



---

## LOS VALORES DE LA CIBERCULTURA ¿UN INVENTO POSMODERNO?

*Cesar Medina Salgado*<sup>1</sup>

*“La distinción entre liminal y liminoide, lo colectivo y lo individualista enfatiza el tema central de quién controlará la lógica socioeconómica que gobernará el ciberespacio –corporaciones gubernamentales, o empresarios por cuenta propia? [...] el tema del control colectivo Vs. el control individual, el cual no está claramente demarcado en el contexto de los ritos de paso tradicionales, queda efectivamente en primer plano en los dominios contractuales, marginales, subversivos individualistas de lo liminoide”*

(Benedikt, 1993: 46)

### Resumen

*La era actual se caracteriza por el arribo masivo de distintos aparatos electrónicos de comunicación. Los cuales están transformando a la sociedad en su conjunto y en grado diferencial si se revisan sus impactos en los distintos niveles de análisis empleados en las ciencias sociales. Desde la sociedad hasta el individuo. Las tecnologías de mayor incidencia parecen ser las relacionadas de alguna manera con Internet. La frecuencia de uso y el acceso relativamente sencillo para emplear dichas herramientas ha generado un trastocamiento en los valores enarbolados por los usuarios de ellas. Así predomina ahora la visión de corto plazo. La inmediatez obsesiva y recurrente, presente en mayor medida en los jóvenes. Simultáneamente se observa en la mesa de discusión la polémica entre detractores y panegiristas de la tecnología, y en particular de las llamadas tecnologías de la información y comunicación (TIC). Estos serán algunos de los temas contenidos en el presente artículo.*

---

<sup>1</sup> Profesor Investigador de tiempo completo del Departamento de Administración de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.

## Introducción

La llegada de Internet y el ciberespacio, parece aparejada a un conjunto distintos de valores a los otrora existentes en la sociedad. A este respecto Umberto Eco, opina:

De vez en cuando surge el temor de que las nuevas formas de comunicación, desde Internet a los SMS, cambien nuestros modos de pensar y de expresarnos ¿Cómo escribirían los muchachos educados en el envío y recepción de sutiles mensajes por móvil y de sincopadas conversaciones en el chat? No deberíamos preocuparnos, porque el invento del telégrafo, con los mensajes escuetos que implicaba (“llego el jueves último tren stop”), no impidió a Proust escribir la *Recherche*, y porque en definitiva el uso del correo electrónico restablece muchas veces cierta cultura epistolar que con el teléfono se había perdido. Sin embargo y para consuelo de apocalípticos, propongo algunos ejemplos de temas desarrollados por una generación adicta ya al ordenador y a sus pompas (Eco, 2007: 353).

La cita anterior es un buen pretexto para empezar la presente disertación. Porque nos refleja un aspecto importante en torno al ciberespacio<sup>2</sup>. La comunicación se ha transformado y esto exige a los usuarios o visitantes únicos, un determinado comportamiento basado en reglas o *netiquette*<sup>3</sup> (Trejo, s.f.: 1). Aunque este último, desde la óptica del comunicólogo italiano no es perjudicial. También un usuario del *chat* Inter-foro (conocido por su *nickname* como Tiraondas), opina de igual forma:

“Este tema de la comunicación en Internet es apasionante. Cuando lo abordo en conversaciones extravirtuales me da la impresión que la gente me ve con los ojos desorbitados, aún quienes lo usan, para ejemplificar te voy a platicar una anécdota. Durante una reunión en casa de una cuñada, ella comentó “el desmadre” que era reunir a los

---

<sup>2</sup> Se puede definir al ciberespacio como “la geografía virtual creada por computadoras y redes” (Browning, 1997).

<sup>3</sup> El *netiquette* es la etiqueta en las redes, aunque no siempre son reglas explícitas, “constituyen un marco de referencia para los cibernautas más experimentados. Hay normas y sanciones, como en toda comunidad de la misma manera que existen quienes se incomodan –y reaccionan en consecuencia– ante comportamientos que consideran excedidos u ofensivos” (Trejo, s.f.: 2).

---

profesores para tratar asuntos académicos (ella es coordinadora en la UAM). Le comenté entonces que podía resolver el problema con unos foros de discusión[...]se me quedó mirando como si hubiera blasfemado o algo así y me soltó un choro sobre la riqueza del contacto y demás yerbas...insistí diciéndole que por mucha "riqueza" no estaba logrando reunir a los profesores y que tal vez era por lo complicado que es atravesar la ciudad (promedio dos horas ida y vuelta) para llegar a una reunión donde se tenía que perder otra media hora para ver si lograban hacer "quórum", para finalmente dar a conocer una circular sobre exámenes extraordinarios[...]le hice ver que no veía la riqueza de este tipo de reuniones, pero si veía que era poco productivo[...]me salió después con el tema de que no todos los profes usan internet (cuando tienen una prestación que le permite adquirir la PC en cómodas mensualidades) [...]me dijo que en efecto tenían PC pero no usaban internet "porque no consideraban que fueran la panacea"... ¿como la veis? (Tiraondas, 2001).

Como se puede observar la comunicación ahora se encuentra mediada por la tecnología. Sin embargo, todavía existe una reticencia por parte de algunas personas hacia los nuevos "gadgets" modernos. Mientras esto ocurre el ciberespacio se convierte hoy por hoy en la palestra en la cual se exhiben o materializan un conjunto determinado de valores. ¿Cuáles valores? Manuel Castells (1998: 237) brinda algunas ideas iniciales al hablar de la empresa en red: "Existe efectivamente una cultura, pero una cultura de lo efímero, una cultura de la yuxtaposición de decisiones estratégicas, un agregado de experiencias y de intereses, más que una carta de derechos y obligaciones. Es una cultura virtual con múltiples facetas, constituidas por las imágenes de las experiencias visuales creadas por los ordenadores del ciber mundo al reacomodar la realidad". Castells parece recuperar en sus palabras, el título de un libro de Jean Baudrillard denominado *La ilusión del fin o la huelga de los acontecimientos*, publicado en español por Anagrama. En él, Baudrillard, mencionaba la falta de conexión entre los hechos acaecidos en la realidad y la reificación que de ellos hace la televisión con su constante repetición. Provocando en el televidente una percepción de la realidad artificial distante y alejada cada vez más de la realidad cotidiana construida por los hechos.

A lo anterior se le pueden adicionar las propuestas por el economista Jeremy Rifkin, quien califica a la época actual como una era

flagrantemente dominada por el acceso. Así, “la era del acceso está gobernada por un nuevo conjunto de supuestos para los negocios que son muy diferentes a los que se utilizaban para conducirse en la era del mercado. En este nuevo mundo los mercados dejan lugar a las redes, los vendedores y compradores se sustituyen por proveedores y usuarios, y prácticamente todos los productos adquieren el rasgo de acceso [...] un régimen de acceso, que se sustenta en garantizar el uso limitado y a corto plazo de los bienes controlados por los proveedores, cambia de manera fundamental nuestras nociones sobre cómo se ejercerá el poder económico en los años venideros” (Rifkin, 2000: 16-7).

