicine' by Galicia-Connolly E, Adams D, Bateman J, Dagenais S, Clifford T, Baydala L, King WJ, Vohra S, published in PLoS One. 2014 Apr 15;9(4):e94078. The interface includes various filters on the left, a 'Results by year' bar chart on the right, and a 'Send to' dropdown menu.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy>

239

Y en 2015: homeopathy 5.089 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the term 'homeopathy' in 2015. The search bar at the top contains 'homeopathy' and the search button is visible. The results are displayed in a list format, with the first four results highlighted. The first result is 'Differential proteomic analysis reveals that EGCG inhibits HDGF and activates apoptosis to increase the sensitivity of non-small cell lung cancer to chemotherapy' by Flores-Pérez A, Marchal LA, Sánchez LL, Romero-Zamora D, Arechaga-Ocampo E, Ramírez-Torres N, Chávez JD, Carlos-Rivera A, Astudillo-de la Vega H, Ruiz-García E, González-Pérez A, López-Camartillo C, published in Proteomics Clin Appl. 2015 Jul 14. doi: 10.1002/prca.201500008. The second result is 'Should doctors recommend homeopathy?' by Fisher P, Ernst E, published in BMJ. 2015 Jul 14;351:h3735. doi: 10.1136/bmj.h3735. The third result is 'Complementary and alternative drug therapy versus science-oriented medicine' by Anlauf M, Hein L, Hense HW, Kobberling J, Lasek R, Leidi R, Schöne-Seiffert B, published in Ger Med Sci. 2015 Jun 23;13 Dec05. doi: 10.3205/000209. The fourth result is 'What does "integrative medicine" provide to daily scientific clinical care?' by Bataller-Sifre R, Bataller-Alberola A, published in Rev Clin Esp. 2015 Jul 6. pii: S0014-2565(15)00100-0. doi: 10.1016/j.rce.2015.02.022. The interface includes various filters on the left, a 'Results by year' bar chart on the right, and a 'Send to' dropdown menu.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy>

## El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Con homeopathy efficacy en 2014: 319 resultados.

The screenshot shows the PubMed search interface for the query 'homeopathy efficacy'. The search results are displayed in a list format, with the first two results visible. The first result is a clinical trial titled 'Homeopathic treatment in addition to standard care in multi drug resistant pulmonary tuberculosis: a randomized, double blind, placebo controlled clinical trial' by Chand KS, Manchanda RK, Mittal R, Batra S, Banavalkar JN, De I. The second result is a review titled 'Recommendations for smoking cessation in Colombia' by Alba LH, Murillo R, Becerra N, Páez N, Cañas A, Mosquera C, Castillo JS, Camacho N, Gómez J, García-Herreros P, Bernal LG. The interface includes filters for article types, text availability, and publication dates, as well as options for display settings and sorting.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+efficacy>

Con homeopathy efficacy en 2015: 336 resultados.

The screenshot shows the PubMed search interface for the query 'homeopathy efficacy'. The search results are displayed in a list format, with the first five results visible. The first result is a review titled 'Complementary and alternative drug therapy versus science-oriented medicine' by Anlauf M, Hein L, Hense HW, Kobberling J, Lasek R, Leidi R, Schöne-Seifert B. The second result is a review titled 'Nosodes are no substitute for vaccines' by Rieder MJ, Robinson JL. The third result is a review titled 'The pharmacological and non-pharmacological treatment of attention deficit hyperactivity disorder in children and adolescents: protocol for a systematic review and network meta-analysis of randomized controlled trials' by Catalá-López F, Hutton B, Nuñez-Beltrán A, Mayhew AD, Page MJ, Ridao M, Tobias A, Catalá MA, Tabarés-Seisdedos R, Moher D. The fourth result is a review titled 'Homeopathic effects of extremely diluted solutions on gene expression' by Dei A, Bernardini S. The fifth result is a review titled 'Relative Apoptosis-inducing Potential of homeopathic Condurango 6C and 30C in H460 Lung Cancer Cells in vitro - Apoptosis-induction by homeopathic Condurango in H460 cells' by Sikdar S, Kumar Saha S, Rahman Khuda-Bukhsh A. The interface includes filters for article types, text availability, and publication dates, as well as options for display settings and sorting.



Con homeopathy placebo en 2014: 449 resultados.

The screenshot shows the PubMed website interface. At the top, the search bar contains 'homeopathy placebo' and the search button is visible. Below the search bar, the results are displayed as follows:

- Display Settings:** Summary, 20 per page, Sorted by Recently Added
- Results:** 1 to 20 of 449
- Article 1:** Homeopathic treatment in addition to standard care in multi drug resistant pulmonary tuberculosis: a randomized, double blind, placebo controlled clinical trial. Chand KS, Manchanda RK, Mittal R, Batra S, Banavalkar JN, De I. *Homeopathy*. 2014 Apr;103(2):97-107. doi: 10.1016/j.homp.2013.12.003. PMID: 24685414 [PubMed - in process] [Related citations](#)
- Article 2:** High-dilution effects revisited. 1. Physicochemical aspects. Bellavite P, Marzotto M, Olloso D, Moratti E, Conforti A. *Homeopathy*. 2014 Jan;103(1):4-21. doi: 10.1016/j.homp.2013.08.003. PMID: 24439452 [PubMed - in process] [Related citations](#)
- Article 3:** Homeopathy cannot even be used to replace placebo. Garattini S, Bertele V, Banzi R.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+placebo>

Con homeopathy placebo en 2015: 478 resultados.

241

The screenshot shows the PubMed website interface. At the top, the search bar contains 'homeopathy placebo' and the search button is visible. Below the search bar, the results are displayed as follows:

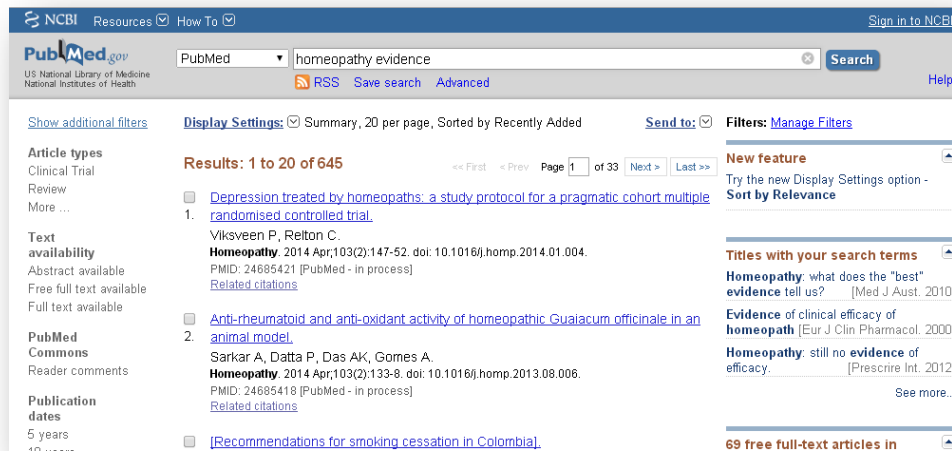
- Display Settings:** Summary, 20 per page, Sort by Most Recent
- Results:** 1 to 20 of 478
- Article 1:** Complementary and alternative drug therapy versus science-oriented medicine. Anlauf M, Hein L, Hense HW, Köbberling J, Lasek R, Leidi R, Schöne-Seifert B. *Ger Med Sci*. 2015 Jun 23;13 Doc05. doi: 10.3205/000209. eCollection 2015. PMID: 26161049 [Free PMC Article](#) [Similar articles](#)
- Article 2:** Model validity of randomised placebo-controlled trials of individualised homeopathic treatment. Mathie RT, Van Wassenhoven M, Jacobs J, Oberbaum M, Roniger H, Frye J, Manchanda RK, Terzan L, Chaurerlin G, Dantas F, Fisher P. *Homeopathy*. 2015 Jul;104(3):164-9. doi: 10.1016/j.homp.2015.02.004. Epub 2015 Mar 14. PMID: 26143448 [Similar articles](#)
- Article 3:** Homeopathic medicine should have a role in managed care. Wertheimer AJ, Brentson FA. *Manag Care*. 2014 Nov;23(11):38-42. No abstract available. PMID: 25839172 [Free Article](#) [Similar articles](#)
- Article 4:** The pharmacological and non-pharmacological treatment of attention deficit hyperactivity disorder in children and adolescents: protocol for a systematic review and network meta-analysis of randomized controlled trials. Catalá-López F, Hutton B, Núñez-Beltrán A, Mayhew AD, Page MJ, Ridao M, Tobias A, Catalá MA, Tabarés-Seisdedos R, Moher D. *Syst Rev*. 2015 Feb 27;4:19. doi: 10.1186/s13643-015-0005-7. PMID: 25875125 [Free PMC Article](#) [Similar articles](#)
- Article 5:** Homeopathy cannot even be used to replace placebo. [Eur J Intern Med. 2014]

Additional features on the right side of the page include:

- New feature:** Try the new Display Settings option - Sort by Relevance
- PMC Images search for homeopathy placebo:** A section with several small thumbnail images of scientific charts and graphs.
- Titles with your search terms:** A list of related titles, including 'Are the clinical effects of homeopathy placebo effects? A meta-analysis of placebo [Lancet. 1997]' and 'Homeopathy for depression: a randomized, partially double-blind, placebo [PLoS One. 2013]'.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Con homeopathy evidence en 2014: 645 resultados.



NCBI Resources How To Sign in to NCBI

PubMed.gov US National Library of Medicine National Institutes of Health

PubMed homeopathy evidence Search

Display Settings: Summary, 20 per page, Sorted by Recently Added

Results: 1 to 20 of 645

1. [Depression treated by homeopaths: a study protocol for a pragmatic cohort multiple randomised controlled trial.](#)  
Viksvveen P, Relton C.  
*Homeopathy*. 2014 Apr;103(2):147-52. doi: 10.1016/j.homp.2014.01.004.  
PMID: 24685421 [PubMed - in process]  
[Related citations](#)

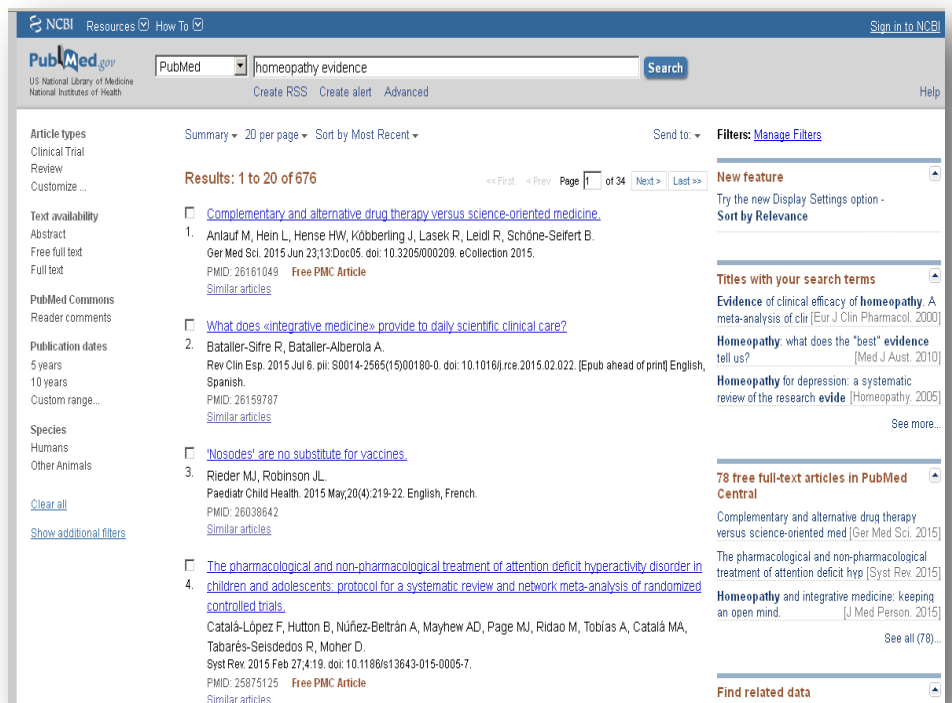
2. [Anti-rheumatoid and anti-oxidant activity of homeopathic Guaiacum officinale in an animal model.](#)  
Sarkar A, Datta P, Das AK, Gomes A.  
*Homeopathy*. 2014 Apr;103(2):133-8. doi: 10.1016/j.homp.2013.08.006.  
PMID: 24685418 [PubMed - in process]  
[Related citations](#)

3. [\[Recommendations for smoking cessation in Colombia\].](#)

69 free full-text articles in

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+evidence>

Con homeopathy evidence en 2015: 676 resultados.



NCBI Resources How To Sign in to NCBI

PubMed.gov US National Library of Medicine National Institutes of Health

PubMed homeopathy evidence Search

Summary 20 per page Sort by Most Recent

Results: 1 to 20 of 676

1. [Complementary and alternative drug therapy versus science-oriented medicine.](#)  
Anlauf M, Hein L, Hense HW, Kobbening J, Lasek R, Leidl R, Schöne-Seifert B.  
*Ger Med Sci*. 2015 Jun 23;13:Doc05. doi: 10.3205/000209. eCollection 2015.  
PMID: 26161049 **Free PMC Article**  
[Similar articles](#)

2. [What does «integrative medicine» provide to daily scientific clinical care?](#)  
Batalier-Siffre R, Batalier-Alberola A.  
*Rev Clin Esp*. 2015 Jul 6. pii: S0014-2565(15)00180-0. doi: 10.1016/j.rce.2015.02.022. [Epub ahead of print] English, Spanish.  
PMID: 26159787  
[Similar articles](#)

3. ['Nosodes' are no substitute for vaccines.](#)  
Rieder MJ, Robinson JL.  
*Paediatr Child Health*. 2015 May;20(4):219-22. English, French.  
PMID: 26038642  
[Similar articles](#)

4. [The pharmacological and non-pharmacological treatment of attention deficit hyperactivity disorder in children and adolescents: protocol for a systematic review and network meta-analysis of randomized controlled trials.](#)  
Catalá-López F, Hutton B, Núñez-Beltrán A, Mayhew AD, Page MJ, Ridao M, Tobias A, Catalá MA, Tabarés-Seisdedos R, Moher D.  
*Syst Rev*. 2015 Feb 27;4:19. doi: 10.1186/s13643-015-0005-7.  
PMID: 25875125 **Free PMC Article**  
[Similar articles](#)

78 free full-text articles in PubMed Central



Con homeopathy review en 2014: 682 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the query 'homeopathy review'. The search was performed on the PubMed website, with the search term entered in the search bar. The results are displayed in a list format, with the first two results visible. The first result is titled 'Medicinal plants of the genus Gelsemium (Gelsemiaceae, Gentianales)—a review of their phytochemistry, pharmacology, toxicology and traditional use.' and is published in the Journal of Ethnopharmacology in 2014. The second result is titled 'Quality and effectiveness of service provision of traditional medicine based health service centres in Kathmandu, Nepal.' and is published in the Journal of Nepal Health Research Council in 2013. The search results are sorted by 'Recently Added' and are displayed in a 'Summary' view. The page number is 1 of 35. The search results are displayed in a list format, with the first two results visible. The first result is titled 'Medicinal plants of the genus Gelsemium (Gelsemiaceae, Gentianales)—a review of their phytochemistry, pharmacology, toxicology and traditional use.' and is published in the Journal of Ethnopharmacology in 2014. The second result is titled 'Quality and effectiveness of service provision of traditional medicine based health service centres in Kathmandu, Nepal.' and is published in the Journal of Nepal Health Research Council in 2013.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+review>

Con homeopathy review en 2015: 718 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the query 'homeopathy review'. The search was performed on the PubMed website, with the search term entered in the search bar. The results are displayed in a list format, with the first three results visible. The first result is titled 'Model validity of randomised placebo-controlled trials of individualised homeopathic treatment.' and is published in Homeopathy in 2015. The second result is titled 'Integrative oncology in Indian subcontinent: an overview.' and is published in the Journal of Clinical Diagnostic Research in 2015. The third result is titled 'The pharmacological and non-pharmacological treatment of attention deficit hyperactivity disorder in children and adolescents: protocol for a systematic review and network meta-analysis of randomized controlled trials.' and is published in the Systematic Reviews in 2015. The search results are sorted by 'Most Recent' and are displayed in a 'Summary' view. The page number is 1 of 36. The search results are displayed in a list format, with the first three results visible. The first result is titled 'Model validity of randomised placebo-controlled trials of individualised homeopathic treatment.' and is published in Homeopathy in 2015. The second result is titled 'Integrative oncology in Indian subcontinent: an overview.' and is published in the Journal of Clinical Diagnostic Research in 2015. The third result is titled 'The pharmacological and non-pharmacological treatment of attention deficit hyperactivity disorder in children and adolescents: protocol for a systematic review and network meta-analysis of randomized controlled trials.' and is published in the Systematic Reviews in 2015.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Con homeopathy lancet en 2014: 75 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the query 'homeopathy lancet'. The search was performed on the PubMed website, which is part of the NCBI (National Center for Biotechnology Information) resources. The search results are displayed in a list format, with the first two results visible. The first result is 'Human resources for health in India' by Rao M, Rao KD, Kumar AK, Chatterjee M, Sundararaman T, published in Lancet in 2011. The second result is 'Homeopathy waives the rules' by Baum M, published in Lancet in 2010. The search results are sorted by 'Recently Added' and are displayed in a 'Summary' view. The page also includes various filters and options for displaying the results, such as 'Article types', 'Text availability', and 'Publication dates'.

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+lancet>

Con homeopathy lancet en 2015: 75 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the query 'homeopathy lancet'. The search was performed on the PubMed website, which is part of the NCBI (National Center for Biotechnology Information) resources. The search results are displayed in a list format, with the first five results visible. The first result is 'Human resources for health in India' by Rao M, Rao KD, Kumar AK, Chatterjee M, Sundararaman T, published in Lancet in 2011. The second result is 'Homeopathy waives the rules' by Baum M, published in Lancet in 2010. The third result is 'Homeopathic remedies and drug-regulatory authorities' by Walsch H, Lewith G, published in Lancet in 2010. The fourth result is 'Homeopathic remedies and drug-regulatory authorities' by Brillon A, published in Lancet in 2010. The fifth result is 'Homeopathy not a matter for drug-regulatory authorities' by Garattini S, Bertelé V, published in Lancet in 2009. The search results are sorted by 'Most Recent' and are displayed in a 'Summary' view. The page also includes various filters and options for displaying the results, such as 'Article types', 'Text availability', and 'Publication dates'.

Con la búsqueda homeopathy metaanalysis en 2014 - 111 resultados.

The screenshot shows the PubMed search results for the query 'homeopathy metaanalysis'. The search was performed on the PubMed website, which is part of the NCBI (National Center for Biotechnology Information) and US National Library of Medicine. The search results are displayed on page 1 of 6, with 111 results found. The results are sorted by 'Recently Added'. The first two results are:

- Homeopathic Oscillococcinum(®) for preventing and treating influenza and influenza-like illness.**  
Mathie RT, Frye J, Fisher P.  
Cochrane Database Syst Rev. 2012 Dec 12;12:CD001957. doi: 10.1002/14651858.CD001957.pub5. Review.  
PMID: 23235586 [PubMed - indexed for MEDLINE]  
[Related citations](#)
- [Complementary and alternative therapies for fibromyalgia syndrome. Systematic review, meta-analysis and guideline].**  
Langhorst J, Häuser W, Bernardy K, Lucius H, Settan M, Winkelmann A, Musial F, Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften.  
Schmerz. 2012 Jun;26(3):311-7. doi: 10.1007/s00482-012-1178-9. Review. German.  
PMID: 22760464 [PubMed - indexed for MEDLINE]  
[Related citations](#)

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+metaanalysis>

Con la búsqueda homeopathy metaanalysis en 2015- 114 resultados.

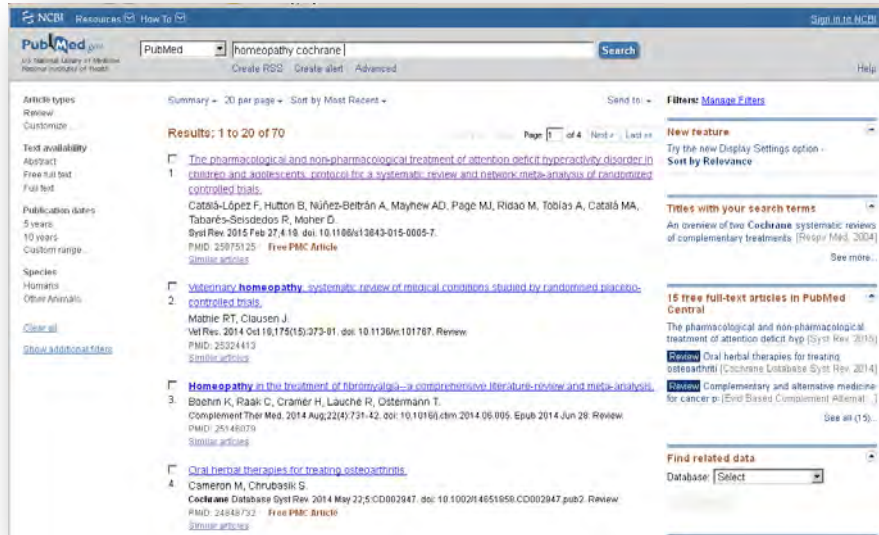
The screenshot shows the PubMed search results for the query 'homeopathy metaanalysis'. The search was performed on the PubMed website, which is part of the NCBI (National Center for Biotechnology Information) and US National Library of Medicine. The search results are displayed on page 1 of 6, with 114 results found. The results are sorted by 'Most Recent'. The first five results are:

- Prophylactic interventions after delivery of placenta for reducing bleeding during the postnatal period.**  
Yaju Y, Kataoka Y, Eto H, Honuchi S, Mori R.  
Cochrane Database Syst Rev. 2013 Nov 26;11:CD009328. doi: 10.1002/14651858.CD009328.pub2. Review.  
PMID: 24217701  
[Similar articles](#)
- Homeopathy for treatment of irritable bowel syndrome.**  
Peckham EJ, Nelson EA, Greenhalgh J, Cooper K, Roberts ER, Agrawal A.  
Cochrane Database Syst Rev. 2013 Nov 13;11:CD009710. doi: 10.1002/14651858.CD009710.pub2. Review.  
PMID: 24222203  
[Similar articles](#)
- Homeopathy meta-analyses of pooled clinical data.**  
Hahn RG.  
Forsch Komplementmed. 2013;20(5):376-81. doi: 10.1159/000355916. Epub 2013 Oct 17. Review.  
PMID: 24208628. Free Article  
[Similar articles](#)
- Homeopathic Oscillococcinum(®) for preventing and treating influenza and influenza-like illness.**  
Mathie RT, Frye J, Fisher P.  
Cochrane Database Syst Rev. 2012 Dec 12;12:CD001957. doi: 10.1002/14651858.CD001957.pub5. Review. Update in Cochrane Database Syst Rev. 2015;1:CD001957.  
PMID: 23235586  
[Similar articles](#)
- [Complementary and alternative therapies for fibromyalgia syndrome. Systematic review, meta-analysis and guideline].**  
Langhorst J, Häuser W, Bernardy K, Lucius H, Settan M, Winkelmann A, Musial F, Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften.  
Schmerz. 2012 Jun;26(3):311-7. doi: 10.1007/s00482-012-1178-9. Review. German.  
PMID: 22760464 [PubMed - indexed for MEDLINE]  
[Related citations](#)

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

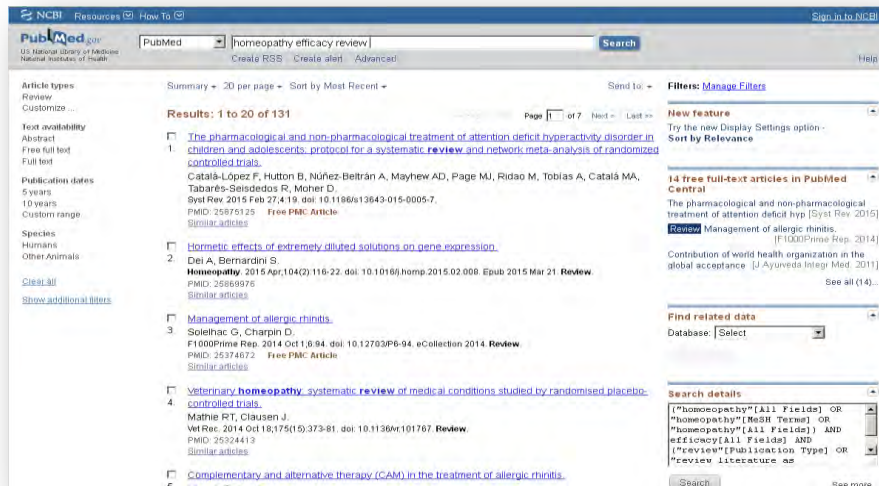
Pero además y en el 2015

Con homeopathy cochrane 2015: 70 resultados.



