

UNIVERSIDAD PANAMERICANA



CAMPUS GUADALAJARA

**La dignidad de la persona humana
en el mundo virtual.**

BENITO JAVIER GUTIÉRREZ LEVY

**Tesina presentada para optar por el diploma de Especialidad en Antropología y Ética con
Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN
PÚBLICA, según acuerdo número 2003222 con fecha 18-VIII-00.**

Zapopan, Jal., 15 de Agosto de 2012



UNIVERSIDAD PANAMERICANA
CAMPUS GUADALAJARA

PROLONGACIÓN CALZADA CIRCUNVALACIÓN PONIENTE No. 49
CD. GRANJA C.P. 45010 ZAPOPAN, JALISCO MÉXICO
TEL.: 3679-0708 FAX: 3679-0709

Zapopan, Jalisco. 08 de Diciembre del 2011.

MAE. SUSANA OCHOA TORRES
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE
EXAMENES DE RECEPCIONALES
PRESENTE.

Me permito hacer de su conocimiento que **BENITO JAVIER GUTIÉRREZ LEVY** de la Especialidad en Antropología y Ética, ha concluido satisfactoriamente su trabajo de titulación con la alternativa de TESINA, titulada:

"LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA EN EL MUNDO VIRTUAL"

Manifiesto que, después de haber sido dirigida y revisada previamente, reúne todos los requisitos técnicos para solicitar fecha de Examen de Recepcional.

Agradezco de antemano la atención prestada y me pongo a sus órdenes para cualquier aclaración.

ATENTAMENTE


MHP. YURIXHI GALLARDO MARTÍNEZ
ASESORA DE TESINA



UNIVERSIDAD PANAMERICANA
CAMPUS GUADALAJARA

PROLONGACIÓN CALZADA CIRCUNVALACIÓN PONIENTE No. 49
CD. GRANJA C.P. 45010 ZAPOCAN, JALISCO MÉXICO
TEL.: 3679-0708 FAX: 3679-0709

Zapopan, Jalisco 25 de octubre del 2011.

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

SR. BENITO JAVIER GUTIÉRREZ LEVY
P R E S E N T E.

En mi calidad de presidente de la Comisión de Exámenes Recpcionales, y después de haber analizado el trabajo de titulación presentado por usted en la alternativa de **TESINA** titulada:

"LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA EN EL MUNDO VIRTUAL"

Le manifiesto que reúne los requisitos a que obligan los reglamentos en vigor para ser presentado ante el H. Jurado del Examen Recercial, por lo que deberá de entregar un ejemplar como parte de su expediente al solicitar el examen.

ATENTAMENTE

MAE. SUSANA ANA MARÍA OCHOA TORRES
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE
EXAMENES DE RECEPCIONALES

**Esta obra la dedico con todo mi amor a
Marha y Marthita (M&m)**

**Con mi agradecimiento para
la comunidad de la
Universidad Panamericana,
Campus Guadalajara.**

Contenido

PRÓLOGO	4
INTRODUCCIÓN	7
I.- ANTROPOLOGÍA EN EL MUNDO REAL	10
1.1 ANTROPOLOGÍA SOCIAL: PERSONA Y SOCIEDAD.....	12
1.2 ANTROPOLOGÍA ARISTOTÉLICA	17
1.3 ANTROPOLOGÍA TOMISTA	19
II.- COMPORTAMIENTO DE LA PERSONA EN EL MUNDO VIRTUAL.....	22
2.1 NATURALEZA Y FUNCIÓN DE LOS MOTIVOS.....	22
2.2 TEORÍA DE LA PERSONALIDAD: EL YO REAL Y LA IMAGEN IDEALIZADA DEL YO.....	27
2.3 PERSONALIDAD O IDENTIDAD VIRTUAL (AVATAR).....	31
2.4 APRENDIZAJE Y COMPORTAMIENTO ADQUIRIDO EN EL METAVERSO.....	32
2.5 CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES DE LAS ACTITUDES EN EL MUNDO VIRTUAL.....	39
III.- ETNOGRAFÍA VIRTUAL	42
3.1 LOS PRINCIPIOS DE LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL	42
3.2 <i>LIFELOGGING</i> Y REDES SOCIALES.	47
3.3 SOCIALIZACIÓN EN EL MUNDO VIRTUAL.....	52
3.4 CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA EN EL MUNDO VIRTUAL.....	59
CONCLUSIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	64

PRÓLOGO

¿Cómo definir el mundo virtual? ¿A qué patrón de conducta se ajustan las personas que se mueven en él? ¿Existen normas éticas para la convivencia dentro del mismo? ¿Aplican los valores humanos en el *Metaverso*? ¿Dónde ubicar la frontera entre lo real y lo virtual? ¿Puede el hombre, gracias a la ciencia y la tecnología, modelarse una vida más allá de lo que la naturaleza puede ofrecerle?

Estos son algunos de los cuestionamientos que se plantea nuestro autor al abordar, desde una perspectiva filosófica, el apasionante tema de las posibilidades que ofrece al hombre su interacción con el mundo virtual. Dado que la digitalización permite modelar una nueva identidad al gusto de cada quién, ¿no habrá llegado el momento de replantear el concepto clásico de hombre?

Junto con la inevitable aparición de novedades que plantea el progreso tecnológico, el hombre tiene la certeza de que la verdad se funda en lo permanente; la realidad es como es y cuando la inteligencia prefiere ahorrarse el esfuerzo de ver las cosas como son y decide colorear la realidad según su propia conveniencia, entonces la verdad ya no se descubre en las cosas, sino que se inventa a partir de ellas.

Así, el mundo virtual puede convenientemente convertirse en un sustituto de la vida real en donde la persona encuentra, a través de un Avatar, la forma de hacer real a su yo ideal.

Por el modo en el que ha sido concebido, este libro tiene el acierto de ahondar en lo permanente de nosotros mismos y así proporcionar los elementos que permiten una reflexión acertada sobre la dignidad humana.

El primer capítulo nos permite asomarnos a la antropología aristotélica y tomista aportando las bases para una comprensión de la radicalidad de ser persona. Y como el ser personal se configura mientras vivimos y actuamos ejerciendo nuestra libertad, el conocimiento de las motivaciones y actitudes que trata el segundo capítulo resulta imprescindible para una adecuada definición del yo personal.

El hombre, ser por naturaleza perfectible, se plantea metas y busca alcanzar el ideal de perfección que se ha forjado. Cuando este ideal se va configurando como consecuencia de una conducta que responde a las exigencias de la naturaleza humana, se consigue que la vida sea una vida lograda.

De otra parte, el ser personal existe en comunidad y es por eso que la persona ha de integrarse a un contexto social con el que se relaciona de manera activa. El reconocimiento social es importante para la autoafirmación del yo.

Estas ideas, tratadas con claridad y profundidad por el autor en el capítulo segundo, proporcionan el marco de referencia que permite un análisis adecuado sobre los motivos del atractivo que puede ejercer el mundo virtual como vía de solución al problema que se plantea cuando la imagen del yo idealizado, el yo que se quisiera ser, no corresponde al yo real, lo que se desarrolla en el capítulo tercero.

El *Metaverso*, nos explica el autor, es un mundo en el que la persona puede reinventarse a sí misma, un mundo en el que todo está permitido pues es manipulable, un mundo en donde las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, la persona y su Avatar se diluyen en un espacio sin barreras ni distinciones.

¿Aplican los valores en el Metaverso? ¿Se puede replantear el concepto de persona en un mundo virtual? El autor demuestra por qué en el mundo virtual, la dignidad no se pierde, y es que la dignidad es inherente a la naturaleza humana.

Sin embargo, también explica que existe el riesgo de que una persona en el mundo virtual pueda actuar de manera contraria a esa dignidad, denigrando su naturaleza.

Alguien ha dicho que la filosofía no es más que la valentía de buscar respuestas a las preguntas más inquietantes. Las que plantea nuestro autor lo son.

Por las páginas de este pequeño libro desfilan reflexiones sobre cuestiones de gran actualidad y también sobre temas que nunca pasan: quien es el hombre, en que se fundamenta su dignidad, qué consecuencias tiene su actuar libre... Después de leerlo, no cabe duda, permanecen en nosotros muchas preguntas, sólo en parte respondidas en el texto, lo que nos invita a seguir profundizando en el tema de la persona.

Y este hecho puede traducirse como una amable provocación del autor para quienes quieren enseñar o aprender algo verdadero sobre el hombre, para todos los que quieren entender mejor su propia vida.

*Gabriela García Zerecero
Guadalajara, Jalisco, 15 de agosto de 2011.*

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se estudiaron diversos comportamientos de las personas en el mundo real al momento de socializar, así como las modificaciones que presentan cuando ingresan al mundo virtual a través de su *alter ego*,¹ que en este trabajo se identificará con el nombre de *Avatar*.²

El proceso para la selección del tema de este libro, se inicia cuando el investigador se plantea las siguientes preguntas:

- a) ¿Existen normas para la convivencia en un mundo virtual?
- b) ¿Existen normas morales y éticas para los *Avatares*?
- c) ¿Aplican los valores humanos en el *Metaverso*?³

Encontrar respuesta a estas preguntas permitirá a los profesores interesados en la formación de personas dentro del ámbito universitario, comprender la manera como los alumnos socializan y se comportan en el mundo virtual.

Con base en la antropología aristotélica y tomista, en el primer capítulo se investigará y desarrollará la teoría que permitirá comprender la visión que Aristóteles y Tomás de Aquino tienen del hombre y de la dignidad de la persona humana. Se estudiará al hombre en su totalidad, como parte integral de un grupo o sociedad.

¹ Expresión latina que significa: "otro yo".

² "Del sánscrito, *avatara*, descenso. En la religión hindú, encarnación terrestre de alguna deidad en especial Visnú. Reencarnación, transformación. Cambio, fase, vicisitud". Diccionario de la Real Academia Española.

³ Entorno virtual en donde las personas interactúan social y económicamente, como personalidades virtuales, a través de un soporte lógico, sin las limitaciones físicas del mundo real. Definición obtenida en El Metaverso Noticias, recuperada el 20 de abril del 2011, de www.elMetaverso.com

En el segundo capítulo se generará el conocimiento necesario para comprender los conceptos de motivación, necesidad y meta, así como también se hará un estudio comparativo entre los motivos racionales y los emocionales.

Asimismo se evaluará el uso de diferentes técnicas en la investigación motivacional, que permitirá conocer la naturaleza, función, clasificación, dinámica y activación de los motivos.

Igualmente, en este capítulo se investigarán, las principales metodologías seguidas en la investigación de la personalidad, así como la descripción de las teorías aplicadas al comportamiento de la persona, que permitirán comprender la importancia del autoconcepto y la conducta en el mundo virtual.

En este capítulo se desarrollará la aplicación del concepto de aprendizaje en el comportamiento dentro del mundo virtual, y en este caso, el conocimiento de los tipos de conductas adquiridas por la persona en el mundo virtual, a partir de las teorías conductista y cognoscitiva.

Además en este capítulo, se describirá el concepto de actitud, sus componentes, funciones, organización y características que permitirán identificar las principales técnicas usadas en la medición de actitudes, para el estudio de la conducta de la persona a través de su *Avatar*.

Al conocer el proceso de formación de las actitudes y los modelos estructurales, se generarán teorías para explicar el cambio de actitudes y su aplicación al estudio del comportamiento de la persona en el mundo virtual.

El tercer capítulo será dedicado al estudio directo de *Avatares* y grupos virtuales. Se desarrollará una descripción densa y detallada de sus costumbres, creencias, mitos, genealogías, historia, y lenguaje. Además, se estudiará la cultura como elemento diferenciador entre los seres humanos

También se desarrollarán en este capítulo, la definición de los conceptos de cultura y subcultura, sus elementos componentes, técnicas de medición, características tal y como se aplica al estudio del comportamiento del *Avatar*.

