

UNA ÉTICA DIGITAL PARA LAS  
NUEVAS GENERACIONES DIGITALES  
DIGITAL ETHICS FOR DIGITAL GENERATIONS

JORGE BALLADARES<sup>1</sup>

*Recibido: 10 de octubre de 2016.  
Aprobado: 20 de febrero de 2017.*

---

<sup>1</sup> Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Dirección de Pastoral Universitaria, Área de Ética. Quito, Ecuador (jaballadares@puce.edu.ec).





# UNA ÉTICA DIGITAL PARA LAS NUEVAS GENERACIONES DIGITALES

## DIGITAL ETHICS FOR DIGITAL GENERATIONS

*Jorge Balladares*

**PALABRAS CLAVE:** Ética digital, generación digital, TIC, internet.

**KEYWORDS:** Digital Ethics, digital generation, ICT, internet.

### RESUMEN

El presente artículo plantea la urgencia de una ética digital para las nuevas generaciones del mundo digital. Parte de una aproximación de las generaciones digitales contemporáneas, con especial énfasis en las generaciones de *knowmads* y *millennials* desde una pers-

pectiva educacional. Desde una perspectiva ética, se pueden identificar valores de las generaciones digitales, para luego plantear una ética digital como una ética aplicada que busca síntesis y mediación entre el ser humano y la tecnología.

### ABSTRACT

This article focuses the urgency of a digital ethics for the new generations of the digital world. It begins with an approximation of the digital generations' life style knowadays, with special emphasis on the generations like *know-*

*mads* and *millennials*. From an ethical perspective, it is possible to identify values of e-generations. The proposal of digital ethics as applied ethics looks for synthesis and mediation among human beings and technology.



## INTRODUCCIÓN

¿Qué desafíos presentan las nuevas generaciones digitales mediadas por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación? ¿Se pueden discernir unos nuevos valores del mundo digital? ¿Es posible plantear una ética digital para el mundo contemporáneo hoy? Estas preguntas orientan este itinerario reflexivo y especulativo del artículo titulado “Una ética digital para las nuevas generaciones digitales”. El presente escrito tiene como objetivo plantear una ética digital para las nuevas generaciones cuyos estilos de vida, de actuar y de relacionarse se encuentran mediados por el avance tecnológico. Uno de los problemas de la sociedad de la información y del conocimiento es que se percibe que hay una carencia de referentes éticos en el mundo digital, y por ende, es importante que una ética aplicada responda a los retos y desafíos actuales que nos propone la Internet, el uso de redes sociales, las herramientas digitales de uso libre y la web 2.0. Una ética digital contribuye a una explicación y comprensión de la relación del ser humano con la tecnología, e invita a considerar la urgencia de que los diferentes estilos de vida de las nuevas generaciones requiere de referentes éticos para su actuar y convivir en la sociedad digital.

El presente artículo inicia se inicia con una descripción de las generaciones

digitales en la era de la posinformación. Se pone especial énfasis en dos tendencias generacionales, como son los *knowmads* o la generación nómada del conocimiento, y los *millennials*, que se considera como la generación del nuevo milenio que responde a los desafíos del mundo laboral a través del uso de la tecnología. A partir de una comprensión del contexto del mundo digital, se realiza una aproximación a los valores de las generaciones digitales. Luego se plantea una ética digital a partir de las diferentes propuestas de una ética aplicada para una sociedad de la información y del conocimiento mediada por la tecnología.

A partir de una revisión de la literatura especializada en enfoque de la ética, el método utilizado en el presente artículo es el hermenéutico que permite una explicación y comprensión de los textos y autores, así como la revisión de los resultados de investigaciones y de experiencias de trabajo de instituciones relacionadas con la temática, que fundamentan el presente itinerario especulativo.

Este tipo de investigaciones se constituye en una invitación a reflexionar la posibilidad de una ética digital que responda a los desafíos de las generaciones digitales. Se espera que este artículo oriente el trabajo de educadores para



una comprensión de las nuevas generaciones digitales y la necesidad de plan-

tear una ética digital para la sociedad del conocimiento y la información.

## LAS GENERACIONES DIGITALES CONTEMPORÁNEAS

Con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, surgen nuevas generaciones en torno al uso de las TIC, las redes sociales, la web 2.0 y la Internet en general, que configuran el modo de pensar, de vivir y de interrelacionarse entre los diferentes usuarios. Para Nicholas Negroponte (1998) la era industrial nos dejó un concepto de producción en masa, con economías basadas en producción a través de métodos uniformes y repetitivos; mientras que la era de la información ha sido la era de los computadores, donde no importaba el espacio y tiempo físicos para producir información. En la era de la post-información el público se vuelve unipersonal (Negroponte, 1998).

En estos escenarios en los que prevalece el avance tecnológico, Byung Chul-Han (2012) reconoce un exceso de positividad en las sociedades contemporáneas que las inserta en una hiperactividad de múltiples funciones y tareas (multitasking), fuera de todo tipo de orden o de equilibrio en sí, lo que genera una sociedad del cansancio. Para que el individuo recupere un orden o un nuevo punto de equilibrio, se debe considerar

la negatividad de la negación a través de actividades contemplativas –es decir, mirar y disfrutar de los detalles de la vida cotidiana- para que el ser humano recupere su libertad (Han, 2012). A partir del pensamiento de Byung Chul-Han se infiere que el exceso de positividad que viven los seres humanos permite percibir y comprender un desequilibrio o sentido del caos producido por las conexiones digitales, las redes sociales y los nodos informáticos a partir del uso de las tecnologías. Por ende, este autor utiliza el concepto de enjambre digital para describir una experiencia de vida y de convivencia entre los usuarios de las sociedades de la información y del conocimiento (Han, 2014).

