

**Valores para una ética digital a partir de las
generaciones digitales y el uso de las redes sociales:
una revisión de la literatura**

**Values for digital ethics through social media
and digital generations: a literature review**

Jorge Antonio Balladares-Burgos

Universidad Andina Simón Bolívar - Ecuador
jorge.balladares@uasb.edu.ec

Christian Jaramillo-Baquerizo

Universidad Andina Simón Bolívar - Ecuador
christian.jaramillo@uasb.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2022.1.747

RESUMEN

El creciente uso de las redes sociales en las generaciones digitales conlleva el desarrollo de un pensamiento entorno a una ética digital que acompañe y facilite la integración de valores en el quehacer educativo. En esta línea, el presente artículo tiene como objetivo el proponer valores para una ética digital que responda a las tendencias de las nuevas generaciones digitales a partir de las redes sociales. Partiendo de una revisión de la literatura en torno a la incidencia del avance de la tecnología y de las redes sociales, se estudia las generaciones digitales a partir de la interacción de las redes sociales, sus tendencias y sensibilidades, sus formas de interactuar y convivir en el mundo digital. Desde una perspectiva ética, se identifican valores en las recientes generaciones digitales, lo que permite establecer un punto de partida para generar referentes para una ética profesional y aplicada en las redes sociales y en el internet.

Palabras clave: ética; valores; generación; redes sociales; sociedad digital; TIC

Cómo citar este artículo:

APA:

Balladares-Burgos, J., & Jaramillo-Baquerizo, C., (2022). Valores para una ética digital a partir de las generaciones digitales y el uso de las redes sociales: una revisión de la literatura. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(1), 40-52. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1.747>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

This article aims to realize the need for Digital Ethics for the new generations that belong to the world wide web. Based on a literature review on the incidence of technology progress and social media evolution, an approximation of contemporary digital generations in different contexts is made. Based on an ethical perspective, moral values can be identified in digital generations, which allows establishing a starting point to identify references for Digital Ethics as a professional ethics and an applied ethics in social networks and in the world wide web.

Key words: ethics; values; generation; social media; digital society; ICT

Introducción

La literatura especializada reconoce que los estilos de vida, de pensar, actuar y relacionarse de las generaciones digitales se encuentran mediadas por las redes sociales, la tecnología y la virtualidad (Naval et al., 2020; Balladares, 2017). Por lo tanto, las nuevas generaciones digitales expuestas constantemente al uso de las redes sociales y las TIC enfrentan grandes desafíos suscitando la necesidad de una reflexión académica sustentada en investigaciones que faciliten la identificación de valores que fortalezcan las relaciones interpersonales y conduzcan a un aprendizaje invisible -entendido como un aprendizaje no-formal a través del uso de las tecnologías- en el internet (Cobo y Moravec, 2011). En este sentido, el presente artículo plantea una propuesta de una ética digital sustentada en una revisión de la literatura para fortalecer las relaciones interpersonales en un contexto educativo digital desde los valores de las generaciones digitales identificadas con las redes sociales (Floridi, 2019).

Con la irrupción de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), el internet y las redes sociales, surgen nuevas generaciones de niños, adolescentes, jóvenes y adultos que configuran su modo de pensar, de vivir y de interrelacionarse entre sí y con los demás (Naval et al., 2020). En una época de la post-información la audiencia se vuelve unipersonal; todo se hace instantáneamente, la información se individualiza al máximo y se percibe una hiperactividad de múltiples funciones y tareas en nuestra cotidianidad (Negroponte, 1998; Han, 2012). En estos nuevos espacios y tiempos virtuales la información está diseñada a la medida y satisface las necesidades personales; en tiempos del internet se configuran gustos, tendencias, y formas de ser y estar a través de las redes sociales, el internet y las TIC (Rushkoff, 2013).

Uno de los principales desafíos para una ética en las generaciones digitales es la búsqueda de referentes éticos en un mundo digital, frente a las noticias falsas y el ciberacoso que son **más comunes en el tráfico de las redes sociales**,

atentando contra la privacidad de las personas y su intimidad (Alarcón y Díaz, 2013). A su vez, las redes sociales tienen un enorme potencial para la difusión de la información, pero carecen de una regulación o restricciones sistemáticas en su uso, por lo que su gestión implica una responsabilidad y auto-regulación del propio usuario (Martínez et al., 2016). Es importante que una ética digital, como un tipo de ética aplicada, responda a los actuales desafíos que propone la tecnología, las redes sociales, el internet y las TIC. Una ética en este ámbito facilitaría a las generaciones actuales la posibilidad de reflexionar sobre la forma de entablar relaciones interpersonales mediados por la tecnología, e invitaría a considerar aquellos referentes éticos para actuar y convivir en una ciudadanía digital en la búsqueda del bien colectivo en el internet y las redes sociales (Balladares, 2020). A su vez, no se puede ser indiferente a una brecha digital que afecta a los procesos de inclusión de poblaciones alejadas de los centros de gestión de la información, y que produce un desfase general en el acceso al internet, a la innovación y a la tecnología educativa (Aguilar, 2020).