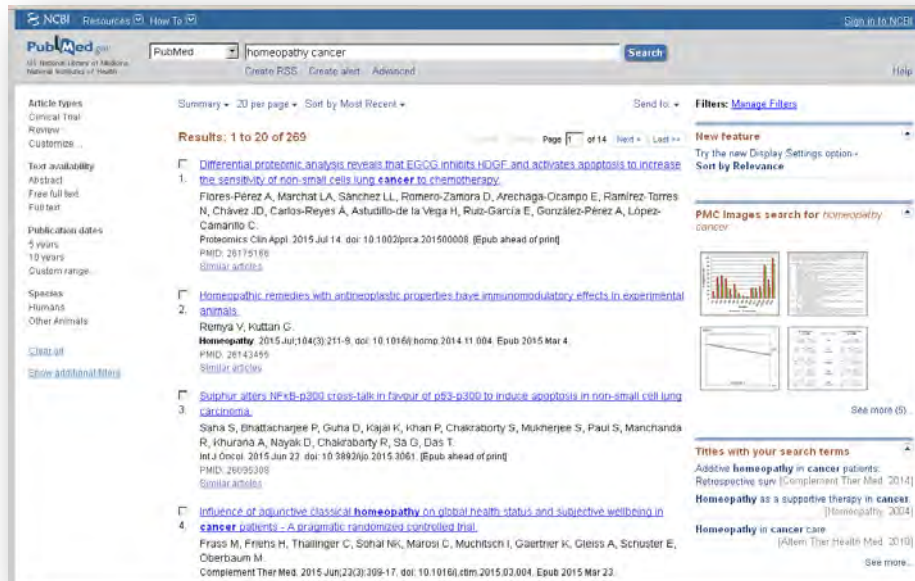
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+Cochrane>

Con homeopathy efficacy review 2015: 131 resultados.



<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?Db=pubmed&term=homeopathy%20efficacy%20review>

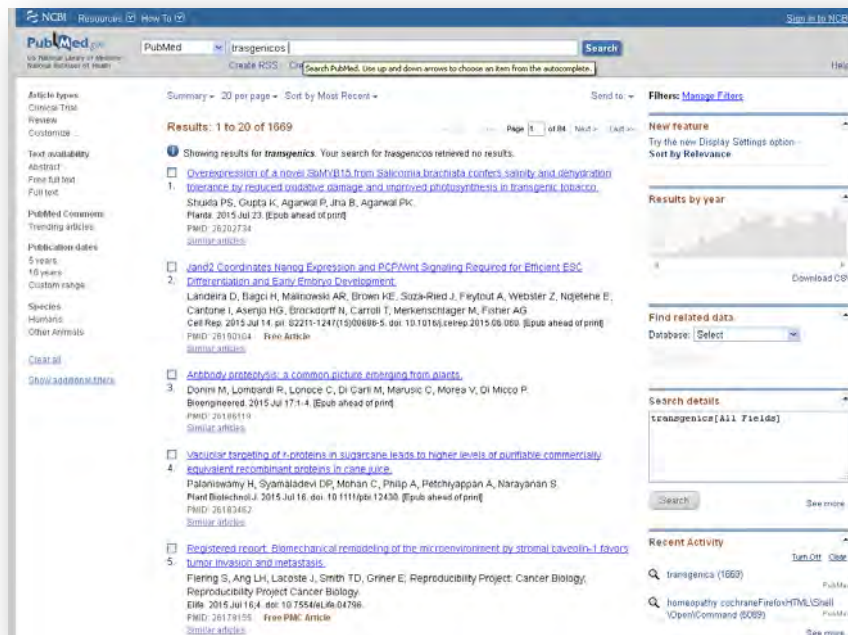
Con homeopatía cáncer 2015: 269 resultados.



<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=homeopathy+cancer>

Con transgénicos 2015: 1.668 resultados.

247

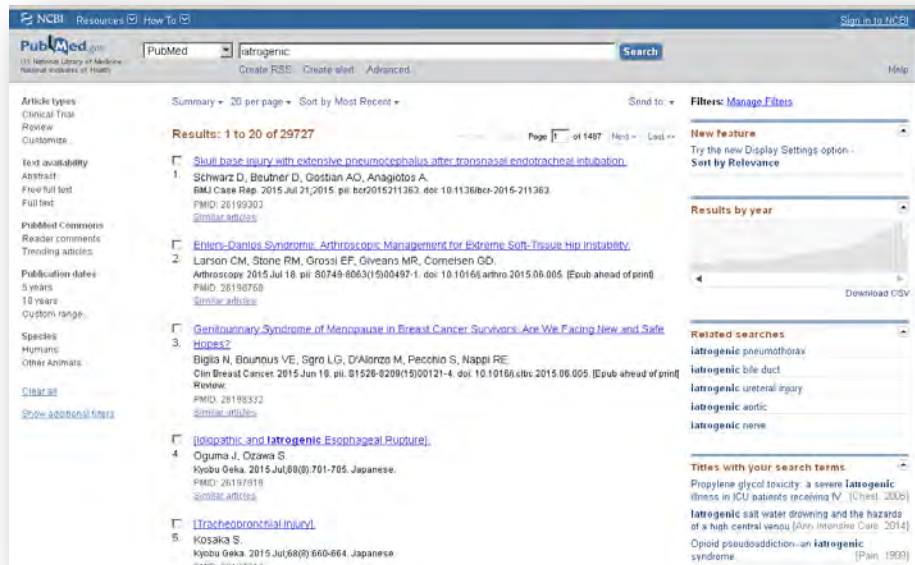


<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=transgenicos>



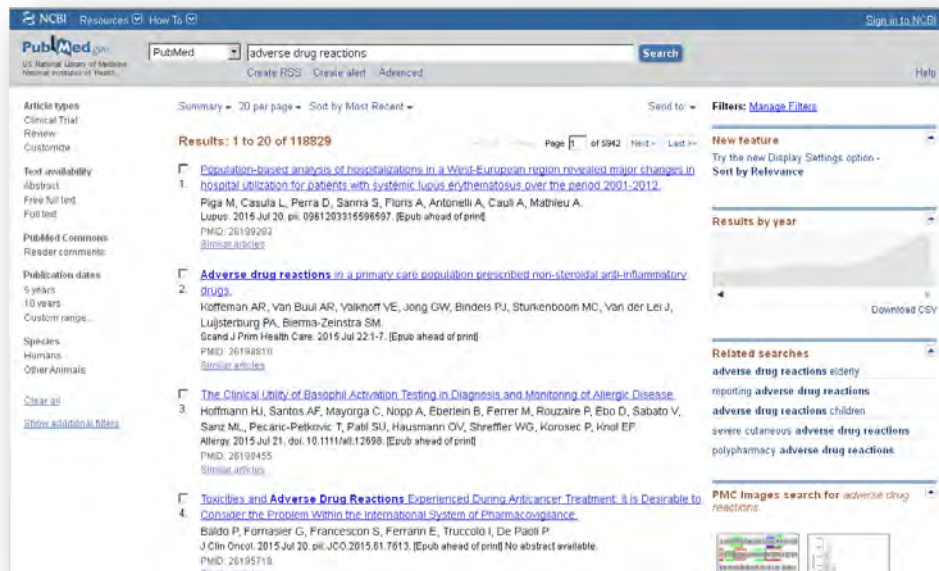
El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Con iatrogenic 2015: 29.727 resultados.



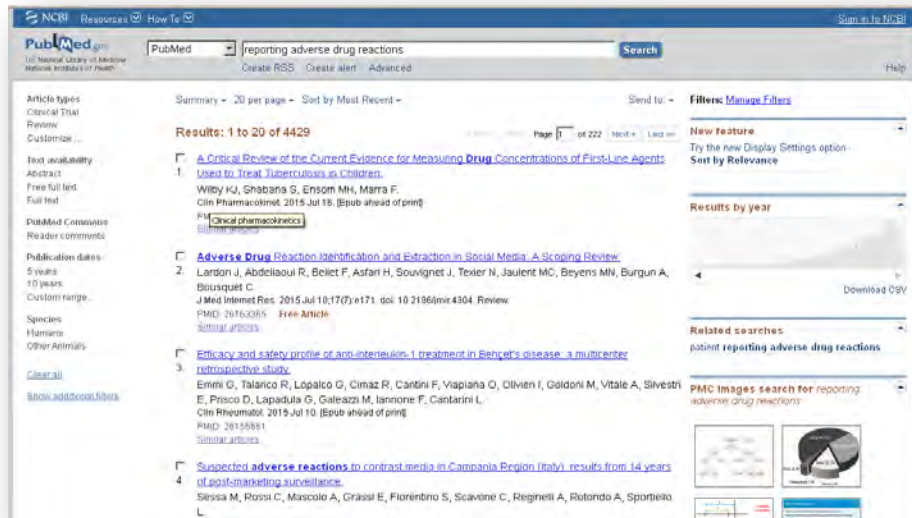
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=iatrogenic>

Con adverse drug reactions 2015: 118.82929.727 resultados.



<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=adverse+drug+reactions>

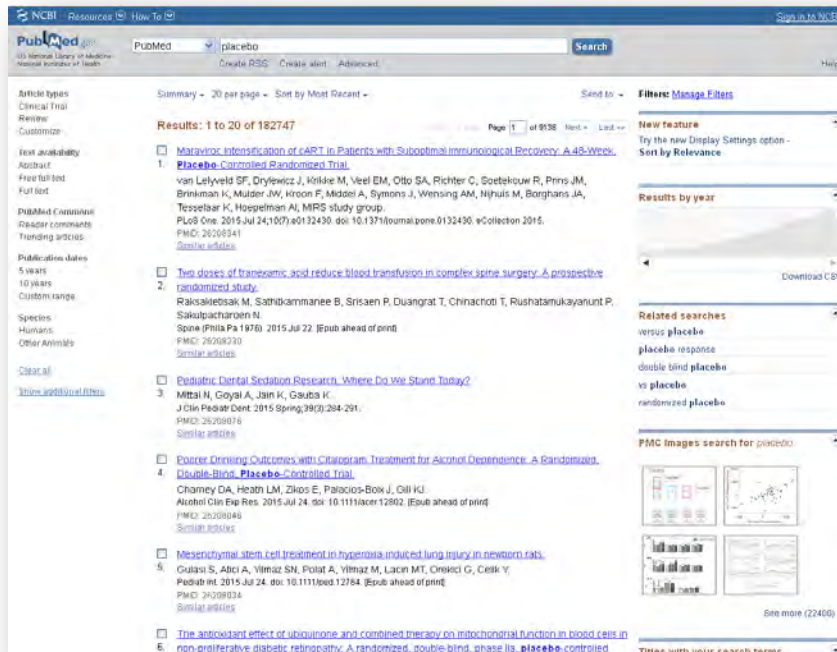
Con reporting adverse drug reactions 2015: 4.429 resultados.



<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/?term=reporting+adverse+drug+reactions>

Con reporting placebo 2015: 182.34729.727 resultados.

249



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

#### 7.1.5 CONCLUSIONES

Tras el análisis documental en la red de publicaciones en medios generalistas, en medios sociales, en las redes sociales y de publicaciones científicas accesibles en red. Y viendo el análisis de relevancia de *Google trends* podríamos concluir lo siguiente:

- La HOMEOPATÍA DESPIERTA UN INTERÉS MÁS O MENOS UNIFORME A LO LARGO DE LOS AÑOS y es cuando se produce una noticia en medios de comunicación en relación a ella, cuando incrementa su interés y se desatan los movimientos en pro y en contra. Concretamente en los dos últimos años 2013, con el anuncio de la regulación del medicamento homeopático por el gobierno de la nación por un lado, y en 2015 con motivo de la publicación del libro “Medicina sin engaños” publicado fundamentalmente para poner en cuestión la homeopatía. Como lo demuestra, por una parte, los titulares de los medios de comunicación recogidos en es este estudio y que se reflejan en el análisis realizado en medios.

En buscadores generales, académico y publicaciones científicas EL TÉRMINO QUE GENERA MÁS RESULTADOS Y PUBLICACIONES ES EL PLACEBO seguido de homeopatía en buscador general Y DE EFECTOS ADVERSOS DE MEDICAMENTOS EN CIENTÍFICOS Y ACADÉMICO.

- Resulta curioso que términos como transgénicos, iatrogenia y efectos adversos de medicamentos tengan menos resultados en el buscador general y académico en relación con algo que es la tercera causa de muerte en el mundo civilizado: la iatrogenia y los efectos adversos de los medicamentos. Uno, iatrogenia, quizá responda al desconocimiento del término y otro, efectos adversos, a la incorporación de ese concepto al modelo mental del usuario.

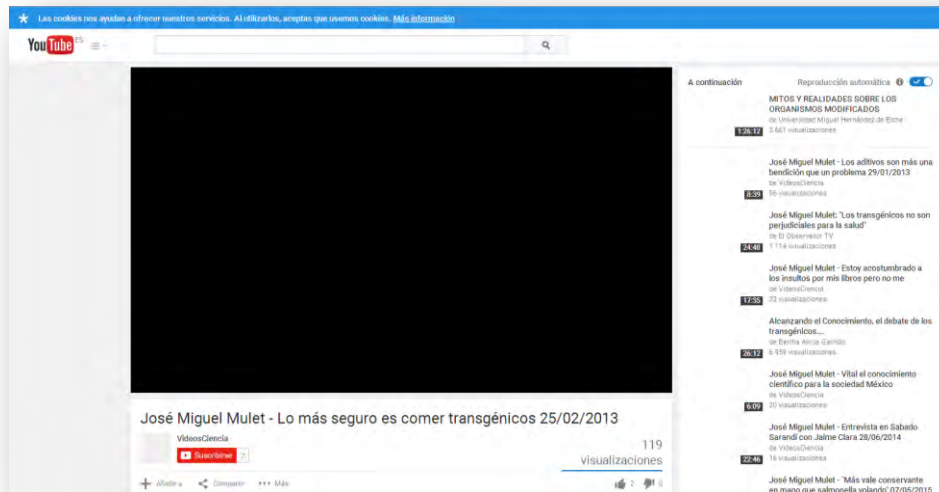


	<i>Google</i>	<i>Google Academic</i>	<i>PUBME D</i>
HOMEOPATÍA	<b>5.020.000</b>	<b>20.700</b>	<b>5.089</b>
EFFECTOS ADVERSOS MEDICAMENTOS	<b>695.000</b>	<b>47.000</b>	<b>118.829</b>
IATROGENIA	<b>164.000</b>	<b>8.790</b>	<b>29.727</b>
TRANSGÉNICOS	<b>1.100.000</b>	<b>15.300</b>	<b>1.668</b>
PLACEBO	<b>39.700.000</b>	<b>2.260.000</b>	<b>182.747</b>

Y también resulta llamativa la poca relevancia y resultados de transgénicos en todos los casos. Y que sean algunos defensores de los mismos y de la industria farmacéutica y alimentaria, los más acérrimos atacantes de la homeopatía.



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



<https://www.youtube.com/watch?v=nYdQWdVAwf0><sup>283</sup>

En lo que a los otros medios de comunicación y de la red social:

- LA NECESIDAD DE MEJORAR LA COMUNICACIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LOS MEDIOS COMUNICACIÓN Y DE LA MEDICINA. Unos, los periodistas, en la exigencia de integrar el rigor y conocimiento antes de trasladar a la ciudadanía informaciones no contrastadas. Otros, los médicos, tomando una postura activa en trasladar sus conocimientos de forma accesible y comprensible. Y todos desde una postura integradora que permita el diálogo y la no confrontación. En aras de ofrecer a quien sirven, los ciudadanos, la información necesaria para poder decidir desde la libertad y el conocimiento. Ese es el camino para construir la INTEGRACIÓN DE DISCIPLINAS O VISIONES, desde el respeto en un mundo abierto y democrático como es el de “la galaxia de internet”.

- EL INTERÉS DEL USUARIO EN LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN DE TODO AQUELLO QUE TIENE QUE VER CON LA SALUD Y CUYOS TÉRMINOS ALCANZA A COMPRENDER: homeopatía, placebo o efecto adverso de

<sup>283</sup> YouTube, (2015). *José Miguel Mulet - Lo más seguro es comer transgénicos 25/02/2013*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=nYdQWdVAwf0> [Accessed 12 Jun. 2015].

medicamentos. Y lo escaso de su acceso a términos propios de profesionales: iatrogenia y transgénicos.

- La DEMOCRATIZACIÓN DE LA RED SOCIAL a la hora de lanzar opiniones o reflejar posturas a favor o en contra.

- La CONSOLIDACIÓN DE LA RED Y DE INTERNET COMO MEDIO DE PRESIÓN y configurador de la agenda política de gobernantes y colectivos a través de la puesta en marcha de campañas de firmas a favor o en contra. Convirtiendo este medio en *LOBBY DEL PUEBLO O LA CIUDADANÍA* que exige de la necesidad de conocer con rigor lo que se pide y qué consecuencias favorables o desfavorables tiene. Es aquí, donde se ofrece a los profesionales de diversos campos la exigencia de que ejerzan su responsabilidad en aportar el conocimiento necesario y donde tienen la oportunidad de construir su reputación digital como colectivo al servicio de la sociedad de la que forman parte. Y hacerlo DESDE EL RESPETO, LA RESPONSABILIDAD Y EL RIGOR.

253

---

- La UTILIZACIÓN DE TÉRMINOS DENIGRATORIOS, pseudociencias, o EXCLUYENTES, alternativas, que CONFORMAN UN TERRITORIO CONCEPTUAL O LOS POSICIONA FUERA DEL ESTABLISHMENT. Hecho que puede ser perjudicial en un contexto estable y beneficioso en un contexto de crisis y cambio. Pues automáticamente los coloca en la forma adecuada por exclusión de la anteriormente identificada como poderosa. Lo que puede significar un perjuicio para las personas que deberían poder integrar lo mejor de cada disciplina al servicio de su bienestar.

- LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN en base a una comunicación abierta, multicanal, compartida y global, tanto de disciplinas, profesionales o productos que posteriormente DETERMINA LAS ACCIONES Y DECISIONES DE LAS PERSONAS.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- La necesidad de hacer todo esto desde: el RIGOR DEL CONOCIMIENTO, EL RESPETO INTEGRADOR Y LA RESPONSABILIDAD PROFESIONAL.

## Capítulo 8

### 8.1. Trabajo de campo - Encuesta público general

La primera encuesta fue realizada en abril de 2014 para mi trabajo de investigación de fin de máster sobre percepción de la homeopatía entre los usuarios de internet. Y ha sido actualizada a fecha junio de 2015 con un incremento de la muestra a una de 507 CUESTIONARIOS RELLENADOS.

Fue realizada con un cuestionario de *Google Drive*. La difusión se hizo a través de la red de contactos en redes sociales y por *e-mailing*. De forma que permitiese su viralización: *Facebook*: 742, *Linkedin*: 1.301 y *Twitter*: 487.

Al enviarse el cuestionario se desconocía el tipo de muestra resultante, pues vendría definida por las preguntas obligatorias presentes en el mismo.

Aún siendo esta muestra no representativa de la sociedad española sí nos sirve para hacernos una idea de la opinión de la red (en la muestra resultante) y poder compararla con otros estudios disponibles como los referidos en el marco teórico.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su  
contribución en la elección de terapia médica.