Bajo los supuestos anteriores, el ciberespacio parece ser el vehículo *ad hoc* para esta nueva forma de relación interpersonal (ubicua y múltiple) mediada por procesos de comunicación distribuida y de disfrute inmediato. Pero aquí cabe preguntarse, ¿qué es el ciberespacio?, “es un espacio metafórico, espacio de comunicación, abierto por la interconexión mundial de ordenadores” (Lévy, 1999). En otros términos es el *software* residente en Internet, mientras esta última podría ser vista como el *hardware* de la Red.

El cambio del papel a la pantalla de la computadora, y el advenimiento de los documentos digitales (ver Medina y de León, 2007: 249-77). Hablan de una versión epistolar distinta, donde la inmediatez (el acceso o disfrute de las cosas) es la característica fundamental. Así, el tiempo y el espacio adquieren una nueva dimensión escapando a las reglas tradicionales del mundo físico. La idea de comunidad también se ve trastocada. Los fundadores de Internet, pensaban en “comunidades de conciencia, [...] en el nuevo colonialismo basado en las redes de comunas [...] bajo la égida de un catálogo total mundial” (Turner, 2006: 73-91).

Actualmente según datos de la enciclopedia abierta Wikipedia (2008), la tecnología posee una enorme capacidad de reproducción y es motor de cambios sociales. Se han creado productos culturales libres con un método poco usual, por ejemplo ahora existen las enciclopedias en línea, creadas por la misma comunidad de usuarios, y las bibliotecas en línea, basadas en inmensas recopilaciones; están además la música, arte, turismo y otros productos del entretenimiento de la cultura popular que se encuentran fácilmente en Internet, algo que tiempo atrás era imposible crear.

Otro ejemplo del uso del ciberespacio lo expone Joaquín Brunner (2000): en un apartado pueblo de Chile, a 800 kilómetros de la capital, un grupo de jóvenes de alrededor de 16 años de edad se había puesto en comunicación con el resto del mundo en un esfuerzo por ampliar y mejorar su educación. Su escuela, compuesta de alumnos pobres, fue favorecida por un convenio suscrito entre el Ministerio de Educación y la principal empresa telefónica del país. El convenio marcaba que todos los establecimientos escolares del país serían progresivamente conectados a la Red de redes. De allí que esa escuela distante, al final del mundo, dispusiera de computadoras y de acceso gratuito a Internet.

Quizá lo más interesante de este caso se refiera a la conducta adoptada por los alumnos de dicha escuela, al haber iniciado por cuenta propia, un proyecto consistente en fotografiar los *grafittis* de su pueblo; poniendo especial atención en aquellos expresivos de la cultura juvenil. Posteriormente, cuando la escuela se conectó a Internet, decidieron buscar (y encontraron) *grafittis* provenientes de todo el mundo. “Entusiasmados, presentaron su proyecto al profesor y él aceptó integrarlo al trabajo regular en la sala de clase. En seguida los alumnos entraron en comunicación con jóvenes de diversas partes del mundo, primero para intercambiar información sobre la escritura en los muros y, después, para usar esa información en un estudio comparando culturas juveniles en un contexto internacional” (Brunner, 2000).

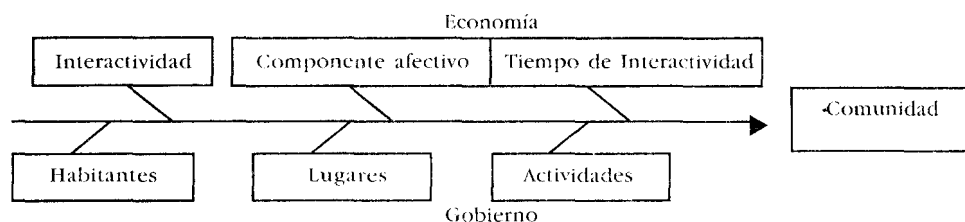
La aparición de esta nueva colectividad vive la paradoja de su integración consistente en individuos aislados en distintas partes del orbe, pero unidos por la red y sus contenidos. Con la llegada de esta nueva forma de enlace, la escritura en el ciberespacio adquiere características singulares. Una de ellas es la libertad, el ciberespacio ha permitido la proliferación de documentos conceptualizados desde un relativo margen de emancipación. Esto se debe fundamentalmente a una especie de ejercicio hermenéutico que “hace explícitos algunos aspectos sociales y cognitivos de la escritura” (Eduteka, 2000: 4).

También favorece “el entendimiento y control de los contextos, propósitos y procesos del lenguaje escrito” (Eduteka, 2000: 1). La combinación de entendimiento y control, enfrenta al usuario con una paradoja, al permitirle la escritura de documentos en “espacios carentes de

vigilancia, transformándola en una especie de aventura” (Eduteka, 2000: 2). Es decir la redacción libre aparece como un escape al control y al proceso racional implicado en la capacidad de entendimiento.

A las nuevas colectividades constituidas en el ciberespacio se les ha dado en llamar “comunidades virtuales”. Para Howard Rheingold una comunidad virtual consiste en “agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio” (Rheingold, 1993: 5) Figura 1.

FIGURA 1. ELEMENTOS INTEGRANTES DE UNA COMUNIDAD VIRTUAL



Fuente. Elaboración propia con datos de Silvio. S.f. 4-6.

En una visión más amplia una comunidad virtual es “un lugar electrónico donde un grupo de personas se reúne para intercambiar ideas de una manera regular [...] Es una extensión de nuestra vida cotidiana donde nos encontramos con nuestros amigos, compañeros de trabajo y vecinos, en el parque, en el trabajo o en el centro comunitario[...]Una definición más técnica sería un grupo de personas que se comunican a través de una red de computadoras distribuidas [...] (el grupo) se reúne en una localidad electrónica, usualmente definida por un *software* servidor, mientras el *software* cliente administra los intercambios de información entre los miembros del grupo. Todos los miembros conocen las direcciones de estas localidades e invierten suficiente tiempo en ellas como para considerarse una comunidad virtual” (Powers, 1997: 3).

Las comunidades virtuales han adquirido gran importancia con la llegada del ciberespacio porque son un mercado muy atractivo para empresas dedicadas al otorgamiento de bienes y servicios. Aquí es pertinente enlazar la idea del acceso manejada por Rifkin, ya que ajusta per-

fectamente con la perspectiva utilizada por las empresas “*on line*”, cuya pretensión es involucrar a sus clientes y proveedores en la concepción y materialización de sus productos. La red les permite a ellas lograr este objetivo estratégico a la perfección al proporcionarles datos de manera instantánea sobre los gustos y preferencias<sup>4</sup> tanto de sus clientes como de sus proveedores.