Si la ética se la define como un saber moral en torno a nuestras acciones justas y pertinentes (Cortina, 1994), una ética digital se convierte en una opción para la construcción de principios, valores, deberes y derechos que guíen la acción del ser humano en el mundo digital, entendido como la vivencia cotidiana del sujeto en el espacio y en los tiempos del internet (Balladares, 2017). Este tipo de ética aplicada resulta indispensable para plantear una ética para las generaciones digitales en la que se legitime la dignidad humana y el cuidado del ambiente como aprioris fundantes y fundamentales de la ética digital (Floridi, 2019). Ella plantea varios desafíos en nuestro contexto actual, tales como la gestión de una información veraz, la construcción de una ciudadanía digital, la reducción de la brecha digital, la búsqueda de una conectividad para todos a través del acceso al internet como un derecho, la prevención de riesgos y vulnerabilidades en el ciberespacio, una identificación y promoción de valores a través de los medios digitales y las redes sociales, entre otros (Beever et al., 2019). En este sentido, la

tecnología no se convertiría en un fin en sí misma, ni tampoco debería ser la causa para propiciar nuevas minorías del poder del conocimiento que generen nuevas brechas digitales y promuevan procesos de exclusión y marginalidad digital en la población (Cortés, 2009; Olarte, 2017). La tecnología, de por sí, debe constituirse en una mediación para el acceso libre al conocimiento y a la información, y garantizar la conectividad para la gente.

Hoy en día la tecnología facilita la comunicación y la interacción humana de forma sincrónica (tiempo real) y asincrónica (tiempo diferido). Ella ha permitido superar las barreras del tiempo y del espacio físico. Ha posibilitado concretar aquella tesis macluhaniana de una aldea global través del internet, las redes sociales, la web 3.0, el software libre, entre otros. Como parte de la filosofía, la ética se define como aquella disciplina filosófica que orienta los actos humanos hacia la consecución del bien, cuyo objeto de estudio se constituye la moral individual y social, las acciones del ser humano (Cortina 2013).

En este sentido, una ética no puede ser extraña y ajena al progreso humano a través de la tecnología y a las transformaciones de una sociedad mediada por la digitalización y las redes. Una ética digital, como ética aplicada, es una apuesta al discernimiento, descubrimiento y configuración de aquellos referentes éticos en el actuar, vivir y con-vivir de las generaciones digitales (Floridi et al., 2019). A su vez, unas nuevas relaciones armónicas entre el ser humano y la naturaleza, a partir de una eco-lógica, surgen en el panorama actual, y se vuelve un imperativo ante la crisis planetaria vivida por la pandemia de la covid-19. Una nueva armonía relacional encuentra su complementariedad a través de la mediación de las tecnologías de la información, de la comunicación, del aprendizaje y del conocimiento en función prospectiva y semántica de las nuevas generaciones de una sociedad 3.0 (Naval et al., 2020).

Método

El presente artículo realiza una revisión de la literatura especializada tanto en las generaciones digitales como en una ética digital. El enfoque utilizado en esta investigación es el hermenéutico, que permite una explicación y comprensión de los textos y autores, así como la revisión de los resultados de investigaciones. La literatura revisada invita a reflexionar en torno a una ética digital que responda a los retos de las generaciones digitales actuales (O'Reilly et al., 2021; Whiting & Pritchard, 2017).

Se plantean la siguiente pregunta de investigación: ¿qué valores se identifican a partir de las generaciones digitales y las redes sociales para la construcción de una ética digital? Se investigaron artículos científicos sobre ética digital (9), generaciones digitales (10), y valores surgidos en el uso del internet y las redes sociales (8). Estos artículos se han revisado en los últimos diez años en revistas especializadas en educación, comunicación, tecnología educativa, sociedad y filosofía.

En cuanto a los criterios de búsqueda y de selección sistemática de literatura sobre una ética digital a partir de las redes sociales y las generaciones digitales, se han abordado fuentes tanto en idioma inglés como en lengua española. Para las fuentes anglosajonas se utilizaron buscadores como ERIC (Education Resources Information Center), Google Scholar, y Taylor & Francis. Para las fuentes en idioma castellano, se utilizaron buscadores como Redalyc, Dialnet, Scielo y Google Académico. A su vez, se han considerado fuentes procedentes de sitios web y blogs que complementan el proceso de revisión. Entre los criterios de inclusión se consideraron los artículos que hagan referencia a una ética digital, y artículos que se relacionen con los valores en las redes sociales y las generaciones digitales.