8.1.1. CUESTIONARIO

\*Obligatorio

**Sexo**

- mujer
- hombre

**Edad**

Señale la casilla que corresponde a su caso

- 15 a 25
- 25 a 50
- 50 a 70
- más de 70

**Nacionalidad**

- española
- Otro:

**Nivel de estudios**

- educación primaria
- bachiller
- formación profesional
- universitaria
- Otro:

**¿Trabaja en algo relacionado con la sanidad o la salud?**

- sí
- no

**¿Conoce la homeopatía?**

- sí
- no

**¿La ha utilizado alguna vez?**

- sí
- no

**Si la ha utilizado o conoce a alguna persona de su entorno que la uso, ¿quién se la recomendó o prescribió?**

- médico
- farmacéutico
- un amigo/familiar
- un acupuntor
- otro profesional no sanitario

257

---

**En caso de haberla usado. ¿Podría marcar su nivel de satisfacción con el resultado obtenido del 1 al 5 siendo 5 el valor más alto de satisfacción?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Considera que la homeopatía es:**

- una especialidad de la medicina
- una terapia alternativa
- un engaño bobos/sacaperras

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

**Considera que los médicos españoles no utilizan la homeopatía por:**

- desconocimiento por su parte de esta disciplina
- costumbre
- no está incluido en el Sistema Nacional de Salud y hay que pagarla
- falta de base científica de su efectividad
- intereses de la industria farmacéutica

**¿Sabía que en Alemania, Reino Unido y Francia la homeopatía está incluida en el Sistema Nacional de Salud?**

- sí
- no

**Las críticas a las que es sometida la homeopatía son debidas a:**

- la prescriben personas que no son médicos
- los médicos no la conocen
- no se enseña en las universidades como asignatura
- intereses económicos de la industria
- no está demostrada científicamente su eficacia

**Considera que la homeopatía es una terapia creíble y eficaz que debería estar contemplada por el médico en el tratamiento de sus pacientes**

- sí
- no



**Cree que la homeopatía resulta:**

- cara
- barata
- no sabe

**¿Cuál cree que es la ventaja principal del uso de la homeopatía frente a los fármacos convencionales?**

- no tiene efectos secundarios
- es una terapia personalizada
- lo peor que puede pasar es que no tenga efecto
- es compatible con el uso de otros fármacos y no interfiere en sus efectos
- potencia la auto curación del propio cuerpo

259

---

**Señale a quién considera más creíble para opinar sobre la homeopatía**

- médicos
- farmacéuticos
- periodistas
- personas que la hayan utilizado

El cuestionario fue contestado entre abril de 2014 y abril de 2015 por un total de 507 personas que configuraron la siguiente muestra:

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

### 8.1.2. MUESTRA

Perfil de la muestra de 507 PERSONAS:

- Sexo
  - 65,3% MUJERES
  - 34,7% hombres
  
- Edad
  - De 15 a 25 años – 7,5%
  - De 25 A 50 AÑOS – 61,3%
  - De 50 a 70 años- 31%
  - Más de 70 – 0,6%
  
- Nacionalidad
  - ESPAÑOLA- 94,9%
  - Otra – 5,1%
  
- Nivel de estudios
  - Educación primaria- 3,6%
  - Bachiller- 11,4%
  - Formación profesional- 13,2 %
  - UNIVERSITARIA- 73,6 %
  - Otro –3,7%
  
- Trabajo relacionado con la sanidad
  - Sí – 16,6 %
  - NO – 83,4 %

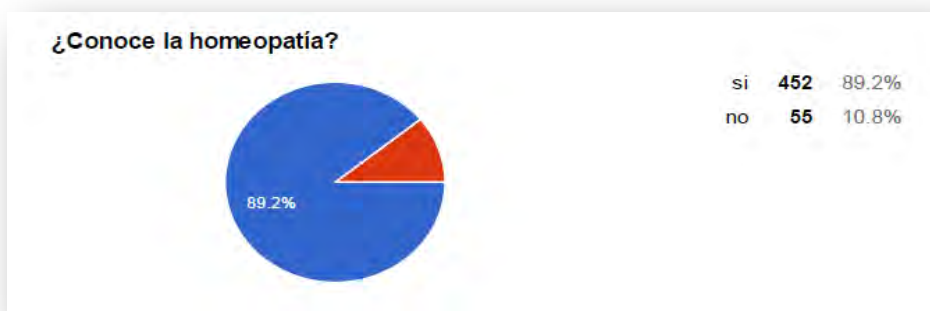
La herramienta utilizada para la realización y tabulación del cuestionario: *Google drive* de encuestas *on-line*.

### 8.1.3. RESULTADOS

1.- ¿Conoce la homeopatía?

**Sí – 89,2 %**

No- 10,8%



261

2.- ¿La ha utilizado alguna vez?

**Sí– 54,8 %**

No- 45,2 %



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

3.- Si la ha utilizado o conoce a alguna persona de su entorno que la uso  
¿Quién se la recomendó?

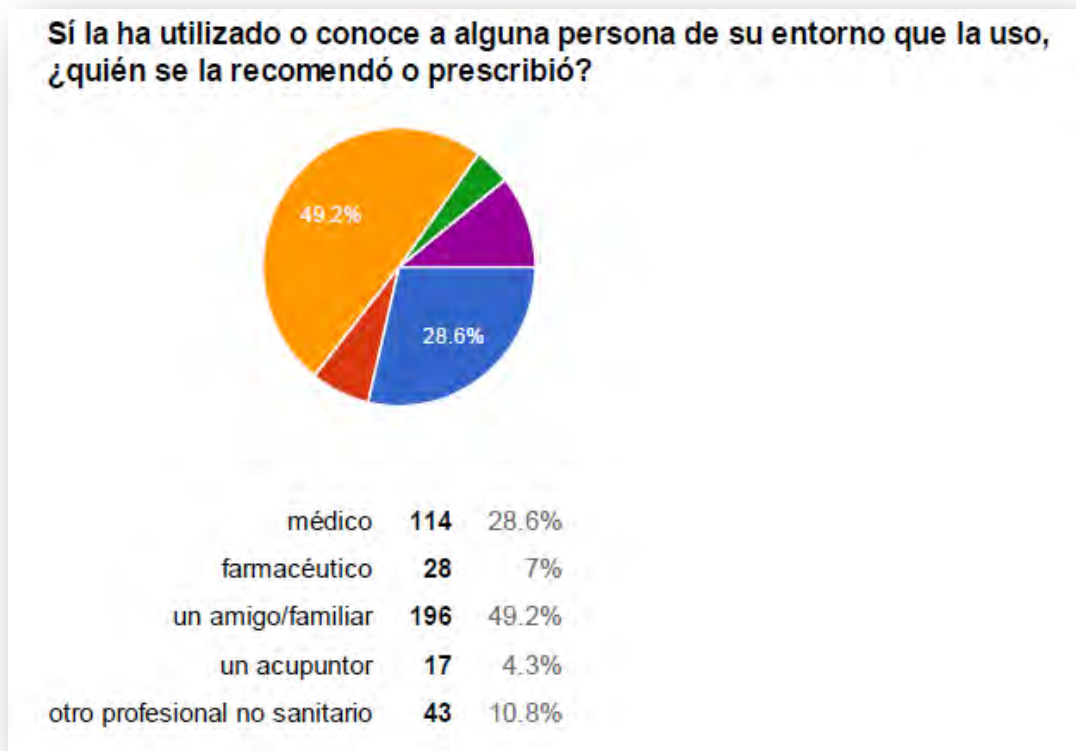
Médico – 28,6 %

Farmacéutico- 7%

**AMIGO/FAMILIAR – 49,2%**

Un acupuntor – 4,3 %

Otro profesional no sanitario – 10,8 %



4.- En caso de haberla usado. ¿Podría marcar su nivel de satisfacción con el resultado obtenido del 1 al 5 siendo 5 el valor más alto?

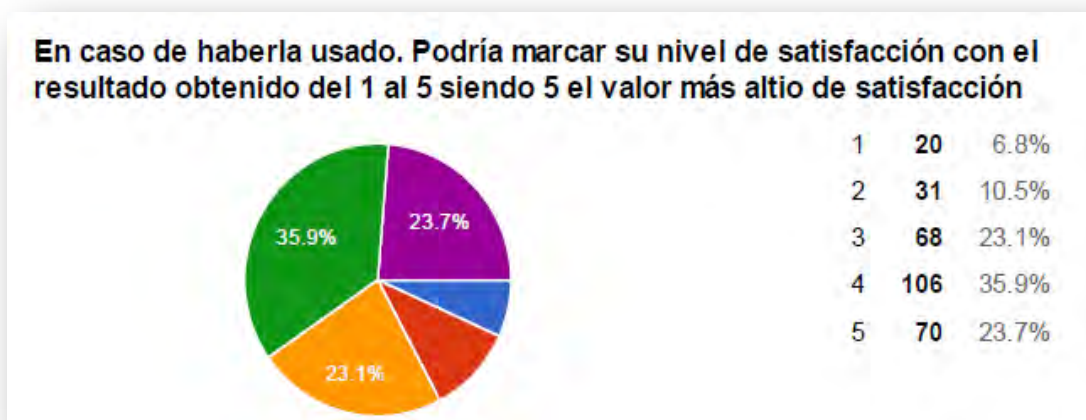
1 – 6,8 %

2- 10,5%

3- 23,1%

**4- 35,9%**

5- 23,7 %



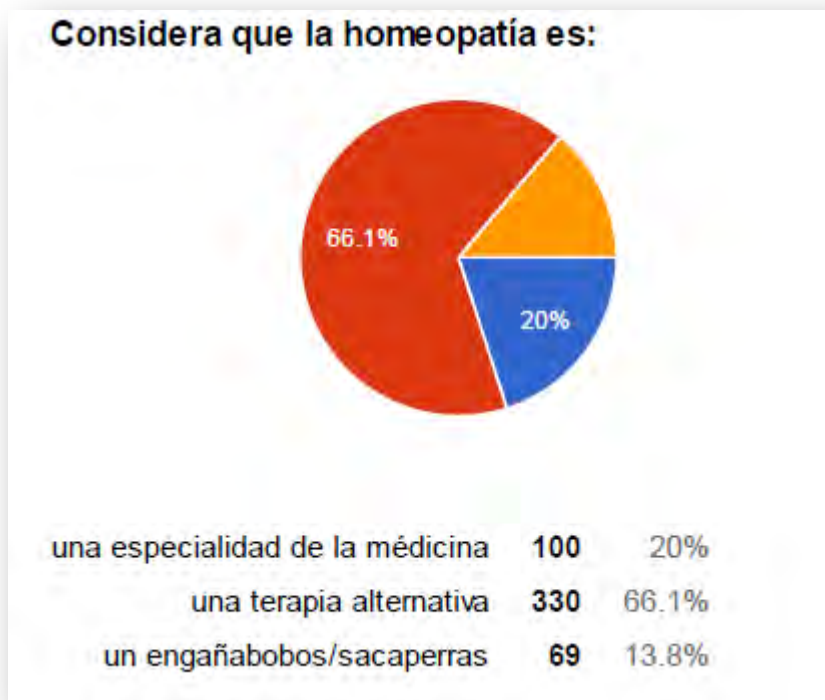
El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

5.- Considera que la homeopatía es:

Una especialidad de la medicina– 20 %

**UNA TERAPIA ALTERNATIVA- 66,1%**

Un engaño bobos/sacaperras –13,8%



6.- Considera que los médicos españoles no utilizan la homeopatía por:

Desconocimiento por su parte de esta disciplina– 27,3 %

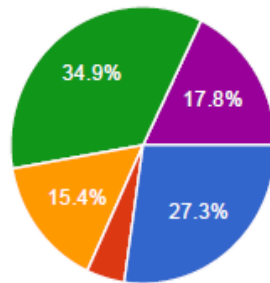
Costumbre – 4,6%

No está incluido en el sistema nacional de salud y hay que pagarla- 15,4%

**FALTA DE BASE CIENTÍFICA DE SU EFECTIVIDAD- 34,9%**

Intereses de la industria farmacéutica- 17,8%

**Considera que los médicos españoles no utilizan la homeopatía por:**



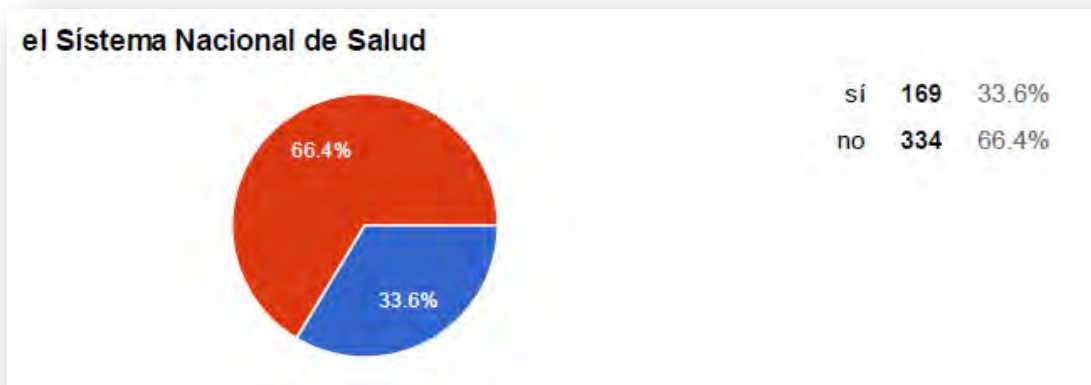
desconocimiento por su parte de esta disciplina	135	27.3%
costumbre	23	4.6%
no está incluido en el Sistema Nacional de Salud y hay que pagarla	76	15.4%
falta de base científica de su efectividad	173	34.9%
intereses de la industria farmacéutica	88	17.8%

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

7.- ¿Sabía que en Alemania, Reino Unido y Francia la homeopatía está incluida en el Sistema Nacional de Salud?

Sí – 33,6 %

**No- 66,4%**





8.- Las críticas a las que se ve sometida la homeopatía son debidas a:

La prescriben personas que no son médicos – 16,2 %

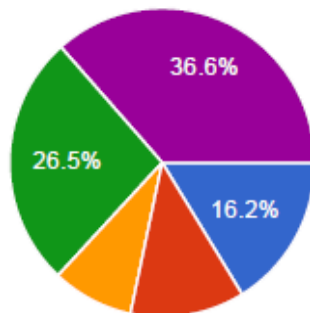
Los médicos no la conocen- 12,1 %

No se enseña en las universidades esa asignatura- 8,6%

Intereses económico de la industria- 26,5 %

**NO ESTÁ DEMOSTRADA CIENTÍFICAMENTE SU EFICACIA- 36,6%**

**las críticas a las que se sometida la homeopatía son debidas a:**



la prescriben personas que no son médicos	<b>79</b>	16.2%
los médicos no la conocen	<b>59</b>	12.1%
no se enseña en las universidades como asignatura	<b>42</b>	8.6%
intereses económicos de la industria	<b>129</b>	26.5%
no está demostrada científicamente su eficacia	<b>178</b>	36.6%

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

9.- ¿Considera que la homeopatía es una terapia creíble y eficaz que debería estar contemplada por el médico en el tratamiento de sus pacientes?

**Sí – 74,7 %**

No- 25,3%

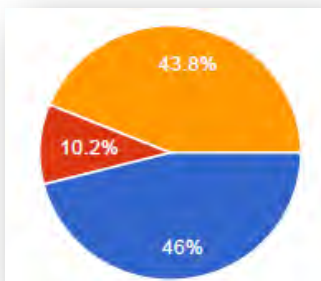


10.- Cree que la Homeopatía resulta:

**CARA– 46%**

Barata- 10,2%

No sabe – 43,8%



11.- ¿Cuál cree que es la ventaja principal del uso de la homeopatía frente a los fármacos convencionales?

No tiene efectos secundarios – 18,9 %

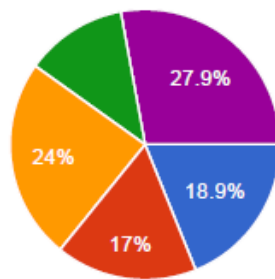
Es una terapia personalizada- 17%

Lo peor que puede pasar es que no tenga efecto- 24%

Es compatible con el uso de otros fármacos y no interfiere sus efectos- 12,2%

**POTENCIA LA AUTO- CURACIÓN DEL PROPIO CUERPO- 27,9%**

**Cuál cree que es la ventaja principal del uso de la homeopatía frente a los fármacos convencionales**



no tiene efectos secundarios	<b>88</b>	18.9%
es una terapia personalizada	<b>79</b>	17%
lo peor que puede pasar es que no tenga efecto	<b>112</b>	24%
es compatible con el uso de otros fármacos y no interfiere en sus efectos	<b>57</b>	12.2%
potencia la autocuración del propio cuerpo	<b>130</b>	27.9%

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

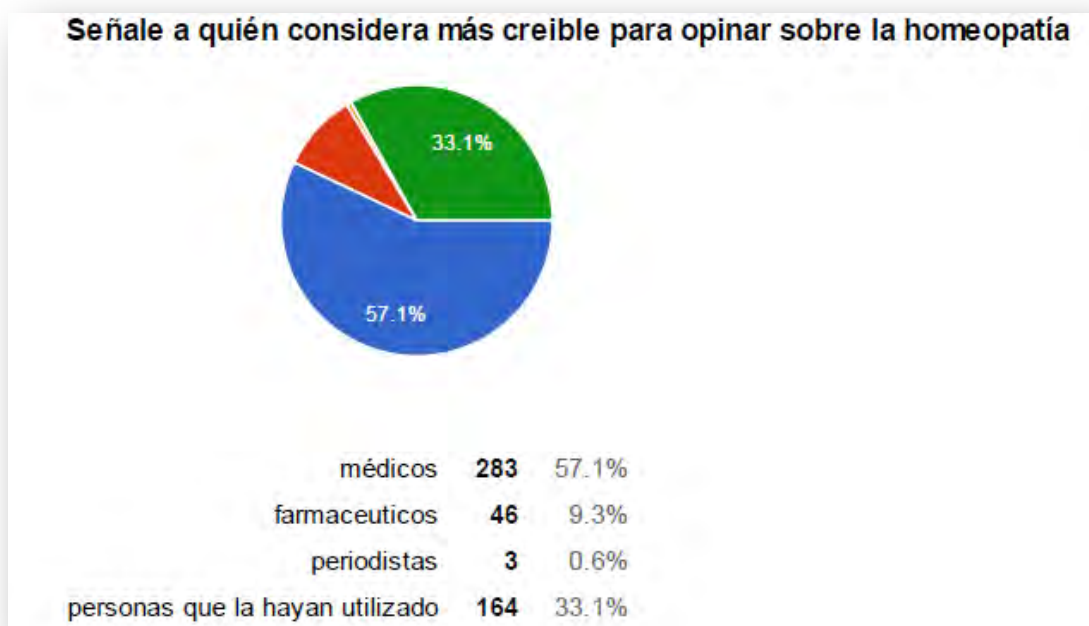
12.- Señale a quién considera más creíble para opinar sobre la homeopatía:

**MÉDICOS– 57,1 %**

Farmacéuticos- 9,3%

Periodistas – 0,6%

Personas que la hayan utilizado – 33,1 %



#### 8.1.4. CONCLUSIONES:

- Existe un ELEVADO GRADO DE CONOCIMIENTO del término HOMEOPATÍA.
  - o UN 89,2 % DICE CONOCERLO.
  - o Un 54,8 % dice haberlo usado alguna vez.
  - o A un 49,2 % SE LO RECOMENDÓ UN AMIGO O FAMILIAR y a un 28,6 % un médico.
  
- Existe un nivel de SATISFACCIÓN ALTO EN UN 59,6 % entre los que puntúan 4 y 5 sobre 5 de los que han utilizado alguna vez la homeopatía.
  
- A la hora de decir qué es la homeopatía un 66,1 % la define como una TERAPIA ALTERNATIVA.
  
- Se considera que los médicos no la usan:
  - o Por FALTA DE BASE CIENTÍFICA en un 34,9 %.
  - o Por DESCONOCIMIENTO DE LOS MÉDICOS de ella un 27,3.
  
- Un 66,4 % desconoce que la homeopatía está incluida en los sistemas públicos de salud de Francia, Alemania o UK.
  
- Las críticas a las que se ve sometida esta disciplina son:
  - o Por su FALTA DE BASE CIENTÍFICA para un 36,6 %.
  - o Por INTERESES ECONÓMICOS DE LA INDUSTRIA para un 26,5%.
  
- La homeopatía es considerada como una TERAPIA CREÍBLE Y EFICAZ que debe SER CONTEMPLADA POR LOS MÉDICOS en sus tratamientos, por un 74,7 % de la muestra.
  
- Es considerada cara por un 46 % y un 43,8% no sabe o no contesta. Lo que nos conduce a pensar que quien no la usó, no puede dar esta información de forma real.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- Su ventaja fundamental es POTENCIAR LA AUTO-CURACIÓN DEL ORGANISMO para un 27,9 % y para un 24% lo peor que puede hacer es no tener ningún efecto.
- El grupo MÁS CREÍBLE PARA OPINAR sobre la homeopatía son LOS MÉDICOS con un 57,1% y los que la han usado con un 33,1%.

#### CONCLUSIÓN FINAL:

La gente conoce de forma mayoritaria la existencia de algo llamado homeopatía, lo ha utilizado al menos una vez más de la mitad y de ellos un 60% tienen un ALTO NIVEL DE SATISFACCIÓN. Se LO RECOMENDÓ UN FAMILIAR o amigo en un 49,2%.

AUN CONSIDERÁNDOSE UNA TERAPIA ALTERNATIVA Y NO ESTANDO DEMOSTRADA SU BASE CIENTÍFICA, LOS USUARIOS DICEN MAYORITARIAMENTE QUE SUS MÉDICOS DEBERÍAN CONTEMPLAR LA HOMEOPATÍA A LA HORA DE TRATAR SUS ENFERMEDADES EN UN 74%

## 8.2. Trabajo de campo 3º - Encuestas profesionales de la medicina

Se han realizado con la misma herramienta de *Google drive* que la de sociedad.

Con un mismo cuestionario para las dos muestras diferentes, pero diferenciado en las preguntas de control.

Dada la existencia de dudas razonables de obtener una muestra sin sesgo se optó por la realización del mismo en dos ámbitos:

- Nacional.- cuya difusión ha sido realizada por diferentes canales entre los que se incluyen: AMHB, Colegio de Médicos de Álava y Castellón, univale y contactos personales. La base son los 238.240 médicos colegiados en España.<sup>284</sup>
- Valencia.- difusión exclusiva a través del Colegio de Médicos de Valencia a sus 14.183 colegiados/as.