En estos nuevos espacios y tiempos virtuales, donde ya no se acumula información, sino que la información está hecha a la medida y satisface necesidades personales, se configuran gustos, tendencias y formas de ser y estar a través de las TIC. Y en ello, se pueden distinguir algunas generaciones en torno a preferencias o a uso de TIC. En 1985 una generación Nintendo giraba en torno al famoso dispositivo de videojuegos (Vite-



ri, 2010); luego apareció una generación “@” (arroba) que se comunicaba a través del e-mail o correo electrónico (Educar, 2005). A partir del año 2004 se empieza a hablar de una generación “M”, reconocida como la generación multimedia, que no desea repetir los errores del pasado y que no tiene miedo a las diferencias. Los jóvenes de la generación “M” son los nativos digitales que nacieron con el mundo de las computadoras, la Internet y los nuevos videojuegos; esta generación usa los nuevos medios con un promedio de seis horas diarias (Rideout, Roberts, & Foehr, 2005). Son adolescentes y jóvenes que nacieron con el mouse o “ratón” en la mano y una pantalla de computadora, tablet o teléfono inteligente como ventana al mundo; su manera de comunicarse, de interactuar y de consumir medios es “multitasking” o multitarea. Esta generación “M” puede hacer muchas cosas al mismo tiempo, y las pueden hacer bien (Sartoris, 2008).

A la generación “Youtube” se la conoce también como la Generación C porque sus intereses giran en torno a la conexión, comunidad, creación y contenidos, palabras que inician con la letra “c” (Think with Google, 2013). Ella aparece en el año 2006 con el sitio de Internet para videos Youtube. Entre los factores que inciden en su uso se mencionan:

- Los programas de televisión tradicional les aburren.

- Se sienten más a gusto con SMS y con el messenger que con el teléfono.
- Quieren escribir sus vivencias, igual que los más adultos nos las contábamos oralmente (para esto, el uso del blog y de las redes sociales).
- No entienden que la cultura tenga propietarios (parecería que estamos en la cultura del copy-paste o download).
- Utilizan el ordenador socialmente para charlar, chatear o trabajar colaborativamente.
- No saben buscar algo sin Google (desconocen las páginas amarillas o el índice de un libro).
- Fotografían de todo con las cámaras digitales o cámaras incorporadas en teléfonos móviles.
- Valoran la autenticidad de las cosas. La Internet permite desenmascarar rápidamente a cualquiera que intente hacerse pasar por lo que no es (esto ha sido el mejor medio de crítica y desenmascaramiento de personajes públicos, como políticos, estrellas del medio, entre otros).
- Políticamente son muy revolucionarios, pues creen que pueden cambiar el mundo con la ayuda de las TIC.
- Son seres globales. El idioma inglés aparece con lenguaje unificador y de fácil acceso en la red (Del Moral, 2006).



Con la aparición de Facebook a partir del 2009 hay una generación que crece conectada a las redes sociales. Gary Hamel (2009) define a la generación Facebook como aquellos jóvenes que viven la experiencia de crecer en línea (online). Desde la perspectiva laboral, Hamel menciona que esta generación pondrá en jaque las organizaciones tradicionales del trabajo, incluso llegando a considerar una nueva generación con realidades posburocráticas. Entre sus principales características se menciona:

- Todas las ideas compiten en igualdad de condiciones.
- Cuenta la contribución realizada más que el título/posición profesional o la experiencia.
- Las jerarquías son naturales, no impuestas.
- Los líderes sirven en lugar de presidir.
- Las tareas son elegidas, y no asignadas.
- Los grupos se autodefinen y autoorganizan.
- Los recursos son obtenidos, no asignados.
- El poder proviene de intercambio de información, no del acaparamiento (principio de gratuidad).
- Las opiniones y decisiones son sometidas de la revisión de pares.
- La mayoría de los usuarios puede vetar las decisiones tomadas.

- Las recompensas intrínsecas son lo que más importan (voluntariado digital).
- Los “hackers” son héroes (Hamel, 2009).

El año 2011 quedará marcado como el año en que la generación Facebook fue la protagonista de las marchas de protestas de millares de jóvenes alrededor del mundo. Algunos consideran que el año 2011 es el año de la llamada “Revolución Facebook” (Sorman, 2011). La coincidencia de los diferentes levantamientos llevados a cabo por adolescentes y jóvenes en Túnez, el Cairo, Atenas, Madrid, Santiago de Chile, Tel Aviv y Londres son la manifestación de una generación desesperanzada por el futuro económico, la falta de trabajo y el desencanto por la clase gobernante en sus países. Pero también la coincidencia radica en que Facebook y las diferentes redes sociales han logrado reunir conciencias de miles de usuarios y han logrado manifestar su descontento. Por ende, Facebook no solamente se ha convertido en la red social para hacer amigos, sino también en la red de movilización, en una red de protesta. Probablemente no se encuentren ideologías tradicionales (de izquierda o de derecha), sino sencillamente manifestaciones de estar contra el sistema.