Por lo anterior, es pertinente aquí recuperar las ideas de Rod Coombs, David Knights y Hugh Wilmott (1992: 51), quienes consideran a las tecnologías de la información (entiéndanse aquí en sentido restringido a Internet y el ciberespacio), como las garantes de la disciplina y el control. En otros términos son las encargadas de dirigir el pensamiento y la acción de los individuos. Ambas tareas son desempeñadas con bastante éxito por las compañías “*on line*”. A esto se debe agregar, la supuesta objetividad de los datos (páginas *web* o bases de datos), la cual oculta detrás de ellos la imposición de valores, al no permitir que las personas por sí mismas discriminen ¿cuáles datos son importantes?, y ¿cómo deben ser reportados?

En medio de esta suerte de interacción simbólica entre hombre y máquina se establece un juego en donde la apuesta es la pérdida de la identidad en dos instancias, una individual y otra colectiva en referencia a la especie humana. El individuo encuentra en este nuevo mundo algo que lo fascina y lo somete. Es decir algo, que lo impele a ceder su espacio vital ante el acelerado mundo cibernético y sus “chismes modernos”.

Este desplazamiento ha afectado al hombre como animal social, para el hombre es vital mantener el contacto con los otros, pero no tan sólo a nivel físico o comunicativo sino psicológico. De esta forma se acuña una nueva distancia social, ya no tan sólo es aquella en la que el animal pierde de vista a su manada y ya no puede ver, oír u oler a su grupo.

---

<sup>4</sup> En este sentido Frank Gens analista de IDC, asegura que la expansión de las redes sociales provocará una auténtica avalancha de datos de la red. Este experto sitúa la información digital al término de 2008 en 400 000 millones de *gigabytes* (o 400 *exabytes*), un 56% más que en 2007. En 2010 se alcanzarán los 1 000 *exabytes* o un *zettabyte*. En 2008 crecerá lo “que hemos bautizado como Eureka 2.0” en el ámbito del *software* y los servicios, que combina análisis de textos, la extracción de sentimientos y las tecnologías relativas (incluidas las búsquedas semánticas), dice Gens que apuesta por la explosión de las soluciones *online* orientadas a empresas como el software como servicio (SaaS). IDC también cree que firmas como Google, Yahoo, Ebay o Apple orientarán sus ofertas a las pymes (IDC, 2008: 13).



Ahora mediante la red se tejen lazos con personas en latitudes remotas pero se pierden los elementos societales identitarios de su grupo de pertenencia individual. Georg Simmel denominaba a estos procesos como fuerzas de diferenciación e individualización. Ambas fuerzas “debilitan el vínculo con la persona próxima para tejer otro nuevo –real o ideal– con las más distantes” (citado en Frisby, 1993: 131).

Con este andamiaje analítico, se construye el objetivo fundamental del presente trabajo consistente en la delimitación de los valores acuñados e introyectados en las personas como consecuencia de una serie de comportamientos y escalas axiológicas presentes en el ciberespacio. Para tal efecto se ha dividido en dos partes: 1) Aventurándose en busca de los ciber-valores; y 2) Internet y el ciberespacio: ¿buenos o malos? El contenido de este documento se dirige a todas aquellas personas interesadas en el tema.

## 1. Aventurándose en busca de los ciber-valores

En esta sección se busca dar respuesta a las preguntas ¿cuáles son los valores generados por el ciberespacio?, y ¿por qué son aceptados y practicados por las personas? Como una primera aproximación se acude a la iglesia católica, considerada una fuente emblemática de valores, a través de las ideas de una de sus autoridades, Juan Pablo II (cita *in extenso*):

“Internet es ciertamente un nuevo ‘foro’, entendido en el antiguo sentido romano de lugar público donde se trataba de política y negocios [...] Era un lugar muy concurrido y animado, *que no sólo reflejaba la cultura del ambiente, sino que también creaba una cultura propia*. Esto mismo sucede con el ciberespacio, que es, por decirlo así, una nueva frontera que se abre al inicio de este nuevo milenio. Como en las nuevas fronteras de otros tiempos, ésta entraña también peligros y promesas, [...] Para la iglesia, el nuevo ciberespacio es una llamada a la gran aventura de usar su potencial para proclamar el mensaje evangélico [...]

La iglesia afronta este nuevo medio con realismo y confianza. Como otros medios de comunicación se trata de un medio, no de un fin en sí mismo. Internet puede ofrecer magníficas oportunidades para la evangelización si se usa con competencia y con una clara conciencia de sus fuerzas y debilidades. Sobre todo al proporcionar información y suscitar interés [...] la esencia de Internet consiste en sumi-

nistrar un flujo de casi continuo de información<sup>5</sup> gran parte de la cual pasa en un momento. En una cultura que se alimenta de lo efímero puede existir fácilmente el riesgo de considerar que lo que importa son los datos, más que los valores. Internet ofrece amplios conocimientos, *pero no enseña valores* [...]

Además como foro en el que prácticamente todo se acepta y casi nada perdura, Internet favorece un medio relativista de pensar y a veces fomenta la evasión de la responsabilidad y del compromiso personales (Pablo-II, 2002: 1 y 2).

La alusión anterior es muy interesante para los fines de este trabajo, porque el discurso fue escrito por uno de los dirigentes de la Iglesia Católica y en él se expresan antiguas ideas en moldes modernos. Se han destacado algunas frases en *itálicas* que no aparecían así en el original simplemente se agregaron por quien suscribe este documento para poder discutir las ahora parafraseando a Juan Pablo II, se tiene:

Internet se puede equiparar con el foro romano y en él, la iglesia tiene la tarea de proclamar el mensaje evangélico con realismo y confianza en este nuevo medio. Además de usarlo con competencia y con una clara conciencia de sus fuerzas y debilidades. Por otra parte, el foro romano no sólo reflejaba la cultura del ambiente, sino que también creaba una cultura propia. De esta forma Juan Pablo-II, califica a la cultura "propia" de Internet como alimentada por lo efímero, y contempla además la facilidad riesgosa de considerar a los datos con un grado de importancia mayor a los valores. Por último, Internet ofrece amplios conocimientos, *pero no enseña valores*.

Esta última frase es toral para la presente disertación, porque el Papa parece contradecirse al reconocer la inmediatez fomentada por el ciberespacio, al aceptar todo tipo de información y de breve duración. Así Internet, parecería imbuir o transmitir valores al favorecer un medio relativista de pensar y fomentar a veces la evasión de la responsabilidad y del compromiso personales. Como se puede observar Juan Pablo-II de manera implícita reconoce una transmisión de valores como: lo inme-

---

<sup>5</sup> Un problema coetáneo al flujo de información es el referente a la validación de los datos, no todo lo publicado en el ciberespacio es verdadero.

diato, lo efímero, el relativismo, la irresponsabilidad y la falta de compromiso.

De esta manera lo inmediato o la inmediatez conforma al individuo con una percepción de primera intención en todo lo que hace o aborda, sin pensar en el futuro, lo efímero y lo relativo se opone a lo general y absoluto, y definen a las cosas en función de la relación que guardan con otras. Así las personas ubican sus ideas y acciones en referencia a las expresadas por otras sin establecer ningún criterio personal. También los individuos actúan sin asumir las consecuencias de sus acciones, ni las obligaciones contraídas de antemano ante terceros.