Finalmente, es importante resaltar que el presente documento no es enunciativo ni recopilación de hechos, episodios, descubrimientos o historias de éxito. Para el desarrollo de este libro, se trabajó en la elaboración de un estudio teórico, exploratorio.

I.- ANTROPOLOGÍA EN EL MUNDO REAL

La palabra latina persona fue originalmente usada para designar la máscara usada por un actor, que encarnaba a un protagonista en una obra de teatro. De esta palabra se aplicó, como extensión, el término personaje al papel que el actor asumía y, finalmente, a cualquier caracterización que una persona desempeña en el escenario de la vida.

Julián Marías (2000), en una conferencia dictada en la ciudad de Madrid, invitaba a reflexionar sobre el concepto de persona, de la siguiente forma:

“Hay que detenerse en esa realidad a la que llamamos persona, lo que tiene de particular es que no se parece a ninguna otra realidad. Y es interesante ver como se ha pensado muy poco sobre el concepto de persona y ese no mucho que se ha pensado ha sido insuficiente”.⁴

El escritor y filósofo español Miguel de Unamuno (1976)⁵ comparte alguna de sus reflexiones sobre esa realidad a la que llamamos persona, cuando afirma que en la medida en la que se acrecienta la dignidad humana, cada hombre realmente progresa, porque al rebasar el ámbito de lo personal y esparcirse en el contexto social, enriquece y dignifica solidariamente a las personas que le rodean.

⁴ El presente texto es parte de la transcripción de una conferencia, dictada por don Julián Marías, Madrid, 2000, Edición: Ana Lúcia C. Fujikura – *Recuperado el 20 de Abril del 2011, de <http://www.hottopos.com/>*

⁵ Miguel de Unamuno, *La Dignidad Humana*, Colección Austral Espasa-Calpe. 7ma y última edición, 1976, p.47

Tomando esta reflexión como una premisa, se puede concluir que un buen indicador para evaluar la dignidad y el progreso de cada persona, consiste en analizar su grado de solidaridad social ya que en la medida que cada hombre se hace más digno en la sociedad y progresa, forzosamente se incrementa y robustece la solidaridad humana.

José Miguel Ibáñez (2007, p.12) define la antropología como “aquellos conocimientos que aborden desde distintas perspectivas el fenómeno humano”⁶ y añade: “La Antropología forma parte de la filosofía que se ocupa del hombre, con los métodos propios del saber filosófico”.⁷

Por otra parte, la Sociedad de Antropología de París la definió como: "Estudio del género humano considerado en su conjunto, en sus detalles y en sus relaciones con el resto de la naturaleza".⁸

La Antropología, a través de la etnografía, es la ciencia social desde la cual debe abordarse la comprensión de las personas. Con la Antropología se puede conocer y entender en su nivel más íntimo las motivaciones y los comportamientos.

El ser humano vive de acuerdo con el medio social y natural en el que ha nacido, y durante su crecimiento desarrolla su capacidad creativa, tomando del mundo circundante los elementos para ajustarlo a sus necesidades y aspiraciones futuras.

⁶ José Miguel Ibáñez Langlois, *Introducción a la antropología filosófica*, Ediciones Universidad de Navarra, 2007, p. 12-13:

⁷ Ibidem.

⁸ Société d'anthropologie de Paris, recuperado el 18 de abril del 2011 de <http://www.sapweb.fr/>

1.1 Antropología Social: Persona y Sociedad.

Como ya se ha indicado, el ser humano a partir de su propia naturaleza, es un ser social, es decir, pertenece a su esencia vivir en sociedad. Para confirmar este hecho, Ricardo Yepes (2003, p. 181) afirma que “no hay yo sin tú”,⁹ lo que significa que las relaciones interpersonales son imprescindibles.

Las personas buscan vivir acompañadas, en función de su propio instinto gregario que favorece el mejoramiento de su vida y de su propio desarrollo. Cuando un grupo de personas mantiene su funcionamiento adquiriendo continuidad y permanencia en el tiempo, se institucionaliza, adquiriendo pautas y normas que se repiten durante lapsos relevantes.

Estas normas de convivencia humana son imprescindibles para que el grupo sobreviva. La explicación se basa en que existen en las personas, tendencias sociales positivas y antisociales negativas.

Las sociales positivas tienden a la unión, la armonía y la integración social. Las asociales negativas, buscan la desarmonía, la desunión y la desintegración. Unido a las normas están los valores, constituidos por lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto. Todo lo anterior constituye el origen de las normas éticas.

La palabra Ética proviene del griego *ethikos* que significa costumbre.¹⁰ Para que el comportamiento humano tenga naturaleza social debe favorecer el vínculo de una persona con otra. En este sentido, la ética subordina un carácter de unidad entre las personas.

⁹ Ricardo Yepes y Javier Aranguren, *Fundamentos de Antropología: un ideal de excelencia humana*, Ediciones Universidad de Navarra, 2003, p. 181

¹⁰ Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe.

Las normas de convivencia y los valores, son incorporadas en una estructura social, depositaria de la moral y de la ética. En todas las etapas de la historia del hombre, la convivencia social ha originado procesos de socialización entre las personas y se considera como un elemento básico de su propia existencia.

La solidaridad es un precepto que confirma la ética, la tolerancia y la convivencia, porque viene a complementar el principio de igualdad y del respeto entre las personas.

Jahir Rodríguez (1999),¹¹ considera que lo que distingue la convivencia humana, de otras formas de asociación humana, es la libertad. Ser libre y vivir en una sociedad es en cierto sentido uno y lo mismo. Esto se puede demostrar en la convivencia en un mundo virtual. Para ser libre y convivir en ese mundo, la persona a través de su Avatar se siente libre de las obligaciones del mundo real.

Para Luis Aguado Aguilar (2005),¹² la relación entre emoción y afecto radica en que al recibir afecto se vive una emoción positiva. Por lo anterior, existe una fuerte relación entre emoción y afecto, de ahí que se describa el afecto recibido con un concepto similar al que se utiliza para la emoción que produce.

El afecto es un proceso social entre dos o más personas. Del uso habitual que se hace de la palabra afecto, se puede deducir que el afecto es algo que se puede entregar a otro. Se afirma entonces que "se da afecto" o que "se recibe afecto". Pareciera entonces, que el afecto puede ser algo que para que se reciba, se debe proporcionar.

¹¹ Jahir Rodríguez Rodríguez, *El Palimpsesto de la ciudad: ciudad educadora*, Edit. Armenia 1999, p.14

¹² Luis Aguado Aguilar, *Emoción, afecto y motivación: un enfoque de procesos*, Alianza Editorial, 2005, p.35

La función de la afectividad reside en satisfacer esta necesidad, por ejemplo, cuando una persona expresa afecto a otra, le está transmitiendo la seguridad de que puede contar con ella, que es reconocida como integrante de su grupo y que, por lo tanto, está dispuesta a entregarle afecto cuando lo necesite.

La supervivencia individual, por lo tanto, depende de una red de afecto. Cada una de las personas es donante y receptor de afecto, tejiendo así una red de relaciones afectivas.

Por último, las necesidades de afecto varían de una persona a otra. Así, los individuos socialmente más dependientes, como los niños, enfermos, ancianos o discapacitados son los grupos que más afecto necesitan.

Las personas adultas que han experimentado un desarrollo de madurez adecuado, necesitan menos afecto y, por lo tanto, pueden proporcionar más afecto al prójimo.

Respecto a la socialización como medio de supervivencia, M.P. González, et. al., (2006),¹³ afirman en términos generales, que en las personas se pueden identificar dos tipos de tendencias, respecto a la socialización: sociales y asociales.

Entienden los autores por personas asociales aquellas que creen no necesitar la colaboración de otros para poder sobrevivir. Esto significa que los recursos que una persona asocial necesita los puede obtener por sí misma.

¹³ M.P. González, et. al., *¿Qué es el afecto?* Recuperado el 8 de Abril de 2011, de http://www.biopsychology.org/biopsicologia/articulos/que_es_el_afecto.html

En esta teoría, los autores definen a la persona social como aquella que, por lo menos en alguna etapa de su vida, necesita la colaboración de otras para sobrevivir ya que no puede obtener por sí misma todos los recursos que necesita para sobrevivir y para ello, necesita la ayuda y la colaboración de otra persona.

Por lo anterior, para M.P. González, et. al., (2006),¹⁴ la cooperación social es una necesidad para todas las personas. Sin ayuda social, sin la cooperación de los demás, difícilmente una persona podría sobrevivir.

Por supuesto, esta dependencia social tiene beneficios ya que gracias a la colaboración la persona aumenta sus posibilidades de sobrevivir y el grupo al que pertenece, se fortalece.

Para el filósofo Carlos Díaz (1997, p.50) al referirse a los derechos y deberes que adquiere una persona al pertenecer a una comunidad, afirma que en el personalismo comunitario “los derechos de los demás son derechos de ellos sobre mí, mientras que mis derechos son deberes hacia ellos”.¹⁵

La persona nace como hijo, por lo que su comunidad de origen es la familia. Ricardo Yepes (2003, p. 188) afirma que: “La familia es la institución humana más básica ya que constituye el hogar, verdadero centro de la existencia y creación de la propia biografía”.¹⁶

14 Ibidem.

15 Carlos Díaz, *Ayudar a Sanar el Alma*, Caparrós Editores, 1997, p. 50

¹⁶ Op. cit, p. 188

Julián Marías (1997)¹⁷ afirma que el ser humano, desde su origen, excluye la soledad, ya que a partir de su nacimiento biológico, tiende durante toda su vida a la convivencia, en el que el descubrimiento de la persona se da a partir del conocimiento que tiene de los demás.

Emmanuel Mounier (1997, p. 22) explica la tendencia del ser humano a buscar la convivencia y evitar la soledad, cuando afirma que la persona “parece temer la soledad que es inseparable de su desarrollo vertical y no tener más preocupación que buscar proximidades, contactos sociales o familiaridades concretas”¹⁸

Para Karol Wojtyla (1982)¹⁹ la participación de una persona en una comunidad no se establece en la realidad del actuar y existir junto a otras personas, sino en buscar el bien común, que se puede interpretar como el bien de la comunidad. Para ello, la persona puede renunciar a su propio bien buscando el beneficio de la comunidad a la que pertenece.

Al analizar los logros del género humano, se puede llegar a la conclusión de que han sido obtenidos a través de la colaboración permanente entre las personas de cada generación

Así entonces, la fuerza y desarrollo de una persona no proviene de la fuerza e inteligencia individual, sino de la fuerza e inteligencia colectiva de los grupos y de la sociedad, a la que pertenece.

¹⁷ Julián Marías; *Persona*, Alianza Editorial, 1997, p.143

¹⁸ Emmanuel Mounier, *Mounier en Espíritu*, Caparrós Editores, 1997, p. 22

¹⁹ Karol Wojtyla, *Persona y Acción*, Editorial Católica, 1982, P. 330

Para concluir con este tema, M.P. González, et. al., (2006)²⁰ afirman que la sociabilidad es una característica indisociable de la persona humana ya que todo en el ser humano depende de sus relaciones sociales.

1.2 Antropología Aristotélica

La dificultad para comprender la antropología aristotélica es causada por la profundidad con la que se trata el tema de la esencia del hombre, a través de la búsqueda de respuestas para tres preguntas clave: ¿Cuál es el ser constitutivo del hombre?, ¿cuál es su modo de conocer?, ¿en qué consiste su felicidad?

Para responder a estas preguntas, Aristóteles parte del hecho de que el hombre está integrado de cuerpo y alma; en un conjunto sustancial, en el que el cuerpo funciona como materia y el alma como forma. Por lo tanto, la unión del alma y el cuerpo es una unión sustancial, semejante a la unión que existe entre la materia y la forma.