El presente estudio, al situarse dentro del campo de educación y la tecnología educativa, encaja perfectamente dentro del enfoque cualitativo de la investigación educativa (Osses et al., 2006; Sampieri et al., 2014). Como método

se ha utilizado la revisión bibliográfica o de la literatura a través de la técnica de la revisión documentada. A través de esta técnica, se pueden estudiar conceptos y hechos históricos; identificar y analizar datos; emplear fuentes autenticadas, e interpretar la información para descubrir los significados y sentidos.

Resultados

Entre los hallazgos de esta investigación, como se detallan en la Tabla 1, se pueden identificar tres categorías de valores a partir de las generaciones digitales que surgen de las redes sociales para una ética digital: los valores personales, los valores sociales y los valores laborales (Boyd, 2014). Los valores personales se constituyen como propios de la individualidad y autonomía del sujeto. En cambio, los valores sociales promueven las relaciones interpersonales, la convivencia y la organización en las redes. Por último, se categorizan a los valores laborales o profesionales que permitan situar al individuo en sociedad frente a la dimensión del trabajo en el mundo digital.

Tabla 1

Categorías de valores a partir de las generaciones digitales

Categorías de valores	Valores
Valores personales	Creatividad
	Autenticidad
	Liderazgo
	Identidad
	Privacidad
Valores sociales	Preferencia
	Colaboración
	Comunicación
	Comunidad
	Compartir
Valores laborales	Innovación
	Gestión
	Emprendimiento
	Adaptación
	Desafío

a)

a) Valores personales:

Un primer hallazgo gira en torno a los valores personales a partir de las generaciones digitales relacionadas con las redes sociales. Con la aparición del canal de videos *YouTube* como una red social en el internet en el año 2006, surge una generación identificada con esta red social. Como primer hallazgo, esta generación denominada inicialmente como generación *YouTube* se la identificó también con el nombre de la generación C, porque sus intereses giraban en torno a las siguientes palabras que inician con la letra “c”, tales como contenidos, conexión, creación, entre otros. Entre los valores de esta generación, se puede identificar a la creatividad articulada con la creación de contenidos y de interacciones en las redes (Balladares, 2017; Think with Google, 2013).

La generación *YouTube* o generación C valora que las cosas sean auténticas, dado que el internet les posibilita transparentar cualquier engaño, denunciar cualquier injusticia o protestar por mejoras de la realidad. parecerían que son muy revolucionarios y que tienen ganas de cambiar el mundo a través de la tecnología. En este sentido, la autenticidad se identifica como valor para esta generación (Del Moral, 2006).

También se reconoce a una generación que gira en torno al uso de la red social de Facebook, en el que se identifican valores. En cuanto a la autoridad, las jerarquías son espontáneas mas no obligatorias, por lo que se evidencia el surgimiento de liderazgos en la red donde los líderes están enfocados al servicio antes que a una jefatura en sí (Hamel, 2009; Sorman, 2011). Por otro lado, esta generación Facebook se caracteriza por los gustos expresados en los “me gusta” (*like*), por lo que también se la denomina Generación “Like” (Naval et al., 2020). Las emociones de los usuarios son valoradas por las aceptaciones del “me gusta” y como individuos aparecemos como la sumatoria de todas nuestras preferencias y gustos expresados por un “like”.

A su vez, parecería que los *clicks* en los “likes” están al servicio de negocios o marcas comerciales. Cada interacción o

persona alcanzada incrementa las ganancias de las multinacionales detrás de las redes sociales, como Twitter, Facebook, entre otros; o sencillamente, son manipulados para ser considerados como productos de las redes y no solamente ser considerados como consumidores. Relacionado con el presente hallazgo, también se identifica el término para una generación App o generación de las aplicaciones móviles, en la que se gestiona la identidad, la privacidad y la imaginación a través de las aplicaciones de los dispositivos tecnológicos móviles, y se convierten en idóneas para promover las relaciones y fomentar la creatividad a través de las redes sociales (Martínez, 2015; Gardner & Davis, 2014).

b) Valores sociales:

Un segundo hallazgo se centra en la identificación de los valores sociales. La generación YouTube o generación C se caracteriza porque los programas de televisión tradicional les parecen aburridos, mientras se sienten más a gusto con los chats móviles. Comparten sus vivencias y experiencias a través de narrativas digitales en las redes sociales. Se identifican con una cultura del copiar y pegar (*copy-paste* en inglés), y de las descargas de software y aplicaciones, pues no conciben que la información tenga dueños o propietarios, que la información buscada no se lo pueda encontrar en buscadores como Google o Bing, o que no se la pueda almacenar en la nube (Berl et al., 2010). Además, usan los computadores para relacionarse socialmente, sea para mantener un diálogo virtual, contactarse con un amigo o trabajar de manera colaborativa. Tienen una habilidad para fotografiar todo con las cámaras de sus dispositivos móviles o inteligentes. Entre los valores de esta generación, se puede identificar la comunicación, la convivencia y la comunidad (Higuera et al. 2020).