Con todo este conjunto de valores y acciones, la escritura de algunos documentos en Internet no puede considerarse totalmente libre, porque los individuos dependen de otros en la red inhibiendo consecuentemente su propia voluntad. Kant afirmaba en este sentido: “yo sostengo que a todo ser racional que tiene una voluntad debemos atribuirle necesariamente también la idea de la libertad, bajo la cual obra” (Kant, 2007, 63). El ciberespacio entonces inhabilita la capacidad volitiva de los individuos y simultáneamente su raciocinio.

A pesar de lo bosquejado en la idea anterior, una nueva herramienta de Internet persigue con afán el dar libertad a los usuarios y a sus ideas expresadas en escritos hipertextuales: los *blogs*. Las pruebas de estos denodados esfuerzos se pueden ubicar en Oriente Medio bajo la égida del Islam. La autora Nasrín Alavi revela: “Los *blogs* han crecido tan deprisa en Irán porque cubren las necesidades que ya no son satisfechas por los medios de comunicación impresos [en 2004 se detectaron más de 64 000 *blogs* escritos en Persa]; proporcionan un espacio seguro donde escribir libremente a propósito de una gran diversidad de temas [...]”.

Algunos escritores importantes utilizan sus *blogs* para sortear la estricta censura estatal y publicar sus obras en la red, reconocidos periodistas cuelgan sus artículos sin censurar en los *blogs* que mantienen, los iraníes esparcidos por el mundo usan los *blogs* para comunicarse con los que permanecen en el país, los ciudadanos corrientes dejan constancia de pensamientos y necesidades en diarios personales, y los grupos de las ONG usan los *blogs* como forma de coordinar sus actividades” (Alavi, 2007: 111).

Como se puede observar Internet y el ciberespacio pretenden otorgar libertad a sus usuarios. Pero parece todavía lejana esta posibilidad. Aquí cabría reformular otra afirmación de Alavi (2007: 115) en forma de pregunta ¿El tiempo dirá si Internet y los *blogs* iraníes son sólo una válvula de desahogo de los oprimidos o una modernizada imprenta de Gutenberg que dará paso a la era de la democracia?

Desde la argumentación anterior a la cita de Nasrin, es difícil arribar a la “modernizada imprenta de Gutemberg”, porque un sello distintivo del ciberespacio es el individualismo y no la democracia. Es decir, las personas se encuentran aisladas incluso de su contexto inmediato (su familia) al estar conectados o enlazados a la red. Una evidencia adicional de la falta de democracia en la Red consiste en un hecho simple.

El control sobre Internet se ejerce desde los Estados Unidos de América (EUA) a través de una compañía privada establecida en 1998, conocida con el nombre de “Corporación para la asignación de nombres y números en Internet” (difundida por sus siglas en inglés como ICANN) (*The economist*, 2005: 75). Consecuentemente, el idioma hegemónico en Internet es el inglés. Este hecho rompe el estatuto de igualdad de los otros idiomas ante el idioma de Shakespeare, subsumiéndolos en una posición inconveniente. El control de la red es un botín que sigue en disputa y quienes contienden por él son Dinamarca, Francia, España y Holanda (*The economist*, 2005: 75).

Además del individualismo, Internet parece proponer como valor a la iniciativa. Es decir, la “capacidad de una persona para idear, inventar o emprender cosas. También se puede asociar con la acción de adelantarse a otros en algo, decisión, impulso, ingenio e inventiva” (Moliner, 2007:1647). En palabras de Faura (2000: 3), “El valor de la iniciativa está directamente relacionado con la posibilidad de un enriquecimiento económico rápido”, en otras palabras con la materialización del “*American way of life*”, ideología subyacente en los creadores de Internet y del ciberespacio. En este orden de ideas Faura acuña una consigna interesante en torno a la ideología primigenia de los creadores de la Red: “la ideología de California se combina de forma promiscua con el espíritu despreocupado de los *hippies* y el ardor empresarial de los *yuppies*” (Faura, 2000: 3).

Internet favorece el liberalismo y la desregulación, al limitar o impedir la reglamentación del ciberespacio. En la actualidad son mínimas las leyes regulatorias en torno a la información vertida en las páginas *web*. Por ello se ha favorecido la proliferación de sitios inconvenientes como los dedicados a la pornografía. De acuerdo con información del sitio oficial de los Testigos de Jehová, “este mercado genera 2 500 millones de dólares anuales. En los últimos cinco años ha aumentado casi en 1 800 %, alcanzando la cifra de los 260 millones” ([www.watchtower.org](http://www.watchtower.org), 2004: 2) de páginas electrónicas distribuidas en el orbe digital. También esta misma fuente estima el envío de 2 000 millones de mensajes electrónicos no solicitados a fin de captar un mayor número de usuarios. Incluso con mensajes inocuos, pero al ser abiertos se desencadena una serie de imágenes con un contenido eminentemente sexual.

A esta herramienta publicitaria se deben agregar los *chats* o salones de conversación. Estos son una especie de *pubs* ingleses, donde las distancias sociales se difuminan y las conversaciones tienen como fines conocer a otras personas y pasar un rato agradable. Sin embargo, pueden servir para seducir o captar personas con intenciones de explotación psicológica, sexual o laboral.

Dentro de este orden de ideas se tiene “la cereza del pastel”, los sitios dedicados a la música, los videos y los juegos electrónicos<sup>6</sup>. Los tres elementos en conjunto parecen ser la norma a nivel internacional. La gran mayoría de los adolescentes, y algunos otros que ya superaron esta etapa encuentran en el ciberespacio un mundo fascinante para sus sentidos. El oído, la vista y el tacto se convierten en su medio de percepción fundamental para interpretar el mundo.

Pero ¿por qué son tan absorbentes estos medios? Quizá porque el usuario pierde los límites entre la realidad y la fantasía. Literalmente se convierte en una parte más de la máquina. La pantalla se transforma en sus ojos, siempre atentos a los retos impuestos por los adultos creado-

---

<sup>6</sup> Un videojuego original cuesta entre 700 y 900 pesos mientras en el mercado informal puede costar desde 30 hasta 200 pesos. Además en este último mercado se ofrecen modificaciones electrónicas a los equipos originales para salvar las protecciones impuestas por los fabricantes de los juegos. El precio de esta adecuación, consistente en el reemplazo de un “*cbip*”, oscila entre 200 y 400 pesos.

res de las páginas *web*. Los oídos no captan otros sonidos distintos a los obtenidos a través de las bocinas de la computadora o de sus audífonos<sup>7</sup>.