En el capítulo I del libro II, *Sobre el alma*,²¹ Aristóteles afirma que la unión del alma y cuerpo es de tal manera que no es la suma de dos entidades, sino una nueva entidad, una nueva sustancia definida como Hombre.

Higinio Marín (1993)²² explica la manera como para Aristóteles, el alma es un principio vital, que al tener vida tiene movimiento por sí mismo. El alma es la forma y el acto del cuerpo. Por lo anterior, la antropología aristotélica da prioridad a la forma sobre la materia, al alma sobre el cuerpo.

²⁰ Op. cit.

²¹ Aristóteles, *Acerca del Alma*, Cap I del libro II, Edit .Gredos. 2003, pp.167 - 170

²² Higinio Marín Pedreño, *La Antropología aristotélica como filosofía de la cultura*. Ediciones Universidad de Navarra,1993, pp.42-44

En un intento por hacer una síntesis sobre la visión antropológica de Aristóteles, Jorge Vicente Arregui y Jacinto Choza (1992)²³, afirman que alma y cuerpo constituyen una sustancia única que están entre sí en la misma relación que forma y materia y, que por lo tanto, alma y cuerpo no son separables.

Aristóteles defiende la unidad del hombre, al afirmar que “no es el alma la que siente o piensa sino todo el hombre, gracias al alma; afirmación de la total unidad del ser vivo”.²⁴

Después de haber definido el concepto de hombre, corresponde ahora definir las relaciones entre dos o más personas. Al escribir sobre las relaciones humanas, Aristóteles destaca el valor de la amistad.

En su obra, *Ética Nicomáquea*, los Libros VIII y IX,²⁵ están destinados al análisis de la amistad, a la que considera indispensable en la vida de una persona. La percepción de Aristóteles ante la amistad, le hace descubrir el concepto de *alter ego*, que define como el otro que es como yo y que se personifica en el amigo.

Para Aristóteles, la amistad es una virtud cuyo principio consiste en una magnanimidad recíproca. Al ser el hombre un animal social que necesita de otros seres humanos con quienes pueda compartir, son entonces los amigos necesarios para la felicidad. Los amigos son un bien externo y es el egoísmo causante del rompimiento de amistades.

²³ Jorge Vicente Arregui y Jacinto Choza, *Filosofía del hombre: una antropología de la intimidad*. Ediciones Rialp 1992, pp.108-110

²⁴ Op. cit. p. 168

²⁵ Aristóteles, *Ética Nicomáquea*; Edit. Gredos, 2003, pp.322 - 377

En el Libro IX de la *Ética Nicomáquea*, Aristóteles²⁶ afirma que el amor verdadero a sí mismo es el fundamento de la amistad, porque para él, cada hombre bueno es amigo de sí al disfrutar de su pasado y de su futuro. Si una persona se ama a sí mismo sabrá amar a los demás e iniciar una amistad.

Para Aristóteles, el amor a sí mismo debe ser verdadero y se debe buscar en el intelecto, que es el fin verdadero para el hombre. Al falso amor de sí, lo define como egoísmo.

Por lo anterior para él, una persona se podrá sacrificar por sus amigos y en esa búsqueda por el verdadero fin, sus amigos también estarán buscando el mismo objetivo, pues el hombre busca lo que le asemeja y, si tuvieran diversos fines, la convivencia no sería posible.

1.3 Antropología Tomista

Para Tomás de Aquino, la palabra persona es un concepto que significa lo más perfecto que hay en toda la naturaleza, que es una visión más profunda y trascendental que la simple etimología de la palabra, que sitúa su origen en el concepto *personare*²⁷ que se aplicaba a las máscaras de los actores.

Siguiendo su raíz y formación aristotélica, Tomás de Aquino afirma que el hombre está integrado por forma y materia que se relacionan de manera sustancial, es decir, ambas son necesarias para constituir la sustancia humana.

²⁶ Idem, pp. 359 - 361

²⁷ Expresión latina que significa "resonar con fuerza".

En sus escritos, habla del hombre como ser existente que es uno en sí y separado de cualquier otro. Sin embargo, para Tomás de Aquino estos dos componentes esenciales del ser vivo no son absolutamente separables, ya que según afirma, el alma necesita del cuerpo para poder realizar todas las funciones de la actividad sensitiva y del intelecto.

Al decir Tomás de Aquino que la persona debe tener una naturaleza integral o entera, lo que hace es afirmar que el alma y el cuerpo son una sustancia completa, que no pueden ser parte de otra persona.

Al respecto, Santo Tomás de Aquino afirma que “el alma humana es cierta sustancia. Más no sustancia universal. Luego es sustancia particular y, por consiguiente persona y precisamente persona humana. Luego, el alma es el hombre, pues la persona humana es el hombre”.²⁸

Para Tomás de Aquino,²⁹ el hombre es un ser inteligente racional y es además un ser social que necesita de los demás para lograr su máxima perfección como hombre. Por lo tanto, una persona no debe prescindir de las otras personas, sino que debe considerarlos como parte necesaria para su perfeccionamiento.

Para lograr este objetivo, la persona forma sociedad común de intereses con los demás, con el propósito de completarse mutuamente.

Santo Tomás de Aquino³⁰ afirma que “la primera sociedad humana es la familia, en la que el hombre y la mujer se complementan afectivamente, para asegurar la supervivencia personal y patrimonial, a través de los hijos”.

²⁸ Tomás de Aquino, *Suma Teológica*, (ST, III, 75, 4 c.), Edit. Club de Lectores, 1988

²⁹ Idem, (ST, III, 76, 5 c.)

³⁰ Idem, (ST, III, 41, 1 c.)

Es la sociedad civil la segunda sociedad, a la que hace referencia Tomás de Aquino³¹ y que considera necesaria para que cada persona consiga la perfección a la que aspiran todos los seres humanos.

Es en esta sociedad civil donde las personas logran con la ayuda recíproca de sus prójimos, una convivencia en paz auxiliándose en sus mutuas necesidades.

La tercera sociedad para Santo Tomás³², es la universal, formada por pueblos, naciones o sociedades civiles, que se reparten y comparten los bienes, en beneficio de todos. El hombre, ser social y racional busca formas adecuadas para organizarse en comunidad, que sería la base para conseguir paz, amor mutuo y el progreso del hombre, individual y colectivo.

³¹ Idem, (ST, III, 41, 1 c.)

³² Idem, (ST, III, 41, 1 c.)

II.- COMPORTAMIENTO DE LA PERSONA EN EL MUNDO VIRTUAL

2.1 Naturaleza y función de los motivos

David Loudon y Della Bitta, (1995, p. 348) definen a un motivo como: “un estado interno que moviliza la energía corporal y la dirige de modo selectivo hacia metas situadas en el ambiente externo”.³³

Esta definición implica necesariamente, que los motivos consten de dos factores: Un mecanismo que genera energía corporal y una fuerza que la direcciona.

A través de la función directiva de los motivos, la persona define haciendo uso de su libertad, las intenciones básicas que tiene para ingresar a un mundo virtual, así como también identifica sus metas pudiendo llegar al extremo de convertir a un objeto en una meta y no sólo en un medio.

Para Roger D. Blackwell y Kristina Stephan (2002)³⁴ las metas específicas que las personas se proponen lograr en el mundo virtual, así como las acciones que deciden tomar para alcanzarlas, se seleccionan de acuerdo a sus propios procesos de pensamiento, valores y aprendizaje previo.

Leon G Shiffman y Leslie Lazar (2005, p. 87) definen la motivación como “la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción”.³⁵ En el mundo virtual, esta fuerza provoca un estrés, que puede llegar a generar en la persona un estado de adicción y dependencia, que se manifestará como una necesidad insatisfecha.

³³ David Loudon y Albert Della Bitta, *Comportamiento del consumidor*, Edit. McGraw-Hill, 1995, p. 348

³⁴ Roger D. Blackwell y Kristina Stephan, *El cliente manda!*, Edit. Thomson, 2002, p.75

³⁵ Leon G Shiffman y Leslie Lazar, *Comportamiento del consumidor*, Edit Pearson, 2002, p. 87

En el Metaverso, los motivos, la percepción, aprendizaje, personalidad, actitudes y la manera de procesar la información de la persona dan origen a influencias en su conducta, que se verán reflejadas en las características del Avatar.

Para Steve Woolgar (2005),³⁶ en los mundos virtuales, principalmente en los 3D, la creación de un Avatar constituye una gran motivación para la persona que proyecta a su otro yo, del mundo real al virtual, modificando su comportamiento de vida.

Otto Klineberg (1988, p.154) presenta una clasificación de motivos, de cuatro categorías con base en datos biológicos y antropológicos:

- a) “Motivos que dependen en forma absoluta de una base fisiológica y son universales.
- b) Motivos que tienen una base fisiológica pero que admiten excepciones individuales.
- c) Motivos que tienen una base fisiológica indirecta.
- d) Motivos que tienen como base patrones sociales comunes”.³⁷

Abraham Maslow (1991)³⁸ presenta una clasificación de motivos más completa, al agruparlos en una jerarquía, que va desde los más fuertes y dominantes hasta los más débiles y que es conocida con el nombre de Pirámide Motivacional de Maslow.

Para él, la persona tiene la capacidad de autorrealización y es este crecimiento personal el que gobierna y organiza todas las demás necesidades. En el valor e importancia de la necesidad humana de autorrealización, se podrían encontrar los argumentos que expliquen el comportamiento de una persona en el mundo virtual.

³⁶ Steve Woolgar, Steve, *¿Sociedad Virtual?: “cibérbole”, realidad*, Edit. UOC, 2005, p. 29

³⁷ Otto Klineberg, 1988, *Psicología Social*, Fondo de Cultura Económica, 1988, pp. 153-166

³⁸ Abraham H. Maslow, *Motivación y Personalidad*, Ediciones Díaz de Santos, 1991, pp. 87-96

Para Maslow las necesidades humanas tienen un orden específico; en la base de la pirámide están las fisiológicas, en los siguientes niveles ubica la necesidad de seguridad, la de afiliación, la de autoestima y en el nivel superior la de autorrealización.

Las necesidades situadas en niveles inferiores de la pirámide están relacionadas con la supervivencia de la persona, son las primeras que aparecen y las que poseen mayor importancia, ya que si no se satisfacen la persona puede morir.

Esta jerarquía tiene como base el hecho de que la persona manifiesta sus necesidades en el transcurso de su vida y en la medida en que las va satisfaciendo razonablemente, otras más elevadas toman el control de su comportamiento.

Maslow afirma que las personas con un alto nivel de vida logran satisfacer sus necesidades fisiológicas, de seguridad y sociales sin mayor esfuerzo ni motivación.

En la medida que una persona tenga en su vida necesidades insatisfechas, será motivo suficiente para que a través de su Avatar, busque satisfacerlas en un mundo virtual aún a costa de la pérdida de sus valores que cómo persona ha sabido desarrollar

En la representación gráfica que hace Maslow, define y clasifica las necesidades de la siguiente forma, que se citan de forma textual:³⁹

“Necesidades fisiológicas básicas:

- Respirar
- Beber agua
- Dormir
- Regular la homeostasis (ausencia de enfermedad)
- Comer
- Liberar desechos corporales
- Sexual. (De este nivel, es la única que aparentemente se puede satisfacer en el mundo virtual)”.