En cambio, en la generación Facebook prima lo colaborativo frente a cualquier esfuerzo individual, donde el poder se configura en torno al intercambio y compartición de la información en vez del acaparamiento y acumulación. Por otro lado, las comunidades virtuales y las redes

se van auto-definiendo y auto-organizando por gustos e intereses comunes, lo que permite que todos compartan y se beneficien de la información. Para esta generación, todas las ideas compiten bajo las mismas condiciones, por lo que la colaboración vale más que el título universitario o profesional (Higuera, Bermúdez & Erazo, 2020; Hamel, 2009).

c) Valores laborales:

Un tercer hallazgo se evidencia en valores laborales o valores profesionales. De hecho, hay evidencias de valores laborales previo al internet y las redes sociales. Entre ellas, hay que destacar a las generaciones en torno a videojuegos como *Atari*, *PlayStation* o *Nintendo* que se identificaron con el uso del dispositivo de videojuegos y promovieron lo lúdico y la competencia (Higuera et al., 2020). La generación @ (arroba) aparece con el correo electrónico (*e-mail*) y recupera su capacidad de comunicación a través de la escritura (Feixa, 2014; Piscitelli, 2005); o la generación multimedia o generación M que nació con el *mouse* o “ratón” en la mano y tiene un estilo multitarea (*multi-tasking*) para comunicarse, para interactuar y para consumir medios al mismo tiempo (Rideout et al., 2005; Prensky, 2001). Estas generaciones tecnologizadas previo a las redes sociales ya evidencian ciertos valores como la innovación, la adaptación y el desafío.

A partir del surgimiento de las redes sociales, se puede afirmar que la generación Facebook evidencia a una generación de jóvenes que crece y se desarrolla en la conectividad y en línea. Esta generación digital cuestiona y pone en jaque a las organizaciones tradicionales del trabajo, donde el escenario virtual se convierte en el nuevo ámbito laboral que demandan nuevos perfiles de trabajadores con competencias digitales (Naval et al., 2020; Hamel, 2009).

No obstante, también se identifican otras generaciones digitales que giran en torno a valores laborales o profesionales, tales como la generación Z. Desde un contexto del mercado y del consumo, la generación Z surge en las épocas de auge del internet y que su vida se desarrolla

“online” o en línea a través de un dispositivo tecnológico móvil; son unidos entre ellos, son emprendedores y están al tanto de todo lo que les rodea por lo que se mantienen informados y comunicados (Gutiérrez, 2018; Atrevia, 2016). Hay algunas subdefiniciones de la Generación Z que surgen a partir de su intención, sea en la gestión del conocimiento o en las competencias laborales.

En cuanto a un perfil del conocimiento: surgen los nómadas del conocimiento o también conocidos como “*knowmads*”, que se identifican con el uso cotidiano de las redes sociales y del internet, son creativos, innovadores y gestionan su propio conocimiento (Moravec, 2013). En cuanto a un perfil laboral, aparecen los *millennials*, quienes han crecido con el internet y la tecnología, interactúan continuamente en las diferentes redes sociales y acceden con agilidad y facilidad al conocimiento y a la información. Aunque nacieron en una buena época económica para sus padres, hoy viven la crisis económica (Gutiérrez-Rubí, 2015; ABC, 2012). También aparecen distinciones entre los *millennials*, quienes nacieron antes del año 2000, y los *centennials*, quienes nacieron a partir del nuevo milenio (Silvestre & Cruz, 2016).

Los *knowmads* se constituyen en una generación que busca el conocimiento y gestiona la información, mientras que los *millennials* se caracterizan por ser una generación desinhibida para el mundo del trabajo que se insertan a los diferentes ámbitos laborales bajo sus propias condiciones. Por su parte, la generación Z se caracteriza por buscar soluciones inmediatas, permanecer conectada en línea, y por ser emprendedora y capaz de asumir retos en cualquier tiempo y lugar.

Tabla 2

Generaciones digitales identificadas con redes sociales y valores éticos

Generación Digital	Red Social	Valores
		Creatividad
		Comunicar
Generación C	YouTube	Comunidad
		Compartir
		Autenticidad
		Colaboración
Generación Facebook	Facebook	Liderazgo
		Privacidad
		Identidad
		Preferencia
		Innovación
Generación Z		Gestión
<i>Knowmads</i> y <i>Millennials</i>	Todas las redes sociales	Emprendimiento
		Desafío