De esta manera, la juventud sale a la esfera pública en las calles media-



da por el Facebook y las redes sociales, y con la conciencia de escribir y hacer, no la Historia, sino al menos una historia. Cada generación que exige cambio coincide en un deseo de unión y se suman adeptos, y Facebook posibilita esta intención (Sorman, 2011). Por ende, hay que realizar una lectura paralela desde una perspectiva hegeliana de estas rebeliones desde el mundo virtual: si antes se afirmaba que lo real es racional y lo racional es lo real, hoy se podría afirmar que lo real es virtual, y lo virtual, se hace real.

A partir de la generación facebook, se deriva una generación *like* o "me gusta". Los afectos y emociones de los adolescentes son medidos por *likes* o aceptaciones del "me gusta" y como individuos nos convertimos en la suma de nuestros *likes*. A su vez, parecería que esta generación *like* está al servicio de las marcas comerciales, y que cada "me gusta" no hace otra cosa que aumentar las ganancias de las compañías detrás

de las redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros (Martínez, 2015). Además, desde una perspectiva cognitivista se menciona sobre la generación App o generación de las aplicaciones móviles, en la que los jóvenes gestionan su identidad, privacidad y su imaginación a través de las aplicaciones del mundo digital, que pueden ser herramientas idóneas para el fomento de la creatividad y de las relaciones (Gardner & Davis, 2014).

Luego de este recorrido inicial sobre las nuevas generaciones digitales en la era de la posinformación, es importante detenerse en el análisis de dos generaciones digitales que surgen en ámbitos educativos, como son los *knowmads* y los *millennials*. Esta aproximación brindará pautas para una mayor comprensión del estilo de vida de los adolescentes y jóvenes de la sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento en una perspectiva educativa.

## ¿KNOWMADS O MILLENNIALS? ESA ES LA CUESTIÓN

¿En qué nuevos escenarios se ubican las nuevas generaciones digitales? Estas preguntas invitan a reflexionar sobre las nuevas generaciones digitales en la educación contemporánea. Para ello se realizará un recorrido por diferentes interpretaciones del entorno digital

en el que el estudiante está inserto en el ámbito educativo y que responde a la realidad contemporánea de una sociedad de la información y el conocimiento.

John Moravec (2013) afirma que la sociedad contemporánea es una sociedad *knowmad*, constituida por nue-





vas generaciones nómadas del conocimiento, a partir del desarrollo de las sociedades y los nuevos retos en el ámbito laboral. Se reconoce una evolución de la sociedad desde la época agraria o sociedad 1.0, pasando por una sociedad industrializada o sociedad 2.0, hasta llegar a la sociedad del conocimiento y la información hoy en día que la denomina como sociedad 3.0. Estas nuevas generaciones de *knowmads* o nómadas del conocimiento pueden trabajar en cualquier tiempo y lugar, con cualquier persona, enfrentando cualquier desafío y utilizando todo tipo de tecnología fija y móvil para conseguir soluciones inmediatas y respuestas instantáneas (Moravec, 2013).

A partir de una sociedad 3.0 en la que las nuevas generaciones de adolescentes y jóvenes privilegian el uso de las tecnologías de la información y comunicación, Cristóbal Cobo y John Moravec (2011) plantean un paradigma alternativo de educación inclusiva donde se articula el aprendizaje informal y no-formal de la cotidianeidad con el aprendizaje formal de las aulas: a este paradigma lo denominan aprendizaje invisible. Este paradigma alternativo reconoce que el uso de las tecnologías y herramientas digitales ya no se aprenden únicamente en los espacios formales del aula de clase o de la institución educativa, sino que se aprenden en espacios informales,

en la vida cotidiana, en la comunicación mediada por la tecnología, a lo largo de la vida. Y en esta perspectiva, estos autores reflexionan y cuestionan de qué manera una universidad 1.0, que se ha quedado anquilosada en el tiempo de la sociedad agraria, puede formar estudiantes 3.0 que pertenecen a la sociedad de los nómadas del conocimiento y de la información.

Frente a este desfase, la pregunta que estos autores se realizan es cómo hacer para que la enseñanza y formación universitaria incorpore a las TIC como tal y sea capaz de estimular la capacidad humana de generar, conectar, interactuar y gestionar nuevos conocimientos y nuevas formas de relacionarnos sin que la tecnología sea un fin en sí misma, sino una mediación. La propuesta de una sociedad *knowmad* y el aprendizaje invisible invitan a comprender a las nuevas generaciones digitales, y a su vez, a reconocer otros ámbitos educativos informales, no-formales y alternativos mediados por el uso de las tecnologías de la información y comunicación. Los estudiantes 3.0 desafían a la universidad 1.0 y al "staff" docente a incorporar y desarrollar nuevas competencias digitales para generar nuevos aprendizajes en la sociedad 3.0. No basta solamente familiarizarse con el uso y manejo instrumental de las nuevas tecnologías, sino también incorporarlas a procesos de creación, innovación





y gestión del conocimiento tal como nos desafían las nuevas generaciones *knowmads*. A su vez, estas generaciones *knowmads* desafían a los educadores y formadores a pensar sobre los valores y antivalores, y cuál es su perspectiva ética en función de un modo de ser y actuar, de relacionarse y comunicarse entre seres humanos, y en la búsqueda del bien común en el mundo digital.