“Necesidades de Seguridad, que se pueden satisfacer en el mundo real y en apariencia, en el virtual:

- Seguridad física
- Seguridad de empleo
- Seguridad de ingresos y recursos
- Seguridad moral y fisiológica
- Seguridad familiar
- Seguridad de salud
- Seguridad contra el crimen de la propiedad personal
- Seguridad de autoestima”

³⁹ SicoLog.com, 2009, *Abraham Maslow y la pirámide de las necesidades humanas*, recuperado el 16 de Abril de 2011, en <http://sicolog.com/?a=1682>

“Necesidad de Filiación, que se pueden satisfacer en el mundo real y aparentemente en el virtual:

- Asociación
- Participación
- Aceptación
- Amistad
- Afecto
- Amor”

“Necesidad de Reconocimiento, que se puede satisfacer en el mundo real y en apariencia en el virtual:

- Autoestima”

Al igual que en el mundo real, en el virtual una persona puede tener algunas necesidades que permanecen latentes durante un tiempo indeterminado. Los efectos de la estimulación que vive la persona en el mundo virtual, se pueden ver reflejados en el Avatar.

El surgimiento de alguna necesidad, en un momento específico, según Alejandro Mollá, et. al., (2006)⁴⁰ puede ser resultado de la activación de estímulos internos que se localizan en la condición fisiológica o en los procesos emocionales o cognitivos de la persona.

⁴⁰ Alejandro Mollá Descals, *Comportamiento del Consumidor*, Edit. UOC, 2006, p. 115

José Ignacio Velázquez Rivas (1996, p.39) identifica cuatro tipos diferentes de activación de motivos:

- a) “Activación fisiológica
- b) Activación emocional
- c) Activación cognitiva
- d) Activación ambiental”⁴¹

Al ser los motivos entidades intangibles que no pueden ser vistos o tocados, no existe método de medición que se pueda considerar por sí solo como un indicador digno de confianza.

En consecuencia, los investigadores tienen que recurrir a una combinación de técnicas cualitativas, con el fin de establecer la presencia o la intensidad de los distintos motivos.

2.2 Teoría de la personalidad: el yo real y la imagen idealizada del yo.

El concepto de personalidad, Nicholas S. Dicaprio (2005, p. 6) lo define como “las características psicológicas internas que determinan y reflejan la forma en que un individuo responde a su ambiente”.⁴²

Los investigadores de la personalidad han identificado a dicha forma como los individuos difieren entre sí, a través de la definición de las características de tipo, rasgos y factores.

⁴¹ José Ignacio Velázquez Rivas, *Motivos y motivación en la empresa*, Edit. Díaz de Santos, 1996, p. 39

⁴² Nicholas Dicaprio, *Teorías de la personalidad*, Edit. McGraw-Hill, 2005, p. 6

El enfoque de tipo propone que la personalidad tiene un número limitado de categorías distintas. En la antigüedad, los griegos identificaron cuatro tipos de personalidad: Sanguíneo, melancólico, colérico y flemático.

Conforme las teorías de la personalidad se han desarrollado a lo largo de la historia, los conceptos de tipo han evolucionado en la medida que sean de utilidad en cierto nivel de entendimiento o aplicaciones, mientras que los conceptos de rasgos pueden coexistir con varios niveles de entendimiento o aplicaciones.

Susan C. Cloninger (2003, p. 4) define el concepto de rasgo de personalidad, como una “característica que distingue a una persona de otra y que ocasiona que una persona se comporte de una forma consecuente”.⁴³

Para eliminar reiteraciones, por ejemplo entre tímido e introvertido, algunos investigadores han propuesto evaluar de forma estadística los puntajes de rasgos que tienden a estar correlacionados y con esta base han definido amplios factores.

En síntesis, las maneras de describir la personalidad se pueden identificar de la siguiente forma:

- a) Tipo: Una persona pertenece sólo a una categoría, bajo una variable cualitativa.
- b) Rasgos: Los puntajes son variables continuas que indican en qué medida una persona posee un rasgo.
- c) Factores: Una persona recibe un puntaje numérico para indicar cuánto posee de un factor.

⁴³ Susan C. Cloninger, *Teorías de la personalidad*, Edit. Pearson, 2003, p. 4

Cuando una persona describe las características de su propio tipo de personalidad, así como de los rasgos y factores, lo que está haciendo es definir a su propio concepto del yo, que en algunos casos puede ser una representación exacta de su yo real.

De igual manera, se puede también tener una noción de lo que la persona desea ser, es decir, su versión idealizada del yo, que puede ser proyectada en sí mismo, en un Avatar, o como lo mencionó Aristóteles⁴⁴ puede ser en un amigo.

Para una persona normal esta distinción se mantiene. En el caso de neurosis, la versión idealizada del yo, se adopta como el yo real, lo que crea estrés y conflictos internos.

Nicholas S. Dicaprio (2005)⁴⁵ señala que todas las personas establecen metas para sí mismas y definen sus aspiraciones para lograr una vida mejor. Forman una imagen de su yo idealizado, que es el yo que quisieran ser.

Cuando se piensa en esa propia imagen como la concepción del yo perfeccionado o ideal, existirá siempre el riesgo de confusión entre las ideas sobre el yo real y el yo en el que esa persona desea convertirse.

La adopción del yo ideal como si fuera el real, constituye la base para la neurosis. En este punto la separación entre el yo real y el yo ideal no es clara y la persona empieza a distorsionar la realidad, llegando incluso, a denigrar su propia naturaleza humana.

⁴⁴ Op. cit.

⁴⁵ Op. cit. p. 254

La investigadora alemana Karen Horney (1937, p.83), identificó diez necesidades neuróticas:

- a) "Necesidad de afecto y aprobación.
- b) Una pareja dominante en la vida.
- c) Poder.
- d) Explotación de otros.
- e) Prestigio.
- f) Admiración personal
- g) Ambición en logros personales.
- h) Límites estrechos de la vida.
- i) Autosuficiencia e independencia.
- j) Perfección e irreductibilidad".⁴⁶

Todas las personas pueden tener alguna de las diez necesidades, pero en la persona neurótica una o varias de ellas son intensas y generalizadas.

De estas necesidades neuróticas, Karen Horney (1937)⁴⁷ derivó tres orientaciones hacia las relaciones sociales: La personalidad complaciente que consiste en ir hacia las personas, la personalidad agresiva que consiste en ir contra las personas y la personalidad independiente que consiste en apartarse de las personas.

⁴⁶ Karen Horney, *The Neurotic Personality of Our Time*, International Library of Psychology, 1999 pp. 79-85

⁴⁷ Ibidem.

2.3 Personalidad o identidad virtual (Avatar)

Se puede entender el concepto de Avatar, como la idealización de una identidad, diseñada por una persona para representar a su *alter ego*, dentro de un mundo virtual en el que interviene.

Dicha personalidad toma forma en una representación 3D con características que son definidas por su *alter ego* humano, en cuanto a su apariencia, vestido y comportamiento.

Como ya se había descrito en este documento, la palabra Avatar tiene su origen en el nombre que se le da a la encarnación del dios hindú Vishnu, y fue popularizada en su actual acepción cibernética en la novela *Snow Crash*, de Neal Stephenson.⁴⁸

Si se parte del trabajo de investigación de Karen Horney (1937),⁴⁹ todas las personas tienen un yo ideal, que representa lo que se pretendería ser. Cuando se compara el yo real contra el yo ideal, puede ser que exista un fuerte déficit entre lo que se es y lo que se aspira ser.

Cuando ese déficit no se puede cubrir en el mundo real, la persona encuentra en un mundo virtual, a través de un Avatar, la forma de hacer real a su yo ideal. En este escenario, la persona puede llegar a vivir pensando que ese yo ideal virtual es su yo real.

⁴⁸ Neal Stephenson, *Snow Crash*, Ediciones Gigamesh, 2005

⁴⁹ Idem. p.83

Una característica que presentan este tipo de personas, es la de poseer una mente reactiva que en el mundo virtual, vive generando un ego protagonista que le brinda seguridad.

Un Avatar puede lograr en el mundo virtual que su entorno cambie, en un intento por encontrar la felicidad, que como persona no acertó a descubrir en el mundo real. Este fracaso provoca finalmente en la persona una frustración o depresión que compensa en el mundo virtual.

El mundo virtual permite crear una personalidad alterando las propias características físicas de la persona, que en el mundo real son inalterables. Es una oportunidad que tiene la persona de reinventarse a sí misma, para cubrir necesidades psicológicas no satisfechas, disfrazando su inseguridad.

Para Mark Stephen Meadows (2008)⁵⁰ a través de un Avatar, pueden aflorar aspectos de la personalidad ocultos o reprimidos, como por ejemplo la agresividad. Una vez sacados a la luz, afirma el autor, se debe aprender a incorporarlos a la propia personalidad y no limitar esos roles al mundo virtual.

2.4 Aprendizaje y comportamiento adquirido en el Metaverso.

Las teorías que tratan los procesos de aprendizaje han tenido un gran desarrollo, en la sistematización de los procesos mentales que hacen posible la adquisición de conocimientos.

⁵⁰ Mark Stephen Meadows, *I, Avatar: The Culture and Consequences of Having a Second Life*, Edit. New Riders, 2008, P.66

El propósito de estas teorías, es ayudar a comprender e identificar los procesos mentales y, a partir de ellos, tratar de explicar cómo se aprende o cómo se llega a adquirir el saber.

La teoría conductista, define el aprendizaje como un proceso que relaciona los estímulos con respuestas específicas, provocado por condiciones externas, excluyendo las variables relacionadas con la estructura interna de la persona que aprende.

Desde esta perspectiva, el aprendizaje en el Metaverso se centra en el condicionamiento instrumental, es decir, conductas aprendidas por la persona como resultado de los estímulos recibidos en el mundo virtual. Lo que se es y hace en el mundo virtual, es consecuencia del propio aprendizaje.

Todo lo que se aprende también se puede desaprender, lo que significa que el hombre siempre puede cambiar. La conducta de un Avatar en el mundo virtual puede provocar que la persona a la que representa desaprenda, por ejemplo, formas de convivencia social.

Para Juan Ignacio Pozo (2006)⁵¹, esta teoría no considera las reacciones emocionales individuales, aunque reconoce emociones básicas en las personas: la ira, el miedo y el amor, entendidas no como sentimientos conscientes sino como normas para actuar.

⁵¹ Op. Cit.: p. 29

Una persona, a través de un Avatar puede prescindir de sus motivaciones, traumas, estados anímicos y de factores que no sean objetivos y cuantificables. El comportamiento de una persona, manifestado a través de sí mismo o de un Avatar, no es sólo un conjunto de interacciones estímulo–respuesta, sino una disposición frente a estímulos que provocan una respuesta.

En lo referente a su comportamiento, cuando una persona ingresa en un mundo virtual, potencialmente puede convertirse en el Avatar que le representa. Para Iván Rodrigo Mendizabal (2004),⁵² las connotaciones del propio Avatar le pueden recordar a la persona estereotipos comunes, en cuanto a la forma de vestir, relacionarse y actuar.

Esta asociación puede conducir a la persona a pensar y comportarse antisocialmente a través de su Avatar, e inhibir respuestas y pensamientos sociales en ambos mundos, el virtual y el real.

El comportamiento de un Avatar, según Iván Rodrigo Mendizabal (2004)⁵³ puede manifestar los trastornos de una persona y exteriorizarse a través de una conducta inadecuada a su realidad y al contexto en el que se produce.

En la medida en la que el tiempo de permanencia en el mundo virtual, es mayor que en el mundo real, el comportamiento se transforma en una adicción conocida como ludopatía,⁵⁴ que consiste en una modificación progresiva de la conducta por la que una persona siente una compulsiva necesidad de vivir en el mundo virtual, menospreciando cualquier consecuencia negativa.

⁵² Ibidem.

