



# REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEProuna  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

**Año 4. Número 1. Volumen 7**  
**Enero - Junio 2014**

## **Medios sociales y ética profesional En medicina veterinaria**

**(Social Media and Professional Ethics in Veterinary Medicine)**

**Naudy Trujillo Mascia**

Presidente de la Sociedad Venezolana de Historia de la Medicina Veterinaria  
Coordinador de la Cátedra Libre “Lisandro Alvarado”  
Coordinador de la Cátedra de Historia, Ética y Deontología de la Medicina Veterinaria  
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado  
Decanato de Ciencias Veterinarias  
Departamento de Ciencias Sociales y Económicas  
Núcleo Tarabana - Cabudare - estado Lara - Venezuela  
Telf. 0251-2592416  
e-mail: [naudytrujillo@ucla.edu.ve](mailto:naudytrujillo@ucla.edu.ve) - website: <http://naudytrujillomascia.jimdo.com>

### **RESUMEN**

Los nuevos escenarios planteados por los adelantos tecnológicos, el Internet o ciberespacio y el desarrollo de las llamadas redes o medios sociales online implican avances sustanciales en el ámbito de la interacción del profesional médico con sus clientes, pacientes, usuarios, colegas, estudiantes y público en general.

No obstante, este nuevo tipo de interrelaciones personales en espacios no convencionales de intercambio de información supone también la necesidad de nuevas formas de comportamiento responsable y ajustado a las buenas costumbres, la moral y la ética, de manera que no se vea afectada la credibilidad, la confianza social, el honor y la reputación individual y colectiva de la profesión.

Este trabajo presenta algunas reflexiones sobre la temática, que pretenden iniciar el gran debate gremial necesario sobre la adecuación del ejercicio profesional médico veterinario a las actuales exigencias y a los modernos contextos.

Palabras clave: Medios sociales, ética, medicina veterinaria

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



# REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEPROUNA  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

## ABSTRACT

The new scenarios brought by technological advances, Internet or cyberspace and development of online social networks or media implicate substantial improvements in interaction of medical professional with its costumers, patients, users, colleagues, students and general population.

Nevertheless, this new kind of personal interrelationships in unconventional spaces of information exchange also supposes the need of new forms of responsible behavior and adjusted to good manners, morality and ethics, in order to do not affect credibility, social confidence, honor and individual and collective reputation of the profession.

This work presents some reflections about the thematic with intention of start a big and necessary gremial debate on adequacy of medicine veterinary's professional exercise to current exigencies and modern context.

Keywords: social media, ethics, veterinary medicine

## Los Medios Sociales online

Esta que vivimos se ha llamado indistintamente la era de la informática, la era digital, la era virtual o la era cibernética debido a los avances electrónicos que se desarrollan a un ritmo vertiginoso, inclusive con cambios a diario, haciendo que la vida útil de computadores, aparatos, software o aplicaciones sea muy corta ya que se alcanza rápidamente su obsolescencia por la entrada en el mercado de elementos mejorados o sustitutos.

Como consecuencia lógica del avance de las computadoras, surgió el Internet, también llamado el ciberespacio, un invento de los años 90 que era un medio puramente unilateral donde se ofrecía información a usuarios remotos a través de espacios o páginas web con un diseño estático, formato HTML, al que se le podía colocar diferentes textos y añadir imágenes; se podía navegar de una página a otra, pero no existía prácticamente interactividad entre los usuarios

A comienzos de la primera década del segundo milenio, aparecen avances en los espacios web que los hacen ser mucho mas interactivos, mas amigables, de muy fácil diseño y con la posibilidad de autoconstrucción; es así como a los websites convencionales se le sumaron los Foros, los Blogs y los Wiki's.

A partir del año 2004 surge el Internet o Web 2.0, una nueva generación de sitios web, redes de información y aplicaciones que delinean un mundo online, dinámico e interconectado, ahora caracterizado por la comunicación de forma bidireccional e

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



## REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEProuna  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

instantánea y en donde el usuario de Internet deja de ser un simple observador y consumidor de contenidos para pasar a ser un generador de los mismos.

