

Construcción histórica de las marcas de la medicina natural tradicional de Santiago de Cuba

Historical construction of the brands of traditional natural medicine in Santiago de Cuba

Maribel Brull González* 



Citar como: Brull González M. Construcción histórica de las marcas de la medicina natural tradicional de Santiago de Cuba. *Revista Andes* [Internet]. 2026 [citado el 16 de marzo de 2026]. Disponible en: <https://revista-andes.cl/ojs/index.php/inicio/article/view/61>

Recibido : 06/12/2025

Aceptado : 15/01/2026

Publicado : 16/03/2026



© Los autores, 2026.
Este es un artículo publicado de acceso abierto, bajo licencia de Creative Commons Attribution, que permite el uso, distribución y reproducción en cualquier medio, sin restricciones, siempre que el trabajo original sea correctamente citado.

Los autores declaran no poseer conflictos de interés.

No se declaran fuentes de financiamiento.

*Correspondencia:
Maribel Brull G.
brull@uo.edu.cu

RESUMEN

Introducción: El surgimiento de las marcas de los medicamentos y tratamientos de salud requiere de investigaciones multidisciplinarias con enfoques holísticos en función de elevar el conocimiento científico de los gestores de la información y la comunicación social en la salud pública, asumiendo como objetivo, demostrar el origen de las marcas de la medicina natural tradicional desde un análisis diacrónico en el territorio de Santiago de Cuba. **Metodología:** La investigación asumió la metodología de la investigación cualitativa, centrada en los métodos histórico-lógico, analítico-sintético, empleo de técnicas de análisis de contenido de los documentos referenciados, así como la curaduría de datos de los nombres de remedios o medicamentos de tres períodos históricos escalonados de la sociedad. **Resultados:** Se logró identificar las marcas de la medicina natural tradicional, con un enfoque historicista y culturalógico, describir los contextos y mediaciones de las marcas de la medicina natural tradicional y establecer su periodización. **Discusión:** El hallazgo de las marcas de los medicamentos de origen natural constituye un resultado científico de valor historiográfico para la aplicación y sostenibilidad de la medicina verde. **Conclusión:** La investigación aporta una configuración teórica y metodológica de las marcas de la medicina natural tradicional en tres períodos históricos y culturales. Una cronología científica que revela la relación de las marcas, la cultura de la medicina natural tradicional dentro de los procesos sociales y la gestión sanitaria como parte del aprendizaje social y las tradiciones del territorio.

Palabras clave: Medicina Natural Tradicional, Marcas, Salud Pública, Productos y Servicios, Competencias Profesionales.

ABSTRACT

Introduction: The emergence of brands of medicines and health treatments requires multidisciplinary research with holistic approaches in order to raise the scientific knowledge of information and social communication managers in public health, assuming as an objective, to demonstrate the origin of the brands of traditional natural medicine from a diachronic analysis in the territory of Santiago de Cuba. **Methodology:** The research adopted the methodology of qualitative research, focused on the historical-logical, analytical-synthetic methods, the use of content analysis techniques of the referenced documents, as well as the curation of data on the names of remedies or medicines from three staggered historical periods of society. **Results:** It was possible to identify the hallmarks of traditional natural medicine, with a historicist and cultural approach, describe the contexts and mediations of the hallmarks of traditional natural medicine and establish their periodization. **Discussion:** The discovery of the brands of medicines of natural origin constitutes a scientific result of historiographical value for the application and sustainability of green medicine. **Conclusion:** The research provides a theoretical and methodological framework for understanding the brands of traditional natural medicine across three historical and cultural periods. This scientific chronology reveals the relationship between these brands, the culture of traditional natural medicine within social processes, and healthcare management as part of social learning and local traditions.

Keywords: Traditional Natural Medicine, Brands, Public Health, Products and Services, Professional Skills.

Introducción

La Historia de la Medicina Natural Tradicional desde una perspectiva teórica y práctica requiere cada día de mayor conocimiento científico con enfoque multidisciplinario en función de la formación de los profesionales de la salud pública, para introducir los medicamentos y tratamientos de la medicina verde como una alternativa básica para el mejoramiento de la calidad de vida.

La Estrategia de la Organización Mundial de la Salud para el 2025-2034¹ reconoce la medicina natural tradicional como un sistema codificado o no codificado para la atención de la salud y el bienestar, que comprenden filosofías, competencias, conocimientos y prácticas cuyo origen se halla en contextos históricos y culturales diferentes.