Desde una perspectiva de las sociedades de consumo, aparece también la interpretación de una nueva generación digital denominada como *millennials* o Echo Boomers (ABC, 2012). Nacidos entre finales e inicios del nuevo milenio, los *millennials* han crecido de la mano con la tecnología, están conectados constantemente en red, acceden con facilidad a la información; son críticos, preparados académicamente y difíciles de engañar. Aunque nacieron en plena prosperidad económica de sus padres, hoy viven los tiempos de crisis económica, aunque tienen un mayor poder adquisitivo que sus padres (Gutiérrez-Rubí, 2015).

A continuación Antonio Gutiérrez Rubí los describe de la siguiente manera:

No les gustan los modelos tradicionales, tienen una alergia espasmódica a las jerarquías impuestas, y viven con una mentalidad abierta a «vivir la vida» más allá de ganar dinero,

simplemente. Si tuvieran que elegir entre sus posesiones materiales y las digitales, no lo dudarían: escogerían las segundas. Las marcas no saben qué hacer. No compran coches, no se hipotecan... Porque no pueden y, en parte, porque no quieren. Su principal consumo es el de los contenidos. Personas preocupadas por su imagen, su reputación y su proyección. No tienen miedo a los retos. Y la característica central: dominadoras de la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo. Sus relaciones básicas han estado intermediadas por una pantalla, desde el principio. La visión del tiempo y del espacio como elementos inevitables para cualquier tipo de relación o experiencia es el pasado. La ubicuidad es la naturaleza del presente, sin coordenadas. Siempre con sus *smartphones* encima. Pueden llegar a tener tres o cuatro dispositivos móviles. Multiformato, multipantalla y multicultural, de serie. Sin concesiones. *On* y *off* integrados. No ven la diferencia. No la entienden (Gutiérrez-Rubí, 2015, pág. 64).

Desde el punto de vista laboral, los *millennials* son una generación competitiva pero inserta en tiempos de inestabilidad laboral producto de las épocas de recesión económica. De acuerdo a una reseña del sitio web Mediapost, la mayoría



de *millennials* aman lo que hacen por encima de tener un sueldo alto, consideran importante continuar aprendiendo en el trabajo. Prefieren no tener que trabajar en lo que no les gusta, y tienen la conciencia de que el resto de personas puede aprender de ellos (Mediapost, 2012).

Los *millennials* se los considera como la fuerza de trabajo sin ataduras, que son libres de trabajar en lo que quieren y establecen su propio ritmo de trabajo. En América latina, los *millennials* se interesan en temas sociales y muestran preocupación en problemas sociales como la pobreza, creen que pueden marcar una diferencia a nivel local o global como activistas sociales, tienen ambiciones y ganas de prosperar, y son optimistas en cuanto al futuro. Además son tecnológicos, se consideran miembros de una ciudadanía global, son emprendedores digitales y son autodidácticas (Telefónica index on digital life, 2016).

Si los *knowmads* marcan la generación que busca y gestiona el co-

nocimiento de manera libre, nómada y espontánea, los *millennials* caracterizan la generación desinhibida para el ámbito laboral que busca transformar el mundo bajo sus propias condiciones. Estas generaciones contemporáneas mediadas por el uso de la tecnología para una vida digital, desafían a educadores y formadores de niños, adolescentes y jóvenes a comprender a estos nuevos nativos del mundo digital y desafían nuestros enfoques de la enseñanza y estilos de aprendizaje, en especial, en la educación superior. Esta nueva realidad permite plantear una ética digital que permita no solamente distinguir sino discernir los valores y contra-valores de estas nuevas generaciones digitales. La mediación tecnológica reconfigura nuestros estilos de vida, nuestras formas de relacionarnos y de comunicarnos; por ende, una ética digital es una propuesta de una ética aplicada para el mundo y la vida digital contemporánea.

## LOS VALORES EN LAS GENERACIONES DIGITALES

Frente a estas nuevas generaciones digitales, pueden existir lecturas pesimistas o derrotistas sobre el uso de la tecnología y su incidencia (Actitudfem, 2016), así como también visiones ortodoxas de que la tecnolo-

gía soluciona todos los problemas de la humanidad (Pedró, 2011). Para ello, es importante identificar valores en las nuevas generaciones digitales, y a su vez, identificar aquellos contravalores que pueden incidir de manera negati-



va en sus acciones individuales y sociales con libertad.

A finales del milenio anterior, las corrientes posmodernas planteaban unos nuevos valores generacionales. Ante el desencanto de la razón surgen valores como el pluralismo y la diversidad, y la tolerancia. De la incredulidad ante los grandes relatos y la disolución del sentido de la historia, nacerán valores como la liberación, el humor, lo cotidiano, el valor del presente y fascinación por los pequeños relatos. La inclinación por la estética y la fragmentación moral generan valores como afectividad y sentimiento, novedad, gratuidad, entre otros (Gastaldi, 1994). Pero a su vez, la posmodernidad ha permitido la aparición de múltiples diferentes centros históricos a través de la tecnología y los medios de comunicación social, el reconocimiento de diferentes estilos de vida, y una simultaneidad e instantaneidad del tiempo (Balladares, 2015).

Ante estos nuevos escenarios, se realizan las siguientes preguntas: ¿surgen valores en el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)? ¿La Internet puede ser un espacio virtual de promoción de valores? ¿Qué nuevos valores se promueven en las generaciones digitales?