En este marco comunicacional irrumpen las llamadas redes o medios sociales de intercambio de información, inicialmente solo espacios de entretenimiento y contacto entre seres queridos y amigos, pero que han logrado un crecimiento y desarrollo verdaderamente exponencial. Entre estos medios sociales destacan Facebook, Twitter, MySpace, Hi5, Instagram, Badoo, LinkedIn, Skype, Youtube, Napster, que no son más que sitios web que permiten a los usuarios registrados crear un perfil electrónico, que incluye alguna información personal, además de la posibilidad de intercambio, casi ilimitado, de mensajes, opiniones y contenido digital[1] de diferente tipo que son colocados o posteados a la observación y el escrutinio de millones de personas.

Las redes sociales son un fenómeno creciente e imparable y su utilidad es indiscutible. Para muchos, el éxito de estas herramientas se basa en el hecho de que proveen un medio de comunicación que es mucho más rápido y amplio que otros medios, pero con la ventaja incluida de que también crean registros perdurables y obtenibles en cualquier momento de los intercambios de información realizados.[2]

Además la comunicación indirecta no personal que ofrece el Internet fortalece la inhibición, los sentimientos de anonimato e invisibilidad y la falsa sensación de intimidad, los cuales en conjunto promueven la aparición de comportamientos que los individuos no serían capaces de asumir estando fuera de la condición online[3].

Por otro lado, el usuario de los medios sociales online se enfrenta al reto de la ambigüedad del lenguaje escrito sin el contexto del lenguaje corporal y la alerta a la posibilidad de abuso potencial que da el encuentro presencial.[4]

Es por eso que se dice que “Un individuo puede tener comportamientos diferentes en el mundo real y en el mundo virtual[5]; de allí la necesidad de establecer mecanismos tanto de precaución de amenazas como de regulación de tales comportamientos y sus consecuencias, ya que el mundo virtual que se crea en ellas sigue siendo real, y por tanto los usuarios deben tomar muchas precauciones en su operación y tener en cuenta los peligros así como la responsabilidad y las consecuencias de su uso.

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



## REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEProuna  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

### **El Papel de los Medios Sociales en la Actividad Profesional Médico Veterinaria**

Aunque los medios sociales aparezcan estereotipados como alejados de la academia, frívolos y hasta inmorales, no son totalmente incompatibles con las profesiones porque ciertamente son espacios colaborativos, de intercambios de ideas, de promoción de nuevos logros y conocimientos, de encuentro y reencuentro de colegas, e inclusive de mercado laboral.

En los últimos años las redes sociales han despuntado, y las profesiones, en particular las médicas, no son ajenas a este fenómeno. Cada vez más son los Médicos Veterinarios que utilizan las redes sociales en el ámbito de su relación con sus clientes lo cual plantea nuevos escenarios.

No hay que negar el gran potencial de las redes sociales para el ejercicio de la Medicina Veterinaria sobre todo en la difusión de la información sanitaria, de salud pública y productiva, en el seguimiento de los pacientes, en la atención de los clientes, en la interconsulta y la colaboración clínica, en el desarrollo de una camaradería entre colegas y hasta en la publicidad.

No obstante, el uso de esas modernas herramientas informáticas y comunicacionales han cobrado tal importancia en el ejercicio profesional que se evidencia la necesidad de un planteamiento ético profesional particular que permita enfrentar los nuevos escenarios y los nuevos conflictos surgentes.

Es así como muchas profesiones han empezado a desarrollar políticas y normativas para su uso, reglas de interacción, así como recomendaciones para la autorregulación del comportamiento profesional en estos espacios, ya que las fallas en la actuación en estos medios pueden conllevar a serias violaciones éticas, prácticas no autorizadas en la ley, pérdidas de la honorabilidad y el respeto del profesional y de las empresas, así como amenazas al secreto profesional, que pueden desembocar hasta en acciones legales.

También se habla de los nuevos dilemas éticos como: La confidencialidad y el secreto médico; el consejo médico a pacientes virtuales desconocidos; la crítica a colegas; la actitud descuidada; la responsabilidad de la información médica para pacientes; la publicidad médica objetiva y veraz; y la publicidad médica objetiva y veraz.[6] Sin hablar de la prescripción inadecuada, la presentación de falsas credenciales o competencias que también son observadas.