Por otra parte, la medicina tradicional, se considera como el conjunto de conocimientos, capacidades y prácticas basadas en las creencias, costumbres y experiencias de diversas culturas, utilizadas para prevenir, diagnosticar o mejorar la salud humana. Y la medicina complementaria o medicina alternativa son las prácticas de salud, que no forman parte de las tradiciones de la región o territorio, siendo incorporadas a la medicina convencional en el sistema de salud.

En la actualidad, las instituciones globales de la salud registraron el término medicina integrativa, para promover la integración de la medicina convencional en relación con las políticas públicas, la teoría y la práctica en el campo de la salud pública.

De modo que la inclusión de la enseñanza de la medicina no convencional en la medicina convencional constituye una necesidad de los territorios, siendo primordial el aprendizaje de estas prácticas culturales².

En la presente investigación se asume la Medicina Natural y Tradicional, en lo adelante MNT, como una alternativa estratégica de tratamiento que agrupa una variedad de productos medicinales y servicios orientados a diferentes enfermedades.

En este marco conceptual de la medicina natural tradicional se hace hincapié en el uso de remedios basados en la naturaleza y las técnicas para restablecer el equilibrio de la mente, el cuerpo y el entorno, así como los conocimientos tradicionales, experiencias, aptitudes

y prácticas que se mantienen y transmiten de generación en generación en el seno de una comunidad desde los remedios naturales más sencillos hasta la aplicación de los modernos tratamientos.

La MNT es un concepto amplio que facilita los propósitos de definición e identificación de las marcas y sus interconexiones conceptuales con los productos sanitarios. Según los autores referenciados este estudio implica los servicios de acupuntura, fitoterapia, apiterapia y la ozonoterapia³.

Los productos MNT, son aquellos, que incluyen hierbas, material y preparación herbarias que contienen partes de plantas naturales, materiales vegetales o la combinación de estos, pueden contener sustancias activas orgánicas o inorgánicas, a diferencia de los servicios MNT, que son aquellos bienes que se brindan en establecimientos o entidades destinadas a la salud pública.

El estudio histórico y cultural de las marcas de los productos y servicios MNT permite desarrollar las competencias profesionales del potencial humano de la salud pública, facilita el aprendizaje y la práctica social de la medicina natural tradicional para la comprensión de sus significados y transcendencia social.

Las marcas son signos visibles de identificación de la Medicina Natural Tradicional, las representa y las diferencia en escenarios de visibilización, comercialización y uso en el sistema de salud pública y social; poseen una personalidad reconocida, significativa que la distingue de otras cuando las estrategias funcionales, las políticas, las estructuras, los sistemas y los símbolos la califican como única, cuando su cultura es exclusiva⁴.

Yeney Acea⁵, confirma la importancia de que los productos y servicios tengan sus marcas, representadas con un signo o combinación de signos, que sirve para distinguirlos en el mercado y que pueden ser registrados por la Oficina de Propiedad Industrial.

En conexión, Norberto Chaves⁶, argumenta que las marcas pueden representarse de forma gráfica a través de signos lingüísticos, símbolos o imágenes que pueden combinarse para definir su procedencia y valor social. Más adelante el autor añade que la construcción de la marca es un capítulo importante para la gestión de los productos y que se ha extendido a ámbitos tradicionalmente ajenos a toda consideración mercadológica.

Sin embargo, es insuficiente el conocimiento del origen histórico y cultural de la medicina natural de cada territorio, lo que motiva a realizar investigaciones multidisciplinarias de las marcas de los medicamentos y tratamientos, con el propósito de conocer su existencia y conservación.

Los estudios previos consultados se enfocan en la historia de la medicina natural tradicional sin meditar en sus marcas, ocasionando una brecha del saber científico en la formación del sistema de salud pública.

Ante esta situación surgió la interrogante de “¿Cómo determinar el origen y evolución de las marcas de la medicina natural tradicional en Santiago de Cuba?”. Para ello, se inició una exploración científica de la literatura especializada, con los objetivos de exponer las matrices teóricas de las marcas de la medicina natural tradicional, lograr identificarlas y describir el contexto histórico cultural de su creación.

De ahí la relevancia de realizar una construcción histórica que muestre la existencia de las marcas de la medicina natural tradicional basada en evidencias científicas, datos, información, muestras de contenidos y mensajes en etiquetas, sellos, cuños, timbres, carteles, dibujos, pinturas y anuncios publicitarios existentes en cada periodo histórico.