⁵³ Iván Rodrigo Mendizabal, *Máquinas de pensar: Videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*, Ediciones Universidad Andina Simón Bolívar, 2004, p. 117

⁵⁴ (Et: Del latín ludus, juego y del griego παθήσια, pathesia, afección o padecimiento) es un impulso irreprímible de jugar a pesar de ser consciente de sus graves consecuencias personales y sociales. Recuperado el 20 de abril de 2011 en <http://www.ludopatiastop.com/definicion.htm>

Para algunas personas, el Metaverso puede llegar a ser algo más importante en la vida que su propia familia, trabajo o bienes materiales. Tan intensa puede ser la entrega al mundo virtual que la dignidad, los valores, la alimentación y las relaciones sociales con otras personas pierden su importancia.

Ángela Ibañez (2000)⁵⁵ identifica algunos indicadores de esta adicción:

- a) Síntomas de depresión o desesperación.
- b) Amenaza a los recursos económicos familiares.
- c) Desatención al trabajo y a la vida familiar y social.

En el caso de los juegos virtuales, la persona se preocupa por el juego, reviviendo experiencias, programando en su mente el siguiente juego o pensando en la forma de conseguir tiempo para seguir jugando.

Las personas con el trastorno por el juego, continúan a menudo jugando en el mundo virtual, a pesar de sus propios esfuerzos para controlar su comportamiento. Se pueden sentir inquietos o irascibles cuando intentan terminar de jugar o salir del mundo virtual.

En el caso de las redes sociales, para este tipo de personas la función de Internet es cubrir un déficit en su propia personalidad, ya que Internet es una herramienta de comunicación interpersonal. De igual manera que una persona es adicta a una droga, en este caso, este tipo de personas son adictas al contenido del mundo virtual

Es en este ámbito, donde el mundo virtual puede convertirse en un sustituto de la vida real para las personas con carencias de habilidades sociales y de personalidad.

⁵⁵ Ángela Ibañez Cuadrado, *La ludopatía una nueva enfermedad*, Edit. Masson, 2000, pp. 7-20

A través del Metaverso se pueden cubrir dos tipos de necesidades básicas: la interacción social y la estimulación, a través de búsqueda de información, imágenes, sonido y juegos.

Ángela Ibañez (2000)⁵⁶ identifica características de personalidad o estados emocionales que aumentan la vulnerabilidad psicológica de las personas hacia las adicciones.

La vulnerabilidad psicológica hacia la adicción a Internet, para la autora, se expresa en los siguientes factores de riesgo:

- a) Déficit de personalidad
- b) Déficit en las relaciones interpersonales
- c) Déficit cognitivo
- d) Alteraciones psicopatológicas

Miguel Garrido Fernández, et. al., (2004)⁵⁷ afirman que una persona ludópata puede llegar a mentir a su familia para ocultar su grado de adicción al juego. Juegan en el mundo virtual para escapar de su realidad.

Una persona adicta al mundo virtual, puede presentar una deformación en su pensamiento, por ejemplo, negación, superstición, confianza exagerada o una falsa percepción de poder y control.

⁵⁶ Ibidem

⁵⁷ Miguel Garrido Fernández, et. al., *Ludopatía y relaciones familiares*, Editorial Paidós, 2004, pp. 53-62

Los individuos adictos a vivir en un mundo virtual, son competitivos, activos, inquietos y con facilidad caen en estado de aburrimiento. Algunas personas con este trastorno, según Ángela Ibañez (2000),⁵⁸ creen que el dinero es el origen y solución de todos sus problemas.

Por el estrés que provoca permanecer en el mundo virtual en lapsos prolongados, estas personas pueden presentar también síntomas de enfermedades médicas, como por ejemplo hipertensión y migraña. Durante lapsos de abstinencia, las personas sufren trastornos en su estado de ánimo, como por ejemplo, depresión y trastorno antisocial.

Miguel Garrido, et. al., (2004),⁵⁹ afirman que el juego patológico empieza a temprana edad en las personas, en algunos casos promovido por los mismos padres de familia, que encuentran en los juegos de video una forma para “entretener” a los niños.

La urgencia de jugar en el mundo virtual aumenta generalmente durante los períodos de estrés o depresión. El juego patológico se debe diferenciar del social y del profesional.

El juego social es entre amigos o conocidos, del mundo real o del virtual y su duración es definida previamente por los participantes. En el juego profesional los riesgos son ilimitados y la disciplina es primordial.

⁵⁸ Op. cit., pp. 7-20

⁵⁹ Op. cit., pp.53-62

Por otra parte, una persona con tendencia al juego patológico puede presentar un comportamiento que se asemeja a un episodio maníaco. Sin embargo, una vez que el individuo se ha alejado del juego, estos rasgos desaparecen gradualmente después de haber superado una etapa de abstinencia del juego.

La pérdida del discernimiento puede suceder a causa del juego excesivo, por lo que David P. Moore (2005)⁶⁰ recomienda hacer un diagnóstico adicional de juego patológico sólo si el comportamiento de juego no se explica mejor por la presencia del episodio maníaco.

Los Criterios Diagnósticos de Investigación de la CIE-10⁶¹ señalan que para el juego patológico se requiere el cumplimiento de “A” más “B” más “C” más “D”, mientras que los criterios diagnósticos del DSM-IV⁶² requieren cinco síntomas de una lista de diez, que a continuación se describen.

El Dr. David P. Moore (2005, p. 243),⁶³ presenta en su obra, *Manual de Psiquiatría Médica*, los diez criterios para el diagnóstico del DSM-IV, aplicados al juego en el mundo virtual:

- a) “Preocupación por el juego.
- b) Necesidad de jugar para conseguir el grado de excitación deseado.
- c) Fracaso repetido de los esfuerzos para controlar, interrumpir o detener el juego.
- d) Inquietud o irritabilidad cuando intenta interrumpir o detener el juego.
- e) El juego se utiliza como estrategia para escapar de los problemas.

⁶⁰ David P. Moore; James W. Jefferson, 2005, *Manual de Psiquiatría Médica*, Edit. ELSEVIER 2005, p. 243

⁶¹ CIE-10 significa: Décima versión de la Clasificación Estadística Internacional de Enfermedades y otros problemas de salud.

⁶² DSM-IV significa: Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales

⁶³ Op. cit., p. 243

- f) Cuando es un juego de apuesta y se pierde dinero, regresa otro día para intentar recuperarlo.
- g) Se engaña a los miembros de la familia, para ocultar el grado de implicación con el juego.
- h) Se cometen actos ilegales, para financiar el juego.
- i) Se pone en riesgo o se han perdido relaciones interpersonales, debido al juego.
- j) En el caso del juego con apuesta, se confía en que los demás proporcionen dinero que alivie la situación financiera causada por el juego”.

2.5 Características y funciones de las actitudes en el mundo virtual.

En el contexto del comportamiento de una persona, para León G. Schiffman (2005, p. 265), "una actitud es una predisposición aprendida para comportarse de forma favorable o desfavorable respecto a un objeto dado, es decir que expresan sentimientos de un individuo hacia un objeto." ⁶⁴

Las actitudes son adquiridas como resultado de las experiencias y del aprendizaje que una persona ha obtenido a lo largo de su vida, contribuyendo a que responda de determinada manera ante un estímulo.

Las actitudes son para León G. Schiffman (2005),⁶⁵ de naturaleza dinámica, es decir, pueden ser susceptibles de cambiar, principalmente si tienen impacto en el contexto en el que se presenta una conducta específica.

⁶⁴ Op. Cit. p. 265

⁶⁵ Ibidem

Cuando un Avatar actúa en el mundo virtual, se podría prever que sus acciones fueran consistentes con la actitud de la persona. Sin embargo, puede suceder que las circunstancias en el mundo virtual eviten que se dé la consistencia entre actitud y comportamiento.

Lo anterior se podría describir en el caso de los videojuegos, en los que se puede percibir una gran diferencia entre un juego que consiste en conquistar un espacio eliminando obstáculos que salen al paso y otro en el que el jugador se convierte en un conductor que se dedica a eliminar imágenes o animaciones que representan personas.

El primero es un pasatiempo, no así el segundo, en donde se produce una agresividad física, que despierta en la persona una actitud de crueldad y desprecio hacia el prójimo.

Una situación específica puede hacer que las personas se comporten en formas aparentemente inconsistentes con sus actitudes. Para Pedro Morales Vallejo (2006),⁶⁶ las personas pueden tener diversas actitudes hacia un comportamiento especial, cada uno correspondiente a una situación particular.

Las actitudes de la persona le permiten, a través de su Avatar, simplificar la complejidad del mundo virtual para clasificar los objetos con el fin de conocerlos. Así, cuando se entra en contacto con un nuevo objeto, se intenta clasificarlo dentro de un grupo del que ya se sabe algo.

⁶⁶ Pedro Morales Vallejo, *Medición de actitudes en psicología y educación*, Ed. Universidad Pontificia Comillas, 2006, p. 25

Para Jaime Rivera Camino, et. al (2000),⁶⁷ todas las actitudes terminan generándose de las necesidades y los valores que la persona da a los objetos que las satisfacen.

Son por lo tanto, las actitudes consecuencia de esa influencia que pueden formarse y modificarse por el contacto directo con personas o Avatares. En el mundo virtual, las actitudes de una persona se forman a partir de tres componentes:

El componente cognoscitivo que consiste en los conocimientos de la persona y sus percepciones resultantes que adquieren forma de creencias. El afectivo, que corresponde a las emociones o sentimientos que la persona puede expresar a través de su propio Avatar. Y el conativo que tiene que ver con la probabilidad o tendencia de que una persona, a través de un Avatar emprenda una acción específica o se comporte de manera particular.

⁶⁷ Op. cit. p. 119

III.- ETNOGRAFÍA VIRTUAL

El Metaverso es un escenario virtual donde una persona se transforma en un Avatar y puede interactuar con sus semejantes, en una réplica sociocultural, donde convergen diversas formas de pensar, comportamientos, gustos, aficiones, sueños, hábitos, actitudes y costumbres. La forma de socializar y comportarse en el mundo virtual son símbolos socioculturales, que identifican y dan sentido a los actos del Avatar.

3.1 Los principios de la etnografía virtual

Para Christine Hine (2004),⁶⁸ Internet es, una forma de transmitir información de un computador a otro u otros. Bajo este principio, toda la información es técnicamente similar: ya sea un archivo de texto, audio, imagen o vídeo, los bits se transmiten siempre del mismo modo.

El significado de esta información tiene su origen en el programa que se utiliza para interpretarlo y, en la persona que envía y recibe. Para definir el impacto social de internet, se debe partir de que el agente de cambio es el contenido y el uso que se le da a la información y no la tecnología.

Para Christine Hine (2004),⁶⁹ la etnografía es una metodología ideal para analizar las conductas de las personas en el mundo virtual, en la medida en que sirve para explorar las interrelaciones en diferentes contextos, como por ejemplo el hogar y el trabajo.

⁶⁸ Christine Hine, *Etnografía Virtual*, Editorial UOC, 2004, p.25

⁶⁹ Idem. p. 89

La etnografía en la Internet puede explorar las formas en que se utiliza una tecnología. Para Joan Mayans (2002, p.59), la etnografía consiste en que un investigador “se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significados que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo”.⁷⁰

La Profesora Suely Fragoso⁷¹ (2001) ubica el origen de la palabra ciberespacio⁷² al escritor William Gibson, quien en su novela de ciencia ficción *Neuromante* (1984), designa para este concepto al universo de las redes numéricas como lugar de encuentro y nueva frontera económica y cultural.

A partir de la publicación de esta novela y con la rápida expansión del número de usuarios de Internet, para denominar al conjunto de las informaciones que transitan en los servidores y computadoras conectadas a la red, se ha venido popularizando el uso de la palabra ciberespacio como sinónimo de mundo virtual.

Con el surgimiento del mundo virtual se podría ubicar el fin de la época moderna y el inicio de la posmodernidad. Esto introduciría en el análisis del uso habitual de Internet una serie de temas relacionados a la forma de construcción de la propia identidad.