### 8.2.1. VALENCIA

La encuesta fue realizada con un cuestionario de *Google drive* y difundida por el Colegio de Médicos de Valencia, COMV, a sus colegiados en el mes de julio con el siguiente cuestionario:

---

<sup>284</sup> ine.es, (2015). [online] Available at: <http://www.ine.es/prensa/np909.pdf> [Accessed 4 Sep. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

### 8.2.1.1. CUESTIONARIO

#### Edad\*Obligatorio

- Menos de 25
- 25-50 años
- 50-70 años
- Más de 70

#### ¿Trabaja en la Sanidad pública?\*Obligatorio

- SÍ
- NO

#### Nacionalidad\*Obligatorio

- Española
- Extranjera

#### Sexo\*Obligatorio

- Mujer
- Hombre

#### ¿Conoce la homeopatía?

- SÍ
- NO

#### ¿Considera que la homeopatía es?

- Una medicina alternativa
- Un modelo médico
- Una terapia
- Un engaño



**¿Ha prescrito alguna vez homeopatía?**

- Sí
- NO

**¿Quién prescribe hoy la homeopatía?**

- Médicos
- Farmacéuticos
- Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)
- Personas sin cualificación para prescribir medicamentos
- Todos

**¿Quién debería prescribirla?**

- Médicos
- Farmacéuticos
- Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)
- Nadie
- Todos

**¿Por qué no prescribe homeopatía?**

- Sí la prescribo
- No la conozco
- No es un medicamento
- No es eficaz
- No tiene base científica

**Si los estudios científicos demostrasen la eficacia de la homeopatía ¿la prescribiría?**

- Sí
- NO
- NS/NC

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

**¿Tiene efectos secundarios la homeopatía?**

- Sí
- NO
- NS/NC

**¿Qué grado de conocimiento cree que tiene la homeopatía en la sociedad?**

- 0-25%
- 25-50%
- Más del 50%

**¿Qué porcentaje de gente cree que ha utilizado al menos una vez la homeopatía?**

- 0-25%
- 25-50%
- Más del 50%

**¿Dónde cree que compra la gente la homeopatía?**

- Herboristería
- Farmacia
- Ambas
- Internet
- NS/NC

**¿Qué riesgo tiene que la homeopatía sea prescrita por no médicos?**

- No recibir el tratamiento adecuado a su patología
- Ninguno, al no ser efectiva
- Es una práctica ilícita. Sólo los médicos pueden diagnosticar y tratar enfermedades
- NS/NC

**Dado que los usuarios toman homeopatía ¿Qué postura deben adoptar los médicos?**

- Conocer la disciplina y decidir sobre su uso después
- Integrarla en la sanidad pública y que elija el usuario
- No conocerla y rechazarla
- Desaconsejarla

8.2.1.2. MUESTRA

Fue contestado a 30 de julio por un total de **459** personas que configuraron la siguiente muestra: que significa UN ERROR DEL +/- 4,9% con un NIVEL DE CONFIANZA DEL 95% según DATUM<sup>285</sup>

- Sexo
  - 53,8% MUJERES
  - 46,2% hombres
  
- Edad
  - Menos de 25 años – 2%
  - DE 25 A 50 AÑOS – 59,7%
  - De 50 a 70 años- 38,1%
  - Más de 70 – 0,2%
  
- Nacionalidad
  - ESPAÑOLA- 93%
  - Otra – 7%
  
- Trabaja en la sanidad pública
  - SI - 73,9%
  - No - 26,1%

<sup>285</sup> Datum.com.pe, (2015). *Datum Internacional*. [online] Available at: <http://www.datum.com.pe/margendeerror.php> [Accessed 12 Sep. 2015]

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

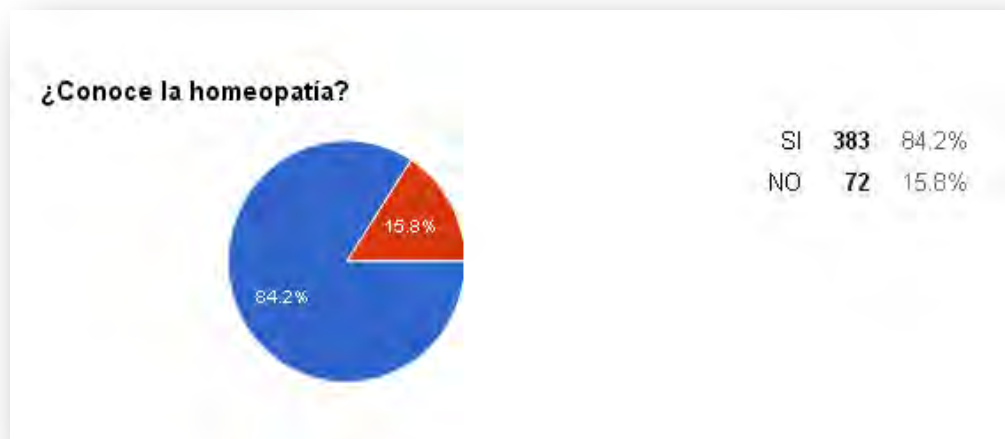
### 8.2.1.3. RESULTADOS

La herramienta utilizada para la realización y tabulación del cuestionario: *Google drive* de encuestas *on-line*. Y los resultados los siguientes:

1.- ¿Conoce la homeopatía?

Sí – 84,2 %

No- 15,8%



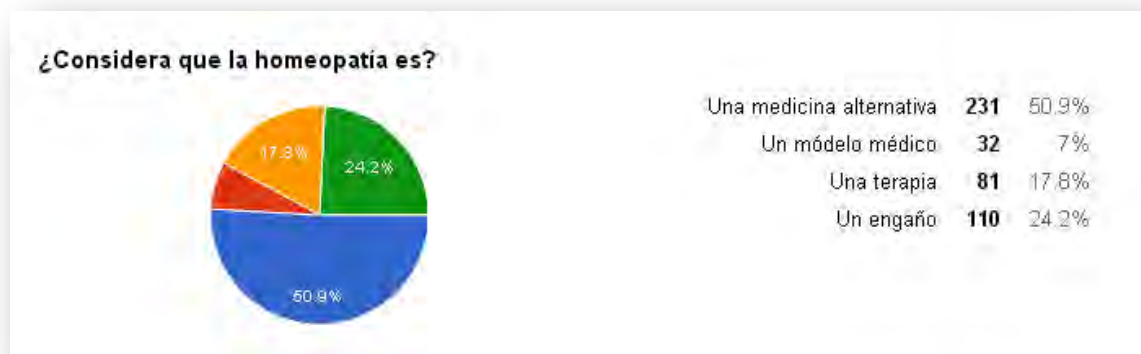
2.- ¿Considera que la homeopatía es?

UNA MEDICINA ALTERNATIVA – 50,9 %

Un modelo médico- 7 %

Una terapia – 17,8%

Un engaño – 24,2%



3.-¿Ha prescrito alguna vez homeopatía?

Sí – 24,2%

NO – 75,8%



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

#### 4.- ¿Quién prescribe hoy la homeopatía?

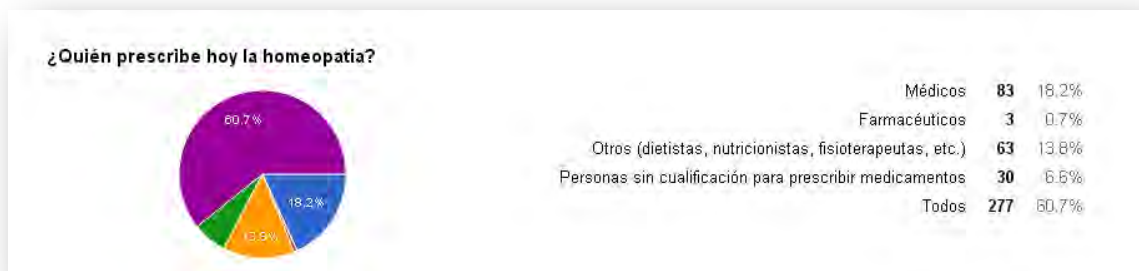
Médicos – 18,2 %

Farmacéuticos - 0,7%

Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)- 13,8%

Personas sin cualificación para prescribir medicamentos- 6,6 %

TODOS - 60,7%



#### 5.- ¿Quién debería prescribirla?:

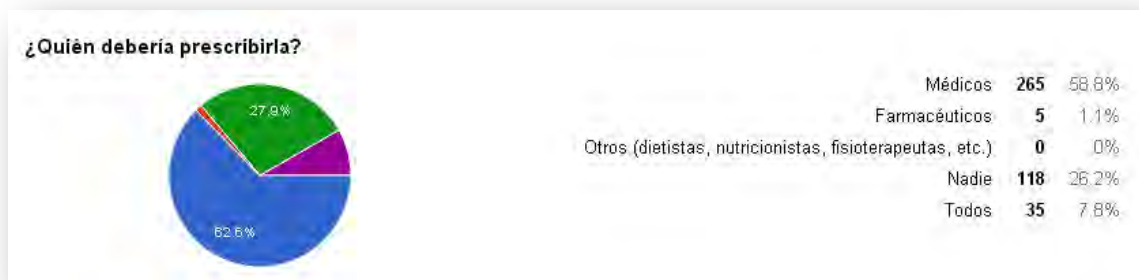
MÉDICOS – 58,8 %

Farmacéuticos – 1,1%

Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)- 0%

Nadie - 26,2 %

Todos – 7,8%



6.- ¿Por qué no prescribe homeopatía?:

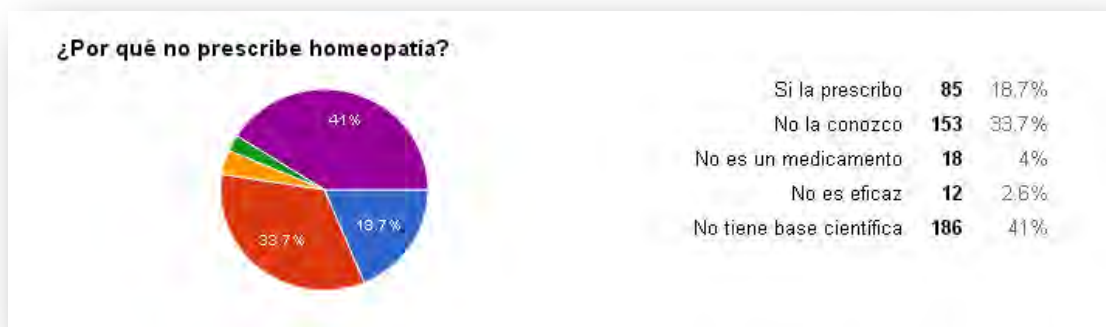
Sí la prescribo– 18,7 %

No la conozco – 33,7%

No es un medicamento- 4%

No es eficaz- 2,6%

NO TIENE BASE CIENTÍFICA- 41%



7.- Si los estudios científicos demostrasen la eficacia de la homeopatía ¿la prescribiría?

Sí - 85,2 %

No – 1,8 %

NS/NC – 13 %



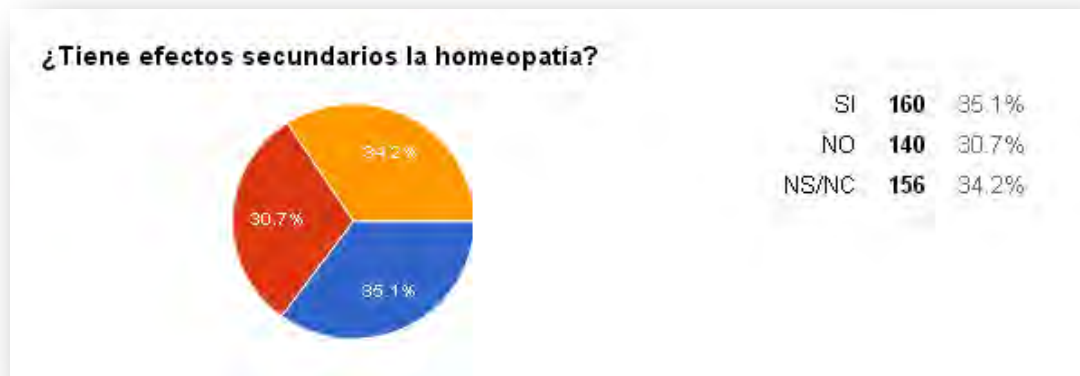
El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

8.- ¿Tiene efectos secundarios la homeopatía?:

Sí – 35,1 %

No – 30,7 %

NS/NC- 34,2%



9.- ¿Qué grado de conocimiento cree que tiene la homeopatía en la sociedad?

0-25% – 82,5 %

25-50%- 15,7 %

Más del 50% - 1,8%





10.- ¿Qué porcentaje de gente cree que ha utilizado al menos una vez la homeopatía?

0-25%– 59,3%

25-50%- 32,1%

Más del 50% – 8,6%



11.- ¿Dónde cree que compra la gente la homeopatía?

283

Herboristería – 13,7 %

Farmacia- 23,5%

AMBAS- 56,2%

Internet - 1,5%

NS/NC- 5%



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

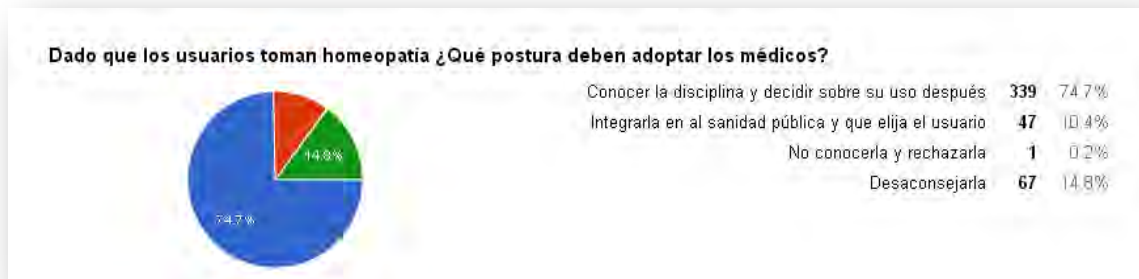
12.- Dado que los usuarios toman homeopatía ¿qué postura deben tomar los médicos?:

CONOCER LA DISCIPLINA Y DECIDIR SOBRE SU USO DESPUÉS – 74,7 %

Integrarla en la sanidad pública y que elija el usuario- 10,4%

No conocerla y rechazarla – 0,2%

Desaconsejarla – 14,8 %



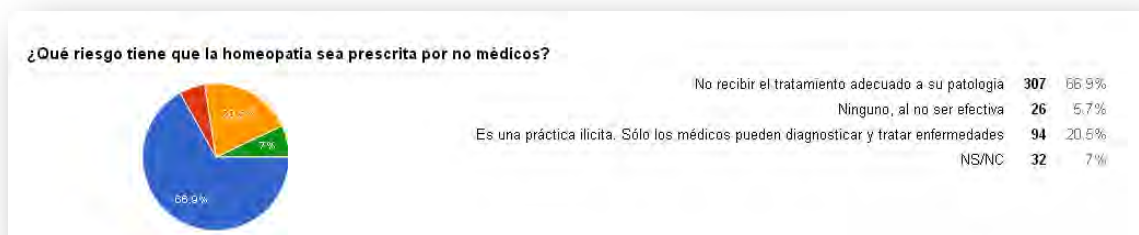
13.- ¿Qué riesgo tiene que la homeopatía sea prescrita por no médicos?:

NO RECIBIR EL TRATAMIENTO ADECUADO A SU PATOLOGÍA – 66,9 %

Ninguno, al no ser efectivo- 5,7%

Es una práctica ilícita. Solo los médicos pueden diagnosticar y tratar enfermedades – 20,5%

NS/NC – 7 %



#### 8.2.1.4. CONCLUSIONES

Podemos extraer las siguientes conclusiones:

- CONOCEN LA HOMEOPATÍA un 84,2% (el público general 89%).
- 50,9% la consideran una MEDICINA ALTERNATIVA.
- Un 75,8% NO HA PRESCRITO NUNCA HOMEOPATÍA (un 73,9% trabajan en la sanidad pública).
- Un 60,7% cree que es PRESCRITA POR TODOS (médicos, farmacéuticos, fisioterapeutas, nutricionistas, y mucha gente sin cualificación).
- El 58,8% consideran que la homeopatía DEBERÍA SER PRESCRITA POR UN MÉDICO.
- NO LA PRESCRIBEN un 41% por FALTA DE BASE CIENTÍFICA y un 33,7% por desconocimiento de la misma.
- 82,5% CREEN QUE ES CONOCIDA POR UN 0 A UN 25% de la sociedad. Y un 59% que la ha consumido al menos una vez entre un 0 y un 25%.
- Un 56% cree que la gente COMPRA LA HOMEOPATÍA EN HERBORISTERÍA Y FARMACIA.
- Un 66,9% que el riesgo de no ser prescrita por médicos es que el PACIENTE NO RECIBA EL TRATAMIENTO ADECUADO.

En resumen: la homeopatía es considerada por los médicos como una MEDICINA ALTERNATIVA. Un 76% NUNCA LA HA PRESCRITO por NO TENER BASE CIENTÍFICA (41%) O POR DESCONOCIMIENTO (33,7%). Si tuviese base científica la prescribirían un 85,2%, ya que consideran que DEBERÍA SER PRESCRITA POR LOS MÉDICOS 58,8%,

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

aunque en la actualidad creen que lo hacen muchas personas y profesionales de otra cualificación, 60,7%. Creen que la homeopatía es conocida entre un 0 y 25% de la sociedad (82,5%) y que la han usado al menos una vez entre 0 y 25% de la sociedad (59,3). Creen que se compra en herboristerías y farmacias un 56%. El riesgo mayor que corren los pacientes si no la prescribe un médico, es no recibir tratamiento adecuado a su enfermedad para un 67%.

CONCLUSIÓN FINAL: LLAMA LA ATENCIÓN:

- EL ELEVADO DESCONOCIMIENTO DE LA DISCIPLINA, 34%, SIENDO QUE LA CONSIDERA O BIEN UNA MEDICINA ALTERNATIVA O UNA TERAPIA.
- QUE NO SE SEPA QUE ES UN MEDICAMENTO Y POR TANTO DE VENTA EXCLUSIVA EN FARMACIAS.
- LA PREDISPOSICIÓN A PRESCRIBIRLA SI TUVIESE BASE CIENTÍFICA.
- Y EL DESCONOCIMIENTO DEL GRADO DE CONOCIMIENTO Y USO DE LA HOMEOPATÍA POR PARTE DE LA SOCIEDAD.

## 8.2.2. NACIONAL

### 8.2.2.1. CUESTIONARIO

#### **Edad\*Obligatorio**

- Menos de 25
- 25-50 años
- 50-70 años
- Más de 70

#### **¿Trabaja en la Sanidad pública?\*Obligatorio**

- SÍ
- NO

#### **Nacionalidad\*Obligatorio**

- Española
- Extranjera

#### **Sexo\*Obligatorio**

- Mujer
- Hombre

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

**¿En qué Comunidad autónoma ejerce su profesión? \*Obligatorio**

- Comunidad Valenciana
- Cataluña
- País Vasco
- Canarias
- Madrid
- Extremadura
- Castilla la Mancha
- Aragón
- Murcia
- Andalucía
- Castilla León
- Cantabria
- Asturias
- Baleares
- La Rioja
- Navarra
- Galicia

**¿Conoce la homeopatía?**

- Sí
- NO

**¿Considera que la homeopatía es?**

- Una medicina alternativa
- Un modelo médico
- Una terapia
- Un engaño

**¿Ha prescrito alguna vez homeopatía?**

- Sí
- NO

**¿Quién prescribe hoy la homeopatía?**

- Médicos
- Farmacéuticos
- Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)
- Personas sin cualificación para prescribir medicamentos
- Todos los anteriores

**¿Quién debería prescribirla?**

- Médicos
- Farmacéuticos
- Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)
- Nadie
- Todos

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

**¿Por qué no prescribe homeopatía?**

- Si la prescribo
- No la conozco
- No es un medicamento
- No es eficaz
- No tiene base científica

**Si los estudios científicos demostrasen la eficacia de la homeopatía ¿la prescribiría?**

- Sí
- NO
- NS/NC

**¿Tiene efectos secundarios la homeopatía?**

- Sí
- NO
- NS/NC

**¿Qué grado de conocimiento cree que tiene la homeopatía en la sociedad?**

- 0-25%
- 25-50%
- Más del 50%

**¿Qué porcentaje de gente cree que ha utilizado al menos una vez la homeopatía?**

- 0-25%
- 25-50%
- Más del 50%



**¿Dónde cree que compra la gente la homeopatía?**

- Herboristería
- Farmacia
- Ambas
- Internet
- NS/NC

**Dado que los usuarios toman homeopatía ¿Qué postura deben adoptar los médicos?**

- Conocer la disciplina y decidir sobre su uso después
- Integrarla en al sanidad pública y que elija el usuario
- No conocerla y rechazarla
- Desaconsejarla

**¿Qué riesgo tiene que la homeopatía sea prescrita por no médicos?**

- No recibir el tratamiento adecuado a su patología
- Ninguno, al no ser efectiva
- Es una práctica ilícita. Sólo los médicos pueden diagnosticar y tratar enfermedades
- NS/NC

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

#### 8.2.2.2. MUESTRA

Fue contestado a 30 de julio por un total de **307** personas lo que nos da un 5,6% de error con un nivel de confianza del 95% y que configura la siguiente muestra:<sup>286</sup>

- Sexo
  - 53,1% MUJERES
  - 46,9% hombres
  
- Edad
  - Menos de 25 años – 0%
  - De 25 a 50 años –40,4%
  - DE 50 A 70 AÑOS- 58,3%
  - Más de 70 – 1,3%
  
- Nacionalidad
  - ESPAÑOLA- 97,4%
  - Otra – 2,6%
  -
  
- Trabaja en la sanidad pública
  - SI –60,3%
  - No –39,7%

---

<sup>286</sup> Datum.com.pe, (2015). *Datum Internacional*. [online] Available at: <http://www.datum.com.pe/margendeerror.php> [Accessed 12 Sep. 2015].

## CCAA

- Comunidad Valenciana 46.9%
- Cataluña 18.9%
- País Vasco 11.4%
- Canarias 5,9%
- Madrid 5.9%
- Extremadura 0%
- Castilla la Mancha 0.7%
- Aragón 0.7%
- Murcia 0.3%
- Andalucía 2.3%
- Castilla León 0%
- Cantabria 0%
- Asturias 2.6%
- Baleares 1.6%
- La Rioja 0.7%
- Navarra 1%
- Galicia 1.3%

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

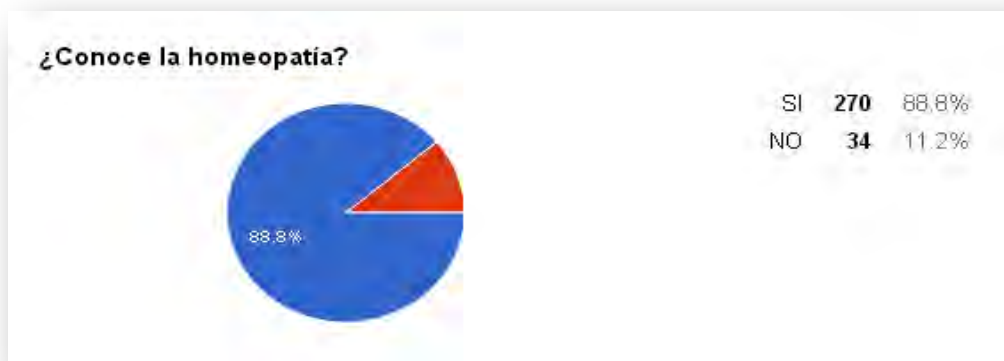
### 8.2.2.3. RESULTADOS

La herramienta utilizada para la realización y tabulación del cuestionario: *Google drive* de encuestas *on line*. Y los resultados los siguientes:

1.- ¿Conoce la homeopatía?

