

Valores virtuales

Jhon Richard Orosco Fabián*

Resumen

Se propone los *Valores virtuales*, desde los resultados de las investigaciones realizadas, de los referentes teóricos y de interacciones con los actores sociales en el ámbito del espacio virtual, para construir una propuesta teórica basada en la clasificación de los valores como uno de los problemas fundamentales de la Axiología. Para ello, se empleó el método de la teoría fundamentada que permitió identificar los valores del objeto virtual y del sujeto virtual.

Palabras clave

valores,
virtual,
sujeto,
objeto.

Virtual Values

Abstract

It is proposed Virtual Values, from the results of investigations of the theoretical framework and interactions with stakeholders in the field of virtual space to build a theoretical proposal based on the classification of values as one of the fundamental problems of Axiology. For this, the method of grounded theory that identified the values of the virtual object and the virtual subject is used.

Keywords

values,
virtual,
subject,
object.

Recibido: 27 de agosto de 2015 | Aprobado: 02 de noviembre de 2015.

* Doctor en Ciencias de la Educación. Docente de la Facultad de Ciencias Aplicadas de la Universidad Nacional del Centro del Perú. Licenciado en Educación Técnica, especialidad Mecánica Automotriz. Magíster en Educación, mención Enseñanza Estratégica. Tiene estudios de especialización en Investigación Educativa, Tecnologías de Información y Comunicación, y en Metodología de la Investigación Cualitativa. E-mail: jrnadaes@hotmail.com.

Introducción

La interacción con los avances tecnológicos (básicamente informáticos) ha permitido el surgimiento de dos generaciones que tratan de convivir en un mundo dividido entre lo real y lo virtual. Prensky (2001) clasifica a los usuarios en nativos e inmigrantes digitales. Estos espacios generados en lo virtual han originado una nueva forma de convivencia que en ciertos aspectos es similar a la realidad pero con muchas más ventajas de modificarlas. Este nuevo espacio originado desde el surgimiento de la cibernética, ha modificado formas de vida, por lo que se hace necesario analizar éstas y proponer alternativas que estén acordes a situaciones derivadas exclusivamente en el uso del espacio virtual (comúnmente conocido como Internet). Frente al espacio virtual, los adolescentes de esta generación requieren que cumplan ciertos “requisitos” para poder interactuar de manera óptima, a la vez que, ya inmerso dentro del espacio virtual, a veces, adoptan nuevos comportamientos o que no son propios cuando se está en situaciones reales.

De ahí surgió nuestra necesidad de investigar acerca de los valores que surgen de la interrelación con el espacio virtual, lo que denominamos *Valores virtuales*, que básicamente es una categoría que se atribuye como relación axiológica entre sujeto y espacio virtual. Por tal motivo, la intención principal del trabajo es proponer los Valores virtuales dentro de la clasificación de la Axiología, para ello ha sido necesario establecer sus bases teóricas, definirlos, identificarlos y evidenciarlos.

¿Qué son los valores virtuales?

La categoría Valores virtuales, se propone porque el ingreso de las Tecnologías de Información y Comunicación, especialmente Internet y el surgimiento de las redes sociales, trajo consigo nuevos espacios, por tanto nuevas vivencias que ha hecho que el hombre se adapte a tales cambios en menor o mayor escala. Internet como tal, se pone en evidencia con soportes tecnológicos derivado de la cibernética que permite estabilizarlos, estos a su vez hacen uso de lo digital que permiten traducir la información en dígitos para poder intercambiarlos, es decir, se podría decir que es de carácter técnico (aunque tiene basamentos filosóficos), todo este proceso se da para que surja lo virtual que es la presencia en la no presencia, que está y no está, pero que a partir de un soporte tecnológico se puede estabilizar y surge lo que se denomina espacio virtual, y ello va a permitir que el hombre se interrelacione e interactúe, dando origen a una nueva jerarquía de valores, ya que se necesita de ciertas condiciones para que dicha interrelación sea cada vez más adecuada, así como también desarrolla algunos valores en los que habíamos sido formados en mayor o menor escala. De lo mencionado nacen los valores del objeto virtual y del sujeto virtual.