Discusión

Un creciente accionar de las actuales generaciones mediadas por la tecnología desafía a la sociedad moderna a convivir con nuevos perfiles generacionales. La irrupción tecnológica incide en los estilos de vida de estas nuevas generaciones, la manera de interrelacionarse y de comunicarse. Por lo tanto, la nueva normalidad post-pandemia urge una nueva alfabetización digital tanto para los nativos como para los migrantes digitales en el teletrabajo y el teleestudio (Naval et al., 2020; Pardo y Cobo, 2020; Prensky, 2000). Estas nuevas generaciones digitales desafían a un mundo que ha vivido la pandemia y la post-pandemia a pensar en torno a los valores y antivalores en vista de una ética digital. Desde una reflexión ética, una nueva realidad a partir de las nuevas generaciones digitales desafía a reflexionar éticamente acerca de un modo de ser y actuar digitalmente, de

relacionarse y comunicarse entre seres humanos a través de mediaciones tecnológicas, y de buscar el bien común en el mundo del internet, las TIC y las redes sociales.

El surgimiento y consolidación de las redes sociales ha permitido conexiones simultáneas con varias personas y a acceder a una vasta cantidad de información, pero a su vez, se puede experimentar una mayor soledad y anonimato en un mundo digital. La promoción de comunidades virtuales, como espacios de convivencia que fomenten una interacción eficaz y convivencia digital justa y pacífica con el fin de compartir intereses afines y comunes, puede ser una estrategia efectiva para superar la percepción de soledad digital ante la abundante información y presencia de usuarios en las redes sociales. En este sentido, la ética digital debe aterrizar en una moral digital, que permita orientar el actuar digital de los seres humanos en internet y las redes sociales a través de los valores personales, los valores sociales y los valores laborales (Floridi et al. 2019; Beever et al. 2019).

Se considera importante que una ética digital fomente los valores en el mundo digital. Identificar qué valores son importantes para el desarrollo personal, social o laboral de las nuevas generaciones, cómo formar la conciencia en estos ámbitos y generar una libertad responsable en el uso y manejo de la tecnología, las redes y el internet, son algunos de los retos de una ética digital. Una moral digital no solamente consiste en una transformación digital de la moral a través de una dataficación de la conciencia, una colonización de algoritmos en el mundo digital, o a través de la inteligencia artificial o el internet de las cosas (Calvo, 2019; Rodríguez, 2019), sino en que las personas incorporen un saber ético que permita establecer una filosofía de la moral para actuar racionalmente en los nuevos escenarios que trae internet y las redes sociales (Cortina, 1994). Una ética digital invita a reflexionar y plantear un nuevo modo de ser digital (Negroponte, 1998) a partir de los valores de las generaciones digitales en las redes sociales (O'Reilly et al., 2021).

Una ética digital debe considerarse como

una ética aplicada que oriente el comportamiento moral en medios virtuales a través de una práctica de valores a niveles personal, social y profesional (Broglie, 2016). Desde esta perspectiva ética, una ética digital debe orientar a los profesionales del internet y de la tecnología sobre qué tipo de información se gestiona en internet y cuál es su veracidad, qué se puede publicar y qué información se debe cuestionar por su distorsión o falsedad, legitimando la información a través del valor de la comunicación. Cuando la ética digital se considera como una ética profesional, se pretende fortalecer la seguridad de la información de cualquier profesionista que se relaciona con sus usuarios o clientes en el internet preservando el valor de la identidad digital (Cobo, 2019; Zur Institute, 2016).

Otros autores perciben la ética digital como una ética aplicada que busca responder ante los escenarios que atenten contra la privacidad e intimidad de las personas en las redes sociales; tal es el caso del ciberacoso o ciberbullying, el sexting, el comercio pornográfico con menores de edad, entre otros (Busom, 2015; James, 2014; Cortina, 2013). Este enfoque de la ética digital se compromete a fomentar una ética digital desde el hogar, con los adultos a cargo de los niños, quienes son los llamados a ser los primeros alfabetizadores digitales y orientadores éticos de sus hijos cuando utilizan el internet y las redes sociales a través el valor de la privacidad de los usuarios (Rischenole, 2011).

Existe otro enfoque de la ética digital a partir de la identificación de los deberes y los derechos. Desde una responsabilidad como valor ético en el mundo digital, se plantean algunos deberes digitales, como son el deber de conexión, el deber de transparencia, el deber de ecuanimidad, el deber de participación, y el deber de protección. En cuanto al deber de conexión, se considera que en la sociedad digital todos están conectados y no cabe lugar a la desconexión ni al aislamiento (UNESCO, 2019), garantizando así el valor del comunicar y estar comunicado, y el de vivir en una comunidad virtual. A partir del deber de transparencia, las redes sociales, las comunidades virtuales y los colectivos digitales pueden actuar como veedores digitales de la

información y los contenidos que circulan en internet, en especial, exigiendo transparencia y veracidad ante la información falsa (Alonso, 2019; Rihawi, 2018), fomentando el valor del compartir la información de manera correcta.