Estas razones justifican como objetivo de la investigación, demostrar el origen de las marcas de la medicina natural tradicional desde un análisis diacrónico en el territorio de Santiago de Cuba.

Metodología

La investigación asume la metodología cualitativa, desarrollada en los niveles exploratorio y descriptivo basada en los presupuestos teóricos de *Hernández Sampiere., et al*⁷.

Para su desarrollo, se asumen los objetivos específicos:

1) Exponer las matrices teóricas conceptuales de las marcas de la medicina natural tradicional desde una perspectiva historicista y culturoológica.

2) Identificar las marcas de la medicina natural tradicional por periodos históricos.

3) Describir los contextos históricos, culturales, políticos y sociales que promovieron las marcas de la medicina natural tradicional en Santiago de Cuba.

Los multimétodos utilizados se clasifican en histórico-lógico; analítico-sintético; revisión bibliográfica, análisis documental, el método simbólico interpretativo, donde se analiza las marcas de la medicina natural tradicional en un contexto sociohistórico y el método por evidencias. El procedimiento elaborado está estructurado por un conjunto de pasos:

a) *Exploración de las marcas de la medicina natural tradicional del territorio.*

La búsqueda se inició en los registros del Archivo Histórico de Santiago de Cuba, Crónicas de la ciudad de Santiago de Cuba, de *Carlos Forment*⁸. publicados por la Oficina del Conservador de la Ciudad. Posteriormente, en los Sitios Web de Salud Pública de Santiago de Cuba, la Biblioteca Virtual de Salud, conocida por su marca BVS, la Página Web de Fitomed, el Portal Web de la Red de Salud y la marca *Infomed Santiago*⁹.

b) *Estudio de las matrices teórico-conceptuales, contexto, mediaciones, relaciones y gestión de las instituciones sanitarias.*

El estudio de la literatura científica del tema se sustentó en un mapa conceptual y de contenidos esenciales, donde se resume, las políticas globales, regionales y locales acerca de la medicina natural tradicional; sistematización de los criterios de diversos autores de las marcas como fuentes de conocimientos y de interpretación de contextos históricos y culturales; interacción de los conceptos; análisis de estudios previos por áreas del conocimiento y enfoques de historia, comunicación social, medicina, farmacia, diseño y cultura.

c) *Identificación de las evidencias científicas de las marcas.*

El método basado en evidencia científica permitió clarificar datos y objetos para respaldar los hallazgos de la investigación, siguiendo un patrón de comportamiento articulado de las marcas identificadas en documentos

históricos; productos comunicativos y artísticos de lenguaje audiovisual. (incluye las plataformas digitales); marcas de medicamentos o tratamientos de origen natural; marcas de establecimientos sanitarios; marcas que se conservan.

d) Descripción de los rasgos más visibles de las marcas.

Para poder describir las marcas de la medicina natural tradicional, se asumió el paradigma simbólico-interpretativo, donde se consultaron las dinámicas de cada contexto histórico y cultural específico del territorio de estudio, desde el proceso de creación, el significado propio otorgado a los rasgos de la marca, funcionalidad de la marca, para comprender la interacción del producto, el servicio y la gestión sanitaria.

e) Elaboración de la cronología histórica de las marcas de la medicina natural tradicional.

En este paso se aplicó los fundamentos teóricos de *Delgado*¹⁰, al expresar que para una periodización se precisan determinar los hitos entendidos como aquellos acontecimientos, sucesos o hechos relevantes que corresponden al objeto de estudio. Esta aplicación permitió diseñar una cronología básica encuadrada en los acontecimientos históricos-culturales que influyeron en el surgimiento y cambios de las marcas de la medicina natural tradicional definiéndose tres períodos: colonia, neocolonia y revolución, lográndose analizar 38 marcas con nombres de medicamentos de origen natural:

– Colonia [1898-1902]: se identificaron 10 marcas de medicamentos o remedios de origen natural.

– Neocolonia[1902- 1959]: se pudo reconocer una muestra de 10 marcas, 7 responden a nombre de medicamentos y 3 a establecimientos comerciales de estos productos.

– Revolución[1959 -2025]: de una muestra de 18 marcas, se seleccionaron 13 medicamentos.