⁷⁰ ⁷⁰ Joan Mayans i Planell, *Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*, Editorial Gedisa, 2002, p. 59

⁷¹ Sueley Fragoso, *Espacio, ciberespacio, hiperespacio*, publicado en la revista Razón y Palabra, No. 22 Mayo – Julio, 2001, recuperado el 19 de Abril del 2011, de http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_sfragoso.html

⁷² Contracción de cibernética y espacio. William Gibson cit. por Suely Fragoso.

Para Joan Mayans (2002, p. 62) la postmodernidad “parece haber encontrado en Internet su objeto, un mundo en el que todo vale, donde la ética pareciera no tener cabida. Un mundo donde las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, la persona y su Avatar se diluyen en un mundo sin barreras ni distinciones”.⁷³

En apariencia no existe correlación entre el espacio real y el mundo virtual o ciberespacio, sin embargo es fácil encontrar metáforas culturales que describen la experiencia virtual en términos utilizados en el mundo real, como por ejemplo: ciudadanos de la red y ciudades virtuales.

El ciberespacio, para Suely Fragoso (2001),⁷⁴ no se reduce al sistema computacional, sino que emerge de éste teniendo cierta autonomía que entra en el plano de lo virtual y que es diferente de lo real, pero que se complementan.

Puede existir una confusión sobre lo que es Internet y el ciberespacio, cuando en realidad el ciberespacio está más allá de redes y de conexiones. El ciberespacio o mundo virtual no deben confundirse con la Internet aunque ésta lo contenga.

El investigador catalán Joan Mayans i Planell (2002)⁷⁵ no pretende situar al ciberespacio como un concepto científico, ya que el ciberespacio es un sistema social establecido sobre un sistema tecnológico, que posibilita la creación de diferentes tipos de interacciones entre las personas, que constituyen el sistema social.

⁷³ Idem, p. 62

⁷⁴ Op. cit.

⁷⁵ Op. cit., pp. 58 -73

El ciberespacio no está provisto de dimensiones espaciales en donde se pueda separar a las personas por medio de obstáculos físicos o distancias temporales. El límite para la comunicación e interacción entre las personas, estará supeditado por la plataforma de Internet.

Para Manuel Luna (2006)⁷⁶ la realidad virtual es una forma artificial de vivir, creada para escapar de las condiciones reales de vida. Frente a la realidad física, que es integradora, la virtual es una realidad diferenciadora, por lo que su propósito no es ser una réplica exacta de los estilos de vida en el mundo real.

Dicho con otras palabras, se podría definir a la realidad virtual como una representación de las cosas a través de medios electrónicos, que proporciona a las personas la percepción de estar en una situación real en donde se puede interactuar.

En este mundo de realidad virtual, se podría utilizar el concepto del hombre proyectado por Francis Fukuyama (1994),⁷⁷ que lo conceptualiza como un ser desarraigado, en parte individualista y en parte colectivista como resultado de una suma de individualidades.

Sin embargo, como se desarrolló en el capítulo primero de este trabajo de investigación, el hombre, además de ser individual, es un ser esencialmente social. Aristóteles, y Santo Tomás lo demostraron. Para una persona, el grupo familiar es imprescindible, así como la convivencia con grupos de amigos y en instituciones religiosas, recreativas, culturales y políticas.

⁷⁶ Manuel Luna Alcoba, *Mundo Imagen*, Ediciones Universidad de Sevilla, 2006, p. 119

⁷⁷ Francis Fukuyama, *El Fin de la Historia y el Último Hombre*, Editorial Planeta, 1994, p. 75

Una persona introvertida y desarraigada en el mundo real, puede encontrar en un mundo virtual la forma de arraigarse e integrarse a una comunidad, como ser social que es de origen. Esta aparente transformación del individuo al entrar en el mundo virtual, muestra la voluntad que tiene de adquirir poder y realizar sus más profundos deseos en un mundo simulado.

Para unas personas el mundo virtual, constituye una huida del mundo real y su propia realidad, pero para otras personas puede ser el medio para conocer a profundidad su yo interno. Esta encarnación de identidad virtual, acotada por los estándares del mundo real, permite simular identidades diferentes de las definidas por lo social, lo simbólico y lo biológico.

Tras la apertura de la posibilidad virtual de estar en todas las partes en cualquier tiempo o simultáneo, la desmaterialización adquiere completo sentido con lo señalado por Javier Echeverría (2003),⁷⁸ respecto a que la identidad virtual aunque puede modificarse, se sobrepone a la modalidad de identidad individual existente, sin anularla ni superarla.

Margaret Wertheim (2000, pp. 17-18)⁷⁹ afirma que “Así como los cristianos visualizan el paraíso como el reino ideal, en el cual el alma se libera de las debilidades y de los defectos de la carne; los tecnófilos aclaman el ciberespacio como un lugar donde el “yo” será libre de las limitaciones de la encarnación física”.

Por supuesto, esta analogía no es correcta, ya que el ciberespacio es perecedero y establece límites técnicos y de convivencia en las comunidades virtuales, mientras que el paraíso de los cristianos es un estado y un lugar ilimitado de felicidad completa y eterna.

⁷⁸ Javier Echeverría, *Arte, cuerpo y tecnología*, 2003, Ediciones Universidad de Salamanca, p. 27

⁷⁹ Margaret Wertheim, *Pearly gates of cyberspace: a history of space from dante to the internet*, Edit. Norton & Co., 2000, pp. 17-18

3.2 Lifelogging⁸⁰ y redes sociales.

Las redes sociales en el mundo virtual son una alegoría de las redes neuronales del cerebro humano. Las redes neuronales permiten a la persona generar pensamientos, reflexiones e ideas que luego pueden convertirse en realidades, del mismo modo, las interacciones dentro de una red social pueden también producir realidades.

Una red social en Internet es una comunidad de personas que comparten información, interactúan entre ellos mediante mensajes y cuentan con otras formas de cooperación. Cada persona de una comunidad virtual debe relacionarse dentro de un círculo social, en correspondencia con la información que cada uno publica de sí mismo y sus actividades.

Para Israel V. Márquez (2008),⁸¹ el desarrollo de Internet proporciona el soporte adecuado para la difusión del individualismo en red, como una forma dominante de la sociedad, que no supone un conjunto de individuos aislados, sino un auténtico modelo social, en el que una red social puede dar a una persona introvertida, popularidad o a una persona discriminada, integración.

Las personas construyen sus redes sociales, sobre la base de sus intereses, valores y afinidades. Así, los amigos virtuales llegan a conocerse por la relación que estos pudieran tener con amigos en común, por lo que una persona suele dedicar tiempo visitando los perfiles de los amigos de otros, e invitarlo si así lo desea.

⁸⁰ Consiste en que las personas comparten en alto grado su intimidad y sus actividades cotidianas.

⁸¹ Israel V. Márquez, *Comunidades virtuales en tiempos de flujos: El caso de Second Life*, Cuadernos de Información y Comunicación, Universidad Complutense de Madrid, Vol 13, 2008, pp. 183-193

Como ya se ha demostrado en este trabajo de investigación, desde un punto de vista antropológico, una persona al pertenecer a una comunidad virtual en una red social, cubre una necesidad de afiliación y pertenencia, aun cuando esta asociación sea a distancia, y se actúe con una identidad falsa.

Esta afiliación presenta diversas ventajas para una persona, como por ejemplo, atenuar la soledad. Ante el impacto del mundo virtual en la vida cotidiana de las personas, el concepto de red ha venido paulatinamente sustituyendo al de sociedad. Esta nueva forma de convivencia tiene como principal atractivo poder exponer el alter ego, hecho que supera cualquier edad o condición social.

Las personas que comparten en alto grado su intimidad y sus actividades cotidianas (*Lifeloggging*) a través de las redes sociales, sienten mayor conexión con otras personas y sus ideas. Sin embargo, al hacer pública la información íntima puede traer graves consecuencias morales para la persona.

Para Chris Treadaway y Mari Smith (2010),⁸² Facebook⁸³ no es un sitio donde se pueda compartir con personas ficticias o para conocer personas, sino por el contrario, su principal objetivo es compartir con personas que ya son parte del círculo social en el que está relacionada la persona.

Es por lo tanto, Facebook un espacio para que las personas se puedan relacionar socialmente, por lo que se ha convertido en una buena herramienta para establecer relaciones comunitarias entre personas. Las redes sociales se transforman en un elemento que puede reforzar el sentimiento de comunidad.

⁸² Chris Treadaway y Mari Smith, *Facebook Marketing: An hour a day*, Wiley Publishing, 2010,

p.24

⁸³ www.facebook.com

En las redes sociales se ha generado, según Juan Manuel Maqueira (2009)⁸⁴ un estilo de liderazgo diferente, que facilita la creación de condiciones más que imponer normas, así como usar el poder de la autoridad para otorgar poder a otros.

Esta clase de liderazgo está relacionada con la creatividad de la persona, pues ser líder significa crear una visión, para ir adónde nadie ha ido antes, logrando que en cada una de las personas que le siguen, emerja lo mejor de sí mismos.

Para Dolores Reig (2009),⁸⁵ la fuerza del grupo sobre el individuo permite cambios, que de otra manera podrían ser difíciles, y genera nuevos vínculos afectivos, sociales y de negocios. Las personas tienen una manera de vivir que depende de su estructura cultural, fisiología y del tipo de ambiente en el que viven.

A partir de un estudio realizado por Ofcom,⁸⁶ se propone una clasificación de los usuarios de redes sociales a partir de sus actitudes y comportamientos.⁸⁷

⁸⁴ Juan Manuel Maqueira, *Marketing 2.0: El nuevo marketing en la web de las redes sociales*, RA-MA Editorial, 2009, p.86

⁸⁵ Dolores Reig, *Actitudes, comportamiento, usos, clasificación de los usuarios de las redes sociales*; 2009, recuperado el 12 de abril de 2011 de <http://www.dreig.eu/caparazon/2009/02/09/actitudes-comportamiento-usos-clasificacion-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

⁸⁶ *Independent regulator and competition authority for the UK communications industries.*

⁸⁷ *Actitudes, comportamiento, usos, clasificación de los usuarios de las redes sociales*; recuperado el 18 de abril del 2011 de <http://www.dreig.eu/caparazon/2009/02/09/actitudes-comportamiento-usos-clasificacion-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

- “*Alpha Socialisers*: Personas que utilizan los sitios sociales en intensos y cortos periodos de tiempo para cortejar, conocer personas o simplemente como pasatiempo. En este segmento se ubican hombres menores a 25 años.
- *Buscadores de Atención*: Son personas que buscan la atención y los comentarios de los demás, posteando fotos, divulgando actividades cotidianas y en algunos casos íntimas y personalizando sus perfiles. En este segmento se encuentran mujeres y adolescentes menores de 35 años.
- *Seguidores*: Son personas que se unen a sitios sociales para estar enterados de las actividades de sus contactos en la vida real. Para este segmento se ubican a hombres y mujeres de cualquier edad.
- *Fieles*: Personas nostálgicas que utilizan las redes sociales para recuperar contacto con personas y amistades del pasado. En este segmento se encuentran personas mayores de 35 años.
- *Funcionales*: Son personas con conductas obsesivas que tienden a usar los sitios de redes sociales con un único objetivo, ya sea personal o de negocios. En este segmento se ubican hombres mayores a 35 años”.

La mayoría de las personas usuarias de redes sociales, son adolescentes individualistas y seguros de sí mismos que pasan la mayor parte de su tiempo fuera de casa. El teléfono móvil es fundamental en su vida social.

Otras conclusiones interesantes en el reporte de Ofcom⁸⁸ muestran que los motivos principales que las personas expresan para participar en redes sociales, son: Diversión y como pasatiempo para llenar el tiempo de ocio.