- a. Valores del objeto virtual. Surgen teniendo en consideración lo que se valora frente a la interacción con el espacio virtual, es decir, lo que es más significativo para el sujeto en diferentes *situaciones virtuales*, estos valores son importantes porque permiten al sujeto tener una interacción fluida con el espacio virtual propiamente dicho. Se basa en lo que debe tener el espacio virtual para que sea valorado.
- b. Valores del sujeto virtual. Estos valores se evidencian propiamente en el sujeto, es decir, en la interacción con el espacio virtual el sujeto pone en evidencia su escala de valores frente a diversas *situaciones virtuales*, principalmente frente a la información que encuentra o frente a otras personas. Cuando se hace uso del espacio virtual el sujeto fortalece,

desarrolla o invierte sus valores que solo sucede en dicha interacción y que muchas veces es juzgado como tal, pero difiere en lo concerniente a lo real.

Bajo esta concepción, teniendo en consideración la relación axiológica entre sujeto – objeto virtual – sujeto virtual – sujeto(s), se afirma que los Valores virtuales son un conjunto de cualidades que se evidencian con las reacciones y apreciaciones que surgen de la interacción del sujeto virtual con el objeto virtual o sujeto(s) virtual(es) dentro del espacio virtual, esa interacción se da dentro de una situación pluralista de acuerdo a la naturaleza de la percepción, nivel de conocimiento y experiencias previas. Los Valores virtuales surgen cuando las personas (nativo o inmigrante) tienen preferencias por algunas cualidades que surgen en su interacción con el espacio virtual, ello implica que estiman, eligen, deciden, etc., y éstas se ponen en evidencia en diferentes escalas con las creencias, sentimientos, convicciones, actitudes, juicios de valor y acciones que permitan adoptar cada uno de ellos en diferentes situaciones virtuales.

Clasificación de los valores virtuales

Valores en función del *objeto virtual*

Esta clasificación es lo que se valora del espacio virtual en diferentes situaciones virtuales, es decir, propiamente del objeto virtual, independientemente del uso que se le pueda dar. Lo que debe tener para ser valorado.

- a. **Rapidez.** Consiste en hacer cualquier actividad dentro del espacio virtual en el menor tiempo posible. Se pone en evidencia cuando se hace operaciones de búsqueda, abrir enlaces o hipervínculos, intercambiar información, subir y descargar archivos, realizar trabajos, descargar e instalar programas, jugar en red, enviar mensajes, realizar operaciones bancarias, inscribirse en alguna página de interés, encontrar lo necesitado, creación de cuentas, etc. El *sujeto virtual* desea que todo lo que está haciendo sea de manera rápida. Su antivalor es la lentitud.
- b. **Multiactividad.** Refiere a hacer varias cosas a la vez, se evidencia al buscar información, chatear, descargar información (música, juegos, video, texto, programas, etc.), conversar; jugar, enviar y recibir información; escuchar música; leer y escribir; copiar, cortar y pegar; dar formato, crear, recrear, etc. El espacio virtual permite hacer diversas actividades de una sola vez. Su antivalor es la monoactividad.
- c. **Gratuidad.** Consiste en ingresar al espacio virtual sin restricción alguna sea de carácter económico o de inscripción previa. Se manifiesta cuando se encuentra alguna información de interés y ésta se encuentra disponible sin condición alguna, crear páginas sin costo, enviar información prediseñada (postales, poesías, música, etc.), encontrar información importante (libros, tesis, artículos, programas, juegos, videos, imágenes, bibliotecas, etc.), descargar programas de interés sin inscripción o pago alguno. Es necesario mencionar que la gratuidad se refiere al aspecto interno más no externo, es decir, la interacción del sujeto con el espacio virtual más no del pago que se hace por usar la conexión. Su antivalor es la restricción.
- d. **Accesibilidad.** Consiste en entrar al espacio virtual sin ninguna dificultad y las herramientas de ésta deben permitir encontrar e intercambiar la información solicitada. Se pone en evidencia cuando dentro del espacio virtual se utiliza palabras clave para una determinada búsqueda. El espacio virtual debe mostrar una interfaz amigable para cualquier persona,

independientemente de la edad, sexo, o condición física; la información no debe tener seguros, ni filtros; acceder a usar programas sin dificultad alguna, acceder a soportes virtuales para crear y recrear, etc. Su antivalor es la inaccesibilidad.