Las marcas de la medicina natural tradicional se clasificaron en un portafolio de evidencias agrupadas por: fecha histórica; objetos de identificación, textos de carácter histórico, sellos, etiquetas, anuncios publicitarios, carteles, fotografías, tarjetas de presentación, placas de establecimientos sanitarios y materiales audiovisuales, facilitando una compilación de

27 marcas con nombres de medicamentos o remedios sanitarios y 11 nombres de establecimientos sanitarios.

Resultados

Periodización de marcas de la Medicina Natural Tradicional de Santiago de Cuba

■ Primer período [1898-1902]

En esta etapa se caracteriza por una medicina natural tradicional sustentada en plantas naturales autóctonas y remedios asiáticos, como el Ginseng, que se vendía en las Boticas del Barrio Chino, el Jengibre usado para la digestión y resfriados.

Se evidenció el uso de remedios y tratamientos medicinales de forma alternativa, tales como; Agua del Carmen, recetada para nervios y problemas de digestiones; el Jarabe de Palo de Brasil, usado para la anemia, vendido en boticas coloniales, el Bálsamo de La Socapa, la Pomada de Mangle rojo y la Cera de abeja para úlceras.

En las boticas se comercializaban medicamentos de origen natural lo que propició el expendio de todo tipo de productos. En la última década del siglo XIX dejaron de ser establecimientos mercantiles de amplio surtido y se agregaron los servicios de prácticas curanderiles a los habitantes en las escasas farmacias que existían en esta época.

Los curanderos y boticarios sellaban frascos con el nombre del medicamento, remedios y tratamientos, en algunos casos con el nombre del creador o propietario, representados visualmente por signos lingüísticos, letras y tipografía de la época; asimismo, se asentaron los remedios en droguerías derivados de plantas naturales tradicionales como la hoja de guayaba, para diarrea; el tilo, ansiolítico natural y el anamú, antiinflamatorio, traído por esclavos africanos.

Al interpretar este periodo, se destaca el surgimiento de marcas de la medicina natural tradicional de significación popular, uso de los medicamentos y tratamiento de la medicina de origen natural propiciando la introducción en el mercado; se deja ver los nombres de los propietarios en los medicamentos y tratamientos, el uso de los sellos para identificar medicinas, tratamientos, haciendas, boticas y entidades sanitarias.

▪ Segundo período [1902-1958]

Surgen nuevas marcas como el Tónico Oriental, elaborado con romero, boldo y pasiflora para el hígado y estrés; el Jarabe de Campana, recomendado como expectorante a base de gordolobo y malva, vendido en las farmacias; el Agua de Violetas, un perfume medicinal para dolores de cabeza de origen español, pero fabricado localmente; la Pomada de la Abuela, mezcla de sábila, manteca de corajo y alcanfor usada para quemaduras; la Flor de Cuba, agua de colonia con extractos de azahar y albahaca; Hojas de Eucalipto “La Fama”, para vapores, empaquetadas en Santiago de Cuba.

Los productos naturales se vendían principalmente en la Farmacia “Bottino”, fundada en 1887 y la Farmacia “La Luz” que importaba productos herbolarios de Estados Unidos y España. Entre los hallazgos se encuentran las marcas de los establecimientos comerciales, entidades de servicios públicos y tradición popular, como la Droguería Sarrá, originaria de La Habana; Johnson & Johnson donde se vendía vendas y alcohol.

Se identificaron marcas de la medicina natural por signos lingüísticos, acompañados de un logosímbolo para resaltar sus propiedades, donde la tipografía se caracterizaba por un fondo no codificado figurativo o abstracto, con notable significación.

Es una etapa de crecimiento de las marcas, surgen nuevos productos y servicios de origen natural que facilitan el crecimiento de este mercado; no existe uniformidad de las marcas sanitarias, sus diseños están orientados a los intereses del emisor, no existe regulación del uso de las marcas y su función está orientada a la acción de compraventa.

▪ Tercer período [1959-2025]

Los medicamentos y remedios de origen natural encontrados se identificaban por su nombre o por una etiqueta, representada por un signo denotativo, con el cual se daban a conocer, como las infusiones de Té de Jengibre, Té Verde y entre los establecimientos la Botica “San Fan”, donde vendían Pomadas de mentol y Alcanfor, inspiradas en la medicina china, además del Tónico Oriental, como remedio basado en hierbas chinas y cubanas del siglo XX.