Los sonidos metálicos, disparos, lamentos, gritos e improperios en el idioma inglés se incorporan fácilmente a la *psique* del usuario. El tacto a través del *joystick* o de los controles plagados de botones, en armonía casi perfecta con el sistema muscular transportan al cibernauta a la realización de múltiples tareas desde hazañas complicadas hasta la generación de sus propias melodías. Mientras esto ocurre, parece regresarlo a etapas tempranas de desarrollo, al reducirle la incertidumbre proveniente del mundo real. En el caso de los videojuegos la iteración constante de las etapas del juego le permiten al “héroe” saber qué sucederá porque cada “mundo” inicia siempre de la misma manera. Ellos funcionan como otrora ocurría con los cuentos infantiles leídos todas las noches por los padres para que los niños durmieran. El niño sabía de antemano lo que sucedería con los personajes en la trama del cuento.

Con respecto a los videojuegos, existen investigadores y maestros que sugieren que los juegos electrónicos parecen motivar a la gente joven, de una manera en que la educación formal no lo hace. Una serie de libros publicados recientemente, argumentan que las mentes de los jóvenes, han sido “reprogramadas” mediante los juegos electrónicos. En este sentido; el usar videojuegos, ya sea de manera regular o intensiva, está desarrollando en los jóvenes una serie de nuevas habilidades cognitivas; las cuales según Prensky (2001) son las que se citan en el Cuadro 1.

Las anteriores características significan que los jóvenes desarrollan la capacidad de procesar información muy rápido, pudiendo determinar lo que es o no relevante para ellos; la habilidad de procesar distinta información paralelamente, al mismo tiempo y de diferentes fuentes; la tendencia de acceder a información observando primero imágenes, para después clarificarla mediante texto; además, consideran la computadora principalmente como una herramienta de juego; esperando recompensas a cambio de realizar ciertas actividades, basándose en un modelo de hacer (actividades) para aprender, en vez de aprender para hacer.

---

<sup>7</sup> Este comportamiento en breve desencadenará un problema de salud pública, ya que muchos adolescentes al llegar a su edad adulta tendrán problemas de audición e incluso sordera causada por los volúmenes tan altos de sonido provenientes de sus “gadgets” portátiles.

Finalmente estas características incluyen una relajada aceptación de la fantasía como un espacio de experiencia válido y consideran a la tecnología como un amigo, debido a que ésta ha crecido con ellos.

### CUADRO 1. OPOSICIÓN DE HABILIDADES COGNITIVAS

Versus	
Mayor velocidad	Velocidad convencional
Procesamiento paralelo	Procesamiento lineal
Gráficas	Texto
Acceso aleatorio	Paso a paso
Estar conectado	Estar solo
Activo	Pasivo
Juego	Trabajo
Recompensas	Paciencia
Fantasía	Realidad
Tecnología como amiga	Tecnología como enemiga

Fuente: Prensky , 2001.

Por mucho tiempo (desde la década de 1980) la gente se ha preguntado qué es lo que hace motivantes a los juegos electrónicos o de computadora; lo cual tal vez se deba a que los videojuegos representan un “reto”, recrean un mundo que no es real e incentivan la curiosidad de quienes los juegan. Prensky (2001) comenta que existen criterios que fomentan la participación en el juego, los cuales son: reglas, metas y objetivos, retroalimentación, conflicto, competencia, reto, interacción y la representación de una historia. Entonces, se puede decir que los juegos generan motivación mediante la obtención de metas a través de retos y reglas establecidas, con el fin de lograr diversión.

Históricamente, divertirse y aprender se consideran dos cosas totalmente opuestas. Aunque esto no es necesariamente verdadero cuando se habla de jóvenes que dicen disfrutar del aprendizaje. Por ello, se han realizado algunos estudios en el Reino Unido sobre la existencia de videojuegos que apoyan el aprendizaje en forma tradicional y no tradicional. Por ejemplo, en el “Reporte sobre el uso educacional de los juegos” (2001), realizado por el sitio [teem.org.uk](http://teem.org.uk), se capacitó a varios maestros e investigadores, para usar videojuegos en el ambiente escolar y

aplicar cuestionarios a padres y más de 700 alumnos para determinar cuáles podrían ser los beneficios para el aprendizaje, jugando videojuegos.

En dicha investigación se usaron diversos juegos como *Sim City*, *Age of Empires*, *Rollercoaster*, *Tycoon* y *Championship Manager*. A continuación se muestran los resultados obtenidos al usar videojuegos en el salón de clases.

**Habilidades.** Ésta parece ser el área clave donde los juegos contribuyen al currículo de los alumnos, aunque dichas habilidades no son siempre reconocidas en un currículo. Las habilidades identificadas como clave se listan a continuación.

- *Comunicación y trabajo con los compañeros.* Los niños que jugaron, se vieron en la necesidad de comunicarse con otros que también jugaban, para describir qué estaba pasando, compartir opiniones, dar argumentos y discutir sobre acciones a realizar.
- *Resolución de problemas.* Los juegos presentaban una serie de retos que los niños debían superar para completar el juego satisfactoriamente.
- *Desarrollo matemático (aplicación de numérica).* Muchas simulaciones requieren decisiones de presupuestación, fomentando la capacidad financiera. (Reporte sobre el uso educacional de los juegos, 2001).

Por otro lado, los niños que usaron juegos electrónicos fuera del salón de clases reportaron las habilidades de trabajar en equipo y tomar decisiones como las más importantes, además de comentar; jugar videojuegos puede ayudar con las actividades escolares y el conocimiento en general. Los maestros también reportaron que los juegos usados en clase proveen estímulos para otras actividades de aprendizaje. Con lo anterior, se puede decir que ciertos tipos de juegos “parecen ser clave para el desarrollo de habilidades y trabajo en equipo, así como una motivación para aprender” (Facer, 2003: 6).

Otro punto de vista en cuanto a los videojuegos y el aprendizaje, es evidente en algunos estudios que ponen especial atención en el uso



de los juegos por parte de los niños en sus ratos de ocio, totalmente fuera del ambiente escolar. Estos estudios se enfocan en la manera que los juegos electrónicos se adaptan a su vida diaria, hogar y familia. Un estudio realizado por Toni Downes en Australia. Downes (1998), reportó: el placer de los niños por los juegos de computadora se derivaba principalmente de los procesos que implican jugarlos; entre otras cosas “les gusta el reto, la creatividad, lo inesperado, el descubrimiento, las elecciones, la emoción, la complejidad, superar obstáculos, ganarle a los malos, y lo más significativo, ganar” (Downes, 1998:203). Según Downes, estas características para los niños son más importantes que la calidad de las gráficas o el mismo contenido del juego.

Otro descubrimiento importante del estudio, es la manera cómo los niños aprenden a jugar videojuegos. Contrario a la creencia de que ellos juegan sentados en un lugar aislado, en un cuarto oscuro; se encontró que para aprender a jugar un videojuego muchas veces es necesario una interacción con su medio ambiente, hablar con los padres, leer manuales, ver a otras personas. Por ello se puede afirmar que con el paso del tiempo, el jugar y practicar, ahora se han convertido en parte de la misma actividad, además Downes (1998) argumenta que a través de jugar videojuegos, los niños ven a la computadora como algo “jugable” o amigable, lo cual les ayuda a realizar otras actividades como escribir, leer o buscar información. Ante toda esta evidencia, se puede decir que en los niños y jóvenes, jugar videojuegos (los cuales abundan actualmente en el Internet) en muchos casos incentiva el interés por aprender nuevas cosas, y fomenta el desarrollo de ciertas habilidades como el trabajo en equipo y la resolución de problemas.