Para los niños, una característica fundamental es el uso de formas de comunicación lúdicas, así como tener la oportunidad para experimentar y jugar con la identidad, propia y la de los demás.

⁸⁸ Ibidem

Al extender sus redes sociales las personas pueden comunicarse con quienes comparten intereses afines o para aprender de la diversidad de personas con diferentes formaciones culturales.

Ambos, serían principios básicos del *networking* social. Lo anterior explica el motivo por el que el uso político de las redes sociales, va en aumento de forma constante.

En general, según Sonia Livingstone (2009)⁸⁹ las tecnologías no satisfacen las necesidades y deseos que tienen los adolescentes, cuyo concepto de amistad y de intimidad, tienen matices que ninguna red es capaz de considerar.

El significado del perfil de la persona se complementa con el de los integrantes de la red a la que pertenece y estos enlaces son los que generan las bases de la confianza.

Las personas más jóvenes elaboran una identidad estéticamente elaborada, mientras que las personas adultas intentan crear una noción de identidad, a través de las relaciones con otros.

Actualmente se observa un decremento en el promedio de horas que las personas y las familias dedican a ver televisión, ya que se encuentran influenciadas por el uso de otros sistemas tecnológicos.

La televisión está siendo desplazada para darle paso a otras tecnologías como dispositivos móviles o computadores personales que acompañan a las personas, en todo momento a cualquier lugar.

⁸⁹ Sonia Livingstone, *Children and the internet*, Cambridge, 2009, pp. 178-180

Existen también en las redes sociales, grupos de odio donde se presentan mensajes en contra de políticos, gobiernos, empresas, marcas o personas civiles, que en otra época pudieron ser censurados, pero que ahora tienen un espacio de expresión y multiplicación.

La parte más importante en una red social son las imágenes que las personas muestran en su perfil de usuario y que representan una individualidad para mostrar públicamente. Son las fotos y videos con las que se ilustran los perfiles y actividades, testimonios de historias personales que son visitadas y comentadas por las personas amigas.

3.3 Socialización en el mundo virtual

Tal y como se explicó en el primer capítulo de este trabajo de investigación, debido a su propia naturaleza, el hombre no puede sobrevivir sin la colaboración directa e indirecta de otras personas. Desde que nace y hasta su muerte, el ser humano necesita la colaboración de otras personas.

La vida en grupo es el resultado de una necesidad primaria, de supervivencia, debida a la incapacidad que tienen las personas, por sí mismas, de sobrevivir. Sus capacidades individuales son limitadas, por lo que se puede afirmar que las personas no tienen la capacidad para poder sobrevivir desconectadas de toda ayuda, fuera de una comunidad en el mundo real o virtual.

Ricardo Yepes (2003, p. 137) afirma que la persona es “apertura al tú y a los otros, no hay un yo sin tú. La persona sin los demás, se frustraría de modo radical, porque no tendría destinatario: su capacidad de dar estaría frustrada”.⁹⁰

⁹⁰ Op. cit. p. 137

Las personas tienden a agruparse en comunidades complejas e interrelacionadas. Esencialmente el ser humano es quien marca en su propia historia los caminos que habrá de seguir, dependiendo de su libre albedrío para decidir lo mejor para él y el grupo social al que pertenece.

Al día de hoy, en las comunidades inciden los resultados de las decisiones que tomaron en el pasado las generaciones ancestrales. Son estas decisiones las que pueden marcar cambios en la manera como una persona se relaciona en actividades sociales y económicas.

La principal diferencia entre los grupos sociales reales y virtuales, radica en que en una comunidad virtual ya no se opera con una dirección de autoridad, sino con una visión que involucra los esfuerzos de diferentes personas para llevar a cabo determinadas actividades.

Estos cambios organizativos han sido una de las causas que han llevado a la globalización del mundo y a las personas a vivir en una edad tecnológica, acentuada por la creatividad.

Las comunidades de convivencia en el Metaverso, no habrían sido posibles hace treinta años, no por falta de tecnología sino por la visión de convivencia que se tenía en esa época.

Existen diversas formas de investigar aquello que se ha nombrado comunidad virtual. Sin embargo, las aproximaciones al estudio de la comunidad virtual ponen énfasis en la manifestación más evidente de ella: los objetos o equipos digitales.

A los objetos digitales, construidos por las personas, en algunas sociedades se les rinde culto y se les atribuye una vida diferenciada de las relaciones y prácticas sociales en las que participan, aunque luego terminen su vida útil, como basura contaminante.

Algunos ejemplos de prácticas en una comunidad virtual pueden ser: Utilizar servicios bancarios a través de un cajero automático, estudiar en una universidad virtual, hacer una reservación de avión por Internet, chatear, comprar en un portal especializado, participar de un grupo de trabajo *on line* o en una red social.

Desde una perspectiva subjetiva este tipo de prácticas significan interpretaciones y decisiones que involucran a personas con una cultura y relaciones con equipos tecnológicos digitalizados.

La interpretación de los significados de la acción de las personas, en su papel de actores sociales, es uno de los objetivos de la investigación social en general y de la investigación social en el mundo virtual en particular.

Toda práctica social en el mundo virtual implica, la digitalización tanto del objeto como de la persona, en lo individual o colectivo, que participa en dicha práctica. Significa, además, la virtualización de las relaciones entre objetos, entre objetos y personas y entre personas.

El Dr. Fritjof Capra (2003)⁹¹ ha desarrollado una nueva visión unificada de la vida y la conciencia, ligada al mundo social de las relaciones interpersonales, a la cultura y a una dimensión espiritual de la vida, de un modo coherente con los conceptos tradicionales de la fe.

⁹¹ Fritjof Capra, *Las conexiones ocultas: implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo*, Edit Anagrama, 2003. p. 87

Para demostrar su teoría en el campo de las interacciones humanas, postula que, si se pretende mantener la vida en el futuro, las leyes en que se basan las instituciones humanas deben ser compatibles con la organización que la naturaleza ha desarrollado para mantener lo que él nombra: “trama de la vida”.⁹²

En el Metaverso se pueden crear vínculos e interacciones entre los Avatares, quienes siempre serán la representación animada de una persona, y nunca serán una nueva forma de vida. De tal forma, el Profesor Capra (2003)⁹³ describe su marco conceptual del pensamiento sistémico a través de las explicaciones de la vida como una organización cuyo patrón básico es la red.

Para Edward Castronova (2006),⁹⁴ el Metaverso, al que nombra como mundo sintético, lo define por una paradoja al afirmar que la simulación que involucra a las personas los vuelve irreales, pero el grupo social que se genera es real. En otras palabras, lo más real en el Metaverso serían las relaciones interpersonales.

Aparecen, entonces, las preguntas. ¿Se puede hablar de afecto, de amistad, de amor en el Metaverso? El mismo Edward Castronova (2006)⁹⁵ tiene una posición clara al respecto: para él, las relaciones de afinidad se replican en escenarios de simulación virtual exactamente igual que en la vida real.

⁹² Nombre del concepto que el autor utiliza para proponer una nueva aproximación científica, que describe las interrelaciones e interdependencias de los fenómenos psicológicos, biológicos, físicos, sociales y culturales

⁹³ Idem. p. 90

⁹⁴ Edward Castronova, *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*, The University of Chicago Press, 2006, p. 13

⁹⁵ Idem p. 30

El motivo es porque las personas son las mismas, tanto en el Metaverso como en el real y aunque no se conozcan físicamente las personas que son representadas por Avatares o por identidades virtuales, tienen la capacidad de crearse una imagen mental con las características del perfil de la otra.

Por lo tanto, el vínculo afectivo está presente en el otro yo, porque está inmerso en la identidad habitual y física. Desde una perspectiva distinta, el investigador Wagner James Au (2008)⁹⁶ llega a una conclusión similar, al afirmar que al igual que en el mundo real, el amor y la fidelidad en el Metaverso requieren confianza mutua.

En el mundo virtual las personas se expresan tal como son, a través del contenido digital que crean, de los eventos que organizan, de cómo responden a los acontecimientos extraños que son imposibles de vivir en la realidad.

No se debe perder la perspectiva de que un Avatar es la representación animada de una persona y que por lo tanto, sus ojos no tienen el poder de comunicación de la mirada humana. Sus sonrisas son artificiales y las caricias se pueden ver pero no se pueden sentir.

Al ser la dimensión espiritual esencial para una auténtica relación, los mundos virtuales encuentran allí una frontera que resulta inaccesible.

Por lo tanto, según Wagner James Au (2008),⁹⁷ no se puede negar que los mundos virtuales son propicios, al igual que en el mundo real, para conocer personas e iniciar relaciones interpersonales, incluso alcanzar cierta intimidad pero sin vivir lo que una persona puede lograr en el mundo real.

⁹⁶ Wagner James Au, *Second Life Marketing: Still Strong*, BusinessWeek Online, Mayo 5 de 2008, recuperado el 17 de septiembre de 2010 de www.businessweek.com/technology/content/may_2008

⁹⁷ Ibidem

Al referirse a las relaciones interpersonales, Javier Alonso Rivas e Ildelfonso Grande Esteban (2004)⁹⁸ le dan un enfoque interesante al afirmar que la naturaleza de las interacciones sociales entre los individuos está determinada por la percepción de rentabilidad en esa interacción.

Y lo explican de la siguiente manera, al señalar que una situación interactiva puede dar origen a beneficios como la amistad o cualquier otro beneficio, pero también tendrá su costo como pérdida de tiempo, dinero, sacrificio de otras actividades y relaciones personales y es en este proceso, en el que una persona elige al grupo con el que pretenderá interactuar, a partir de su percepción del beneficio que considere obtendrá en el intercambio.

En el Mundo Virtual, las influencias grupales se expresan en la presión que siente la persona, a través de su Avatar, para ajustarse a las preferencias o expectativas de los demás, principalmente si ha alcanzado afinidad con otro Avatar o grupo.

Esta influencia adopta matices severos, cuando la persona entiende que su conducta es visible y conocida por otros, o si percibe que esas otras personas controlan premios o castigos.

La imagen y apariencia en un Avatar es muy importante para el desarrollo de la influencia utilitaria. Productos satisfactorios de necesidades como la ropa y los muebles, en el mundo virtual tienen gran visibilidad, por lo tanto, son susceptibles a que produzcan este tipo de influencia.

⁹⁸ Javier Alonso Rivas e Ildelfonso Grande Esteban, *Comportamiento del Consumidor: Decisiones y Estrategias de Marketing*, Editorial ESIC, 2004, pp. 221-225

Lo anterior es el motivo por el que las personas aprecian la adquisición de bienes de alta exposición visual, ya que al hacerlo evitan que su decisión los aleje de la conformidad del grupo a los que pertenece.

Paul Lempert, (2007)⁹⁹ identifica otros tipos diferentes de influencias grupales, que pueden ayudar a mejorar o apoyar la autoestima de las personas en el mundo virtual. Para lograrlo, los Avatares buscan asociarse con grupos de referencias positivos, desligándose de los negativos.

Algunos beneficios que se podrían obtener en este tipo de asociación, sería la posibilidad de que las personas utilicen este tipo de grupos para expresarse a sí mismos o bien reafirmar su *alter ego*.

Por lo anterior, la persona adopta un comportamiento de vida, inspirado en el grupo de referencia, porque pretende establecer o conservar la relación deseada con el grupo y la autoimagen obtenida a través de esa relación.

Por ello, Paul Lempert, (2007)¹⁰⁰ demuestra que una persona, a través de su Avatar, al ingresar en el mundo virtual a una comunidad *VIP*¹⁰¹ busca expresar su ascenso social con respecto al que tiene en el mundo real y responder a su nueva imagen

⁹⁹ Paul Lempert (2007), *Virtual world, real relationships*. Progressive Grocer, 2007, Vol. 86, Issue 6, pp. 24-27

¹⁰⁰ Ibidem

¹⁰¹ Anglicismo utilizado para identificar a "personas muy importantes"

Para cumplir con este objetivo debe usar bienes y servicios, propios de su nuevo nivel social. El club social virtual constituye para esta persona un grupo positivo, pero también hay grupos negativos, con los cuales algunas personas no desean identificarse. Es a través de su Avatar que logra el ascenso y aceptación, que no tienen en el real.