En la década de 1970, se estimuló el uso de las marcas en productos naturales; el Anamú, planta de origen africano investigada junto a Vietnam por sus propiedades anticancerígenas; la divulgación del consumo del Té de Jengibre con Canela, una herencia china-cubana y la Pomada de Tigre, una versión del bálsamo chino “Tiger Balm”.

En 1976 se fundó el Laboratorio Farmacéutico Oriente en Santiago de Cuba, el cual se identifica con la marca LBF. Sus productos médicos de origen natural comercializan medicamentos genéricos y vendas enyesadas.

Durante 1980 y 1990, se presenta la etiqueta del Grupo Empresarial LABIOFAM, entre los productos se destacan el Vimang, Apisum y Lecisan, todas con marcas propias donde encierran significados y beneficios sanitarios.

En 1992 surge Fitomed, una marca de medicina natural tradicional instituida para investigar y promocionar el producto Vimang, elaborado con extracto de mango, antioxidante y antiinflamatorio; Prolipid, Cápsulas de ajo y mango para el colesterol; Antitox: Jarabe de anís estrella, Miel con propóleo, las tabletas de Caña Santa y NutriSan de origen natural asumidos por la industria biofarmacéutica nacional.

La Caña Santa, una marca de uso tradicional que se identifica en las farmacias como extracto fluido, reconocidos por médicos, pacientes y la población por sus propiedades antihipertensivas.

El NutriSan, elaborado en tabletas compuestas por levadura de cerveza de gran valor nutritivo para el organismo, como las vitaminas del Complejo B, Hierro, Calcio, Fósforo y un importante contenido de fibra dietética, que le confieren alto valor proteico, siendo recomendada como un suplemento nutricional en estados carenciales del cuerpo humano e incluso como antianémico.

En esta década, surge el Grupo Empresarial de Producciones Biofarmacéuticas y Químicas, con la marca LABIOFAM, asimismo se funda Infomed, la primera red telemática cubana de información de salud que se extendió a la provincia de Santiago de Cuba.

A partir del 2002 surgen las iniciativas de Proyecto de Desarrollo Local (*PDL*), dando lugar a la marca La Hoja Verde, una tienda de arte y manualidades, que agrupa

productos faciales y de maquillaje de origen natural; de igual forma, la marca SUYPO, ofrece aceites medicinales, jabones artesanales, infusiones y cremas elaboradas con plantas naturales de la localidad.

A modo de resumen, en este período, las marcas identificadas poseen rasgos multifuncionales, orientadas a la demanda y el consumo de la medicina natural tradicional como una alternativa que completa el sistema sanitario territorial, a su vez, están dirigidas al público receptor para moldear comportamientos sociales ; existe hibridación de marcas con limitada visibilidad en las plataformas digitales; se introduce la regulación y control de las marcas de la medicina natural tradicional y el registro de propiedad intelectual; los cambios sociales, económicos, ecológicos y tecnológicos motivan una práctica cultural más sistémica de la medicina natural tradicional.

A continuación, se presenta una línea del tiempo de los tres períodos estudiados y los principales hallazgos que facilitaron la construcción histórica que se presenta (Figura N°1).

Mientras en la Figura N°2, se exponen los rasgos visibilizados de las marcas de la medicina natural tradicional con los cambios históricos, culturales y sanitarios en los tres períodos analizados.



Figura N°1. Línea de tiempo de las marcas de la MNT. Fuente: Elaboración propia.