El deber de ecuanimidad logra un equilibrio en el internet que evite la creación de los monopolios tecnológicos y el control de unas minorías que concentran el poder sobre el uso y el acceso de la información, promoviendo los valores de la gestión y del emprendimiento propios (Whiting & Pritchard, 2017). Por otro lado, el deber de participación incentiva a la construcción de una ciudadanía digital o ciber-ciudadanía que promueva una buena convivencia y un correcto comportamiento en entornos digitales y redes sociales a través de los valores éticos en los diferentes territorios digitales (Casablancas et al., 2014; Galindo, 2009), fomentando el sentido y el valor de conformar y vivir en comunidad en el mundo virtual. Finalmente, el deber de protección difunde una salud digital, una higiene de conectividad y la seguridad informática en las redes sociales a partir de un compromiso colectivo que difunda el valor de una autenticidad digital (Busom, 2015).

Luego de este análisis a partir de una revisión de la literatura, se concluye que las generaciones digitales exigen al mundo contemporáneo una mejor comprensión de una dinámica digital en las relaciones humanas y convivencias sociales mediadas por la tecnología y la conectividad a partir de los valores éticos que se identifican en las redes sociales. Una ética digital emerge en tiempos de pandemia donde la digitalización de la vida cotidiana se constituyó en una forma no solo de vivencia o convivencia, sino también de supervivencia. Una ética digital, como ética profesional y aplicada, se presenta como una alternativa de proposición y construcción de principios y valores que orienten la acción humana en las redes sociales, el internet y el uso de la tecnología (Vita-More, 2010), en especial, de las nuevas generaciones digitales. Para una fundamentación, es indispensable que una ética plantee sus *aprioris* fundamentales a partir de los principios y los valores, los derechos humanos y el cuidado de la naturaleza. Además

de una promoción de valores éticos en el internet y las redes sociales, una ética digital una ética digital cuenta con varios retos en el contexto contemporáneo actual, tales como son la reducción de la brecha digital y la búsqueda del derecho al internet para garantizar el acceso a la tecnología y a la conectividad para la población, la gestión responsable de la información, la prevención de riesgos y vulnerabilidades a través de las redes sociales, la construcción de una ciudadanía digital, la preservación ambiental, la comprensión de un nuevo humanismo post-pandemia, una reflexión ética para las máquinas y la inteligencia artificial, entre otros (Rouyet, 2020; Balter, 2020; Beever et al., 2019; Gayozzo, 2019; Terrones, 2018).

Finalmente, la ética es una disciplina filosófica que guía las acciones humanas hacia la búsqueda del bien, y ella no puede ser extraña y ajena ante los cambios vertiginosos en las sociedades contemporáneas ante el progreso tecnológico. Una ética digital, como ética aplicada, tiene como tarea pendiente una promoción del discernimiento, el descubrimiento y la configuración de aquellos valores como referentes éticos para el actuar y convivir de las generaciones digitales. A su vez, una ética digital debe promover una reflexión crítica ante la manipulación y explotación del ser humano en las redes sociales; por ejemplo, una ética digital puede desafiar a la generación del “me gusta” o “like” de las redes sociales (Martínez, 2015) a que sea menos dependiente a los algoritmos de las redes y más autónoma en el empoderamiento y toma de decisiones en la vida personal. Una reflexión ética invita a comprender los modos de pensar y los estilos de vida en torno a las generaciones digitales mediadas por el uso del internet, la navegación en las redes sociales, y un avance tecnológico continuo y emergente. Por ende, las generaciones digitales tienen el desafío y el dilema de re-situar el uso del internet y las redes sociales como mediación y mediadores de su vida, y legitimar su autonomía humana para la toma de decisiones y la libertad de sus actos humanos a través de la vivencia de valores éticos en el mundo digital.

Referencias bibliográficas

ABC (2012): Millennials: la generación

malcriada que quiere cambiar el mundo, Madrid. https://www.abc.es/sociedad/abci-millennials-generacion-201211030000_noticia.html

Aguilar, F. (comp.) (2020): Filosofía de

la Innovación y de la Tecnología

Educativa, 3, Quito: Abya Yala.

Alarcón, D. y Díaz, A. (2013): “Las

redes sociales entre las TICS y la decadencia Moral”. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, vol. 9, no. 25, pp. 124-134. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=709/70928419008>

Alonso, M. (2019): “Fake News:

desinformación en la era de la sociedad de la Información”. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, no. 45, Universidad de Sevilla. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>

Atrevia (2016): Generación Z, el último

salto generacional. Bilbao: Deusto Business School.