- e. **Visibilidad.** El espacio virtual debe ser perceptible a nuestros sentidos y de calidad, básicamente se refiere al formato de la información obtenida y también que se encuentren de manera rápida. Se evidencia al descargar información en cualquier medio (audio, texto, animación, color, video, etc.), al intercambiar información, al conversar, al buscar información; al publicar alguna información en cualquier medio se desea que sean vistos por la mayor cantidad de *sujetos virtuales*. Cuando se realiza una creación o recreación de algo las herramientas deben ser visibles. Su antivalor es lo oculto.
- f. **Sincronización.** La sincronización ha remplazado a la categoría espacio, ya que permite estar en varios lugares en una sola vez. No se puede decir virtualmente donde se está ya que el hecho de estar en el espacio virtual siendo un *sujeto virtual* se está en varios sitios y a la vez no. Esto se pone en evidencia al ejecutar varios procesos a la vez, conversar con una o varias personas a la vez, enviar una copia de la información a diferentes personas que están en diferentes lugares, utilización de diversas herramientas para un solo fin, abrir ventanas múltiples, descargar diferentes tipos de información. Todas las actividades que se realiza en el espacio virtual están sincronizadas independientemente del lugar en que se haya generado la información. Su antivalor es el asincronismo.
- g. **Interconexión.** La interconexión está directamente relacionada a la sincronización, esta categoría remplaza al tiempo ya que para que se dé la sincronización dentro del espacio virtual debe estar presente una interconexión adecuada. Se evidencia cuando en un solo tiempo llega la información enviada y recibida, enviar mensajes a diferentes personas en diferentes lugares y recibirlas, en un tiempo determinado encontrar, descargar o subir la información necesaria, hacer diferentes actividades en una sola hora que implique diferentes temáticas, en conclusión es hacer varias cosas en una sola vez, pero en un tiempo determinado, de manera recíproca. Su antivalor es la desconexión.
- h. **Pluralidad o diversidad.** Refiere a crear o recrear algún aspecto de la realidad física con infinidad de herramientas, encontrar diferentes tipos de información en un solo sitio, se manifiesta cuando se busca información y se encuentra diferentes hipervínculos con posibles informaciones, en una sola página están presentes diferentes informaciones, con una sola cuenta se puede acceder a diferentes páginas, una misma información se encuentra en diferentes formatos, con un solo programa se puede hacer diferentes actividades, con una sola cuenta puedes conversar con diferentes personas (enviar información en diferentes medios), utilizar un solo programa para realizar diversas actividades, etc. Su antivalor es la singularidad.
- i. **Interactividad.** Se da al utilizar diversas herramientas del espacio virtual, de modo que exista un dinamismo entre el *sujeto virtual* y el *objeto virtual*, combina aspectos multimediales (texto, sonido, animación, color, video, etc.) para que se pueda utilizar de acuerdo a lo que se requiera, ello conlleva a que sea como una telaraña. Se manifiesta al encontrar una página con diferentes hipervínculos que contiene varios temas (sobre todo con herramienta multimedia), al encontrar una información y manejarla de acuerdo a un interés particular, con unas cuantas palabras clave en el buscador se puede encontrar la información en diferentes soportes, programas, formatos y tamaños; una conversación, en mensajes o cualquier información se puede realizar en diferentes soportes, etc. Se puede concluir mencionando que es comunicar o hacer cualquier actividad utilizando diferentes medios. Su antivalor es la pasividad.