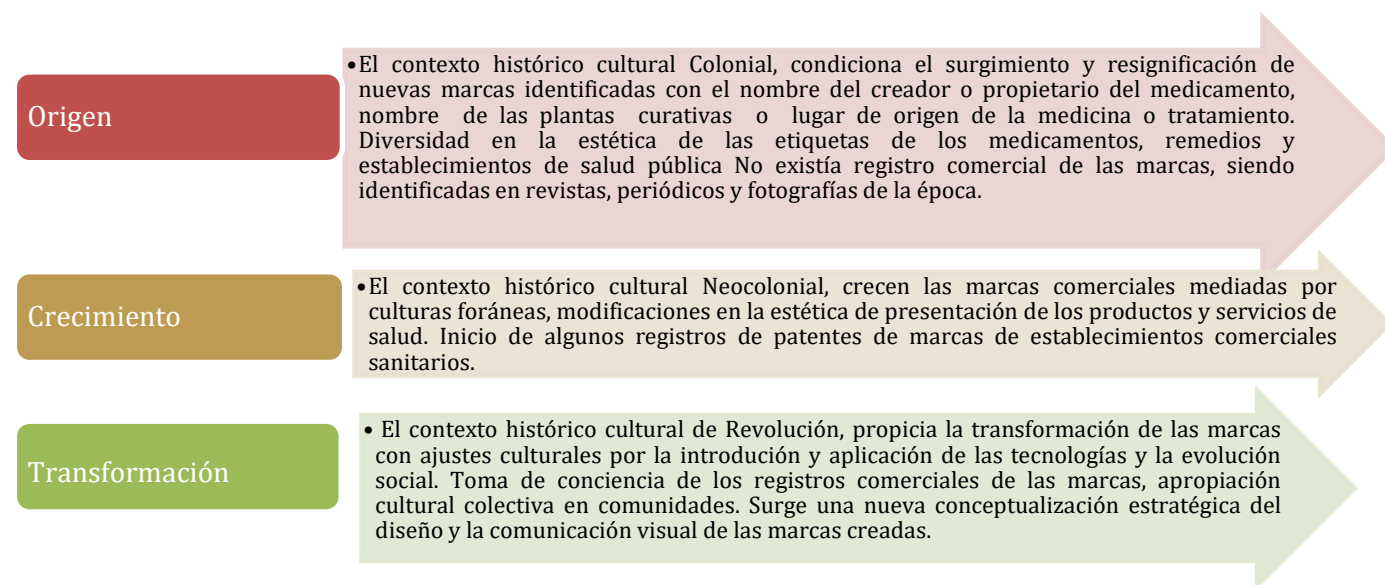


Figura N°2. Rasgos de la evolución de las marcas de la MNT. Fuente: Elaboración propia.

Discusión

La construcción histórica de las marcas de la Medicina Natural Tradicional de Santiago de Cuba revela tres periodos históricos culturales de surgimiento, crecimiento y transformación de las marcas de productos y servicios sanitarios de origen natural.

El estudio logró identificar 38 marcas de productos y servicios de origen natural, de ellas 19 se conversan en el ejercicio de la medicina alternativa como tratamientos ante situaciones de dolencias, epidemias o pandemias, siendo aplicadas por instituciones médicas y la población.

Desde el paradigma simbólico-interpretativo, las marcas identificadas revelan puntos de vista diversos, el primero, denominado figuración-abstracción, son marcas codificadas con nombre de objetos o cosas, como plantas naturales, por ejemplo Jengibre, Bálsamo de la Hacienda “La Socapa”; el segundo, las marcas codificadas con símbolos figurativos de significación propia de un medicamento, por ejemplo “Apisum”; el tercero las marcas no codificadas, poseen figuras creadas por el imaginario colectivo con un significado convencionalizado dado, por ejemplo “Caña Santa” y “Vimang”. Es decir, existen marcas de medicamentos de origen natural que responden a las configuraciones de símbolos codificados y no codificados.

El conocimiento de las marcas contribuye a la promoción de un determinado producto sobre otro; el uso más o menos racional de un producto natural independiente de que sea o no el de elección en una determinada dolencia, es decir, que la información de salud lleva implícita una función en el mercado de un producto, siendo valiosa la imagen visual y subliminal del producto o servicio que se comercializa o brinda.

Coincidiendo con *Zúñiga., et al¹¹*, en Santiago de Cuba, en la última década del siglo XIX los establecimientos mercantiles de amplio surtido no vinculado con la salud de la población, le agregaron los servicios de prácticas curanderiles debido al desconocimiento de los habitantes y las escasas farmacias que existían en esta época, aunque se reconocen las farmacias Gelabert en 1937, Dra. Sánchez en 1939 y de la Dra. Roberts.

El estudio de Zúñiga, de las farmacias del territorio, posee un enfoque histórico, que no presenta como objetivo la inclusión de las marcas de los medicamentos,

remedios, tratamientos o servicios en establecimientos comerciales; revelando una notable diferencia de la presente investigación, la cual expresa el contexto histórico cultural en el cual surgen, ampliando los estudios de la historia de la medicina natural local.

En comparación, *Hechavarría., et al¹²*, fundamenta los referentes históricos de la medicina natural tradicional para la formación del residente de medicina interna, desde una perspectiva formativa con énfasis en la medicina interna, siendo una investigación que no tiene como propósito identificar y analizar las marcas que forman parte de esta historia.