Balladares, J. (2020): “Una educación

remota en tiempos de contingencia Académica”. *Revista Andina*, no. 2, pp. 29-35. <https://www.uasb.edu.ec/documents/10181/3044266/Revista+Andina+No.2/5a9bb668-5757-423a-8804-5ddd84a414dc>

Balladares, J. (2017). “Una ética digital

para las nuevas generaciones

digitales”. *Revista PUCE*, no. 104. <https://doi.org/10.26807/revpuce.v0i0.81>

Balter, E. (2020). “El poshumanismo en

la UCI de la realidad”. *Telos*, no. 114. Madrid: Fundación Telefónica. <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos-114-analisis-baltar-el-poshumanismo-en-la-uci-de-la-realidad/>

Beever, J., McDaniel, R., & Stanlick,

N.A. (2019). *Understanding Digital Ethics: Cases and Contexts* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315282138>

Berl, A., Gelenbe, E., Di Girolamo, M.,

Giuliani, G, De Meer, H., Quan M. & Pentikousis, K. (2010): “Energy-Efficient Cloud Computing”. *The Computer Journal*, no. 53, vol. 7, pp. 1045–1051. <https://doi.org/10.1093/comjnl/bxp080>

Boyd, D. (2014). *It’s Complicated: The*

Social Lives of Networked Teens. New Haven: Yale University Press. ISBN : 978-0-300-19900-0

Brogie De, C. (2016): “We need to talk

about digital ethics”. OCDE.

<https://www.oecd.org/science/we-need-to-talk-about-digital-ethics.htm>

Busom, R. (2015): “Prolegómenos para

una ética digital”. *Digital Responsibility*.

<http://www.digitalresponsability.com/2015/06/prolegomenos-para-una-etica-digital.html>

Calvo, P. (2019): “Etificación, la

transformación digital de lo moral”. *Kriterion: Revista de Filosofía*, vol. 60, no. 144, pp. 671-688. <https://doi.org/10.1590/0100-512x2019n14409pc>

Casablanca, S., Schwartzman, G. y

Burghi, M. S. (2014): “Cambiano paradigmas sobre ciudadanía digital en el EDUCATÓN 2014”. Congreso

- Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación, Buenos Aires, Argentina. <https://www.oei.es/historico/congreso2014/memoriactei/1085.pdf>
- Cobo, C. (2019). Acepto las Condiciones: Usos y abusos de las tecnologías Digitales. Madrid: Fundación Santillana.
- Cobo, C., y Moravec, J. (2011): Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación, Barcelona, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Cortés, J. (2009): “¿Qué es la brecha digital?: una introducción al nuevo rostro de la desigualdad”. Investigación bibliotecológica, vol. 23, no. 48, pp. 233-239. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2009000200011&lng=es&tlng=es
- Cortina, A. (2013): ¿Para qué sirve realmente...? La Ética. Barcelona: Paidós.
- Cortina, A. (1994): Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura Empresarial. Madrid: Trotta.
- Del Moral, J. (2006): “¿Cómo es la generación youtube?”. Alianzo. <http://blogs.alianzo.com/redessociales/2006/11/09/icomos-es-la-generacion-youtube/>
- Feixa, C. (2014): De la Generación@ a la #Generación. La juventud en la era Digital. Barcelona: Editorial NED.
- Floridi, L. (2019) Translating Principles Into Practices of Digital Ethics: Five Risks of Being Unethical. *Philos. Technol.* 32, 185–193. <https://doi.org/10.1007/s13347-019-00354-x>
- Floridi L., Cath C., Taddeo M. (2019) Digital Ethics: Its Nature and Scope. In: Öhman C., Watson D. (eds) *The 2018 Yearbook of the Digital Ethics Lab. Digital Ethics Lab Yearbook.* Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17152-0_2
- Galindo, J. (2009): “Ciudadanía digital”. *Signo y Pensamiento*, vol. 28, no. 54, pp. 164-173. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=860/86011409011>
- Gardner, H., y Davis, K. (2014): La generación APP. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Gayozzo, P. (2019): ¿Qué es el transhumanismo? Lima: IET.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2015): La transformación digital y móvil de la comunicación política, Madrid: Fundación Telefónica/ Editorial Ariel.
- Gutiérrez, K. (2018): “Generación Z: ¿quiénes son y cómo capacitarlos?” **SHIFT, Florida, Estados Unidos de América.** <https://www.shiftlearning.com/blogshift/la-generacion-z>
- Hamel, G. (2009): “The Facebook Generation vs. the Fortune 500”. *The Wall Street Journal.* <http://blogs.wsj.com/management/2009/03/24/the-facebook-generation-vs-the-fortune-500/>
- Han, B. (2012). *La sociedad del cansancio.* Barcelona: Herder.