Cabe destacar que actualmente la mayoría de los videojuegos pueden jugarse “en línea”, esto es, el usuario puede jugar con cualquier persona a través de Internet (ahora se usa mucho la banda ancha), no importando el lugar donde se encuentren. De hecho, por esa razón existen comunidades de videojugadores “en línea”.

Por ejemplo existe XBox *Live*; una comunidad de videojugadores creada por Microsoft, en la cual hay registrados casi dos millones de jugadores de 20 países; donde se puede jugar con personas de todo el mundo, platicar, intercambiar opiniones y crear pequeños grupos para

estar siempre en contacto, y de esta manera crear un vínculo muy fuerte entre los usuarios. Incluso en este mismo sitio se realizan actividades encaminadas a fortalecer esta comunidad virtual, como es el caso de las noches de juego familiar (*Family game night* en inglés), en donde se invita a las personas suscritas a Xbox live, a jugar todos los miércoles por la noche (un juego diferente cada semana) en compañía de sus familias, o en su defecto, jugar en línea con sus parientes lejanos, hijos, primos, padres, tíos, tías, etc. Además se incentiva la retroalimentación con los usuarios, ya que el sitio sugiere, “si participas en las Noches de Juego en Familia, queremos saber de tu experiencia. ¿A qué jugaste? ¿Por cuánto tiempo? ¿Con quién? ¿Te divertiste?” (Xbox, 2008).

## 2. Internet y el ciberespacio: ¿buenos o malos?

En este apartado se ponen sobre la mesa algunos elementos encaminados a dilucidar una valoración ética<sup>8</sup> en torno a Internet y el ciberespacio. Por lo expresado en la sección anterior, el juicio valorativo sobre las distintas herramientas y datos contenidos en el ciberespacio, se ubica en un *impasse*, porque existen elementos benéficos y perjudiciales desde el punto de vista axiológico.

Quizá esto es un reflejo de los orígenes altruistas de Internet y de su evolución en un mercado (físico y digital) con ingentes volúmenes de información, dinero e intereses monetarios y simbólicos. De alguna forma se asiste al surgimiento de una moral individualista, donde todo se permite en una actuación antípoda a los valores tradicionales de la sociedad. De esta forma se condensan tantas morales como individuos integran a la sociedad.

Así aparentemente se justifica la necesidad de una nueva ética. “Una ética personalista que permita al hombre los grados de libertad moral proporcionados a las posibilidades vitales que le abre la tecnología y a la desmitificación mental causada por la ciencia. La vieja moral judeocristiana

---

<sup>8</sup> La palabra ética viene de la palabra griega *ethos* que significa “lo que debería ser” o “un lugar de refugio”. El diccionario define a la ética como (1) el estudio de normas de conducta y juicio moral, o (2) el sistema o código de moral de un filósofo, religión, grupo, etc. El Dr. Albert Schweitzer definió a la ética como “el nombre que damos a nuestra preocupación por el buen comportamiento” (citado en Williams, J., 2000: 1).

es demasiado estrecha para el hombre contemporáneo, al cual constriñe con un excedente de represión que ya no puede justificar” (Racionero, 2000: 32).

Un ejemplo de lo antes dicho se encuentra en la comunicación global, porque puede incentivar de manera particular valores como la solidaridad y la empatía por lo que ocurre a otros seres humanos en distintas latitudes. Pero de manera simultánea, el usuario propicia al consumir imágenes encuadradas dentro de la categoría pornográfica, el quebranto de los valores mencionados anteriormente, y abre la posibilidad para situaciones deleznablez permeadas por el cinismo, el sadismo, la indiferencia, el egoísmo, e incluso encubrir procesos inmorales como el tráfico de personas.

Consecuentemente, comunicación y valores brindan un elemento adicional al ciberespacio y a los cibernautas: el ser emisores de contenidos (Fogel, 2007: 22). A este respecto dice Jean François Fogel “alcanzamos con esta última posibilidad de definir el sistema completo de circulación de la información que nos importa (nunca otra), al transformarnos en el sistema que recibe o manda, con un mero movimiento del índice sobre un ratón” (Fogel, 2007: 22).

Entonces ¿qué hacer ante este mundo maniqueo? Un primer elemento de respuesta en opinión de Antulio Sánchez periodista del semanario *Etcétera*, sería el pensar en Internet y el ciberespacio como medios con una necesidad creciente de una ética asociada con “aspectos de tipo social, económico e individual” (Sánchez, 1999: 1), porque genera profundas asimetrías patentes en situaciones tan peculiares como el tener acceso o no a la red. “El problema del acceso a la red se relaciona con barreras económicas, técnicas, socioculturales e interculturales” (Sánchez, 1999: 1).

A lo anterior se deben agregar la presencia en el ciberespacio de “los contenidos éticamente cuestionables pero legales, y los éticamente inaceptables e ilegales [...] En primer lugar están los éticamente problemáticos, cuyo objetivo es atacar las normas y los valores de otros (incitar al odio, denigrar minorías y personas procedentes de otras culturas); en segundo término, están los propagandísticos que apuntan a la difusión

agresiva e intolerante de ideologías radicales (extremismo político, fundamentalismo religioso, etcétera); en tercer lugar, están los violentos que desprecian la dignidad y la vida humana” (Sánchez, 1999: 2).

En este punto vale la pena hacer un alto, porque la balanza parece inclinarse hacia la parte malévola del ciberespacio. En consecuencia, se podría revertir el proceso como hasta hoy ha ocurrido, mediante una invocación a la autorregulación ética (como sugiere Antulio Sánchez), de las compañías y de las personas inmersas en los contenidos del ciberespacio. Pero esto tampoco libera el camino del análisis axiológico.

Una posición complementaria recae en el interlocutor detrás de la pantalla; el usuario o el visitante único a los *websites*, y hace referencia a la intención con la cual se aborda la información disponible en la red. Esta última idea, pasa por el pensamiento impulsor de hacer cierta cosa, el ánimo, el designio, o la idea que se tiene de lo que se pretende conseguir con cierta acción, comportamiento o propósito (Moliner, 2007: 1665).

En este sentido Araceli Estebaranz (2001: 326), “entiende a los valores como los criterios de comportamiento que orientan las preferencias, decisiones y las acciones de cada persona. Son el núcleo de las ideas, creencias y estimaciones que dan sentido a la vida. Son significados personales. Pero se pueden compartir y facilitar la identidad de grupos sociales o incluso la identidad de una cultura”.

Con relación a esto último, la empresa *Wipro Technologies* (proveedor de soluciones integrales para empresas, con sede en la India), maneja una serie de valores compartidos por sus empleados a fin de lograr un buen funcionamiento. De igual forma se comparten con sus clientes por medio del ciberespacio y del *software* empleado para asesorarlos.