Sí – 88,8 %

No- 11,2%



2.- ¿Considera que la homeopatía es?

UNA MEDICINA ALTERNATIVA – 33,6 %

Un modelo medico- 23,6 %

Una terapia – 25,7%

Un engaño – 17,1%



295

3.- ¿Ha prescrito alguna vez homeopatía?

SÍ – 57%

NO – 43%



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

#### 4.- ¿Quién prescribe hoy la homeopatía?

Médicos – 18%

Farmacéuticos – 1,3%

Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)- 5,6%

Personas sin cualificación para prescribir medicamentos- 2,3 %

TODOS –72,5%



5.- Quién debería prescribirla?:

MÉDICOS – 71,2 %

Farmacéuticos – 1,3%

Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)- 0.3%

Nadie - 19,2 %

Todos –6,3%



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

6.- ¿Por qué no prescribe homeopatía?:

SÍ LA PRESCRIBO – 54,6 %

No la conozco – 18,9%

No es un medicamento- 0,7%

No es eficaz- 2%

No tiene base científica- 23,8%



7.- Si los estudios científicos demostrasen la eficacia de la homeopatía ¿la prescribiría?

Sí – 90,4 %

No – 1,4 %

NS/NC – 8,2 %





8.- ¿Tiene efectos secundarios la homeopatía?:

Sí – 35,1 %

No – 43,6 %

NS/NC- 21,3%



299

9.- ¿Qué grado de conocimiento cree que tiene la homeopatía en la sociedad?

0-25% – 67,3 %

25-50%- 26,4%

Más del 50% - 6,3%



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

10.- ¿Qué porcentaje de gente cree que ha utilizado al menos una vez la homeopatía?

0-25%– 41,6%

25-50%- 46,9%

Más del 50% – 11,6%



11.- ¿Dónde cree que compra la gente la homeopatía?

Herboristería – 2,6%

FARMACIA- 56%

Ambas- 30%

Internet – 0,7%

NS/NC- 3,3%



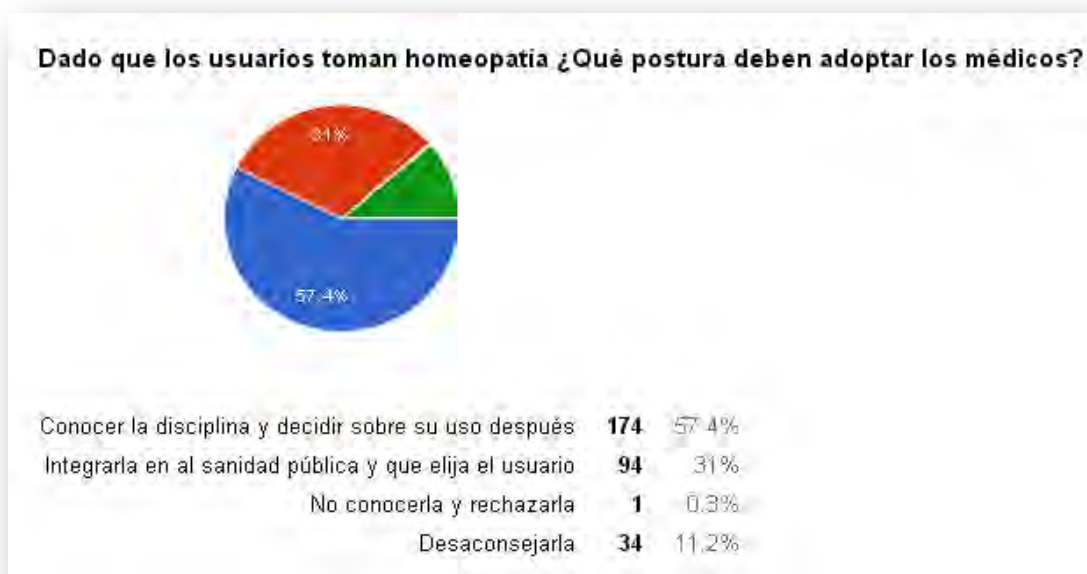
12.- Dado que los usuarios toman homeopatía ¿qué postura deben tomar los médicos?:

CONOCER LA DISCIPLINA Y DECIDIR SOBRE SU USO DESPUÉS – 57,4%

Integrarla en la sanidad pública y que elija el usuario- 31%

No conocerla y rechazarla – 0,3%

Desaconsejarla – 11,2 %



El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

13.- ¿Qué riesgo tiene que la homeopatía sea prescrita por no médicos?:

NO RECIBIR EL TRATAMIENTO ADECUADO A SU PATOLOGÍA – 67,4%

Ninguno, al no ser efectivo- 3,3%

Es una práctica ilícita. Solo los médicos pueden diagnosticar y tratar enfermedades – 25,1%

NS/NC – 4,2%



#### 8.2.2.4. CONCLUSIONES

- Un 89,2% CONOCE LA HOMEOPATÍA.
- Un 33,2% la considera una MEDICINA ALTERNATIVA.
- Un 57,5% la ha PRESCRITO ALGUNA VEZ.
- 72,1% considera la que la homeopatía es PRESCRITA POR CUALQUIERA. Responde (farmacéuticos, terapeutas, médicos y gente sin cualificación).
- Un 55,3% la prescribe.
- 90,8% la prescribiría si tuviese BASE CIENTÍFICA.
- Un 44,3% considera que NO TIENE EFECTOS SECUNDARIOS.
- Un 66% cree que la sociedad la CONOCE ENTRE UN 0 Y UN 25%.
- Un 46,6% que la CONSUME ENTRE 25 Y 50%.
- Un 56,1% que la homeopatía se VENDE EN FARMACIAS.
- Un 56,6% que primero debe conocerse la homeopatía y luego decidir sobre su uso. Y un 31,1% que DEBERÍA SER INTEGRADA EN EL SISTEMA NACIONAL DE SALUD para que el usuario pueda elegir.
- Un 66,4% que el riesgo para el paciente de que la homeopatía sea prescrita por no médicos es NO RECIBIR EL ADECUADO TRATAMIENTO A SU PATOLOGÍA.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

### 8.2.3. COINCIDENCIAS Y DIVERGENCIAS.

MISMO CUESTIONARIO, DOS MUESTRAS DISTINTAS.

Hemos podido observar en ambas encuestas unas diferencias significativas en algunos ítems que parece importante reflejar:

1.- Dos muestras distintas en: EL PORCENTAJE DE PROFESIONALES QUE TRABAJAN EN LA SANIDAD PÚBLICA Y LA ACTITUD Y COMPORTAMIENTO POR RANGO DE EDAD.

En COMV – mayor presencia en la SANIDAD PÚBLICA, MENOR EDAD MEDIA:

- 59,7% entre 25 y 50 años.
- Trabajan en SANIDAD PÚBLICA 73,9%.

En NACIONAL: menor presencia en la SANIDAD PÚBLICA y MAYOR EDAD DE LA MUESTRA:

- 58,3% entre 50 y 70 años.
- Trabajan en SANIDAD PÚBLICA- 60,3%.



2.- MENOR CONOCIMIENTO DEL TÉRMINO en COMV que en NACIONAL, 84,2% frente a 88,8%.

1.- ¿conoce la homeopatía?	
COMV	NACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí – 84,2 %</li> <li>• No- 15,8%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí – 88,8 %</li> <li>• No- 11,2%</li> </ul>

3.- Ambas muestras la entienden una MEDICINA ALTERNATIVA.50,9 y 33,6%. Siendo superior los que la consideran un engaño en COMV, 24,2% frente a 17,1% en nacional.

2.- ¿considera que la homeopatía es?	
COMV	NACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una medicina alternativa – 50,9 %</li> <li>• Un modelo médico- 7 %</li> <li>• Una terapia – 17,8%</li> <li>• Un engaño – 24,2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una medicina alternativa – 33,6 %</li> <li>• Un modelo médico- 23,6 %</li> <li>• Una terapia – 25,7%</li> <li>• Un engaño – 17,1%</li> </ul>

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

4.- El 75,8% en COMV NUNCA HA PRESCRITO HOMEOPATÍA frente al 57% que SÍ EN NACIONAL.

<b>3.-¿ha prescrito alguna vez homeopatía?</b>	
<b>COMV</b>	<b>NACIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sí – 24,2%</li><li>• <b>NO – 75,8%</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sí – 57%</b></li><li>• NO – 43%</li></ul>

5.- Ambas muestras consideran que TODOS, es decir, cualquiera, prescribe homeopatía hoy en día: COMV 60,7% y NACIONAL 72,5%.

<b>4.- ¿quién prescribe hoy la homeopatía?</b>	
<b>COMV</b>	<b>NACIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Médicos – 18,2 %</li><li>• Farmacéuticos - 0,7%</li><li>• Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)- 13,8%</li><li>• Personas sin cualificación para prescribir medicamentos- 6,6 %</li><li>• <b>Todos - 60,7%</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Médicos – 18%</i></li><li>• <i>Farmacéuticos – 1,3%</i></li><li>• <i>Otros (dietistas, nutricionistas, fisioterapeutas, etc.)- 5,6%</i></li><li>• <i>Personas sin cualificación para prescribir medicamentos- 2,3 %</i></li><li>• <b>Todos – 72,5%</b></li></ul>



6.- La principal CAUSA DE NO PRESCRIPCIÓN es, en ambos casos, NO TENER BASE CIENTÍFICA 41%. En COMV, seguida del DESCONOCIMIENTO DE LA HOMEOPATÍA 33,7%.

En NACIONAL existe un 54,6% que PRESCRIBE HOMEOPATÍA frente a un 18,7% en COMV y su grado de desconocimiento desciende a un 18.9%.

6.- ¿por qué no prescribe homeopatía?	
COMV	NACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí la prescribo– 18,7 %</li> <li>• No la conozco – 33,7%</li> <li>• No es un medicamento- 4%</li> <li>• No es eficaz- 2,6%</li> <li>• <b>No tiene base científica- 41%</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sí la prescribo– 54,6 %</b></li> <li>• No la conozco – 18,9%</li> <li>• No es un medicamento- 0,7%</li> <li>• No es eficaz- 2%</li> <li>• No tiene base científica- 23,8%</li> </ul>

7.- Mayoritariamente los médicos PRESCRIBIRÍAN LA HOMEOPATÍA, 85,2% y 90,4%, si los estudios científicos demostrasen su eficacia.

7.- Si los estudios científicos demostrasen la eficacia de la homeopatía ¿la prescribiría?	
COMV	NACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sí - 85,2 %</b></li> <li>• No – 1,8 %</li> <li>• NS/NC – 13 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sí – 90,4%</b></li> <li>• No – 1,4 %</li> <li>• NS/NC – 8,2 %</li> </ul>

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

8.- EN NACIONAL un 43,6 % considera NO TIENEN EFECTOS SECUNDARIOS. Y EN COMV UN 35,1% QUE SÍ.

<b>8.- ¿tiene efectos secundarios la homeopatía?</b>	
<b>COMV</b>	<b>NACIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sí – 35,1 %</li><li>• No – 30,7 %</li><li>• NS/NC- 34,2%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sí – 35,1 %</li><li>• No – 43,6 %</li><li>• NS/NC- 21,3%</li></ul>

9.- En ambas muestras se cree que el GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA HOMEOPATÍA por parte de la POBLACIÓN GENERAL Y LA SOCIEDAD es entre el 0 y el 25%.

<b>9.- ¿qué grado de conocimiento cree que tiene la homeopatía en la sociedad?</b>	
<b>Comv</b>	<b>NACIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• 0-25% – 82,5 %</li><li>• 25-50%- 15,7%</li><li>• Más del 50% - 1,8%</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 0-25% – 67,3 %</li><li>• 25-50%- 26,4%</li><li>• Más del 50% - 6,3%</li></ul>

Según el estudio de BOIRÓN, referido en este trabajo, un 61% DE LA GENTE IDENTIFICA CORRECTAMENTE lo que es la homeopatía.

10.- Existe discrepancia entre el grado de utilización en la sociedad de la homeopatía. En COMV 59,3% lo sitúa entre 0 y 25% y en nacional 46,9% entre 25 y 50%.

10.- ¿qué porcentaje de gente cree que ha utilizado al menos una vez la homeopatía?	
COMV	NACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>0-25%– 59,3%</b></li> <li>• 25-50%- 32,1%</li> <li>• Más del 50% – 8,6%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 0-25%– 41,6%</li> <li>• <b>25-50%- 46,9%</b></li> <li>• Más del 50% – 11,6%</li> </ul>

Siendo lo constatado por ESTUDIOS ENTRE POBLACIÓN EN TORNO A UN 46%

11.- Otra pregunta donde aparece diferencia de conocimiento es respecto del lugar de venta. En NACIONAL es del 56, % EN FARMACIA, lógico teniendo en cuenta que el 55% la prescribe. Y en COMV EL 56,2% PIENSA QUE EN FARMACIAS Y HERBORISTERÍAS.

11.- ¿dónde cree que compra la gente la homeopatía?	
COMV	NACIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herboristería – 13,7 %</li> <li>• Farmacia- 23,5%</li> <li>• <b>Ambas- 56,2%</b></li> <li>• Internet - 1,5%</li> <li>• NS/NC- 5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herboristería – 2,6%</li> <li>• <b>Farmacia- 56%</b></li> <li>• Ambas- 30%</li> <li>• Internet – 0,7%</li> <li>• NS/NC- 3,3%</li> </ul>

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Siendo que LA HOMEOPATÍA SÓLO SE PUEDE VENDER EN FARMACIAS, ya que se trata de un medicamento, esto indica el CLARO DESCONOCIMIENTO de la disciplina por parte de UN ELEVADO NÚMERO DE PROFESIONALES DE LA MEDICINA.

12.- En relación a qué postura han de adoptar los médicos, dado que los usuarios la toman mayoritariamente, en ambas muestras se indica que conocer la disciplina y luego decidir sobre su uso 74,7% y 57,4%. Siendo en el caso de NACIONAL QUE UN 31% CONSIDERA DEBERÍA INTEGRARSE EN EL SISTEMA NACIONAL DE SALUD.

<b>12.- Dado que los usuarios toman homeopatía ¿qué postura deben tomar los médicos?</b>	
<b>COMV</b>	<b>NACIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Conocer la disciplina y decidir sobre su uso después – 74,7 %</b></li><li>• Integrarla en la sanidad pública y que elija el usuario- 10,4%</li><li>• No conocerla y rechazarla – 0,2%</li><li>• Desaconsejarla – 14,8 %</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Conocer la disciplina y decidir sobre su uso después – 57,4%</b></li><li>• Integrarla en la sanidad pública y que elija el usuario- 31%</li><li>• No conocerla y rechazarla – 0,3%</li><li>• Desaconsejarla – 11,2 %</li></ul>

13.- Ambas muestras coinciden en que el mayor riesgo que tiene que la homeopatía no sea prescrita por médicos, es que el paciente NO RECIBA EL TRATAMIENTO ADECUADO para su patología. 66,4 y 67,4%

<b>13.- ¿qué riesgo tiene que la homeopatía sea prescrita por no médicos?</b>	
<b>COMV</b>	<b>NACIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No recibir el tratamiento adecuado a su patología – 66,9 %</b></li> <li>• Ninguno, al no ser efectivo- 5,7%</li> <li>• Es una práctica ilícita. Solo los médicos pueden diagnosticar y tratar enfermedades – 20,5%</li> <li>• NS/NC – 7 %</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No recibir el tratamiento adecuado a su patología – 67,4%</b></li> <li>• Ninguno, al no ser efectivo- 3,3%</li> <li>• Es una práctica ilícita. Solo los médicos pueden diagnosticar y tratar enfermedades – 25,1%</li> <li>• NS/NC – 4,2%</li> </ul>

CONCLUSIONES GENERALES DE LAS DOS MUESTRAS:

A.- NO SON COMPARABLES ENTRE SÍ.

Los datos que mejor responden a la REALIDAD DE LA CLASE MÉDICA SON LOS DEL COMV.

B.- La MUESTRA NACIONAL tiene un ELEVADO NÚMERO DE MÉDICOS QUE PRACTICAN O USAN LA HOMEOPATÍA (54,6%) en relación al COMV QUE ES DE UN 18,7% y probablemente esta diferencia responda a la difusión del cuestionario realizada por la Federación de Medicina Homeopática y la AMHB (Academia Médico Homeopática de Barcelona) y su mayor proporción de respuestas. Lo que podría suponer un sesgo de la muestra. Aunque ello permite comparar, de manera cualitativa, las opiniones de los conocedores y prescriptores, muestra nacional, frente a una muestra más representativa de la realidad médica actual, COMV.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Siempre dejando claro que no es el motivo central de este estudio, realizar la comparación de ambas muestras e inferir nuevas hipótesis, puede servirnos para conocer mejor dos perfiles diferenciados de médicos, los más jóvenes y los mayores, los conocedores y los no conocedores, los que la practican y los que no.

Ver cómo dos modelos mentales diferentes, en los propios profesionales, condicionan la imagen de “la homeopatía” en un mismo público, el prescriptor, en función de su conocimiento y experiencia de uso.

Los médicos que HAN PRESCRITO ALGUNA VEZ LA HOMEOPATÍA EN LA MUESTRA NACIONAL ES DE UN 57% FRENTE A UN 24,2% EN COMV y, al mismo tiempo, la muestra nacional es mayor en edad que la del COMV.

Analizando sólo el rango de 50 a 70 años en la muestra del COMV (178 cuestionarios), el resultado es que los médicos que practican la homeopatía en ese rango de edad en COMV, 61 médicos, lo que correspondería a un 34,3%. Es decir, superior al del total de la muestra (24,7%). Además, de esos 61 médicos un 60% son mujeres.

C.- Podríamos concluir que los MÉDICOS QUE PRESCRIBEN HOMEOPATÍA ES SUPERIOR EN LOS DE MAYOR EDAD/ EXPERIENCIA y que son MÁS PROCLIVES a hacerlo las MUJERES QUE LOS HOMBRES.

D.- LO QUE COMPARTEN ambas muestras, aunque con porcentajes no siempre similares, sería:

- Consideran la homeopatía una MEDICINA ALTERNATIVA.
- La razón principal de la no prescripción es su FALTA DE BASE CIENTÍFICA.
- Si tuviese base científica SE PRESCRIBIRÍA DE FORMA MAYORITARIA.

- Consideran tiene EFECTOS SECUNDARIOS.
  
- NO SON CONSCIENTES DEL GRADO DE CONOCIMIENTO QUE TIENE LA SOCIEDAD de la homeopatía y de su nivel de uso.
  
- La postura de los médicos debe ser CONOCER LA DISCIPLINA Y LUEGO DECIDIR SOBRE SU USO.
  
- El mayor riesgo de que la homeopatía sea prescrita por no médicos es que los PACIENTES NO RECIBAN EL TRATAMIENTO ADECUADO.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

## **Bloque IV.- Marco Conclusivo**

### **Capítulo 9**

#### **9.1. Conclusiones generales**

Antes de entrar en la enumeración de las conclusiones concretas de este trabajo, recordar que estamos en un momento de CAMBIO DE ERA como sucede pocas veces en la historia de la humanidad. Y que es expresión del FRACASO DEL MODELO CARTESIANO, hasta ahora imperante y el traslado a otro basado en un concepto sistémico.

Este cambio se fundamenta en 3 ejes:

- La INCAPACIDAD DEL ACTUAL DE DAR RESPUESTA A LAS NECESIDADES planteadas por el avance tecnológico y científico del último siglo:
  - o Los nuevos descubrimientos científicos de la Física.
  - o La creación de un canal de comunicación abierto, global e interactivo en tiempo real: internet.
- LA SITUACIÓN DE degradación del planeta, de desigualdad económica, de falta de valores y principios, de injusticia y de corrupción achacable a los poderes establecidos: Estados, políticos, empresas, profesionales, medios de comunicación, jerarquías eclesíásticas, etc.
- EL CAMBIO DE PODER RESULTANTE DE LA CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN y compartir el conocimiento y la información entre las personas a una velocidad antes nunca conocida.



El caso de estudio propuesto en este trabajo pretende ilustrar el cambio que ha supuesto INTERNET EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA “IMAGEN” y la subsiguiente influencia en la determinación o elección de una acción.

La ELECCIÓN DE LA HOMEOPATÍA se debe a que es un ejemplo de Medicina encuadrada en ese otro modelo holístico, que desata pasiones y odios por tratarse de una DISCIPLINA QUE PONE EN CUESTIÓN EL MODELO CIENTÍFICO ACTUAL y por ende el establishment. Y de representar un paradigma, de la necesidad de tener otro modelo científico para su explicación o comprensión. El propio nombre con que la identifican sus públicos, ALTERNATIVA, ya la sitúa en un campo conceptual fuera de lo convencional.

«A Leonardo da Vinci; las autoridades científicas del momento le negaban la posibilidad de que un objeto más pesado que el aire pudiera volar, al tiempo que miraban “sin ver” a los pájaros recorrer los cielos con maravillosa destreza y agilidad. Tal vez sea el momento de cambiar de paradigma científico o abrirse a la realidad de otros modelos diferentes.[...]. El gran “sistema de creencias de la ciencia” esta herido y eso lo hace ser más agresivo en la defensa de sus posiciones.».<sup>287</sup>

315

---

Pero resulta curioso que sea ese propio campo conceptual el mejor aliado con los usuarios finales, ya que supone aproximación y acercamiento en lugar de una causa de exclusión.

---

<sup>287</sup> CABALLERO BLASCO, J. (2009). *Homeopatía para acupuntores*. Madrid: Miraguano. Pg. 15.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Así pues, la homeopatía ha sido elegida por:

- Tratarse de una DISCIPLINA POLÉMICA, CON RELEVANCIA SOCIAL, ya que se sitúa en el área de la salud que afecta a la sociedad en su conjunto y en la que intervienen en su gestión diversos públicos.
- La verificación del PAPEL DE LOS MODELOS MENTALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA PERCEPCIÓN y de la posterior imagen que determina las acciones de las personas.
- La influencia de los modelos mentales EN LA DECODIFICACIÓN DE LOS TÉRMINOS Y PALABRAS que utilizamos para comunicarnos. Y la necesidad de modificar dichos modelos para cambiar las acciones y decisiones de las personas.
- La posibilidad de CAMBIAR LOS MODELOS MENTALES a través de los MENSAJES EXPERIENCIALES.
- La relevancia del mensaje experiencial para dotar de credibilidad un mensaje directo o indirecto. Y su capacidad poderosa como GENERADORA DE MENSAJES INDIRECTOS entre individuos.
- El motor de cambio de modelos mentales que son los mensajes indirectos de nuestro entorno relacional. Y la confirmación de que tienen un poder superior a los mensajes directos emitidos de forma unidireccional por empresas y profesionales. Que muestran una vez más el FRACASO DE LA UNIDIRECCIONALIDAD DE UN MODELO COMUNICATIVO propio del modelo informacional.
- Y finalmente la comprobación del poder de internet con su apertura y velocidad que ha convertido el mundo en una aldea global: una aldea donde las relaciones entre elementos y su interacción y *feedback* dan paso a un nuevo modelo para cuyo funcionamiento es necesaria LA

BUENA COMUNICACIÓN. En un paradigma sistémico la clave del buen funcionamiento reside en la comunicación como nunca antes en la historia de la humanidad. Convirtiendo a esta disciplina en la CLAVE PARA EL MANTENIMIENTO DEL BIENESTAR DE LA ESPECIE HUMANA y su entorno. Demostrándose también la transversalidad de la misma.