En el caso de la generación youtube o generación C se podría destacar algunos valores. Uno de ellos consiste

en compartir socialmente la información dado que nada tiene propiedad y se puede compartirlo a través de la Internet. A su vez, se puede inferir que las experiencias y las vivencias prevalecen sobre el concepto y las reglas. También se valora la autenticidad y la originalidad de las cosas versus cualquiera que quiere simular o mentir –en seguida se lo desenmascara en la Internet. Hay que reconocer que esta generación, a través de la difusión de videos, busca la transformación del mundo y que es posible cambiarlo políticamente a través del uso de las tecnologías. Además, no toleran el aburrimiento y tienen la necesidad de actuar e interactuar con otros usuarios (Think with Google, 2013).

Si hay que destacar algunos valores de la generación Facebook o Myspace, generación que crece con las redes sociales, podríamos destacar los siguientes de acuerdo con la visión de Gary Hamel (2009):

- Igualdad de condiciones en ideas y opiniones: no hay ideologías ni ideas dominantes o superiores. Todas las ideas son válidas, y a su vez, se puede consensuar o disentir.
- La solidaridad es importante: cualquier contribución es válida, frente a cualquier tipo de título profesional o experiencia laboral.
- Un liderazgo de servicio antes que autoritario. Los líderes son naturales



y están al servicio de los usuarios. No dominan ni imponen.

- Se promueve un voluntariado digital: no hay remuneración ni recompensas.
- Se puede ser un revolucionario político en demanda de las necesidades sociales. Tal es el caso de las revoluciones Facebook acaecidas en el año 2011 donde los jóvenes protestaron ante sus gobiernos de turno.

Por esta razón, se debe realizar un discernimiento sobre qué valores se relacionan con las nuevas generaciones y, a su vez, qué antivalores hay que criticar. Una de las características de los valores

es su contextualización, dado que responde a necesidades y brindan respuestas a una determinada época. En este sentido, se percibe que en la sociedad de la información y del conocimiento los valores no son absolutos, pero sí universales porque son aceptados y vividos por la mayoría de personas en un determinado espacio y tiempo. La universalidad de los valores se legitima en los diferentes espacios virtuales del mundo digital. De todos modos, esta reflexión sobre los valores en las generaciones digitales abre la posibilidad para el planteamiento de un tipo de ética aplicada.

## HACIA UNA ÉTICA DIGITAL

¿Se puede plantear una ética para las nuevas generaciones digitales? ¿Es posible hablar de ética en el mundo digital? Estas preguntas orientan este apartado en el que a través de una revisión de la literatura se abordará la ética digital y sus perspectivas.

Algunas investigaciones consideran a la ética digital como el estudio de cómo comportarse ética y profesionalmente en línea o a través de medios digitales. El profesional que utiliza la Internet o el teléfono celular debe tener en consideración aspectos sobre qué tipo de información se maneja en la Internet,

qué se debe publicar y qué no. En otras palabras, esta perspectiva de la ética digital busca fortalecer la seguridad de la información del profesional que trata con usuarios (Zur Institute, 2016).

Hay algunos autores que consideran que hay una brecha ética en el mundo digital a partir de casos que atentan contra la intimidad y la privacidad de las personas como el ciberacoso o el sexting (James, 2014). Así mismo, hay corrientes que consideran que la formación de una ética digital debe comenzar en casa, con los padres de familia, que deben ser los primeros alfabetizadores



digitales de sus hijos (Rischenole, 2011). Por eso, hoy en día promover una ética digital se vuelve un imperativo para el mundo digital promoviendo principios como la responsabilidad, universalidad dinámica, autodeterminación digital, racionalidad práctica e intersubjetividad. Según Busom, a partir de una responsabilidad digital se plantean algunos deberes digitales:

- Deber de conexión: en la sociedad digital todos están conectados y no cabe lugar a la desconexión ni al aislamiento.
- Deber de transparencia: las propias acciones son trazables y evidenciables, mientras que la opacidad va en contra de una ética digital. Lo que ocurre en la red debe ser registrado y se debe luchar contra todo fraude.
- Deber de ecuanimidad: se busca un equilibrio en la red que evite los monopolios y control de las minorías poderosas sobre el uso y acceso de la información.
- Deber de participación: se promueve la participación activa y se vela por el buen comportamiento en la sociedad digital.
- Deber de protección: la salud, la higiene y la seguridad en la red corresponden a una responsabilidad colectiva (Busom, 2015).

A su vez, las tecnologías digitales invitan a que los teorizadores, científi-

cos, ingenieros, diseñadores y creativos digitales, y la sociedad civil en general, co-participen y co-construyan un diálogo ético y discursivo para que el acceso a lo digital sea democrático y no esté condicionado por autocracias o monopolios en el internet (Broglie de, 2016). En esta línea, una ética digital permite garantizar la interrelación, comunicación y conexión entre los seres humanos, pero también cuidar las singularidades históricas, culturales y geográficas a través de principios éticos comunes de las culturas digitales (Capurro, 2009). Para comprender y fomentar la diversidad cultural en los seres humanos a través de la sociedad digital, es necesario un diálogo ético intercultural a partir de una filosofía intercultural y dialógica (Balladares, Avilés, & Cadena, 2015).