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



# REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEPROUNA  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

## **La Ética Médico Veterinaria en los Medios Sociales**

La facilidad y amplitud de comunicación que proveen los medios sociales se prestan para aumentar el rango de la actuación profesional, inclusive en el plano clínico. Por eso es importante recordar que el Internet nunca debería reemplazar la consulta médica presencial y en este sentido, la comunicación online sobre casos clínicos debería limitarse solo dudas y problemas muy puntuales[7], llegando así al precepto ampliamente difundido gremialmente de que lo recomendable es que el Médico Veterinario lo único que prescriba en Internet sea: información.

En otras palabras, las redes sociales deben servir, como en efecto los hacen, como puentes interpersonales de comunicación rápida y eficiente que permitan el dirigir instrucciones que conlleven a la resolución de los problemas que nos agobiaban cuando no existía forma de contactar expeditamente un profesional. Pero de ninguna forma pueden, al menos por ahora y mientras la tecnología de la biónica o la inteligencia artificial no alcance niveles más altos, sustituir la interacción medico-paciente y el, por ahora insustituible, contacto médico-paciente para el reconocimiento semiológico y la definición diagnóstica, claves en la toma de decisión sobre la terapéutica.

Otro elemento a ser considerado es que con esta mayor cercanía entre las personas provista por los medios sociales, se corre el riesgo de que en ocasiones las fronteras cliente-profesional, entre colegas, profesional-empleador, profesional-empleado o profesional-estudiante se tornen muy sutiles propiciándose la apertura de amistades cercanas entre ellos, las cuales en ocasiones podrían llegar a ser problemáticas, ya que pudieran entre otras cosas comprometer la privacidad y el secreto profesional, promover flirteo o relaciones románticas inadecuadas, así como conductas inapropiadas.

Por otro lado, los resultados de varios estudios que se han venido realizando sobre el uso de estas redes, tanto por profesionales como por estudiantes, sugieren que el público en general que evidencia características poco serias en la información, mensajes, opiniones, comentarios o fotografías personales colocados en los medios sociales online (Ej. Contenido sexual, exhibicionismo, actitudes intolerantes, irrespetuosas, discriminatorias o racistas, lenguaje degradante, grosero o soez, vulgaridades, mala ortografía, abuso de alcohol o drogas, etc.) llega a considerar tales hechos como ofensivos y como reflejos de la mala identidad moral o del poco profesionalismo, lo que en definitiva afecta negativamente la confianza de los usuarios.[8]

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



## REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEPROUNA  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

De hecho, los usuarios y clientes sorprendidos por las actitudes de sus prestadores de servicios profesionales manifestadas en Internet, han convertido los medios sociales en espacios abiertos de criticismo, lo que puede ampliar notablemente el daño a la imagen y la confianza de cualquier profesión.

También en el caso de los potenciales empleadores, se han visto experiencias de revisión por parte de los reclutadores de los perfiles y el historial comunicacional de los candidatos con el propósito de evaluar su probidad sobre la base de sus credenciales, sus experiencias, pero también de comportamiento digital cuestionable, de la información o contenidos digitales inapropiados, de testimonios o de evidencias de pobreza en las comunicaciones. [9]

No debemos olvidar que vivimos en un tiempo en el cual, debido a la facilidad de acceso a la información de la que ya hablamos, la sociedad se integra de un público con una educación incrementada lo que conlleva a que esa misma sociedad coloque mayores demandas en los profesionales[10], para hacerlos acreedores de su confianza. Demandas no solo en cuanto a aptitudes y competencias sino también en cuanto a actitudes y comportamientos.