- j. Confiabilidad.** Consiste en estar seguro de que al utilizar el espacio virtual cuantas veces sea, siempre se podrá realizar lo que se desea. Se evidencia al utilizar el buscador, registrar datos en alguna página sin muchas preguntas, el sitio de búsqueda está en la misma dirección o en su defecto redirecciona, la información llega sin distorsión alguna, la información buscada y encontrada cumple las expectativas, la información publicada se mantiene en la misma dirección, al solicitar información, recuperación de contraseñas, la información confidencial no es atacada por ningún tipo de virus informático, utilizar un programa para crear o recrear algún aspecto de la imaginación o de la realidad, etc. Su antivalor es la desconfianza.

Valores en función del sujeto virtual

Esta clasificación obedece a las reacciones que se presenta en el sujeto virtual en interacción con el objeto virtual dentro del espacio virtual, es decir, independientemente de la realidad, ya que algunos valores que se muestran en la vida diaria pueden ser o no reflejados en situaciones virtuales, algunas veces los sujetos virtuales invierten sus valores. Por lo que en este punto se clasificarán los valores teniendo como base el aspecto ético y lo que permite desarrollar en el sujeto dentro del espacio virtual. Lo que debe ser o le permite ser.

- a. Responsabilidad.** Capacidad de atribuirse y estar consciente de las actividades que se realiza dentro del espacio virtual. Se evidencia cuando se asume lo que se publica, dar datos correctos cuando se inscribe en diferentes cuentas, poner una imagen o nombre de usuario representativo en todas las informaciones que maneje, envíe y publique; usar las diferentes páginas con propiedad, bloquear información no adecuada, avisar a algún familiar o a las autoridades de algún incidente no adecuado, crear o recrear algún *objeto virtual* asumiendo la autoría, proteger su intimidad y la de los demás, etc. Su antivalor es la irresponsabilidad.
- b. Prudencia.** Refiere a no poner en riesgo información alguna dentro del espacio virtual, pensar antes de publicar o compartir algún mensaje o información. Este valor es muy importante debido a que siempre se debe tener cuidado con lo que se publica, ya que una vez ingresado los datos al espacio virtual ya no pertenece al mundo físico y es difícil de borrarlo debido a que se convierte en parte de la gran memoria del *universo virtual*. También, se manifiesta en el momento de conversar o enviar mensaje a los demás, agregar contactos, inscribirse a alguna página, crear una cuenta, realizar alguna transferencia de archivo o dinero, etc., ya que antes de realizarlo algún intercambio de información se debe pensarlo bien. Su antivalor es la imprudencia.
- c. Respeto.** Se evidencia cuando tiene consideración con su privacidad y la de los demás, y la divulgación lo hace pensando coherentemente, respetar los derechos de autoría de diferentes informaciones (texto, animación, video, música, libros, revistas, programas, etc.), respetar las ideas de los demás, respetar las condiciones de uso y de seguridad de las diversas cuentas en uso, respetar los mensajes publicados, respetar las informaciones publicadas sin discriminación alguna independientemente de edad, sexo, raza, credo, condición física, etc., conversar respetando a los demás, etc. Su antivalor es el irrespeto.
- d. Identidad.** Permite desarrollar la identidad en el sentido que al ingresar al espacio virtual con la creación de algunas cuentas se elige la información personal, diseños, temas, fuentes, comentarios, etc.; ello da a conocer a los demás de “quiénes somos” y “qué concepción del mundo tenemos”. Desarrolla sentimiento de pertenencia al lugar de origen con las costumbres, creencias, tradiciones, etc. Crear o recrear objetos virtuales que representen

la identidad. Mostrarse tal cual es (se aprecia en el uso de redes sociales). Su antivalor se podría decir que es disonante.