Hay también propuestas de generar una ética digital a partir de la protección de datos. El Supervisor Europeo de Protección de Datos (2015) propone combinar la información, la dignidad y la tecnología para una ética digital. A través del dictamen No.4/2015, se declara que los derechos fundamentales a la intimidad y a la protección de los datos personales se han vuelto más importantes para la protección de la dignidad humana que nunca antes. A su vez, se afirma que la tecnología no debe dictar los valores y los derechos, ni la relación entre ambos debería reducirse a una falsa di-



cotomía. Además, en el entorno digital actual, no basta respetar la ley sino que tenemos que considerar la dimensión ética del tratamiento de datos. Finalmente, una ética digital tendrá implicaciones jurídicas, éticas, filosóficas, morales y en materia de ingeniería (European Data Protection Supervisor, 2015).

Esta ética aplicada permite reflexionar sobre una tendencia contemporánea que considera una vida digital, como un fenómeno complejo que modela y redefine la economía, la sociedad, la cultura y la experiencia de vida de cada persona (Telefónica index on digital life, 2016). En ella se consideran tres capacidades sistémicas: la apertura digital, el emprendimiento digital y la confianza digital. La apertura digital promueve la conectividad para todos y el uso de la Internet como servicio público digital y con libertad; como índice mide la infraestructura digital de un país. Mientras que el emprendimiento digital considera que cada persona innova, crea y dinamiza la economía y la sociedad. La confianza digital se relaciona con la adopción, la privacidad y la seguridad digital. Todas estas capacidades permiten pensar en una digitalización de la vida, en la que el individuo, la sociedad y el Estado están mediados por el mundo digital. No obstante, desde una perspectiva ética una vida digital no puede ser determinista de las acciones humanas por encima de

la libertad ni catalogar exclusivamente a los seres humanos como futuros consumidores digitales. Por esta razón, una reflexión ética permite situar y contextualizar la relación del ser humano con la tecnología.

Si se pueden puntualizar algunos desafíos para una ética digital para las sociedades de la información y del conocimiento, se proponen los siguientes:

- **Superación de maniqueísmo tecnológico:** superar la falsa ilusión de la tecnología es buena o mala en sí misma, sino que es importante re-situarla como mediadora de la información y del conocimiento en beneficio del bienestar de los seres humanos.
- **Reducción de la brecha digital:** existen amplios sectores excluidos de la conectividad. Un desafío para las organizaciones sociales y populares se constituye en la inclusión digital a favor de las nuevas generaciones.
- **Prevención de vulnerabilidades y amenazas a la privacidad:** la protección de datos y una gestión responsable de la información personal se constituye en un desafío al momento de interactuar en el mundo digital. La responsabilidad digital invita a los usuarios a un uso responsable de la información y la tecnología, y a su vez, a la prevención del cibercoso.



- **Uso veraz de la información y la comunicación:** se debe promover un uso correcto, pertinente y coherente de la información y la comunicación en función de la búsqueda de la verdad y la veracidad, frente a las adulteraciones y distorsiones de la información. Las redes sociales y las comunidades virtuales pueden convertirse en veedores y observadores digitales. Además, se percibe la tendencia en el mundo digital de la búsqueda de la transparencia en la información y comunicación.
- **Educación de valores en el mundo digital:** la formación y educación en valores es posible a través de la mediación tecnológica. A su vez, el reto consiste en discernir los nuevos valores de las generaciones digitales.
- **De la red social a la comunidad virtual:** el auge de las redes sociales nos permite conectarnos con todos a la vez, pero a la vez, sentirnos más solitarios y anónimos en el mundo digital. La generación de comunidades virtuales que permita una mayor comunicación y convivencia digital para compartir intereses afines puede ser una estrategia para superar la sensación de soledad digital en las redes sociales.
- **Honestidad académica:** las tecnologías no solamente proyectan la información y comunicación (TIC) sino que también ellas pueden generar aprendizaje y conocimiento (TAC) (Moya, 2013). En la gestión del conocimiento y la academia, es importante fomentar la honestidad académica frente al plagio o las prácticas del “*copy-paste*”, por lo que se debe propiciar la producción original y la citación de las fuentes originarias de información.
- **Prácticas innovadoras:** el mundo digital nos invita a promover prácticas y actividades en las que la innovación implican generar “algo nuevo”, romper esquemas tradicionales y recrear escenarios innovadores.
- **La colaboración digital:** lo colaborativo predomina en las redes sociales y la Internet. Compartir la información y el conocimiento se ha vuelto una constante en el mundo digital. A través de esta práctica digital, una ética digital puede fomentar un voluntariado digital por causas nobles y que impliquen la solidaridad mediada y fomentada por medio de la tecnología.
- **Hacia una ciudadanía digital:** conocida también como ciberciudadanía o e-ciudadanía, fomenta la construcción de los referentes de convivencia y comportamiento en entornos digitales y a través del uso de la tecnología. Contribuye a la difusión de los deberes y derechos de



las nuevas generaciones para una ciudadanía digital.

- **Cuidado de la naturaleza:** la digitalización de la información reduce el consumo del papel físico y de la documentación impresa, y ayuda a preservar el ambiente de la contaminación por la generación de basura y tala de árboles.

Estas características mencionadas se constituyen como retos y desafíos para promover una ética digital en las generaciones digitales. Se infiere que los nuevos estilos mediados por la tecnología de las futuras generaciones marcarán tendencias en los próximos años. Se percibe que aquella complejidad de una realidad de la incertidumbre se encuentra re-mediada por una digitalización de la vida: se puede pasar de lógicas antropocéntricas a nuevas eco-lógicas, del pensamiento complejo al pensamiento computacional, del tiempo y el espacio físico al tiempo y el espacio virtual, de una educación 1.0 a una educación colaborativa 2.0 que se proyecta a una educación semántica

3.0 (Balladares, Avilés, & Pérez, 2016).