Vamos a exponer las conclusiones generales de esta tesis en 5 APARTADOS:

#### 9.1.1. GRADO DE CONOCIMIENTO DEL TÉRMINO HOMEOPATÍA POR PÚBLICOS

Existe un ELEVADO GRADO DE CONOCIMIENTO del término homeopatía por la POBLACIÓN GENERAL incluso SUPERIOR AL QUE DE ÉL TIENEN LOS PROFESIONALES DE LA MEDICINA.

317

---

Dicho conocimiento PARTE DE UN ALTO USO de la misma por un lado y de otro, por una NECESIDAD de conocer una terapia ALTERNATIVA/OPCIONAL A OTRAS QUE SE PERCIBEN CON EFECTOS PERJUDICIALES PARA LA SALUD: los fármacos convencionales. Pudiéndose incluir también, los casos debidos a la incapacidad de dar soluciones a determinados problemas de salud por parte de la medicina tradicional.

Se llega a ese conocimiento por medio de la RECOMENDACIÓN DE AMIGOS Y FAMILIARES en base al MENSAJE INDIRECTO en un elevado porcentaje, cercano al 50%. Y además el MENSAJE EXPERIENCIAL REFUERZA LA PERCEPCIÓN DE EFICACIA O/Y MODIFICA EL MODELO MENTAL PREEXISTENTE, “disciplina sin base científica o

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

pseudociencia”, EN BASE A LA EXPERIENCIA de uso en caso de necesidad, mensaje experiencial.

Llama además la atención que el conocimiento de la disciplina despierte una MÁS ELEVADA ATRACCIÓN EN LA SOCIEDAD QUE EN LA CLASE MÉDICA como lo demuestra la relevancia del término junto con placebo en las búsquedas en internet.

En cuanto a los otros públicos los MEDIOS DE COMUNICACIÓN emergen como otros GRANDES DESCONOCEDORES DE LA DISCIPLINA y en los momentos en que se despierta el interés debido a un hecho concreto, desde la presentación de un libro o la trasposición a nuestro país de una normativa europea, parece que no sean capaces de reflejar con rigor la situación.

#### 9.1.2. PERCEPCIÓN DE LA HOMEOPATÍA Y CLAVES DE SU CONSTRUCCIÓN

La homeopatía ES PERCIBIDA COMO UNA MEDICINA ALTERNATIVA O NATURAL por los consumidores y usuarios y como una medicina alternativa por los profesionales. Que CARECE DE EFECTOS SECUNDARIOS IMPORTANTES y que actúa potenciando la reacción del cuerpo.

El significado “ALTERNATIVA” para unos se identifica con poca o ninguna base científica y para otros como una OPCIÓN CUANDO SE QUIERE MINIMIZAR LOS EFECTOS ADVERSOS que cada vez se perciben más en las medicinas tradicionales.

Esa DISTINTA PERCEPCIÓN PARTE SIN DUDA DEL DIFERENTE PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA MISMA. En el caso de los médicos está basada en los mensajes directos y en el caso de los usuarios de los experienciales e indirectos.

A los usuarios les parece que deberían ser sus médicos quienes les diesen información sobre otro tipo de terapias y ven en la integración de ellas una vía de mejora en sus tratamientos. Pero AL NO TENER SATISFECHAS SUS DEMANDAS O DESEOS ACUDEN A LA RED EN BUSCA DE INFORMACIÓN de sus enfermedades, tratamientos y todo tipo de fuentes o recursos que ellos consideren les ayuda.

### 9.1.3. ACTITUDES DE PÚBLICOS

En este apartado haremos referencia a Villafañe, citado en el libro *Branding Corporativo* de Capriotti, ya que utiliza diversas variables para realizar la jerarquización de los públicos basada en: su capacidad para influir en la difusión, en su capacidad para impactar en la imagen/reputación, en los intereses económicos, o en su capacidad para mitigar riesgos.

319

---

«Para determinar el nivel de impacto de los públicos de una organización, el criterio fundamental es el nivel de Poder que tenga un público (Mitchell et al., 1997), es decir, su capacidad para influir: a) en las decisiones y el funcionamiento de la organización, y b) en las creencias, opiniones y comportamientos de otros grupos o públicos. [...] En nuestro caso, este poder vendrá establecido por el Nivel de Influencia que tenga un público, o sea su capacidad para influir activamente en relación con la organización, en el tema o en la situación. La influencia está relacionada con sus opiniones sobre productos, servicios u organizaciones, y esta opinión es importante para los miembros del público receptor; y también con su capacidad de automovilización.»<sup>288</sup>

---

<sup>288</sup> CAPRIOTTI, *Branding Corporativo*. Pg. 177.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

En general podríamos separarlos en dos grandes grupos: prescriptores y usuarios. Se hace evidente que existen diferentes modelos mentales entre ambos públicos y que ello determina tanto su acercamiento como la calidad y el tipo de comunicación existente entre ambos.

Un público, los usuarios, está abierto a recibir informaciones que considera le aportan solución a problemas o necesidades no satisfechas. Parece que PERCIBEN COMO EL PRESCRIPTOR IDEAL A SU MÉDICO pero en el caso de no existir por parte de éste una actitud de comunicación y apertura NO DUDAN EN DEJARSE ACONSEJAR POR OTROS PRESCRIPTORES, su entorno o la información disponible en la red.

Otro público, los médicos se ven atrapados entre una forma de hacer aprendida y un modelo científico que excluye determinadas disciplinas. Sólo los mensajes que llegan por los canales determinados o establecidos en ese “MODELO INFORMACIONAL” son recibidos por una mayoría de profesionales. Lo que conduce al desconocimiento de otras disciplinas relacionadas con otras culturas, otras visiones y otras intervenciones.

Podríamos decir como escribe Hernán Alfredo Díaz en “*Comunicación y salud*” que existen dos modos de abordaje de la realidad: el MODELO INFORMACIONAL de la comunicación, el cual se puede cambiar la realidad con el solo recurso de poner en circulación una serie de mensajes a través de distintos soportes tecnológicos (prensa, radio, televisión, internet); Y EL MODELO RELACIONAL que entiende la comunicación cuando se incorpora de forma transversal e integradora en los proyectos de cambio social, poniendo en primer plano a los destinatarios e integrando elementos relativos a las mediaciones sociales y a la cultura como marco de interpretación de la realidad.

«En el modelo informacional, la comunicación era concebida como un proceso de transmisión de mensajes (información), desde un emisor a un receptor por un determinado canal y con un código común. Es un esquema lineal muy simple de emisor-estímulo-respuesta.[...] Este modelo de comunicación es el que ha mandado tradicionalmente en la relación médico-paciente, en la que el profesional sanitario ha establecido una relación desigual basada en su saber y reforzada a través de la simbología. [...] Cualquier proceso de cambio atraviesa al menos tres grandes etapas: una primera, de información, en la que los individuos conocen una determinada temática o realidad; la segunda, de generación y/o cambio en las representaciones, lo que abre la posibilidad de que surja la voluntad de adoptar una nueva conducta; y, finalmente, la acción hacia el cambio, que además requiere de apoyo social para ser sostenible en el tiempo.»<sup>289</sup>

Los médicos, claramente, están utilizando de forma mayoritaria el modelo informacional. Por el contrario, los usuarios se demuestra están inmersos en el modelo relacional, que les ha amplificado internet de forma rápida y en pocos años.

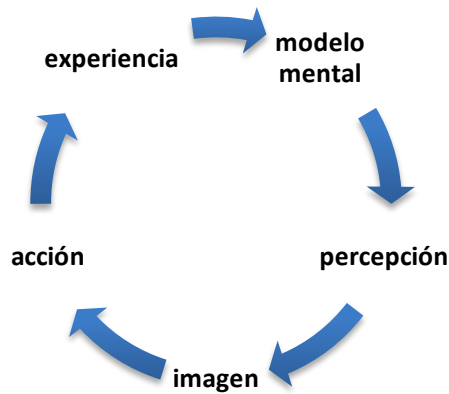
#### 9.1.4. PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN EN LA ERA DE INTERNET COMO DETERMINANTE DE LA ACCIÓN Y CAMBIO DE PERCEPCIONES

Todo se inicia con un modelo mental que genera una percepción que configura una imagen y condiciona una acción, que a su vez, da lugar a una experiencia.

---

<sup>289</sup> CUESTA CAMBRA, *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Pg. 37 y 38.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.



Esa experiencia o mensaje experiencial provoca una emoción y esa emoción exige ser compartida generando así un mensaje indirecto que produce un posible cambio de creencias. La vulnerabilidad de ese modelo mental reside en la necesidad no resuelta o en el no funcionamiento de algo. Cuando todo va bien no se pone nada en cuestión.

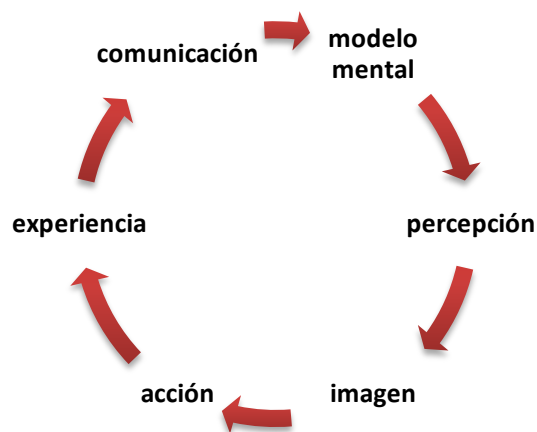
«La experiencia con “la rueda del aprendizaje” deja claro que los individuos solo pueden aprender cuando pueden actuar basándose en su propia experiencia».<sup>290</sup>

Hoy se dan dos circunstancias temporales: la ineficacia de un modelo de pensar y de abordar la realidad en sus diferentes facetas; y la emergencia de la tecnología y sus últimos descubrimientos que han posibilitado la comunicación entre personas como nunca antes. Es la concurrencia de ambas lo que nos produce una diferencia o relevancia en el proceso de construcción de la imagen.

---

<sup>290</sup> SENGE, P. (2000) *La danza del cambio*. Barcelona: Gestión 2000. Pg. 394.





«Las transformaciones sociales se producen gradualmente y por eso no alcanza con aportar información a los destinatarios, sino que es necesario trabajar para cambiar sus percepciones y representaciones de la realidad, motivarles a la acción y generar un entorno social de apoyo a los cambios saludables que se proponen.[...] Lo que esta perspectiva hace es incorporar dos elementos claves que permiten entender mejor lo que sucede en los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido: las mediaciones a través de las cuales se construyen las relaciones sociales y la cultura como terreno que abona (y condiciona) estas relaciones.»<sup>291</sup>

#### 9.1.5. RELEVANCIA DEL MISMO. COMUNICACIÓN Y SALUD

La relevancia de este trabajo radica en la demostración de que EL PROCESO DE CREACIÓN DE IMAGEN ES DETERMINANTE a la hora de decidir o actuar. La comunicación siempre pretende la acción. Y esa acción, en algunos casos como el que nos ocupa, está vinculada a algo tan trascendente como la salud de las personas.

<sup>291</sup> CUESTA CAMBRA, *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Pg. 39 y 40.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Las decisiones que se tomen en base a esa imagen determinada pueden afectar la salud de un individuo o a la salud de una sociedad entera.

Hoy la comunicación es diferente a la conocida con anterioridad debido a la llegada de internet que nos pone delante un cambio en el comportamiento de los públicos. Un cambio en la obtención de la información, un cambio en los canales de comunicación y un cambio de dimensiones globales que transfieren el poder social a la comunicación y el conocimiento.

«El creciente desarrollo de las nuevas tecnologías (y de Internet en particular) ha tenido un impacto importante en todos los aspectos de la vida organizacional (O’Kane et al., 2004) y ha revolucionado la forma en que las personas y las organizaciones se comunican (Springston, 2001). Están transformando la forma en que la gente obtiene información, se comunica y se involucra en las relaciones con de las organizaciones (Springston, 2001). Estas nuevas herramientas no solamente están creando nuevas formas de comunicación, sino que están también modificando la forma en que los viejos canales de comunicación se utilizan.[...] Las nuevas herramientas digitales de comunicación están creando fronteras difusas entre emisores y receptores, entre antiguos y nuevos medios, etc. Holtz (1996) afirma que dos aspectos fundamentales de la comunicación corporativa se han visto modificados por comunicarnos y acceder a la información a través de Internet: quienes son los que suministran información (los emisores), y cómo los receptores obtienen la información que necesitan.»<sup>292</sup>

Esto unido al fracaso de un modelo económico, social y científico por su incapacidad para aportar soluciones o explicaciones a las necesidades de la gente, produce un cambio en la forma en que suceden las cosas. Ante ello, es necesario aportar nuevos modelos de acción y de comunicación que se basen en nuevos y

---

<sup>292</sup> CAPRIOTTI, *Branding Corporativo*. Pg. 58 y 59.

recientes descubrimientos que afectan a TODO. La sistémica o la teoría de los sistemas nos aporta junto a los últimos descubrimientos de la física una nueva forma de abordar disciplinas hasta ahora separadas y de forma especial las ciencias de la salud y las ciencias de la comunicación.

«La innovación pedagógica en destrezas comunicativas, especialmente relevantes en la comunicación médico-paciente mencionada al inicio de esta introducción, constituye uno de los campos donde urge un impulso. [...] De hecho, ni siquiera existe esta materia (o similar) como asignatura optativa en los grados de medicina.. [...] Los sondeos suelen reflejar que la salud constituye el asunto más importante para la ciudadanía. Las respuestas no dejan lugar a dudas: sanidad (28,3%), vivienda (20,3%), educación (20,1%), seguridad ciudadana (11,7%), servicios sociales (3,5%), defensa (1%) y transportes (0,9%). Cis 2007»<sup>293</sup>

---

<sup>293</sup> CUESTA CAMBRA, *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Pg. 11 y 15.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

## Capítulo 10.- Verificación de la hipótesis

Se confirma que:

LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ES DETERMINANTE EN LA ERA DE INTERNET EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN. Ya que es esta comunicación la única capaz de modificar los modelos mentales subyacentes en la configuración de la imagen. Y lo es, porque la red ha supuesto la aceleración y globalización de esa comunicación interpersonal. Comunicación que siempre fue determinante pero nunca antes creó un cambio del poder de dimensiones tan trascendentes gracias a un canal de comunicación que permite llegar de uno a muchos en tiempo real, que ofrece acceso a información, que permite compartir y construir conocimiento y que crea estados de opinión en tiempo récord y permite la interacción. El emisor es a su vez receptor y se producen un desdibuje de roles entre los integrantes del proceso. Además la participación de otros en este proceso comunicativo y los procesos de interacción y retroacción cobran especial relevancia en la configuración de la imagen de una forma dinámica, casi viva.

«La naturaleza de internet, tan íntimamente ligada a la gente y a su día a día, nos invita a convertir la realidad en un elemento más de nuestra comunicación. El hambre de consumir historias reales es una de nuestras hambres más antiguas.[...] Nos conviene aprender a hablar el lenguaje de la gente, porque sin él nos será muy difícil penetrar con éxito en los nuevos territorios íntimamente personales, intrínsecamente postpublicitarios, de las redes y espacios sociales.»<sup>294</sup>

LA FUERZA DE LOS MENSAJES EXPERIENCIALES en la generación del sentimiento necesario que modifica o inspira la acción. Y que a su vez CONVIERTE AL RECEPTOR

---

<sup>294</sup> SOLANA, D. (2010). *Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital*. Barcelona: DobleYou. Pg. 19 y 34.

del mensaje experiencial EN EMISOR DEL MENSAJE INDIRECTO en su ámbito próximo y con internet en el lejano.

«“Experiencia” es un interesante término. Sobre todo si lo comparamos con “impacto”. Una experiencia es algo profundo, involucrador, memorable. Es yin. [...] Es lo que en biología se denomina estrategia “k”, y es propia de aquellas especies que tienen un desarrollo lento, escasa descendencia y dedican cuidado a sus crías.»<sup>295</sup>

EL PODER DEL MENSAJE INDIRECTO COMO DESENCADENANTE DE LA ACCIÓN y generador nuevamente, a través del mensaje experiencial, de cambio de un modelo mental dado. Generando así procesos de aprendizaje y no de *kitchenización* propios de la NUEVA COMUNICACIÓN ABIERTA Y SISTÉMICA.

«El boca-oído, o WOM, que también podríamos llamar el síndrome del “díselo a un amigo”, y se podría definir como la tendencia humana a adquirir propiedad sobre aquello que a uno le gusta y buscar la complacencia tratándolo de ofrecérselo a los demás. El síndrome del “díselo a un amigo” es una fuerza extraña porque transforma a la gente hasta el punto de que los afectados se comportan como si fueran los autores de la obra, pieza o producto que aconsejan.»<sup>296</sup>

LA DISCREPANCIA ENTRE LOS MODELOS MENTALES DE USUARIO Y PRESCRIPTOR debido al diferente proceso de construcción en ambos colectivos. En los prescriptores profesionales es el mensaje directo que proviene de las reglas establecidas, de su modelo científico aprendido, del conocimiento aportado en la formación reglada recibida y la credibilidad en lo tradicional y aceptado

---

<sup>295</sup> SOLANA, *Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital*. Pg. 13 y 9.

<sup>296</sup> *Ibid.* Pg. 16.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

universalmente lo que otorga seguridad en el ejercicio profesional y genera la configuración de la imagen del término homeopatía.

En resumen el modelo mental de la gente de la calle es muy diferente al de los médicos.

Cuando debería suponerse que el mayor conocimiento y formación debería implicar una mejor capacidad de entender y comprender la realidad desde un modelo que responda mejor a la realidad vivida, la historia nos demuestra que no es así, que LOS CAMBIOS SOCIALES O PERCEPTIVOS SUELEN PARTIR DE LA INCAPACIDAD DEL SISTEMA PARA DAR RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE LA GENTE CON MENOS RECURSOS de todo tipo, unido al compromiso de unos pocos intelectuales o filósofos que apuntan claves para iniciar nuevo conocimiento. Algunos de ellos, figuran en el marco teórico de esta tesis.

LOS PROFESIONALES en general siguen CONSTRUYENDO LA IMAGEN DESDE EL MENSAJE DIRECTO emitido por entidades, personas y empresas que pertenecen a lo establecido y avalado por el modelo cartesiano vigente.

Los científicos de hoy actúan desde los mismos comportamientos de los del pasado cuando el cuestionamiento de lo vigente se plantea. Actuándose desde la negación y condena más que desde el dialogo y la apertura. Existe una cierta KITCHENIZACIÓN de la ciencia y somos las personas las que con nuestro acercamiento a ella determinamos sus características.

«Esta ciencia se ha convertido hoy día en ciencia del devenir, no en el sentido en el que ella proporcione un modelo general del devenir al que deban someterse las otras ciencias, sino en el sentido en que ella descubre a partir de

sus propios objetos las condiciones sin las que ninguna evidencia, ya sea biológica o social, puede definir el devenir: la irreversibilidad, las probabilidades, la coherencia. la mecánica cuántica parece conferir un papel esencial al acto de observación e indicar que seríamos nosotros, los observadores, quienes, con nuestras medidas, introduciríamos las probabilidades y la irreversibilidad en un mundo que, sin nosotros, sería determinista y reversible. [...] La singularidad inicial que impone el modelo *standard* podría entonces ser sustituida por una inestabilidad que conduciría a una creación simultánea de la materia y la entropía de nuestro Universo.»<sup>297</sup>

EL HECHO DE NO COMPARTIR LOS MODELOS MENTALES USUARIOS Y PROFESIONALES conduce a un alejamiento entre ellos y a la BÚSQUEDA EN OTROS AGENTES, no siempre adecuados, de soluciones, actitudes y comportamientos que no encuentran en sus médicos aunque los consideran como los más capacitados para aportar solución a sus problemas de SALUD:

Dentro de una misma cultura, existen códigos contradictorios y entonces el mensaje puede adquirir no sólo un contenido denotativo unificado, sino contenidos connotativos muy diversos.<sup>298</sup>

329

---

Estamos ante DOS SISTEMAS, CON CÓDIGOS Y LENGUAJES DIFERENTES, que necesitan verse incluidos en un sistema superior que permita la interacción de usuarios y médicos. Es necesario para restablecer la comunicación entre dos públicos QUE NECESITAN ENTENDERSE PARA CONSEGUIR UN OBJETIVO ÚNICO: LA SALUD. Sin un lenguaje compartido, sólo se puede aportar disfuncionalidad.

El reto está servido pues otra aportación colateral de este trabajo es que LA HOMEOPATÍA ha dado un paso más entre aquellos públicos que la han experimentado, tanto como usuarios como profesionales de la medicina. Podríamos

---

<sup>297</sup> PRIGOGINE, I. AND STENGERS, I. (1994). *Entre el tiempo y la eternidad*. Madrid: Alianza Editorial. Pg. 14 y 17.

<sup>298</sup> ECO, U., *La comunicación. 10 voces esenciales*. Pg. 142.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

decir que la homeopatía GOZA ya no sólo de una imagen, sino que además ha dado el salto a poseer UNA REPUTACIÓN. Es más, a tener una BUENA REPUTACIÓN.

Dice Villafañe en su libro *La buena reputación*, que la reputación es la imagen neta que una compañía tiene para sus públicos. Y vincula esa reputación a CINCO ATRIBUTOS: VISIBILIDAD, DIFERENCIACIÓN, AUTENTICIDAD, TRASPARENCIA Y FORTALEZA. Podemos apreciar que la homeopatía es visible, se aprecia como diferenciada de otras medicinas o terapias, se percibe por sus usuarios como diferente, eficaz, transparente y potente. Todo ello reforzado de lo que le dota de la máxima credibilidad: su experiencia de uso.