- e. **Libertad.** Este valor está presente en gran escala ya que el espacio virtual permite decidir lo que se desea hacer, expresar libremente, enviar y recibir información, ingresar a cualquier sitio virtual de acuerdo al interés que se tenga, utilizar la información de cualquier tipo, formato, extensión, etc., poner el nombre que se desea para la creación de cuentas, utilizar el seudónimo que identifique (elegir identidad), realizar cualquier tipo de compra, leer cualquier tipo de información, opinar ante cualquier información (político, económico, social, ambiental, cotidianidad, etc.), entre otros. Cabe mencionar que este valor debe ser puesto en práctica con responsabilidad. Su antivalor es la esclavitud, entendida como dependencia de un vicio o una mala costumbre.
- f. **Tolerancia.** No estar de acuerdo con alguna información que se encuentra en el espacio virtual, sin embargo, se acepta porque es algo diferente y si no es de interés se va en busca de otro. Al descargar alguna información de cualquier medio a veces es necesario esperar el tiempo requerido, comprender que algunas páginas tienen acceso restringido de acuerdo a las políticas de seguridad, entender el lenguaje virtual, etc. Su antivalor es la intolerancia.
- g. **Solidaridad.** Se evidencia a través del apoyo solidario en contra de la violencia, discriminación, contaminación, abusos, etc., se observa en el uso de redes sociales (Hotmail, Facebook, Twitter, foros, etc.). Compartir la información con los demás en diferentes formatos, apoyar en crear alguna causa a través de donativos virtuales, publicar tutoriales para enseñar algún tema, responder foros, hacer una cadena virtual a favor de algo positivo o en contra de algo negativo, etc. Se podría decir que este valor es la base de la web 2.0. Su antivalor es el egoísmo.
- h. **Amistad.** El espacio virtual permite hacer amigos(as) de todo tipo sin importar edad, raza, credo, país, etc., físicamente quizá no se conozca pero sí virtualmente. Con los amigos(as) se comparte lo que se siente y se piensa, se envían mensaje, postales, regalos, consejos, ayudas, etc., pero de manera virtual, este intercambio amical hace que se genere un tipo de vivencia diferente a la realidad real. El espacio virtual permite hacer, comunicarse y estar interconectados con los amigos(as) de manera síncrona (mensajes en tiempo real) y asíncrona (mensajes electrónicos). En un solo instante una persona puede recibir apoyo emotivo o académico por diversos amigos(as) gracias al espacio virtual. Su antivalor es la enemistad.
- i. **Perseverancia.** Básicamente se refiere al hecho de mantener la constancia para hacer algo. En el espacio virtual, cuando se crea o recrea algún *objeto virtual* es susceptible de rehacer cuantas veces sea necesario hasta lograr el objetivo, para lo cual existen diferentes opciones posibles que conducen a ser perseverantes y utilizar todos los medios posibles. Al hacer uso de alguna herramienta del espacio virtual se generan motivaciones para culminar sin temor alguno, hacer seguimiento de información a través de enlaces. Se evidencia, al descargar, buscar información, jugar, conectar, crear, etc. Su antivalor es la inconstancia.
- j. **Confianza.** El espacio virtual da confianza de realizar cualquier actividad de interés. En algunas conversaciones el espacio virtual te da confianza de expresarlo. En este espacio se puede realizar cualquier actividad sin temor alguno (orientada al *objeto virtual*) ya que los errores que se cometan no son físicos, por tanto se subsanan de manera rápida, con

utilizar algunas herramientas puedes recuperar, eliminar, compartir, etc., información que se considera importante. Se podría decir que permite confiar de los errores, ya que estos son superados de manera rápida. Su antivalor es la desconfianza.

- k. Intuición.** Darse cuenta al instante de algún proceso para usar el espacio virtual sin ningún tipo de razonamiento, hacer uso de hipervínculos, abrir las páginas de interés e ir rastreando la información hasta encontrar lo necesitado, hacer click en cualquier botón de interés, si no se está de acuerdo con la información encontrada simplemente se deshace y se va en busca de otra, al dudar de algo se buscan por intuición, básicamente se desarrolla un aprendizaje por intuición. Su antivalor se podría decir que es el razonamiento ya que está presente en las personas (generalmente inmigrantes digitales) que hacen uso del espacio virtual y en vez de hacer uso de la intuición para poder buscar alguna información tienen que preguntar a alguien todo el proceso, desean que tenga un orden, necesitan un manual de uso paso a paso, etc.

Reflexiones finales

El análisis de diferentes resultados de las investigaciones realizadas ha permitido abrir la posibilidad de dar origen a una nueva clasificación de valores, que surge por la necesidad de enfrentar cambios que se dan producto del avance de las Tecnologías de Información y Comunicación, que básicamente es el soporte físico de la virtualidad, frente a una sociedad que está enfrentándose con herramientas que no son propias de esta época.