Es que la confianza es la base del contrato social entre las profesiones médicas y sus usuarios, clientes y pacientes. A cambio del privilegio del cuidado del paciente así como el status, el respeto y la compensación financiera que acompaña tal privilegio, la sociedad espera que el profesional médico actúe con profesionalismo, de manera empática, de forma autorregulada, con un alto nivel de comportamiento ético y con un standard que lo haga merecedor del respeto de la sociedad. Sin embargo, lo mas grave de tales exigencias es que cualquier resultado del comportamiento de un individuo se refleja en la profesión en su conjunto. [11]

Es que los medios sociales también sirven en el caso del descontento manifestado por usuarios o clientes no satisfechos con el servicio profesional. Los medios de expresión social en las plataformas web 2.0 tienen una capacidad de movilizar emocionalmente a sus usuarios por que son presentadas historias y testimonios de personas que sufren lo que cualquiera puede sufrir. Asimismo, el incremento del uso de estas herramientas, amplifica los fenómenos y deja en evidencia por un lado el nivel de empoderamiento que han logrado las audiencias y por el otro el modo en como ha cambiado el adquirir, mantener y erosionar la reputación de las marcas, organizaciones y personas.[12]

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



# REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEProuna  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

Para un cliente descontento, el saber que los efectos de su intervención pueden ser verdaderamente dañinos para el prestador del servicio, estimulará estas formas de reclamo y afectarán notablemente la reputación del profesional o la empresa. Nunca antes como ahora, cualquier usuario descontento pudo ejercer su reclamo con un efecto viral de tan grandes proporciones y producir un daño tan gravoso para las organizaciones [13] y los profesionales.

Es justo por eso que las agrupaciones profesionales conminan a sus agremiados a mejorar cada día su actuación profesional de cara al escrutinio y la evaluación social; recordar que en cuanto al uso de Internet “El derecho a expresarse se acompaña de la responsabilidad de hacerse cargo de las consecuencias derivadas de lo que se expresa o se muestra; por lo que antes de compartir algo en redes sociales, es importante preguntarse si se está generando un valor o contribuyendo al saber colectivo compartido” [14]; y recordar que el hecho de poder expresar algo no implica que podamos hacerlo, ya que una línea muy delgada entre libertad de expresión y libertinaje, mas aun cuando lo que publicamos en Internet es virtualmente nuestra tarjeta de presentación y el reflejo de nuestra imagen individual, y colectiva en nuestra condición profesional.

Lo otro a tener presente es que la información colocada en Internet se disemina a una inmensa audiencia, aun si esa no hubiese sido la intención, puede ser reposteadada o ser sacada de su contexto en cualquier momento o por cualquiera; y, aun mas relevante, permanece disponible y revisable casi a perpetuidad. [15]

## **Palabras Finales**

Tal y como lo sostiene el investigador y filósofo Juan Manuel Silva Camarena, el hecho de tener una profesión está relacionado con la posesión de habilidades y conocimientos avalados por grados, diplomas y títulos; mientras que ser un profesional es más bien una cuestión de responsabilidades. Más allá de los conocimientos y las habilidades, ser un profesional es tener un férreo compromiso con lo que se hace y con la manera en que se hace. Y de allí que Silva Camarena acuñe la frase: “*La ética profesional consiste en hacer bien lo que se hace*”.

Por eso, en cuanto al uso de los medios sociales, al igual que en otros aspectos del desempeño profesional, lo importante es ajustarse a las normas morales y éticas como sendero de actuación en la opción fundamental escogida. Teniendo siempre presente que nuestras actuaciones repercuten en la imagen de los grupos a los que pertenecemos: familiares, sociales o profesionales, por lo que somos responsables de una imagen

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*



# REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEProuna  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacvml.jimdo.com> [revistacvml@gmail.com](mailto:revistacvml@gmail.com)

individual a la par de una colectiva. En este sentido, es necesario asumir conductas responsables en el uso de los medios sociales, como por ejemplo:

- Internalizar que tan buenos profesionales somos como individuos o ciudadanos seamos y viceversa. Por eso debemos buscar la excelencia en cada ámbito de vida.
- Separar el contenido profesional del personal en Internet y aumentar el uso de mensajes privados o e-mails para el contacto con los clientes.
- A efectos de la actividad profesional usar preferiblemente páginas Web combinadas con redes de comunicación tipo Twitter con mensajes bien estructurados y revisados.
- Evaluar muy bien las repercusiones y efectos del contenido que va a ser difundido antes de compartirlo.
- Mantener la calma ante comentarios negativos o difamatorios, no dejándose llevar por las intensas emociones del momento para así evitar entrar en una dinámica contestataria o agresiva[16] y diatribas que pueden repercutir en la imagen profesional.
- No olvidar que los usuarios que produzcan o reproduzcan textos o imágenes que resulten denigrantes o difamatorios o asociados a injurias, calumnias o afrentas contra el honor, la privacidad, la intimidad o la imagen de un individuo mediante la utilización de las redes sociales online, pueden ser acusados de delitos contra las personas y consecuentemente demandados civil y penalmente. Y esto puede ser nuestra arma de defensa con el mismo valor con que puede ser usado como arma en nuestra contra.