Ante esta nueva síntesis entre el ser humano y la tecnología, se presenta el dilema de una comprensión del uso del tiempo en nuestras sociedades contemporáneas, tal como lo plantea Douglas Rushkoff. En primer término, la tecnología en la vida moderna conduce a los seres humanos a generar más horarios, mayores ritmos y patrones de vida, más control y monitoreo, mayor incidencia de una vida robótica, a partir de la comprensión objetiva del tiempo como *kronos* en griego. Luego, la tecnología se presenta como una oportunidad para generar más espacios y más tiempos para que las personas sean personas, y como seres humanos redescubrirnos cultural y socialmente, a partir de la comprensión subjetiva del tiempo como *kairos* en griego (Rushkoff, 2013). Ante este dilema, una ética digital promueve la humanización de la tecnología, donde ella sea mediadora en función de lograr el bienestar de los seres humanos y mejorar sus condiciones de vida.

## CONCLUSIONES

El presente artículo planteó la necesidad de una ética digital para las nuevas generaciones del mundo digital. A partir de una descripción de algunas

de las generaciones digitales contemporáneas, se realiza un análisis de las generaciones de *knowmads* y *millennials* desde lo educativo y lo laboral. A su vez, se



identificaron algunos valores de las generaciones digitales, para luego plantear una ética digital como una ética aplicada que busca síntesis y mediación entre el ser humano y la tecnología.

Luego de este itinerario especulativo, se concluye que las nuevas generaciones digitales desafían al mundo contemporáneo a una mejor comprensión de una nueva dinámica en las relaciones humanas y sociales mediadas por la tecnología. A su vez, una ética digital, como ética aplicada, es una alternativa de construcción y proposición de principios y valores que orienten la acción humana en el mundo digital. Se considera indispensable plantear una ética digital en la que prime la dignidad humana y el cuidado del medio ambiente como *aprioris* fundamentales para esta ética aplicada. Una ética del y para el mundo digital nos plantea una serie de retos en nuestro contexto contemporáneo, como son la reducción de la brecha digital, la gestión responsable de la información, la prevención de riesgos y vulnerabilidades, la educación en valores, la construcción de una ciudadanía digital, el cuidado del ambiente, entre otros.

La tecnología no debe constituirse en un fin en sí misma ni debe fomentar nuevas minorías del poder y del conocimiento que generen proce-

sos de exclusión y marginalidad digital en la gente, sino que ella debe constituirse en una mediación para el acceso de la información y la conectividad para la población. De alguna u otra manera, la posibilidad que la tecnología nos permita comunicarnos e interactuar de manera sincrónica y asincrónica superando las barreras del espacio físico y del tiempo, nos permite pensar y concretar comunicacionalmente aquella aldea global mcluhaniana a través de las redes sociales, la Internet, el *software* libre y la web 2.0.

La ética se constituye como la disciplina filosófica que orienta las acciones del ser humano hacia la búsqueda del bien, y ella no puede estar ajena al progreso tecnológico y a las transformaciones de una sociedad de la información y del conocimiento. Una ética digital, como ética aplicada, nos permite discernir, descubrir y configurar aquellos referentes éticos para el actuar y convivir de las nuevas generaciones digitales. La búsqueda de una nueva eco-lógica en una relación armónica entre el ser humano y la naturaleza puede ser facilitada por la mediación de las tecnologías de la información, comunicación, aprendizaje y conocimiento en función prospectiva y semántica de las nuevas generaciones de una próxima sociedad 3.0.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC. (6 de noviembre de 2012). Obtenido de *Millennials: la generación malcriada que quiere cambiar el mundo*: <http://indexdigitallife.telefonica.com/wp-content/uploads/2016/07/TIDL-Report-SPANISH-140716.pdf>
- Actitudfem. (2016). Obtenido de Tecnología traerá problemas a futuras generaciones: <http://www.actitudfem.com/tecnologia/nuevo/tecnologia-trae-problemas-para-personas-jovenes>
- Balladares, J. (2015). *Ser voluntario en la posmodernidad*. Obtenido de Nuevo Milenio: <http://nuevomilenio.info/ser-voluntario-en-la-posmodernidad/>
- Balladares, J., Avilés, M., & Cadena, J. (2015). Hacia una etnofilosofía a partir de una filosofía intercultural y dialógica. *Sophia: colección de Filosofía de la Educación*, 18(1), 21-36. doi:10.17163/soph.n18.2015.01
- Balladares, J., Avilés, M., & Pérez, H. (2016). Del pensamiento complejo al pensamiento computacional: retos para la educación contemporánea. *Sophia, colección de Filosofía de la Educación*, 21(1), 143-159. doi:10.17163/soph.n21.2016.06
- Broglie de, C. (2016). *OECD*. Obtenido de We need to talk about digital ethics: <http://www.oecd.org/science/we-need-to-talk-about-digital-ethics.htm>
- Busom, R. (7 de noviembre de 2015). *Digital Responsibility*. Obtenido de Prolegómenos para una ética digital: <http://www.digitalresponsability.com/2015/06/prolegomenos-para-una-etica-digital.html>
- Capurro, R. (2009). *Digital Ethics*. Obtenido de <http://www.capurro.de/korea.html>
- Cobo, C., & Moravec, J. (2011). *Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Del Moral, J. (9 de noviembre de 2006). *¿Cómo es la generación youtube?* Obtenido de <http://blogs.alianzo.com/redessociales/2006/11/09/icomoes-la-generacion-youtube/>
- Educar. (9 de diciembre de 2005). *Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre. La generación arroba*. Obtenido de <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetis->