Los hallazgos del trabajo permite proponer los *Valores virtuales* que surgen de la interacción entre el *sujeto y objeto virtual en situaciones virtuales*, para lo cual se han revisado las bases teóricas de los valores, recurriendo a la Axiología como disciplina encargada de este estudio y enfocar en uno de sus problemas: la clasificación.

Respecto a los valores se recurrió a estudiar el desarrollo de la Axiología desde su independización de la Ética, logrando sintetizar su origen y evolución, teorías que surgieron a partir de ello y especialmente los problemas de la Axiología, que como disciplina filosófica siguen latentes, básicamente en lo referente a la clasificación de los valores. Donde diversos autores han tratado de establecer una clasificación de acuerdo a las circunstancias en que les ha tocado vivir, de ahí que se habla de valores vitales, estéticos, morales, religiosos, económicos, políticos, sociales, etc., de la cual se deduce que si los valores han respondido a situaciones determinadas es necesario ampliar la clasificación enfocando en la actualidad y que responda a momentos actuales, por ello se propone los *Valores virtuales*.

Si, en la Axiología como disciplina filosófica se vio la posibilidad de proponer una nueva escala de valores, denominado *Valores virtuales*, también surgió la necesidad de delimitar si el nombre debe ser virtual, digital, cibernético u otro, ya que comúnmente se usan diversos términos para referirse a este nuevo campo que está dentro de las Telecomunicaciones. Algunos términos empleados en la actualidad son: nativos e inmigrantes digitales, ciberespacio, universo virtual, inteligencia cibernética, cultura de la virtualidad, ser digital, cibercultura, etnografía virtual, democracia digital, ciberfilematología, generación digital, realidad virtual, ontología digital, etc.

Se puede apreciar que los términos relacionados con la Cibernética, virtual y digital se utilizan en diferentes aspectos para hablar de un tema determinado, y después de haber revisado

las propuestas de Wiener: *Cibernética y sociedad* (1958), Negroponte: *Ser digital* (1995) y Lévy: *¿Qué es lo virtual?* (1999), se asume que el término más adecuado para esta nueva clasificación de valores debería ser *virtual*. Ya que la Cibernética es la ciencia que trata y engloba a estos avances de la actualidad, y a la vez utiliza el soporte técnico para convertir la información en dígitos y poder intercambiarlos, que luego está presente en la virtualidad gracias a diversos soportes tecnológicos.

La clasificación de los valores que se propone dentro de la Axiología son: valores morales (honestidad, tolerancia, libertad, agradecimiento, solidaridad, bondad, justicia, amistad, responsabilidad, lealtad, respeto, fortaleza, generosidad, laboriosidad, perseverancia, humildad, prudencia, paz); valores económicos (satisfactores; bienes y servicios: producción y productividad; naturaleza, trabajo y salario; capital y empresa; mercancía, mercado, comercio y moneda; ahorro; ingreso, egreso y crédito; propiedad); valores políticos (el bien de la persona, el bien común, orden, reconocimiento y protección de los derechos humanos, libertad, participación, democracia, poder-soberanía, autoridad y representación del poder; Estado-gobierno); valores sociales (organización, cooperación, la función, oportunidad, movilidad, la familia, trabajo, capital, la empresa); valores pedagógicos (deber, justeza, exigencia, dignidad, responsabilidad, honor, autoridad, profesionalidad); valores epistémicos (verdad, verosimilitud, precisión, coherencia, rigor, generalidad, fecundidad, adecuación empírica, contrastabilidad); vitales (salud, vigor, capacidad orgánica, euforia); valores estéticos (bello, gracioso, elegante, armonioso); valores intelectuales (la cultura, el conocimiento, las creencias y las tradiciones, el amor a la verdad, la curiosidad, la capacidad de comprensión, el sentido crítico, el desarrollo intelectual, lo exacto, lo evidente, el método, la demostración); valores religiosos (sagrado, divino, supremo, milagroso); valores tecnológicos (eficiencia, eficacia, utilidad, aplicabilidad, funcionalidad, robustez); valores deportivos (generales, psicosociales, deporte creativo- y al aire libre) y valores virtuales (del objeto virtual y del sujeto virtual).