«Según Meyer, la relación entre una empresa y sus stakeholders para por tres estadios progresivos de implicación: el primero bastante débil aún, se produce a través de la imagen que la gente tiene de la organización, y su resultado es el conocimiento por parte del público de dicha organización. El segundo es fruto de una percepción más honda y estructurada [...] finalmente la relación culmina en la experiencia. [...] La reputación de marca es la identificación racional y emocional de un consumidor con una marca cuando reconoce es esta valores funcionales, sociales y de autoexpresión de su personalidad que le proporcionan una experiencia positiva en su relación con ella.»<sup>299</sup>

Es importantísimo no olvidar que para tener una CORRECTA RELACIÓN COMO LA QUE ES NECESARIA ENTRE MÉDICO Y PACIENTE es imprescindible una BUENA COMUNICACIÓN y que ésta, responde a las características de la nueva comunicación 2.0:

«Dialógica/Bidireccional: la comunicación es “conversacional”, ya que hay un flujo importante de información entre la organización (como emisor/receptor) y los diferentes públicos (como emisores/receptores). [...] Simétrica: la relación y el intercambio de información es equilibrado entre una organización (como emisor/receptor) y sus públicos (como emisores/ receptores).»<sup>300</sup>

---

<sup>299</sup> VILLAFANA E, J. (2003). *La buena reputación*. Madrid: Pirámide. Pg. 25 y 46.

<sup>300</sup> CAPRIOTTI. *Branding corporativo*. Pg. 69.



Y en esa construcción de relación resulta imprescindible tener un CÓDIGO DE COMUNICACIÓN COMPARTIDO

«La esencia del lenguaje hay que buscarla en el corazón; los sentimientos están pues en la base del funcionamiento del lenguaje y su origen. Aquí también se confirma la preponderancia del corazón sobre el espíritu y la actividad. Pero lo esencial es comprender que esta hipótesis no es en absoluto contradictoria con la afirmación de la naturaleza intrínsecamente social del lenguaje.»<sup>301</sup>

Para finalizar una reflexión sobre la diferencia entre imagen y reputación que nos ayuda a entender la dirección que debe ser tomada por los médicos en ese fin o misión que les impulsó a elegir su profesión: obtener el bienestar del paciente o restablecer su salud siempre que les sea posible.

«"La reputación- decía Abraham Lincoln- es como un árbol y la imagen como su sombra. La imagen es lo percibimos, el árbol es la realidad". La imagen, independientemente de los efectos que pueda tener confundirla con la realidad, se basa en percepciones; la reputación es el resultado de comportamientos, de realidades objetivables».<sup>302</sup>

331

---

Esa dirección debería ser producir un acercamiento a esos profesionales que han experimentado con la homeopatía u otras CAM. Médicos entre los que existe una BUENA REPUTACIÓN de la misma, basada en su utilización y no tanto en si las disciplinas responden o no a un modelo científico determinado. Porque como de todos es conocido, estos modelos CIENTÍFICOS RESPONDEN TAMBIÉN A LOS MODELOS MENTALES IMPERANTES en una determinada cultura como cada vez más ponen de manifiesto las últimas investigaciones de la física cuántica.

---

<sup>301</sup> VERÓN, E. (1996). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa. Pg. 55.

<sup>302</sup> VILLAFA E, J. (2012). *La buena empresa*. Madrid: Pearson Educacion. Pg 15 y 16.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«Lo que nunca debe hacer un modelo científico es negar la realidad de unos efectos, simplemente porque no puede expresar porque se producen.»<sup>303</sup>

Para este acercamiento entre públicos se hace imprescindible una APROXIMACIÓN DE MUCHOS DE ELLOS AL CONOCIMIENTO DEL PROCESO DE FORMACIÓN DE LOS MODELOS MENTALES QUE SUBYACEN EN LA MAYORÍA DE LAS PERCEPCIONES E IMÁGENES SUBSIGUIENTES Y QUE CONDICIONAN LOS COMPORTAMIENTOS Y ACCIONES. Y esto, es sólo posible desde la nueva comunicación transversal, interactiva y retroactiva. Una comunicación que es propia de ese modelo holístico o sistémico del que se ha venido hablando a lo largo de este trabajo.

« Por alguna razón, no se ha conseguido, hasta la fecha, implantar adecuados patrones de interacción médico-paciente o “proveedor de salud-paciente”, aunque es evidente que se están desarrollando avances en este campo, pero de una forma un poco “intuitiva”, sin seguir unos protocolos establecidos.»<sup>304</sup>

---

<sup>303</sup> CABALLERO BLASCO, J, *Homeopatía para acupuntores*. Pg. 15.

<sup>304</sup> CUESTA CAMBRA, *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*.Pg.11.

## Capítulo 11.- Líneas futuras de investigación

1. Investigar a fondo la imagen de la homeopatía y la identificación de los diferentes modelos mentales en el *target* prescriptor médico y las claves de su construcción.
2. Perfil del médico usuario de la homeopatía y factores de acercamiento a ella así como el proceso de construcción de la reputación de la misma en el profesional de la medicina.
3. Estudio de los modelos mentales iniciales y posteriores al uso de la homeopatía entre los usuarios de la misma.
4. Claves para el acercamiento de modelos mentales entre usuarios y médicos prescriptores de la homeopatía y la comunidad médica.
5. Identificación de los frenos en el proceso de cambio de modelo mental en el público prescriptor médico.
6. Testar el impacto de la formación en comunicación en el colectivo médico y cómo el conocimiento del proceso de construcción de los modelos mentales influye en su toma de decisiones.
7. Investigar el grado de conocimiento de la situación real de la relación médico y paciente respecto de la integración de las CAM entre los responsables de la gestión de la salud pública.
8. Estudiar el grado de relación medico paciente cuando se comparten modelos mentales y su impacto en el grado de mejora de su salud.

## Capítulo 12.- Bibliografía

### 12.1 Libros

- ALVAREZ-GAYOU JURGENSON, J.L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México: Paidós.
- BAUMAN, Z. (2000) *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- BOMPIANI, TASCABILI. *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*. (1977) Barcelona, Gedisa. Pág. 49.
- BROWN, H. (1998) *La nueva filosofía de la ciencia*. Madrid: Tecnos.
- CABALLERO BLASCO, J. (2009). *Homeopatía para acupuntores*. Madrid: Miraguano.
- CAPRA, F. (1992) *El punto crucial*. Buenos Aires: Troquel
- CAPRIOTTI, P. (2009). *Branding corporativo*. Santiago, Chile: [Business School Universidad Mayor]
- CASTELLS, M. (1996) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1 México: Siglo XXI
- CASTELLS, M. (2001) *La Galaxia de internet*. Barcelona: Plaza&Janes.
- CASTELLS, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- CORNELLA, A. (2012) *La solución empieza por CO-*. Barcelona: Zero Factory.
- COSTA, J. (2004) *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona: Paidós.
- COSTA, J. (2009) *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- COSTA, J. (2010) *EL ADN del Dircom. Origen, necesidad, expansión y futuro de la Dirección de Comunicación*. Barcelona: CPC Editor.
- COSTA, J. (2010) *La comunicación. 10 voces esenciales*. Barcelona: CPC Editor.

- CUESTA CAMBRA, U., MENÉNDEZ HEVIA, T., & UGARTE ITURRIZAGA, A. (2011). *Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias*. Madrid: Editorial Complutense.
- DANS, E. (2010) *Todo va a cambiar*. Barcelona : Planeta de Agostini.
- FROMM, E. (1970) *La Revolución de la Esperanza: hacia una tecnología humanizada*. México: Fondo de Cultura Económica
- GOLDRATT, E. M. (1994) *El síndrome del pajar*. Madrid: Díaz Santos.
- GOTZSCHE, P. C. (2014) *Medicamentos que matan y crimen organizado*. Barcelona: Los libros del lince.
- GRANDE ESTEBAN, I. (2006) *Conducta real del consumidor y marketing efectivo*. Madrid: ESIC editorial.
- HAHNEMANN, S. (2007) *Órganon de la medicina*. 6ª ed. Madrid: Dilema editorial.
- HAHNEMANN, S. (2005) *Tratado de las enfermedades crónicas*. PDF Sevilla. Academia Homeopática de Asturias.
- KUHN, T. (1971) *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de cultura económica.
- LAKOFF, G. (2004) *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: UCM.
- LASZLO, E. (2010) *El cambio cuántico. Cómo el nuevo paradigma científico puede transformar la sociedad*. Barcelona: Kairos.
- LASZLO, E., GROF, S. y RUSELL, P. (2008) *La revolución de la conciencia*. Barcelona: Kairos
- LEVINE, R. et al. (2000) *El manifiesto Cluetrain*. Barcelona: Deusto.
- LEVY, A. (2007) *ECP - Estrategia, Cognición y poder. Cambio y alineamiento conceptual en sistema sociotécnicos complejos*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- MATURANA, H., PÖRKSEN, B. (2004) *Del Ser al Hacer*. Santiago de Chile: Comunicaciones Noreste.
- MERLEAU-PONTY, M. (1957) *Fenomenología de la percepción*. México: Fondo de cultura económica.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- MURATA, S. (2012) *Lecciones de homeopatía*. Oviedo: Academia homeopática de Asturias.
- PRIGOGINE, I. AND STENGERS, I. (1990). *Entre el tiempo y la eternidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- SEARLS, D., WEINBERGER, D. (2015) *Nuevo Cluetrain*. [versión electrónica] Disponible en: <http://cluetrain.com/newclues/>.
- SENGE, P. (1990) *La quinta disciplina*. Buenos Aires: Granica.
- SENGE, P. (2000) *La danza del cambio*. Barcelona: Gestión 2000.
- SMITH, C. (2009) *Identidad diferencial. Marcas que lideran, innovan y generan valor*. Navarra: Crecento! Publisig.
- SOLANA, D. (2010). *Postpublicidad: reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital*. Barcelona: DobleYou.
- TOFFLER, A. (1990) *El cambio del poder*. Barcelona: Plaza y Janes.
- VERÓN, E. (1996). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- VILLAFRA E, J. (2003). *La buena reputación*. Madrid: Pirámide.
- VILLAFRA E, J. (2012). *La buena empresa*. Madrid: Pearson Educacion.
- VISE, D., MALSEED, M. *Historia de Google: secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo*. Madrid: La esfera de los libros.
- VON BERTALANFFY, L. (1989) *Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México: Fondo de cultura económica.

## 12.2 Publicaciones

- ABANCÉNS, J.A., (2014) Cambios sociológicos producidos por las nuevas tecnologías. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (8), pp.195–196.
- ALCORTA, I. et al. (2012) Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en sanidad: ni contigo ni sin ti. *En: XXXII Congreso*

*de la Sociedad Española de Medicina de familia y comunitaria*. Bilbao: mesa redonda. p. 27-30.

- ARCHENTI, N. Investigadora del Instituto Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales, método cuantitativo*. Materiales docentes del Instituto de Altos Estudios Universitarios, Postgrado de Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales de la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Disponible en: <http://www.iaeu.edu.es/estudios/postgrado-en-metodologia-de-la-investigacion-en-ciencias-sociales/metodologia-de-la-investigacion-en-ciencias-sociales-metodo-cuantitativo/> (fecha de consulta 12 de junio 2015)
- CAMERLINK, I., ELLINGER, L., BAKKER, E.J. & LANTINGA, E.A. (2015) Homeopathy as replacement to antibiotics in the case of *Escherichia coli* diarrhoea in neonatal piglets. *Homeopathy*, 99 (1), pp. 57–62.
- CERVERA, E., GÓMEZ, T., LUCENA, F., FUENTES, M., et al. (2012) Utilización de medicinas alternativas por la población general de Madrid. In: *XXXII Congreso de la Sociedad Española de Medicina de familia y comunitaria*. Bilbao. p. 115.
- CUCHERAT, M., HAUGH, M.C., GOOCH, M. & BOISSEL, J.P.(2000) Evidence of clinical efficacy of homeopathy. A meta-analysis of clinical trials. *European Journal of Clinical Pharmacology*, (56), pp.27–33
- DÍAZ, G., MORENO, G., BALMY, S. (2012) Estudio sobre conocimiento y uso de homeopatía en España. *Revista Médica de Homeopatía*, 5(3), pp.113-119
- FORCADES, T. (2006) Los crímenes de las grandes compañías farmacéuticas. *Quaderns Cristianisme i Justícia*, (141).
- GARROW, J. S., (2007) How much of orthodox medicine is evidence based? *British Medical Journal*, 335, p.951
- GHOSH, A.K., (2010) A short history of the development of homeopathy in India. *Homeopathy*. 99(2), pp.130-136

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- GONZÁLEZ, B.,(2009) *Medicalización, iatrogenia y ética de las relaciones con la industria farmacéutica*. Tesis Máster, Universidad del País Vasco.
- HARRER, B. (2015) Replication of an experiment on extremely diluted thyroxine and highland amphibians. *Homeopathy*, 102 (1), pp.25–30.
- HERNÁN DÍAZ, A. & CUESTA CAMBRA, U. (2014) *La Comunicación de las Organizaciones no Lucrativas del ámbito de la Salud en España* □: *aproximaciones a una matriz de análisis* (19), pp. 209–219.
- JACOBS, J., JONAS, B.M., JIMÉNEZ-PÉREZ, M. & CROTHERS, D. (2003) Homeopathy for childhood diarrhea: combined results and metaanalysis from three randomized, controlled clinical trials. *Pediatric Infectious Disease Journal*, 22 (3), pp. 229–234
- JACOBS, J., SPRINGER, D.A. and CROTHERS, D. (2001) Homeopathic treatment of acute otitis media in children: a preliminary randomized placebo-controlled trial. *The Pediatric Infectious Disease Journal*, 20(2), pp. 177–183.
- KLEIJNEN, J., KNIPSCHILD, P. y TER RIET, G. (1992) Clinical trials of Homeopathy. *British Medical Journal* (302), pp. 316–323.
- LAFUENTE IBÁÑEZ, C., MARÍN EGOSCOZÁBAL, A. Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea]* 2008, (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>> ISSN 0120-8160 pág. 8
- LAFUENTE IBÁÑEZ, C., MARÍN EGOSCOZÁBAL, A. Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios [en línea]* 2008, (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de consulta: 20 de octubre de 2015] Disponible



en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>> ISSN  
0120-8160 pág. 6

- LAFUENTE IBÁÑEZ, C., MARÍN EGOSCOZÁBAL, A.  
Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases,  
fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de  
Negocios [en línea]* 2008, (Septiembre-Diciembre) : [Fecha de  
consulta: 20 de octubre de 2015] Disponible  
en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612981002>> ISSN  
0120-8160 pág. 10
- LANGE V, C. (2009) Reseña de *El Mundo de la Percepción*, de Maurice  
Merleau-Ponty. *Revista INVI*, (24) Num. Noviembre, pp. 181-183.
- LEWITH, G. T. (2007) Funding for CAM. *British Medical Journal*,  
335 (7627), p.951
- LINDE, K. et al. (1997) Are the clinical effects of homeopathy placebo  
effects? A meta-analysis of placebo-controlled trials.  
*Lancet*, (350), pp.834-843
- LINDE, K. et al. 1999) Impact of Study Quality on Outcome in Placebo-  
Controlled Trials of Homeopathy. *Journal of Clinical Epidemiology*, (52),  
pp.631–636
- LÓPEZ, L., CUESTA, U. (2011) Comunicación corporativa y redes  
sociales: cambiarlo todo para que nada *adComunica*. *Revista de  
Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (3), pp.23–25
- MATHIE, R.T., FRYE, J., FISHER, P. (2015) Homeopathic  
Oscillocochinum<sup>®</sup> for preventing and treating influenza and influenza-like  
illness. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 1 (CD001957)
- Perú, Instituto de Educación Superior Pedagógico Privado Calidad en  
Redes de Aprendizaje (2012) El conocimiento y la investigación  
científica. En *Documento del Programa de Especialización en  
Investigación Educativa*.
- PRASAD, R. (2007) Homoeopathy booming in India. *Lancet*, 370 (9600)  
pp.1679–1680.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- REILLY, D.T., TAYLOR, M.A., MCSHARRY, C., AITCHISON, T. (1986) Is homoeopathy a placebo response? Controlled trial of homoeopathic potency, with pollen in hayfever as model. *Lancet*, 2(8512), pp.881–886.
- SCHNEIDER, B., KLEIN, P., WEISER, M. (2005) Treatment of vertigo with a homeopathic complex remedy compared with usual treatments: a meta-analysis of clinical trials. *Arzneimittelforschung*, 55(1) pp. 23-29. PMID: 15727161.
- SHANG, A., HUWILER-MÜNTENER, K., NARTEY, L., et al. (2005) Are the clinical effects of homoeopathy placebo effects? Comparative study of placebo-controlled trials of homoeopathy and allopathy. *Lancet*, 366 (9487) pp.726-32.
- SINHA, M.N., SIDDIQUI, V.A., NAYAK, C., SINGH, V., et al. (2015) Randomized controlled pilot study to compare Homeopathy and Conventional therapy in Acute Otitis Media. *Homeopathy*. 101 (1), pp. 5–12.
- SOLOMON, G.F. (2001) Psiconeuroinmunología: sinopsis de su historia, evidencias y consecuencias. En *Segundo congreso virtual de psiquiatría*, Interpsiquis 2001. Mesa Redonda: Psicósomática.
- SOTO, R., (2011) La economía del cariño. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (2), pp.215–220
- SPENCE, D., THOMPSON, E.A., BARRON, S.J. (2005) Homeopathic Treatment for Chronic Disease: A 6-Year, University-Hospital Outpatient Observational Study. *The Journal Of Alternative And Complementary Medicine*, 11 (5) pp. 793–798
- VICKERS, A., SMITH, C. (2006) Homoeopathic Oscillocoquinum for preventing and treating influenza and influenza-like syndromes. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 3 (CD001957)
- WIESENAUER, M., LÜDTKE, R., (1996) A meta-analysis of the homeopathic treatment of pollinosis with Galphimia glauca. *Forsch Komplementärmed*,(3), pp.230–236

- WITT, C., KEIL, T., SELIM, D., et al. (2005) Outcome and costs of homeopathic and conventional treatment strategies: A comparative cohort study in patients with chronic disorders. *Complementary Therapies in Medicine*, 13(2), pp.79-86 ·
- WITT, C.M., BLUTH, M., ALBRECHT, H., WEISSHUHN, T.E.R., et al. (2007) The in vitro evidence for an effect of high homeopathic potencies-- a systematic review of the literature. *Complementary therapies in medicine*, 15 (2), pp.128–138

### 12.3 . Estudios

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2015) *Marco general de los medios en España de 2014*. Madrid.
- Center for Internet Studies and Digital Life. School of Communication (2014) Reuters Institute Digital News Report. Pamplona: Universidad de Navarra.
- European Commission (1997) Homeopathic medicinal products - Commission report to the European Parliament and Council on the application of Directives 92/73 and 92/74.
- *Evidence Check 2: Homeopathy* (2009) House of Commons, Science and Technology Committee( Fourth Report of Session 2009–10). London: The Stationery Office Limited
- FRANCESCUTTI, L.P., MARTÍNEZ, M., y TUCHO, F. (2011) *La información sanitaria en los telediarios*. Madrid: Almund Ediciones.
- Laboratorios Boiron (2012) *1<sup>er</sup> Estudio sobre conocimiento y uso de homeopatía*.
- Laboratorios Boiron, (2010) *Libro blanco de la Homeopatía*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Laboratorios Boiron, Observatorio e-Salud Boiron (2015) *Avance Estudio de Percepciones sobre Salud y Homeopatía en la Población Española*.
- MANTERO DE ASPE, M. (2000) *El ejercicio médico de la homeopatía en España a finales del siglo XX. Análisis médico-legal*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- Mintel (2007) *Complementary Medicines in UK*.
- PÉREZ GÓMEZ, L., NUEZ VICENTE, C., & POZO IRRIBARRÍA, J. D. (2012). *Tecnologías de la comunicación, jóvenes y promoción de la salud*. [Logroño], Gobierno de La Rioja, Servicio de Drogodependencias y otras Adicciones.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2001). *Legal status of traditional medicine and complementary/alternative medicine: a worldwide review*. Geneva, World Health Organization.

#### 12.4 Otros

- 20minutos.es - últimas Noticias, (2015). *Médicos y químicos escenifican un "suicidio colectivo" contra la homeopatía en la Praza do Obradoiro* - 20minutos.es. [online] Available at: <http://www.20minutos.es/noticia/2191874/0/medicos-quimicos-escenifican-suicidio-colectivo-contrahomeopatia-praza-do-obradoiro/> [Accessed 12 Jul. 2015].
- Abchomeopatia.com, (2015). *Farmaindustria y homeopatía | ABC HOMEOPATIA*. [online] Available at: <http://www.abchomeopatia.com/farmaindustria-y-homeopatia> [Accessed 10 Aug. 2015].
- Abchomeopatia.com, (2015). *Profesionales de la Homeopatía en España | ABC HOMEOPATIA*. [online] Available at: <http://www.abchomeopatia.com/medicos-homeopatas-en-espana> [Accessed 8 Aug. 2015].
- Anon, (2015). [online] Available at: [http://elpais.com/elpais/2015/05/25/ciencia/1432541986\\_837261.html](http://elpais.com/elpais/2015/05/25/ciencia/1432541986_837261.html) [Accessed 10 Sep. 2015].
- Anon, (2015). [online] Available at: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis->

televisivo-2014-Barlovento.pdf [Accessed 1 Sep. 2015].

- Aptn-cofenat.es, (2015). *APTN\_COFENAT: Asociacion de Profesionales de las Terapias Naturales - Inicio*. [online] Available at: <http://www.aptn-cofenat.es/index.php?s=inicio> [Accessed 8 Aug. 2015].
- Asociacionbobath.es, (2015). *Asociación Bobath - Asociación Bobath*. [online] Available at: <https://www.asociacionbobath.es/> [Accessed 8 Aug. 2015].
- barlovento comunicaci3n, (2015). *análisis televisivo 2014*. [online] Available at: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf> [Accessed 1 Sep. 2015].
- Blog Envejecimiento [en-red], (2015). *El estado de la población mayor en España, 2015*. [online] Available at: <https://envejecimientoenred.wordpress.com/2015/01/26/el-estado-de-la-poblacion-mayor-en-espana-2015> [Accessed 11 Jul. 2015].
- Blogs.publico.es, (2015). *Dominio público Á» El timo de la homeopatía*. [online] Available at: <http://blogs.publico.es/dominiopublico/3006/el-timo-de-la-homeopatia> [Accessed 12 Jul. 2015].
- Boiron.es, (2015). *Boiron. Homeopatía, medicamentos homeopáticos, laboratorio farmacéutico - Localiza un médico homeópata*. [online] Available at: <http://www.boiron.es/localiza-un-medico-homeopata> [Accessed 8 Aug. 2015].
- C, D., C, D. and C, D. (2014). *Diez argumentos para la homeopatía*. [online] Naukas. Available at: <http://naukas.com/2014/03/14/diez-argumentos-homeopatia/> [Accessed 12 Jun. 2015].
- Cervera Barba, E. (2015). *P09.01 "no. But In My Case..."*:

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

*Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe*. [online] Woncaeuropa.org. Available at: <http://www.woncaeuropa.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 10 Sep. 2015].