- mos/epistemologia-de-las-marcas-en-la-era-de-la-incertidumbre-la-generacion-arroba.php
- European Data Protection Supervisor. (11 de septiembre de 2015). *Towards a new digital ethics*. Obtenido de [https://secure.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Opinions/2015/15-09-11\\_Data\\_Ethics\\_EN.pdf](https://secure.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/site/mySite/shared/Documents/Consultation/Opinions/2015/15-09-11_Data_Ethics_EN.pdf)
- Gardner, H., & Davis, K. (2014). *La generación APP*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Gastaldi, I. (1994). *Educación y evangelizar en la posmodernidad*. Quito: Abya Yala.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2015). *La transformación digital y móvil de la comunicación política*. (F. Telefónica, Ed.) Madrid: Editorial Ariel. Obtenido de [http://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/334/?\\_ga=1.160639613.1909510516.1475083382](http://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/334/?_ga=1.160639613.1909510516.1475083382)
- Hamel, G. (24 de marzo de 2009). *The Wall Street Journal*. Obtenido de The Facebook Generation vs. the Fortune 500: <http://blogs.wsj.com/management/2009/03/24/the-facebook-generation-vs-the-fortune-500/>
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- James, C. (2014). *Disconnected: Youth, New Media, and the Ethics Gap*. London: MIT Press.
- Laurillard, D. (2002). Rethinking Teaching for the knowledge society. *Educational review*, 37(1), 16-25. Obtenido de <https://net.educause.edu/ir/library/pdf/ffpiu017.pdf>
- Martínez, A. (4 de diciembre de 2015). *Pijamasurf*. Obtenido de ¿Qué se siente ser parte de la generación "like" y trabajar gratis para las marcas?: <http://pijamasurf.com/2015/04/que-se-siente-ser-parte-de-la-generacion-like-y-trabajar-gratis-para-las-marcas/>
- Mediapost. (15 de marzo de 2012). *Turning On The "No-Collar" Workforce*. Recuperado el 28 de septiembre de 2016, de Mediapost: <http://www.mediapost.com/publications/article/170109/turning-on-the-no-collar-workforce.html#ixzz1paoMEf5A>
- Moravec, J. (2013). *Knowmad society*. Minneapolis: Education Futures.
- Moya, M. (2013). De las TICs a las TACs: la importancia de crear contenidos educativos digitales. *Didáctica, Innovación y Multimedia (DIM)* (27), 1-15. Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/dim/dim\\_](https://ddd.uab.cat/pub/dim/dim_)



- a2013m12n27/dim\_a2013m-12n27a5.pdf
- Negroponte, N. (1998). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- Pedró, F. (2011). Razonablemente, ¿a dónde podríamos ir? En *Tecnología y escuela: lo que funciona y por qué* (págs. 25-46). Madrid: Fundación Santillana. Obtenido de [http://www.fundacionsantillana.com/upload/ficheros/noticias/201111/documento\\_bsico.pdf](http://www.fundacionsantillana.com/upload/ficheros/noticias/201111/documento_bsico.pdf)
- Rideout, V., Roberts, D., & Foehr, U. (11 de julio de 2005). *Educación*. Obtenido de Generación M: los chicos que crecieron con los nuevos medios: <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetismos/generacion-m-los-chicos-que-crecieron-con-los-nuevos-medios.php>
- Rischenole, R. (14 de junio de 2011). *Center for Digital Ethics & Policy*. (Loyola University Chicago) Obtenido de Digital Ethics and Kids: <http://digitaletics.org/essays/digital-ethics-kids/>
- Rushkoff, D. (2013). *Present shock: when everything happens now*. New York: Current.
- Sartoris, E. (5 de diciembre de 2008). *La Flecha*. Obtenido de Carac-  
terísticas de la "Generación M" (Multimedia): <http://laflecha.net/archivo/canales/comunicacion/noticias/caracteristicas-de-la-generacion-m-multimedia>
- Sorman, G. (14 de agosto de 2011). *ABC*. Obtenido de La generación facebook: <http://www.abc.es/20110814/internacional/abcp-generacion-facebook-20110814.html>
- Telefónica index on digital life* (2016). Madrid: Telefónica. Obtenido de <http://indexdigitallife.telefonica.com/wp-content/uploads/2016/07/TIDL-Report-SPANISH-140716.pdf>
- Think with Google*. (2013). Obtenido de Meet Gen C: The YouTube generation... in their own words: [https://storage.googleapis.com/think-v2-emea/docs/old/meet-gen-c-youtube-generation-in-own-words\\_articles.pdf](https://storage.googleapis.com/think-v2-emea/docs/old/meet-gen-c-youtube-generation-in-own-words_articles.pdf)
- Viteri, T. (2010). *Tecnologías Siglo XXI*. Ambato: PUCESA.
- Zur Institute. (2016). *What is Digital Ethics?: Clinical & Ethical Considerations*. Obtenido de Zur Institute: [http://www.zurinstitute.com/digitaletics\\_clinicalupdate.html](http://www.zurinstitute.com/digitaletics_clinicalupdate.html)