## REFERENCIAS:

- 
- [1]Mc Mahon, John W. **Professionalism in the Use of Social Media. Report 8-I-10 of the Council on Ethical and Judicial Affairs (CEJA)**. American Medical Association (AMA). USA, 2010. 7 pp. p 1.
- [2]**Ibidem**. p 2.
- [3] **Idem**.
- [4]Farnan, Jeanne M., et al.**Online Medical Professionalism: Patient and Public Relationships:Policy Statement From the American College of Physicians and the Federation of State Medical Boards**. Position Paper of Annals of Internal Medicine. USA. Abril, 2013. 9 pp. p 2.
- [5]Buitrago Botero, Diego Martín y LOPERA JARAMILLO, Ricardo **Ética en las Redes Sociales**. ETICES: Boletín Trimestral de Bioética. Facultad de Medicina y Departamento

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*





## REVISTA DEL COLEGIO DEL MÉDICOS VETERINARIOS DEL ESTADO LARA

Urb. Nueva Segovia, calle 4 entre carreras 2 y 3, N° 2-41. Quinta CEPROUNA  
Teléfonos (0251) 719.22.83 – 240.63.66. Barquisimeto - Estado Lara  
RIF.: J-30496804-3 ppi: 201102LA3870 ISSN: 2244 – 7733  
<http://revistacmvl.jimdo.com> [revistacmvl@gmail.com](mailto:revistacmvl@gmail.com)

- de Humanidades. Universidad CES. Bogotá (Colombia). Volumen 2, número 4, Oct-Dic, 2010. 14 pp. p 4.
- [6]Lalanda, Mónica. **Usos Prácticos y Dilemas Éticos sobre las Redes Sociales.** Zaragoza (España). Conferencia. Cátedra de Profesionalismo y Ética Clínica. Facultad de Medicina. Universidad de Zaragoza. 2013. En:<http://www.medicosypacientes.com/articulos/redessociales17513.html>
- [7] Colegio Médico De Chile. **Social Media para Médicos.** Santiago de Chile (Chile). 2012. 20 pp. p 13.
- [8]Mc Mahon, John W. **Op Cit.** pp 2-3.
- [9] Farnan, Jeanne M., et al.**Op. Cit.** p 6.
- [10] Judd, Rebecca G. y JOHNSTON, Lon B. **Ethical Consequences of Using Social Network Sites for Students in Professional Social Work Programs.** USA.Journal of Social Work Values and Ethics, Volume 9, Number 1 (2012). pp 5-12. p 5.
- [11]Farnan, Jeanne M., et al. **Op Cit.** p 4.
- [12] Igarza, Roberto. **Mitos y realidades acerca de los efectos de las redes sociales en la reputación.** 2009. En:<http://robertoigarza.wordpress.com/2009/08/16/mitos-y-realidades.html>
- [13] **Idem.**
- [14]Colegio Médico De Chile. **Op Cit.** pp 6-7.
- [15] Farnan, Jeanne M., et al. **Op Cit.** p 5.
- [16] Colegio Médico De Chile. **Op Cit.** p 17.

REVISTACMVL Año 4, Número 1. Volumen 7  
Enero - Junio 2014  
Páginas 44 - 47

Este artículo está disponible en:

<http://revistacmvl.jimdo.com/suscripci%C3%B3n/volumen-7/medios-y-%C3%A9tica/>

Se autoriza la difusión y reenvío de ésta información siempre que se coloque la respectiva cita y el enlace a <http://revistacmvl.jimdo.com/>

*...Si continuamos haciendo lo que siempre hemos hecho... Obtendremos siempre los mismos resultados. Para obtener resultados diferentes, debemos hacer cosas diferentes...*