- Cervera Barba, E. (2015). *P09.01 "no. But In My Case..."*: *Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe*. [online] Woncaeuropa.org. Available at: <http://www.woncaeuropa.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 8 Aug. 2015].

- Cervera Barba, E. and Fuentes Ferrer, M. (2015). [online] Available at: Woncaeuropa.org, (2015). *P09.01 "no. But In My Case..."*: *Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe*. [online] Available at: <http://www.woncaeuropa.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 4 Jul. 2015]. [Accessed 11 Sep. 2015].

- Cgcom.es, (2015). *La OMC reconoce la homeopatía como acto médico que habrá de realizar personal cualificado en centros sanitarios autorizados | CGCOM*. [online] Available at: [http://www.cgcom.es/noticias/2009/12/09\\_12\\_14\\_homeopat%C3%ADa](http://www.cgcom.es/noticias/2009/12/09_12_14_homeopat%C3%ADa) [Accessed 10 Aug. 2015].

- Charlatanes.blogspot.com.es, (2013). *El retorno de los charlatanes: El fundador de la Wikipedia contra la homeopatía*. [online] Available at: <http://charlatanes.blogspot.com.es/2013/02/el-fundador-de-la-wikipedia-contra-la.html> [Accessed 13 Aug. 2015].

- Comb.cat, (2015). *Nota de la Comissió de Deontologia del COMB sobre l'actitud antivacunació d'alguns professionals*. [online]

Available at:

[http://www.comb.cat/cat/actualitat/noticies/noticies\\_fitxa.aspx?Id=3UbCkQ5ZWCVX3yVv7uSznQ%3d%3d](http://www.comb.cat/cat/actualitat/noticies/noticies_fitxa.aspx?Id=3UbCkQ5ZWCVX3yVv7uSznQ%3d%3d) [Accessed 13 Sep. 2015].

- Cortinas-Rovira, S., Alonso-Marcos, F., Pont-Sorribes, C. and Escriba-Sales, E. (2014). Science journalists' perceptions and attitudes to pseudoscience in Spain. *Public Understanding of Science*, 24(4), pp.450-465.
- Cortinas-Rovira, S., Alonso-Marcos, F., Pont-Sorribes, C. and Escriba-Sales, E. (2014). Science journalists' perceptions and attitudes to pseudoscience in Spain. *Public Understanding of Science*, 24(4), pp.450-465.
- Cuaderno de Cultura Científica, (2014). *Coloquios escépticos: Homeopatía, con Fernando Frías | Conferencia | Cuaderno de Cultura Científica*. [online] Available at: <http://culturacientifica.com/2014/08/30/coloquios-escepticos-homeopatia-con-fernando-frias/> [Accessed 13 Aug. 2015].
- Cuaderno de Cultura Científica, (2015). *Cátedra de Cultura Científica | Cuaderno de Cultura Científica*. [online] Available at: <http://culturacientifica.com/catedra-de-cultura-cientifica/> [Accessed 13 Aug. 2015].
- Cuarto Poder, (2013). *La homeopatía, un hueso difícil de roer para la medicina moderna*. [online] Available at: <http://www.cuartopoder.es/atusalud/la-homeopatia-un-hueso-dificil-de-roer-para-medicina-moderna/2603> [Accessed 12 Jul. 2015].
- Datum.com.pe, (2015). *Datum Internacional*. [online] Available at: <http://www.datum.com.pe/margendeerror.php> [Accessed 12 Sep. 2015].
- Díaz Sáez, G. (2010). Comunicar sobre homeopatía: saber y

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

«saber hacer» . *Revista Médica de Homeopatía*, 3(3), pp.141-146.

- El Confidencial, (2014). *Homeopatía, antivacunas y chemtrails: la pseudociencia intenta colarse en Podemos. Noticias de Tecnología*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-11/homeopatia-antivacunas-y-chemtrails-la-pseudociencia-intenta-colarse-en-podemos\\_144308/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-11/homeopatia-antivacunas-y-chemtrails-la-pseudociencia-intenta-colarse-en-podemos_144308/) [Accessed 12 Jul. 2015].

- El Confidencial, (2014). *La industria farmacéutica está causando más muertes que los carteles de la droga. Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-09-09/la-industria-farmaceutica-esta-causando-mas-muertes-que-los-carteles-de-la-droga\\_188426/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-09-09/la-industria-farmaceutica-esta-causando-mas-muertes-que-los-carteles-de-la-droga_188426/) [Accessed 10 Aug. 2015].

- El Confidencial, (2015). *La industria farmacéutica es muy rica y ha corrompido los sistemas de salud. Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-03/la-industria-farmaceutica-es-muy-rica-y-ha-corrompido-por-completo-los-sistemas-de-salud\\_408758/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-03/la-industria-farmaceutica-es-muy-rica-y-ha-corrompido-por-completo-los-sistemas-de-salud_408758/) [Accessed 10 Sep. 2015].

- El Confidencial, (2015). *Los graves peligros del paracetamol: Su uso continuado tiene efectos que desconocemos. Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: [http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-03-04/los-peligros-del-paracetamol-su-uso-continuado-tiene-efectos-que-desconociamos\\_721228/](http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-03-04/los-peligros-del-paracetamol-su-uso-continuado-tiene-efectos-que-desconociamos_721228/) [Accessed 10 Sep. 2015].

- El Confidencial, (2015). *Sanidad retira del mercado la Ebastina de Brown y otros 28 medicamentos genéricos. Noticias de Alma, Corazón, Vida*. [online] Available at: <http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2015-01-27/sanidad->



retira-del-mercado-la-ebastina-y-otros-28-medicamentos-  
genericos\_631831 [Accessed 10 Sep. 2015].

- Empresite - Buscador de Empresas y Negocios de España, (2015). *Empresite*. [online] Available at: <http://empresite.economista.es/Actividad/LABORATORIOS-HOMEOPATIA/> [Accessed 13 Aug. 2015].

- Es.wikipedia.org, (2015). *Richard Branson*. [online] Available at: [https://es.wikipedia.org/wiki/Richard\\_Branson](https://es.wikipedia.org/wiki/Richard_Branson) [Accessed 13 Aug. 2015].

- femh.org | Federación Española de Médicos Homeópatas, (2012). *Historia*. [online] Available at: <http://www.femh.org/historia/> [Accessed 10 Sep. 2015].

- femh.org | Federación Española de Médicos Homeópatas, (2012). *Definición*. [online] Available at: <http://www.femh.org/definicion/> [Accessed 12 Jun. 2015].

- Femmine, L. (2015). *Salud sin receta médica*. [online] EL PAÍS. S. Available at: [http://economia.elpais.com/economia/2015/03/20/actualidad/1426882220\\_692782.html](http://economia.elpais.com/economia/2015/03/20/actualidad/1426882220_692782.html) [Accessed 9 Sep. 2015].

- Gámez, L. (2015). *La homeopatía no sirve para nada*. [online] Magonia. Available at: <http://magonia.com/2015/03/11/homeopatia-nhmrc-australia/> [Accessed 12 Jun. 2015].

- Google.es, (2015). *homeopatía - Buscar con Google*. [online] Available at: [https://www.google.es/search?q=homeopatia&ie=utf-8&oe=utf-8&gws\\_rd=cr&ei=RditVbyNEYqAU9HEtvAG#q=homeopatia+en+redes+sociales](https://www.google.es/search?q=homeopatia&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=RditVbyNEYqAU9HEtvAG#q=homeopatia+en+redes+sociales) [Accessed 12 Jun. 2015].

- Google.es, (2015). *la doctora shora los farmacos a precios*

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

*astronomicoas - Buscar con Google*. [online] Available at: [https://www.google.es/search?q=la+doctora+shora+los+farmacos+a+precios+astronomicoas&ie=utf-8&oe=utf-8&gws\\_rd=cr&ei=AfTOVdnC4WVaKezqLAF](https://www.google.es/search?q=la+doctora+shora+los+farmacos+a+precios+astronomicoas&ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=AfTOVdnC4WVaKezqLAF) [Accessed 5 Aug. 2015].

- Hablando de Homeopatía, (2015). *Inicio - Hablando de Homeopatía*. [online] Available at: <http://www.hablandodehomeopatia.com/> [Accessed 12 Jun. 2015].

- Hervás, G., Hervás, G., cabalga, r., Hervás, G., Hervás, G. and Hervás, G. (2015). *Laboratorios de homeopatía en España* | *honatur.com*. [online] Honatur | Homeopatía Online. Available at: <http://honatur.com/homeopatia-enlaces/laboratorios-de-homeopatia-en-espana> [Accessed 11 Sep. 2015].

- homeopatía, L. (2015). *La homeopatía*. [online] Sanitas.es. Available at: <http://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/medicina-alternativa/homeopatia-terapia.html> [Accessed 12 Jun. 2015].

- Homeopatía.net, (2015). *homeopatía.net*. [online] Available at: <http://www.homeopatia.net/> [Accessed 12 Jun. 2015].

- Homeopatía-si.es, (2015). *Homeopatía SI: Por la defensa de la Homeopatía y del medicamento homeopático*. [online] Available at: <http://www.homeopatia-si.es/#sthash.fC5yQS4x.dpbs> [Accessed 12 Jun. 2015].

- Homeopatía-si.es, (2015). *Homeopatía SI: Por la defensa de la Homeopatía y del medicamento homeopático*. [online] Available at: <http://www.homeopatia-si.es/noticias-1.php#sthash.qxfTjJOC.dpbs> [Accessed 12 Jun. 2015].

- ine.es, (2015). [online] Available at:

<http://www.ine.es/prensa/np909.pdf> [Accessed 4 Sep. 2015].

- Ine.es, (2015). *INEbase / Sociedad / Análisis sociales / Indicadores sociales Año 2011*. [online] Available at: <http://www.ine.es/daco/daco42/sociales11/sociales.htm> [Accessed 3 Jul. 2015].
- La Ciencia y sus Demonios, (2015). *La Ciencia y sus Demonios*. [online] Available at: <http://lacienciaysusdemonios.com> [Accessed 12 Jun. 2015].
- laSexta.com, (2015). 'El milagro de la homeopatía', en *Equipo de investigación - laSexta*. [online] Available at: [http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/milagro-homeopatia-equipo-investigacion\\_2014030500178.html](http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/milagro-homeopatia-equipo-investigacion_2014030500178.html) [Accessed 12 Jul. 2015].
- Listas.economista.es, (2015). *Las industrias que más dinero mueven en el mundo | EcoListas*. [online] Available at: <http://listas.economista.es/economia/240-las-industrias-que-ms-dinero-mueven-en-el-mundo> [Accessed 10 Aug. 2015].
- Mapfre.es, (2015). *Medicina alternativa-homeopatía-estudios-científicos-avalan*. [online] Available at: <http://www.mapfre.es/salud/es/cinformativo/homeopatia-estudios-cientificos-avalan.shtml> [Accessed 12 Jun. 2015].
- Mediavilla, D. (2015). *Una red para hacer los ensayos que no interesan a las farmacéuticas*. [online] EL PAÍS • S. Available at: [http://elpais.com/elpais/2015/05/25/ciencia/1432541986\\_837261.html](http://elpais.com/elpais/2015/05/25/ciencia/1432541986_837261.html) [Accessed 10 Aug. 2015].
- No sin evidencia, (2013). *Adhesiones*. [online] Available at: <https://nosinevidencia.wordpress.com/adhesiones> [Accessed 13 Jun. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- Noticias.lainformacion.com, (2015). *Las diez peores prácticas de la industria farmacéutica, según Ben Goldacre - Ciencias (general) - Noticias, Última hora, vídeos y fotos de Ciencias (general) en lainformacion.com.* [online] Available at: [http://noticias.lainformacion.com/ciencia-y-tecnologia/ciencias-general/las-diez-peores-practicas-de-la-industria-farmaceutica-segun-ben-goldacre\\_DsWP1ny6X3TcsTauUmIK85/](http://noticias.lainformacion.com/ciencia-y-tecnologia/ciencias-general/las-diez-peores-practicas-de-la-industria-farmaceutica-segun-ben-goldacre_DsWP1ny6X3TcsTauUmIK85/) [Accessed 10 Sep. 2015].
- Nuevatribuna, (2015). *El otro escándalo silenciado en los medios: la industria farmacéutica.* [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/opinion/vicenc-navarro/escandalo-silenciado-medios-industria-farmaceutica/20141029173314108683.html> [Accessed 10 Sep. 2015].
- Nuevatribuna, (2015). *La avaricia de la industria farmacéutica.* [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/articulo/sanidad/avaricia-industria-farmaceutica/20131119165521098428.html> [Accessed 10 Aug. 2015].
- Nuevatribuna, (2015). *La enfermedad, un negocio para la industria farmacéutica.* [online] Available at: <http://www.nuevatribuna.es/articulo/sanidad/enfermedad-negocio-industria-farmaceutica/20150302105350113131.html> [Accessed 10 Sep. 2015].
- observación, M. (2015). *Millennium - Homeopatía en observación, Millennium - RTVE.es A la Carta.* [online] RTVE.es. Available at: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/millennium/millennium-homeopatia-observacion/3099440/> [Accessed 12 Jul. 2015].
- PopulationPyramid.net, (2015). *PopulationPyramid.net.* [online] Available at: <http://populationpyramid.net/es/espa%C3%B1a/2015> [Accessed 4 Aug. 2015].

- Portalfarma.com, (2015). *Listado de Laboratorios de Homeopatía*. [online] Available at:  
<http://www.portalfarma.com/profesionales/directorioenlaces/directorio/laboratorios/labfabricanhomeopat/Paginas/laborhomeopat%C3%ADa.aspx> [Accessed 10 Aug. 2015].
  
- Redaccionmedica.com, (2015). *Nuevo revés a la utilidad de la homeopatía*. [online] Available at:  
<http://www.redaccionmedica.com/noticia/nuevo-reves-a-la-utilidad-de-la-homeopatia-79344> [Accessed 3 Sep. 2015].
  
- Rekarte, L. (2015). *¿Quiénes Somos?*. [online] Semh.org. Available at:  
[http://www.semh.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=44&Itemid=68](http://www.semh.org/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=68) [Accessed 8 Aug. 2015].
  
- Román, R. (2015). *EMDR España - Terapeutas EMDR en España y Extranjero*. [online] Emdr-es.org. Available at:  
<http://www.emdr-es.org/terapeutas/terap.php> [Accessed 8 Aug. 2015].
  
- S., E. (2015). *La Organización Médica Colegial se posiciona contra la homeopatía*. [online] EL PAÍS. Available at:  
[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/16/actualidad/1387231904\\_971995.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/16/actualidad/1387231904_971995.html) [Accessed 10 Aug. 2015].
  
- S., E. (2015). *La Organización Médica Colegial se posiciona contra la homeopatía*. [online] EL PAÍS. Available at:  
[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/16/actualidad/1387231904\\_971995.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/16/actualidad/1387231904_971995.html) [Accessed 12 Jul. 2015].
  
- Sahuquillo, M. (2015). *Los homeopáticos son medicamentos como todos los demás*. [online] EL PAÍS. Available at:  
[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/03/actualidad/1386108808\\_174083.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/03/actualidad/1386108808_174083.html) [Accessed 12 Jul. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

- Salas, J. (2015). *el "Saber vivir" resucita el debate de la pseudociencia en la televisión pública*. [online] el pais.com. Available at: <http://elpais.com/elpais/2015/02/05/ciencia> [Accessed 13 Sep. 2015].
- Salas, J. (2015). *Los estudiantes de Medicina rechazan el uso y promoción de las terapias alternativas*. [online] Materia. Available at: <http://esmateria.com/2013/10/30/los-estudiantes-de-medicina-rechazan-el-uso-y-promocion-de-las-terapias-alternativas/> [Accessed 12 Jun. 2015].
- Saludterapia.com, (2015). *Buscador de Profesionales y Centros - España*. [online] Available at: <http://www.saludterapia.com/terapeutas.html> [Accessed 8 Aug. 2015].
- Saludterapia.com, (2015). *Homeopatía - Valencia*. [online] Available at: [http://www.saludterapia.com/terapeutas.html?option=com\\_sfichas&view=results&t=f&l=valencia&th=homeopat%C3%ADa&q=&lat=39.4699075&lon=-0.3762881000000107&Itemid=277](http://www.saludterapia.com/terapeutas.html?option=com_sfichas&view=results&t=f&l=valencia&th=homeopat%C3%ADa&q=&lat=39.4699075&lon=-0.3762881000000107&Itemid=277) [Accessed 8 Aug. 2015].
- SER, C. (2015). *Hay cientos de trabajos que acreditan la homeopatía*. [online] Cadena SER. Available at: [http://cadenaser.com/programa/2015/06/16/hoy\\_por\\_hoy/1434456136\\_116552.html](http://cadenaser.com/programa/2015/06/16/hoy_por_hoy/1434456136_116552.html) [Accessed 12 Jul. 2015].
- Sevillano, E. (2015). *Si no es eficaz, no es medicamento*. [online] EL PAÍS. Available at: [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/09/actualidad/1386626348\\_968112.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/12/09/actualidad/1386626348_968112.html) [Accessed 12 Jul. 2015].
- Skeptical About Skeptics, (2015). *Wikipedia: Captured by Skeptics*. [online] Available at: <http://www.skepticalaboutskeptics.org/investigating-skeptics/wikipedia-captured-by-skeptics> [Accessed 13 Aug. 2015].

- Stoneman P, e. (2015). *Incommensurable worldviews? Is public use of complementary and alternative medicines incompatible with support for science and conventional medicine?* - PubMed - NCBI. [online] Ncbi.nlm.nih.gov. Available at: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23382836> [Accessed 12 Sep. 2015].
- Tenerife, L. (2015). *Más de 500 firmas piden al Consistorio que retire su apoyo a un centro de homeopatía*. [online] Laopinion.es. Available at: <http://www.laopinion.es/tenerife/2015/03/24/500-firmas-piden-consistorio-retire/597500.html> [Accessed 3 Sep. 2015].
- Terapeutas.eu, (2015). *terapeuta profesional*. [online] Available at: <http://www.terapeutas.eu/terapeuta-profesional.html> [Accessed 8 Aug. 2015].
- Ticbeat.com, (2013). *Más de un tercio de la población española compra en Internet*. [online] Available at: <http://www.ticbeat.com/economia/mas-de-tercio-de-poblacion-espanola-compra-en-internet> [Accessed 11 Sep. 2015].
- Titania C.A. Editorial, S. (2015). *Medicamentos*. [online] El Confidencial. Available at: <http://www.elconfidencial.com/tags/otros/medicamentos-5991/> [Accessed 10 Aug. 2015].
- Titania C.A. Editorial, S. (2015). *Medicamentos*. [online] El Confidencial. Available at: <http://www.elconfidencial.com/tags/otros/medicamentos-5991> [Accessed 7 Aug. 2015].
- TORRE, N. (2015). *'La homeopatía no ha curado a nadie en 200 años'*. [online] ELMUNDO. Available at: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/02/09/54d3b21f22601d67718b4573.html> [Accessed 12

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su contribución en la elección de terapia médica.

Jul. 2015].

- Tusaludnatural.com, (2015). *Lista de terapeutas*. [online] Available at: <http://www.tusaludnatural.com/terapeutas.php> [Accessed 8 Aug. 2015].
- Villatoro, F., Villatoro, F., Marañón, D., Páez, J., Mulet, J., Sevilla, J., Frías, F., Quirantes, A., López, C. and Grima, C. (2015). *Reseña: "Medicina sin engaños" de J. M. Mulet | Ciencia | La Ciencia de la Mula Francis*. [online] La Ciencia de la Mula Francis. Available at: <http://francis.naukas.com/2015/02/21/resena-medicina-sin-enganos-de-j-m-mulet/> [Accessed 25 Aug. 2015].
- Webconsultas.com, (2015). *Homeopatía, qué es - Belleza y bienestar*. [online] Available at: <http://www.webconsultas.com/belleza-y-bienestar/terapias-alternativas/homeopatia-2552> [Accessed 12 Jun. 2015].
- Woncaeurope.org, (2015). *P09.01 "no. But In My Case...": Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe*. [online] Available at: <http://www.woncaeurope.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 7 Aug. 2015].
- Woncaeurope.org, (2015). *P09.01 "no. But In My Case...": Complementary And Alternative Medicine Use By Spanish Doctors | Wonca Europe*. [online] Available at: <http://www.woncaeurope.org/content/p0901-no-my-case-complementary-and-alternative-medicine-use-spanish-doctors-4> [Accessed 4 Jul. 2015].
- Woncaeurope.org, (2015). *P09.09 Status Of Complementary/alternative Medicines In The Spanish Health System | Wonca Europe*. [online] Available at:



<http://www.woncaeurope.org/content/p0909-status-complementaryalternative-medicines-spanish-health-system-2> [Accessed 2 Aug. 2015].

- [www.larazon.es](http://www.larazon.es), (2015). *José Miguel Mulet: «Yo no tengo que creer en el ibuprofeno; me lo tomo, me cura y punto»*. [online] Available at: <http://www.larazon.es/cultura/jose-miguel-mulet-yo-no-tengo-que-creer-en-el-ibuprofeno-me-lo-tomo-me-cura-y-punto-IK8837497#.Tt1EMT1mI2Q55a> [Accessed 12 Jul. 2015].

- [www.larazon.es](http://www.larazon.es), (2015). *José Miguel Mulet: «Yo no tengo que creer en el ibuprofeno; me lo tomo, me cura y punto»*. [online] Available at: <http://www.larazon.es/cultura/jose-miguel-mulet-yo-no-tengo-que-creer-en-el-ibuprofeno-me-lo-tomo-me-cura-y-punto-IK8837497#.Tt1ujHlySj8XNY> [Accessed 12 Jun. 2015].

- YouTube, (2015). *Destapamos los fraudes de la falsa medicina homeopática*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=-8UPCOgwDUQ> [Accessed 12 Jul. 2015].

- YouTube, (2015). *El Intermedio - "La homeopatía es como el intérprete para sordos del funeral de Mandela"*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=eQM9adWIRK0> [Accessed 12 Jul. 2015].

- YouTube, (2015). *José Miguel Mulet - Lo más seguro es comer transgénicos 25/02/2013*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=nYdQWdVAwf0> [Accessed 12 Jun. 2015].

El proceso de construcción de la imagen de la homeopatía en la era de internet y su  
contribución en la elección de terapia médica.

---





UNIVERSITAT  
JAUME·I

**Departamento de Ciencias de la Comunicación**

**Tesis doctoral**