En la actualidad el uso y nombre dado a los medicamentos naturales se extiende a los diferentes niveles de atención de salud en todo el territorio, en relación con productos como los homeopáticos, apifármacos y fitofármacos que se describen en la “*Guía para la prescripción de productos naturales*”^{13,14}.

A pesar de lo expuesto, las instancias normativas y los profesionales de la salud presentan limitaciones en la seguridad de la marca de los medicamentos, insuficiente eficacia, calidad en el uso de los medicamentos naturales siendo necesario atender los pronunciamientos del doctor e investigador Marco Díaz Mastellari, cuando argumentó la pertinencia de la enseñanza de la medicina china tradicional en el sistema de salud presente¹⁵.

Coincidiendo con *Brooks., et al¹⁶*, la MNT sigue conservándose, siendo los fitofármacos más reconocidos por sus nombres y uso, arraigada en cada sociedad a la diversidad de tradiciones culturales.

Se significa que existe un grupo de remedios alternativos de la MNT que no se identificaron como marcas, pero que tienen su origen en plantas medicinales que se comercializan en la ciudad de Santiago de Cuba.

Entre los productos de mayor consumo se encuentran, Caña Santa para la hipertensión, Caléndula para trastornos de circulación, Naranja agria para trastornos de circulación, Cebolla para la infección respiratoria, Guacamaya en afecciones de la piel, Manzanilla en afecciones de la piel y estomatitis, el Pino Macho como antifúngico, el Orégano como expectorante, el Ajo para trastornos de circulación, infecciones respiratorias, sedante, osteoartritis, la Sábila usada en infección respiratoria, afecciones de la piel, el Imefasma utilizado en infección respiratoria, afecciones de la piel.

Esto conlleva a sistematizar estudios multidisciplinarios correlacionados de la historia de la MNT, la historia de las marcas, estudios de los medicamentos, tratamientos y remedios de origen natural y las plantas medicinales, de modo que contribuyan a comprender el presente y accionar en el desempeño del profesional de salud, desde una perspectiva didáctica, pedagógica y metodológica de la inclusión de estos contenidos en la educación médica¹⁷.

Conclusión

La presente investigación demostró el origen de las marcas de la MNT en el territorio de Santiago de Cuba, donde se logró un hallazgo de 38 productos y servicios correspondientes a tres periodos, colonia, neocolonia y revolución, evidenciándose los cambios históricos, culturales y sanitarios que median en cada etapa.

Es un estudio original que aporta las matrices teóricas conceptuales de las marcas de la medicina natural tradicional desde una perspectiva historicista y culturológica. Desde el punto de vista metodológico, revela las potencialidades de construir escenarios históricos utilizando el método de evidencias científicas, en este caso la identificación de objetos o cosas que corresponden a una época.

Asimismo, la pertinencia del paradigma simbólico-interpretativo en el análisis de contenidos de marcas y la comprensión de los elementos que la forman, incluido el significado propio de los productos y servicios sanitarios en contextos de diversidad cultural.

Como novedad de la investigación se presenta una construcción histórica de la MNT basado en las marcas; cronología que contiene los rasgos más visibles de los orígenes, contextos, mediaciones y relaciones de las marcas con la sociedad.

La investigación presenta como limitaciones el acceso restringido a fuentes documentales y la fragmentación de la literatura científica del tema, aunque el lanzamiento de la Biblioteca Global de la Medicina Tradicional, acontecimiento de la 2da. Cumbre Global de la Medicina Tradicional (India) celebrada en diciembre de 2025 motiva nuevas líneas de exploración con vistas a salvaguardar el legado de la salud, la naturaleza y el hombre en función del bien común.