Dichos valores según la empresa *Wipro* (2008), son:

- *Intensidad para ganar: conseguir clientes con éxito, trabajar en equipo, ser innovadores y sobresalir.* La empresa maneja un deseo crecer constantemente, buscar lo máximo y ser los mejores para lograr una sinergia; se da gran importancia al trabajo en equi-

po por que cuando el equipo gana, todos ganan. Se busca innovar todo el tiempo, además de procurar hacer las cosas mejor en cada oportunidad.

- *Actuar con sensibilidad: respeto por la persona, ser reflexivos y responsables.* Wipro apoya la igualdad, ya que para ellos, todas las personas deben ser tratadas de la misma manera. Impulsan la confianza entre los miembros de la organización para madurar y aprender, y que así los empleados se den cuenta del potencial que tienen. Además fomentan el compromiso de vivir en armonía con el medio ambiente, por tanto se deben realizar cosas para preservar la naturaleza y abstenerse de apoyar acciones que puedan dañarla. “Por lo tanto, cuando actúo reflexivamente, con responsabilidad y con empatía... actúo con sensibilidad” (Wipro, 2008).
- *Integridad inflexible: cumplir los compromisos, honestidad y equidad en acción.* Para esta organización la integridad es su guía, es algo que les da la confianza de seguir adelante ante cualquier circunstancia adversa; significa comprometerse por buscar la “verdad”, una palabra con muchas acepciones, pero que para Wipro es en esencia la comprensión y realización de las visiones más altas de cada persona. Por otro lado, buscan realizar acciones encaminadas a establecer los mejores estándares de honestidad y equidad.

Estos valores le permiten a la empresa conjuntar equipos de trabajo multiculturales que construyan sinergia para ellos mismos y los clientes. “Nosotros creemos que sin una fuerza de trabajo motivada y participativa, el éxito sólo será un sueño y es nuestra gente quien construye el camino a nuestras metas” (Wipro, 2008). Tal vez es por esto último que Wipro asegura que más allá de procesos o tecnología, son las personas quienes hacen la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Ahora, los valores de las empresa ya no sólo se comparten en su organización, sino que mediante el ciberespacio, se pueden compartir con cualquier persona, lo cual ayuda de cierta forma al crecimiento de una cibercultura cada vez es más evidente y reconocida.

También los valores se relacionan con un conjunto de prácticas. “Esas prácticas de hecho se están produciendo, pero los desafíos éticos de la Internet deben basarse en las prácticas mismas que los usuarios

---

producen para poder normar las costumbres cibernéticas que vienen instituyéndose gradualmente [...]Esta “institución” (en referencia a Internet) precisa encontrar en las prácticas éticas concretas de sus usuarios las bases para la construcción de su andamiaje ético [...].

Así como los códigos éticos fueron históricamente montados por las prácticas de los actores sociales, y luego se tornaron instituciones sociales regidas por algún tipo de poder político, cultural, religioso o mercadológico. En este caso, la institucionalidad de una ética en la Internet va a depender de la investigación[...]de los códigos morales ya actuantes que los usuarios de Internet producen para garantizar el acceso, el intercambio y la producción responsables de contenidos en la Internet” (Fernández, 2006: 4).

La idea anterior conduce o apela necesariamente a un manejo libre y responsable por parte de los usuarios de la red. Un ejemplo se tiene en un código ético (decálogo) creado en 1992 por el *Computer Ethics Institute*, y difundido por la compañía *Symantec, Corp.*, en EUA, a través de los usuarios del correo electrónico. El “pago” por este proceso consistía en la recepción gratuita de una copia de su programa anti-virus. El decálogo es interesante porque sus preceptos morales inician con la leyenda “no deberás”. A continuación la lista de verbos son usar, interferir, husmear, robar, copiar, apropiar, asegurar, considerar y respetar. En su conjunto apuntan a la computadora, la información y a los seres humanos (citado en Trejo, s.f.: 1).

La idea de libertad vuelve a presentarse en el camino analítico del presente ensayo. En consecuencia conduce a una decisión dicotómica consistente en querer o no querer hacer algo. Además de manera tautológica al planteamiento de lo bueno y lo malo. En este sentido Nelson Mandela proporciona una salida de tipo funcional al afirmar con respecto al dilema ético presente en los individuos. Él dice, la respuesta a este dilema no es sencilla “porque no sabemos para qué sirven los seres humanos” (citado en Argüero, 2005: 162).

Aquí es pertinente recuperar una idea propuesta por el médico Rubén Argüero Sánchez (2005) al definir el propósito de las personas en la vida consistente en no ser imbéciles. Este autor aclara el concepto

como aquella persona apoyada en un bastón para caminar. Para cumplir este mandato se “debe estar alerta, en guardia, sentirse completamente libre, auténticamente libre, para bien o para mal, pues la imbecilidad no perdona, los hay que son lince para los negocios y unos perfectos cretinos para cuestiones de ética. Debemos aceptar las consecuencias de lo que hemos hecho, enmendar lo malo que pueda enmendarse y aprovechar al máximo lo bueno” (Argüero, 2005: 162).

### **Sigue el debate. Una última reflexión y no una conclusión...**

Por lo expresado en este documento se pueden hacer algunas observaciones. Porque el tema es muy controvertido y presenta aristas benéficas y perjudiciales. Internet y el ciberespacio abren la caja de Pandora, y remiten a una serie de valores y antivalores en convivencia simultánea en la Red.

Los usuarios y las compañías prestadoras de servicios *online*, deben garantizar el acceso a la información con libertad. Y en contrapartida su ejercicio profesional debe manejarse de forma autorregulada. Evitando el perjuicio de terceros. Así se vive en esta nueva esquizofrenia digital, donde lo individual y lo colectivo acceden a lo inmediato y lo efímero provocando en ocasiones el máximo disfrute de los sentidos. Esta quizá sea una de las manifestaciones de la posmodernidad.

También la comunicación sufre los estragos de esta metamorfosis, en particular la escrita, al pasar del registro normal en altas y bajas (mayúsculas y minúsculas), a la gritería y el hostigamiento, simplemente con escribir en MAYÚSCULAS en algún foro de discusión. El respeto se vuelve “la piedra de toque” del ciberespacio. Respeto a la vida y a la información. De esta forma lo vital se homologa a un conjunto de datos.