- Higuera, E., Bermúdez, J. y Erazo, P. (2020). *Pensar, Vivir y Hacer Educación: Visiones compartidas*, vol. 2, Quito: Centro de Publicaciones PUCE.
- James, C. (2014): *Disconnected: Youth, New Media, and the Ethics Gap*. Londres: MIT Press.
- Martínez, L., Martínez, A. y Vives, T. (2016): “Las consideraciones éticas del uso de las redes sociales virtuales en la práctica médica”. *Revista de la Facultad de Medicina*, vol. 59, no. 3, pp. 36-46. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S002617422016000300036&lng=es&tlng=es
- Martínez, A. (2015): “¿Qué se siente ser parte de la generación “like” y trabajar gratis para las marcas?” *Pijamasurf*. <http://pijamasurf.com/2015/04/que-se-siente-serparte-de-la-generacion-like-ytrabajar-gratis-para-las-marcas>
- Moravec, J. (2013): *Knowmad society*. Minneapolis: Education Futures.
- Naval, C., Bernal, A., Jover, G., Fuentes, J. L. y Cárdenas, A.R. (coords.) (2020). *Una acción educativa pensada*. Madrid: Editorial Dykinson, S.L.
- Negroponte, N. (1998). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- Olarte, S. (2017). “Brecha digital, pobreza y exclusión social”. *Temas Laborales*, no. 138, pp. 285-313. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6552396.pdf>
- O’Reilly, M., Levine, D. & Law, E. (2021) *Applying a ‘digital ethics of care’ philosophy to understand adolescents’ sense of responsibility on social media*, *Pastoral Care in Education*, 39:2, 91-107, DOI: 10.1080/02643944.2020.1774635
- Osses, S., Sánchez, I. y Ibañez, F. (2006): “Investigación cualitativa en educación: hacia la generación de teoría a través del proceso analítico”. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, vol. 32, no. 1, pp. 119-133. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052006000100007>
- Pardo, H. y Cobo, C. (2020). *Expandir la universidad más allá de la enseñanza remota de emergencia. Ideas hacia un modelo híbrido post-pandemia*. Barcelona: Outliers School.
- Piscitelli, A. (2005): “Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre. La generación arroba”. *Filosofitis*. <https://www.filosofitis.com.ar/2005/12/09/epistemologia-de-las-marcas-en-la-era-de-la-incertidumbre-la-generacion-arroba/>
- Prensky, M. (2001): “Digital Natives, Digital Immigrants Part 1”. *On the Horizon*, vol. 9, no. 5, pp. 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rideout, V., Roberts, D., & Foehr, U. (2005): *Generation M: Media in the Lives of 8-18 years-old*, Washington, Kaiser Family Foundation. <https://www.kff.org/wp-content/uploads/2013/01/generation-m-media-in-the-lives-of-8-18-year-olds-report.pdf>
- Rihawi, N. (2018). *El papel de las redes sociales en la cibercultura: el caso de la “primavera árabe”*, Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/>

- tesis?codigo=134035
- Rischenole, R. (2011): "Digital Ethics and Kids". Center for Digital Ethics & Policy, Chicago, Loyola University. <https://www.digitalethics.org/essays/digital-ethics-and-kids>
- Rodríguez, I. (2019): De la inteligencia artificial a la moral artificial, Tesis de grado, Castellón de la Plana, Universitat Jaume I.
- Rouyet, J. (2020): "De robots éticos a personas éticas con robots". Telos, no. 114, Madrid, Fundación Telefónica. <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos-114-analisis-juan-ignacio-rouyet-de-robots-eticos-a-personas-eticas-con-robots/>
- Rushkoff, D. (2013): Present shock: when everything happens now. New York: Penguin.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2014): Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill Education.
- Silvestre, E. y Cruz, O. (2016): "Conociendo la próxima generación de estudiantes universitarios dominicanos a través de las redes sociales". Ciencia y Sociedad, vol. 41, no. 3, pp. 475-503. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=870/87048049003>
- Sorman, G., (2011): "La generación Facebook". ABC. https://www.abc.es/internacional/abcp-generacion-facebook-201108140000_noticia.html
- Terrones, A. (2018): "Inteligencia artificial y ética de la responsabilidad".
- Cuestiones de Filosofía, vol. 4, no. 22, pp. 141-170. <https://doi.org/10.19053/01235095.v4.n22.2018.8311>
- Think with Google. (2013): Meet Gen C: The YouTube generation. <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/meet-gen-c-youtube-generation-in-own-words/>
- UNESCO (2019): Indicadores de la Unesco sobre la universalidad del Internet. París. <http://en.unesco.org/internetuniversality>
- Vita-More, N. (2010). "Aesthetics of the radically enhanced human". Technoetic Arts: a Journal of Speculative Research, vol. 8, no. 2, pp. 207-214. https://doi.org/10.1386/tear.8.2.207_1
- Whiting, R. and Pritchard, K. (2017) Digital ethics. In: Cunliffe, A. and Cassell, C. and Grandy, G. (eds.) SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods. London, UK: Sage. ISBN 9781473926622
- Zur Institute. (2016). What is Digital Ethics?: Clinical & Ethical Considerations. <https://www.zurinstitute.com/clinical-updates/digital-ethics-101/>