Referencias Bibliográficas

1. Mundial de la Salud; OMS. Estrategia de la Organización Mundial de la Salud sobre medicina tradicional 2025-2034. [Internet]. 2025. Disponible en: <https://www.who.int/teams/who-global-traditional-medicine-centre/traditional-medicine-strategy-2025-2034>
2. Salazar-Granara Alberto. Necesidad de inclusión de la enseñanza de medicina no convencional en la medicina convencional para la región de Sudamérica. *Horiz. Med.* [Internet]. 2022 [citado 6 de diciembre de 2025];22(3): e2055. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8578776>
3. Cuba. Ministerio de Salud Pública, MINSAP. Programa de la maestría en Medicina Natural Tradicional. Plan de Estudio E. *Santiago de Cuba: Centro Rector para planes y programas de estudios en Salud*. 2025 [citado 10 de junio de 2025]. Disponible en: <https://www.mined.gob.cu/wp-content/uploads/2019/04/mnt.pdf>
4. Brull, González, M. La identidad visual del Palacio de Gobierno de Santiago de Cuba. *Ediciones UO*. 2024. [citado 28 de julio de 2025]. 66p. ISBN 978-959-207-783-6. Disponible en: <https://ediciones.uo.edu.cu/index.php/e1/catalog/book/1872>
5. Acea Valdés, Y. De Las Marcas y Otros Signos Distintivos En Cuba: Historia y Derecho. *International Journal of Cuban Studies* 9, no. 2 (2017): 212–24. Disponible en: <https://doi.org/10.13169/intejcubastud.9.2.0212>.
6. Chaves N. El libro La marca-país en América Latina. Bases teóricas y técnicas para el diseño de la marca-país y auditoría gráfica de veinte emblemas latinoamericanos. *Ecos de la Academia*. [Internet]. 2019 [citado 6 de agosto de 2025];2(03):168-9. Disponible en: <https://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/ecosacademia/article/view/156>
7. Hernández, Sampiere R., Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio. Metodología de la investigación. Editorial McGraw Hill. Edición: 6ª. Madrid, 2014, p. 150. ISBN: 978-1-4562-2396-0. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>

8. Forment, C. El libro Crónicas de Santiago de Cuba. Era Republicana 1912-1920. Tomo II. *Ediciones Alquieza*. 2006. ISBN 13: 9789597181057.
9. Infomed Santiago. *Biblioteca Virtual de Salud*. [Internet]. 2025. Disponible en: <https://www.infomed.scu.sld.cu/tag/biblioteca-virtual-en-salud-de-cuba/>
10. Delgado García Gregorio. Conceptos y metodología de la investigación histórica. *Revista Cubana Salud Pública* [Internet]. 2010 [citado 28 de julio de 2025];36(1):9-18. Disponible en: <https://www.scielosp.org/pdf/rcsp/v36n1/spu03110.pdf>
11. Zúñiga Moro, Clara Aurora. Evolución histórica de las farmacias en Santiago de Cuba en la primera mitad del siglo XX. *Revista Cubana Farmacia* [Internet]. 2014 [citado 28 julio de 2025]; 48(1): 156-162. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0034-75152014000100017&script=sci_arttext&tlng=en
12. Hechavarría Torres Maricel, García Céspedes María Eugenia, Tosar Pérez María Asunción. Referentes históricos de la medicina natural y tradicional para la formación del residente de medicina interna. *MEDISAN*. [Internet]. 2021 [citado 29 de julio de 2025];25(2): 489-506. Disponible en: <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=104793>
13. Zúñiga Monier B, Caballero Orduño A. La medicina tradicional y natural y los ensayos clínicos: un reto de las ciencias médicas en el siglo XXI. *MEDISAN*. 2016;20(4):578-85. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1029-30192016000400019&script=sci_arttext
14. Perdomo Delgado J, González Pla EA, Avello Romero L, Beltrán Delgado M, Carrero Figueroa MV. Principales resultados del Programa de Medicina Natural y Tradicional en Cuba (2018-2019). *Rev.Cubana de MNT* [Internet]. 2020 [citado 29 de septiembre de 2025];3. Disponible en: <https://revmnt.sld.cu/index.php/rmnt/article/view/163>
15. Mastellari MD. Sobre la enseñanza de la medicina china tradicional. I. *Rev Cubana de MNT* [Internet]. 2024 [citado 29 de septiembre de 2025];6. Disponible en: <https://revmnt.sld.cu/index.php/rmnt/article/view/271>
16. Brooks Carballo Grechin, Ramírez Morán Ángel Florencio, Grave de Peralta Randhol Scott. Uso de la medicina natural por profesionales en el primer nivel de atención de salud. *Rev Cubana Med Gen Integr* [Internet]. 2022 [citado 3 de octubre de 2025];38(4). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-21252022000400004&script=sci_arttext
17. Molina Raad V, Hernández Cruz YY, Salas Sosa M. *Inclusión de la Medicina Natural y Tradicional en la educación médica. Didáctica y Educación* [Internet]. 2024 [citado 3 de octubre de 2025];15(4):90-116. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9856686>