---

## Bibliografía

- Alavi, N. (2007: 111-5). "Weblog: el pensamiento libre frente a los ayatolas", *Vanguardia Dossier*, No. 24, España, julio/septiembre .
- Argüero, R. (2005: 161-2). "Aspectos éticos de algunos avances tecnológicos", *Revista de la Facultad de Medicina de la UNAM*, Vol. 48, No. 4, julio-agosto.
- Benedikt, M. (1993). *Ciberespacio. Los primeros pasos*, CONACYT/Equipo Sirius Mexicana, México.
- Browning, J. (1997). *Pocket Information Technology*, The Economist Books, Londres.
- Brunner, J. (2000). "Mesa redonda sobre Cibercultura, Hannover 2000", en [http://www.geocities.com/brunner\\_cl/cibercult.html](http://www.geocities.com/brunner_cl/cibercult.html)
- Castells, M. (1998). *La Sociétés en Réseaux*, Fayard, Francia.
- Coombs, R., Knights, D., y Willmott, H. (1992: 51-72). "Culture control and competition: towards a conceptual framework for the study of information technology in organizations, *Organization Studies*, Gran Bretaña, Vol. 13.
- Downes, T. (1998). "Children's use of computers in their homes", *Tesis de doctorado*, Universidad del oeste de Sydney, New South Wales.
- Eco, U. (2007). *A paso de cangrejo*, Col. Debate, Random House Mondadori, México.
- EduTEKA (2000). *El ciberespacio: Un nuevo ambiente para aprender a escribir*, en [www.eduteka.org/imprimible.php?i=156](http://www.eduteka.org/imprimible.php?i=156)
- Estebaranz, A. (2001). "Los valores en el currículo. Modelos didácticos para la educación en valores", en Ramírez, M. *El valor de los valores en educación*, SEP/C, Sinaloa, México. Citado en Mazo, M. (2008: 38).



- Facer, K. (2003). "Computer games and learning", *Futurelab*, en [http://www.futurelab.org.uk/resources/publications\\_reports\\_articles/discussion\\_papers/Discussion\\_Paper261/](http://www.futurelab.org.uk/resources/publications_reports_articles/discussion_papers/Discussion_Paper261/)
- Faura, R. (2000). *Cibercultura, ¿realidad o invención?*, [www.anaya.org.ar/Congreso\\_2000/ponencias/Ricard\\_Faura.htm](http://www.anaya.org.ar/Congreso_2000/ponencias/Ricard_Faura.htm)
- Fernández, E. (2006). "Ética en Internet", *Primera Conferencia sobre Infoética en el Ciberespacio. Dimensiones éticas de la sociedad de la información*, mimeo, México: UNESCO/FUNGLODE/OPTIC, diciembre 7-9.
- Fogel, J. F., (2007: 18-23). "Veinte apuntes sobre el ciberLeviatán", *Letras Libres*, Año IX, No. 103, julio.
- Frisby, D. (1993). *Georg Simmel*, Fondo de Cultura Económica, México.
- IDC, (2008: 13). "Las redes sociales crean una avalancha de información digital", *Cinco Días*, (Secc. Empresas), España, enero 4.
- Kant, I. (2007). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, 15ª. ed., Porrúa, México.
- Lévy, P. (1999). "Ciberespai i Cibercultura", Artículo presentado en la Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona. Citado en Faura R. (2000). *Cibercultura, ¿Realidad o invención?*, [www.anaya.org.ar/Congreso\\_2000/ponencias/Ricard\\_Faura.htm](http://www.anaya.org.ar/Congreso_2000/ponencias/Ricard_Faura.htm)
- Mazo, M. (2008). *Los valores docentes en la profesión académica de educación superior*, ESCAADES/Universidad Autónoma de Sinaloa/Plaza y Valdés, México.
- McFarlane, A., Sparrowhawk, A. y Heald, Y. (2001). "Report on the educational use of games", TEEM, en [http://www.teem.org.uk/publications/teem\\_gamesined\\_full.pdf](http://www.teem.org.uk/publications/teem_gamesined_full.pdf)
- Medina, C. (coord.) (2007). *Temas y variaciones en la administración actual*, Origami, México.

- Medina, C., y de León, S. (2007: 249-77). "El modelo workflow. El adiós al papel y la bienvenida a las imágenes y la documentación electrónica en las empresas", en Medina, C. (coord.) (2007), *Temas y variaciones en la administración actual*, Origami, México.
- Moliner, M. (2007). *Diccionario de uso del español*, Gredos, España.
- Pablo-II, J. (2002), *Mensaje del Santo Padre para la XXXVI Jornada mundial de las comunicaciones sociales: Internet un nuevo foro para la proclamación del Evangelio*, Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, Vaticano, enero 24.
- Powers, M. (1997), *How to program a virtual community*, Ziff-Davis Press. E.U.A, Citado en Silvio, J. (s.f.), "Las comunidades virtuales como conductoras del aprendizaje permanente", Venezuela: IESALC, en [www.imacmexico.org](http://www.imacmexico.org)
- Prensky, M. (2001). *Digital game – based learnig*, Mc GrawHill, New York.
- Racionero, L. (2000). *Filosofías del underground*, 6ª. ed., (Serie: contraseñas), Anagrama, España.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community*, Addison Wesley, E.U.A, Citado en Silvio, J. (s.f.), "Las comunidades virtuales como conductoras del aprendizaje permanente", Venezuela: IESALC, en [www.imacmexico.org](http://www.imacmexico.org)
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Col. Estado y sociedad, Paidós, España.
- Sánchez, A. (1999: 1-4). "Una ética para Internet. Mercado, propaganda y violencia", *Etcétera*, No. 357, diciembre 2. Versión electrónica en [www.etcetera.com.mx/1999/357/as357.html](http://www.etcetera.com.mx/1999/357/as357.html).
- Silvio, J. (s.f.). "Las comunidades virtuales como conductoras del aprendizaje permanente", Venezuela: IESALC, en [www.imacmexico.org](http://www.imacmexico.org)
- The Economist*, (2005: 74-5). "Internet Geopolitics. Gulliver's Travails", Gran Bretaña, octubre 8-14.

- Tiraondas (2001). Moderador de Tablas en [www. Inter.-foros.com/ubbnoncgi/Forum3/HTML/000002.html](http://www.inter.-foros.com/ubbnoncgi/Forum3/HTML/000002.html), enero 2, 1:39 p.m.
- Trejo, R. (s.f). "Capítulo V: Qué hacer con las redes, La nueva alfombra mágica", en [www.etcetera.com.mx/libro/cinco/cinco14.htm](http://www.etcetera.com.mx/libro/cinco/cinco14.htm)
- Turner, F. (2006). *From Counterculture to cyberculture*, Chicago University Press.E.U.A, [www.watchtower.org](http://www.watchtower.org). (2004), "Cómo evitar los peligros de Internet", en [www.watchtower.org/20041208a/article\\_01.htm](http://www.watchtower.org/20041208a/article_01.htm)
- Wikipedia (2008). "Cibercultura", en <http://es.wikipedia.org/wiki/Cibercultura>
- Williams, J. (2000), "Lo bueno y lo malo", en [www.ministeriosprobe.org/docs/bueno.html](http://www.ministeriosprobe.org/docs/bueno.html)
- Wipro (2008). "Spirit of Wipro" en <http://www.wiprocorporate.com/Spirit/default.asp>
- Xbox (2008). "Acerca de Xbox Live", Xbox.com en <http://www.xbox.com/es-MX/live/about/default.ht> y <http://www.xbox.com/es-MX/community/calendar/familygamenight/default.htm>