Referencias bibliográficas

- Ardila, S. y Orozco, J. (2002) *El libro de los valores*. Bogotá: El tiempo.
- Castells, M. (1999) *Internet y la Sociedad Red*. España: Universidad Abierta de Catalunya. <http://www.uoc.edu/web/cat/articulos/castells/castellsmain2.html>
- Chacón, N. (1999) *Formación de valores pedagógicos. Papel de la escuela*. [Versión electrónica]. Cursos de Pedagogía 99. Curso 79. Disco # 1.
- Chimal, C. (1999) *La cibernética*. México: Consejo Nacional para la cultura y las artes. <http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/3milenio/ciber/htm/frame1.htm>
- Dacal, J. A. (1999) *Valores económicos. Esbozo para un ensayo*. México: Universidad La Salle. <http://www.freewebs.com/alcelarie/existenciayvalores.htm>
- . (1999) *Valores políticos. Esbozo para un ensayo*. México: Universidad La Salle. <http://www.freewebs.com/alcelarie/existenciayvalores.htm>
- . (1999) *Valores sociales. Vera Humanitas (28)* <http://www.freewebs.com/alcelarie/existenciayvalores.htm>
- Derisi, O. N. (1979) *Max Scheler ética material de los valores*. Madrid: Magisterio Español.
- Denis, L. (1999) *Los valores y su significado*. Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador. <http://denissantana.tripod.com/articulos/index.html>
- Escobar, G. (1992) *Ética*. México: McGRAW-HILL.
- Favelo, J. R. (1999) Filosofía y vida. En defensa de la filosofía como necesidad vital. *Revista dialéctica* 33 (42), 55-67. <http://www.revistadialectica.org/42/>
- Fronzizi, R. (1962) *¿Qué son los valores?*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kuhn, T. (1962/1971) *Estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- María, J. (1992) *Introducción al pensamiento de Max Scheler*. Madrid: Instituto Emmanuel Mounier.
- Merejo, A. (2009) El ciberespacio como entresijo virtual. *Eikasia. Revista de Filosofía*, IV (24), 8/1-10. <http://www.revistadefilosofia.com>
- Negroponte, N. (1995) *Ser digital*. España: Dúplex, S.A.
- Ortega y Gasset, J. (1964) *Obras completas - Tomo VI (6ta ed.)*. Madrid: Revista de Occidente.
- Pérez, F. M. (2009) Realidad virtual y materialidad. *Eikasia. Revista de Filosofía*, IV (24), pp. 10/1-51. <http://www.revistadefilosofia.com>
- Pestaña, P. (2004) Aproximación conceptual al mundo de los valores. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación* 2 (2), 67-82. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/551/55120206.pdf>
- Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós Ibérica.
- Premsky, M. (2001/2010) *Nativos e Inmigrantes Digitales*. España: Distribuidora SEK, S.A. [http://www.marcprensky.com/writing/Premsky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Premsky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Remolina, G. (2005) *Formación de valores*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. <http://www3.ucn.cl/ofec/valores.pdf>
- Rintelen, F. J. (1970) Filosofía actual de los valores. *Anuario Filosófico*, 3, 349-381. <http://hdl.handle.net/10171/1844>
- Ruiz, G. y Cabrera, D. (2004) Los valores en el deporte. *Revista de educación* (335), 9-19. http://www.revistaeducacion.mec.es/re335/re335_03.pdf
- Sanabria, J. R. (2005) Axiología. En *Ética*. 67-77. México: Porrúa. <http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1050/1/Axiologia.pdf>
- Sánchez, S. (2009) Realidad, virtualidad y valores. *Eikasia. Revista de Filosofía*, IV (24), 11/1-60. <http://www.revistadefilosofia.com>
- Wiener, N. (1948/1958) *Cibernética y sociedad*. Argentina: Sudamericana.