Wayne D. Hoyer y Deborah J. MacInnis (2010)¹⁰² hacen dos observaciones sobre este proceso: la primera, es la aprobación que debe generar la persona o grupo que influye y la segunda, es que la persona aprende a decir y hacer ciertas cosas en determinadas circunstancias, no porque le gusten sino porque son un medio de generar un efecto social satisfactorio.

3.4 Características de la cultura en el mundo virtual

Se puede entender como concepto de cibercultura en el mundo virtual, al conjunto de valores, creencias, entendimientos y maneras de pensar que son compartidos por los miembros de una comunidad virtual y que se enseñan a los nuevos integrantes. La cibercultura constituye las normas no escritas e informales del grupo virtual.

Para Martín Hopenhayn (2003) la cultura en el mundo virtual es “un conjunto de sistemas de intercambio simbólico en redes virtuales mediante los cuales se configuran sentidos colectivos, formas de representar lo real y nuevas sensibilidades”.¹⁰³

¹⁰² Op. cit. pp. 392-397

¹⁰³ Martín Hopenhayn, Educación, Comunicación y Cultura en la Sociedad de la Información: Una perspectiva latinoamericana, CEPAL, ECLAC, Enero del 2003, recuperado el 13 de Abril del 2011 de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/11678/lcl1844e.pdf>

Estas culturas virtuales están compuestas por grupos de Avatares que se definen por las formas y contenidos de comunicación que establecen entre ellos en el Metaverso, así como las formas y contenidos de sus propias culturas, que las personas suben al mundo virtual.

La participación en grupos virtuales permite interactuar con personas de diferentes culturas, sin importar el lugar en el que estén ubicados físicamente.

Sin embargo, el uso excesivo de Internet puede estar asociado con un detrimento de la comunicación entre los integrantes de la familia, una reducción del círculo social y un incremento en los casos de soledad y depresión.

La relación entre un excesivo uso de Internet y el aumento en los niveles de depresión de las personas, ha aparecido en varios estudios sobre el tema. Sin embargo, existe polémica sobre si la adicción a Internet es causa o efecto de la depresión en una persona.

La influencia de la cultura, puede producir en una persona que la depresión y soledad incentiven el uso de Internet, y esto le lleve a una mayor depresión y soledad.

Esto se podría explicar cómo una conducta compensatoria, según la cual la actividad de una persona en el mundo virtual, se incrementa en la misma proporción en la que aumente su sentimiento de incomunicación en el mundo real.

Pierre Lèvy (2007)¹⁰⁴ afirma que individuos con personalidades estigmatizadas, por razones de sexo o ideología, pueden lograr una gran auto-aceptación que hace que la pertenencia a una comunidad virtual se convierta en una parte importante de su identidad.

¹⁰⁴ Pierre Lèvy, *Cibercultura: Informe al Consejo de Europa*, Editorial Anthropos, 2007, pp. 63-70

Se puede afirmar que entre la cultura del mundo real y la cibercultura en el virtual, existe una correlación entre los valores, creencias, costumbres y maneras de pensar que norman el comportamiento de la persona y su Avatar. La Ética es la misma en ambos mundos, porque le pertenece a la persona.

Para Pierre Lèvy (2007)¹⁰⁵ la Internet está produciendo un cambio en las costumbres y estilos de vida de las personas, ya que está modificando la forma en que las personas se relacionan entre sí.

Con la incorporación de Internet en la vida cotidiana de las personas, los cambios culturales se han desarrollado con mayor rapidez. Las personas de una cultura, son los responsables de las transformaciones culturales de sus ideas. La cultura es un intercambio de significados.

¹⁰⁵ Ibidem

CONCLUSIONES

Se pudo mostrar en este trabajo de investigación como en apariencia, el Metaverso es un mundo en el que todo está permitido, donde la ética pareciera no tener cabida. Un mundo donde las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, la persona y el Avatar se diluyen en un espacio sin barreras ni distinciones.

Se puede afirmar que entre la cultura del mundo real y la cibercultura en el virtual, existe una correlación entre los valores, creencias y maneras de pensar que norman el comportamiento de la persona y su Avatar. La Ética es la misma en ambos mundos, porque le pertenece a la persona.

También se logró demostrar que en el mundo virtual, la dignidad no se pierde, por ser inherente a la naturaleza humana. Sin embargo, existe el riesgo de que una persona en el mundo virtual pueda actuar de manera contraria a esa dignidad, denigrando su naturaleza.

Con el apoyo de grandes autores, se logró demostrar que todas las personas tienen un yo ideal, que representa lo que se pretendería ser. Se analizaron los casos cuando una persona compara su yo real contra su yo ideal, y encuentra un fuerte déficit entre lo que se es y lo que se aspira ser.

Se descubrió que cuando ese déficit no se puede cubrir en el mundo real, la persona encuentra en un mundo virtual, a través de un Avatar, la forma de hacer real a su yo ideal. En este escenario, la persona puede llegar a vivir pensando que ese yo ideal es su yo real.

Se fundamentó el hecho de que el ser humano, desde su origen, excluye la soledad, ya que a partir de su nacimiento biológico, tiende durante toda su vida a la convivencia.

Las comunidades de convivencia en el Metaverso, no habrían sido posibles hace treinta años, no por falta de tecnología sino por la visión de convivencia que se tenía en esa época.

A partir de la filosofía Aristotélica y Tomista se puede concluir que la persona humana es un ser único, irrepetible, insustituible y libre, constituido por un cuerpo y un alma. El Avatar es una simple representación animada en 3D, que en el Metaverso actúa de manera diferente de como la persona lo hace en el mundo real.

Un Avatar puede lograr en el mundo virtual que su entorno cambie, en un intento por encontrar su propia felicidad que como persona no acertó descubrir en el mundo real. Puede vivir en un mundo virtual como estrategia de escape, pero esto le puede provocar frustración o depresión.

Esta huida hacia el mundo virtual estaría explicada como una conducta compensatoria, según la cuál, la actividad de una persona en el mundo virtual se incrementa en la misma proporción en la que aumente su sentimiento de frustración o depresión en el mundo real.

Bibliografía

- Aguado Aguilar, L. (2005). *Emoción, afecto y motivación: un enfoque de procesos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Aquino, S. T. (1988). *Suma Teológica* (Vol. III). Buenos Aires: Club de Lectores.
- Aristóteles. (2003). *Acerca del Alma* (Vols. Libro II, Cap. I). Madrid: Editorial Gredos.
- Aristóteles. (2003). *Ética Nicomáquea*. Madrid: Editorial Gredos.
- Au, W. J. (5 de Mayo de 2008). Second Life Marketing: Still Strong. *BusinessWeek Online* , 15.
- Blackwell, R. D., & Stephan, K. (2002). *¡El cliente manda!* Bogotá: Edit. Norma.
- Capra, F. (2003). *Las Conexiones Ocultas: Implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Castronova, E. (2007). *Exodus to the Virtual World: How Online Fun Is Changing Reality*. New York: Edit. Palgrave MacMillan.
- Castronova, E. (2006). *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Català, J. M. (2005). *La imagen compleja: La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona: Editorial Universidad Autónoma de Barcelona.
- Cloninger, S. C. (2003). *Teorías de la Personalidad*. México: Pearson Educación.
- de Cabo, J. (Diciembre de 1998). *Instituto de Empresa*. Recuperado el 23 de Agosto de 2010, de http://www.ie.edu/Julian_de_cabo/
- De Mesa, A. (2009). *Brand Avatar: Traslating Virtual World Branding into Real World Success*. London: McMillan Publishers.
- De Unamuno, M. (1976). *La Dignidad Humana* (7ma y última ed.). Madrid: Edit. Espasa-Calpe, Colección Austral.
- Díaz, C. (1997). *Ayudar a sanar el alma*. Madrid: Caparrós Editores.

Dicaprio, N. S. (2005). *Teorías de la personalidad*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Echeverría, J. (2003). *Arte, cuerpo, tecnología*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Espasa-Calpe. (2005). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Editorial Espasa Calpe.

Fragoso, S. (Mayo - Julio de 2001). *Razón y Palabra*. Recuperado el 29 de Junio de 2010, de Revista Electrónica especializada en Comunicación.: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_sfragoso.html

Fukuyama, F. (1994). *El fin de la Historia y el último hombre*. México: Editorial Planeta.

Garrido Fernández, M. R., & Ana, D. (2004). *Ludopatía y Relaciones Familiares: Clínica y Tratamiento*. Barcelona: Edit. Paidós.

Gil Juárez, A., Vall-Llovet, M., & Farré i Cobos, A. (2006). *Jóvenes en Cibercafés: La dimensión física del mundo virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

González, M., Barrul, E., Pons, C., & Marteles, P. (22 de Marzo de 2006). *Biopsychology.org*. Recuperado el 8 de Junio de 2010, de ¿Qué es el afecto?: http://www.biopsychology.org/biopsicologia/articulos/que_es_el_afecto.html

Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Hopenhayn, M. (Enero de 2003). *CEPOL*. Recuperado el 13 de Octubre de 2010, de ECLAC: [www. eclac.org/publicaciones](http://www.eclac.org/publicaciones)

Horney, K. (1999). *The Neurotic Personality of Our Time*. Londres: International Library of Psychology.

Hoyer, W. D., & McInnis, D. J. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. México: Cengage Learning.

Ibáñez Cuadrado, Á. (2000). *La ludopatía una nueva enfermedad*. Barcelona: Editorial Masson.

Ibáñez Langlois, J. M. (2007). *Introducción a la Antropología Filosófica* (Sexta ed.). Barañáin, Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.

Klineberg, O. (1988). *Psicología Social*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Lempert, P. (2007). Virtual world, real relationships. *Progressive Grocer* , Vol. 86 (Issue 6), pp. 24-27.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Levy, P. (2007). *Cibercultura: Informe al Consejo de Europa*. México: Anthropos Editorial.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the internet*. Cambridge: Polity Press.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1995). *Comportamiento del Consumidor* (Cuarta ed.). México: Edit. McGraw-Hill.
- Luna Alcoba, M. (2006). *Mundo Imagen*. Sevilla: Ediciones Universidad de Sevilla.
- Maqueira, J. M. (2009). *MARKETING 2.0: El nuevo marketing en la web de las redes sociales*. Madrid: RA-MA Editorial.
- Marías, J. (2000). *Conferencia La Persona*. Recuperado el 10 de Junio de 2010, de Hottopos.com: <http://www.hottopos.com/mp2/mariaspers.htm>
- Marin Pedreño, H. (1993). *La antropología aristotélica como filosofía de la cultura*. Barañáin, Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- Márquez, I. V. (2008). Comunidades Virtuales en tiempos de flujos: El caso de Second Life. *Cuadernos de Información y Comunicación* , XIII, pp. 183-193.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mayans i Planell, J. (2002). *Género Chat O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Meadows, M. S. (Berkeley). *I, Avatar: The Culture and Consequences of Having a Second Life (New Riders)*. 2008: Edit. New Riders.
- Mendizabal, I. R. (2004). *Máquinas de pensar: Videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*. Quito: Ediciones Universidad Andina Smón Bolívar.
- Mollá Descals, A., Berenguza Contrí, G., Gómez Borja, M. Á., & Quintanilla Pardo, I. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.
- Moore, D. P., & Jefferson, J. W. (2005). *Manual de Psiquiatría Médica*. Madrid: Editorial ELSEVIER.

- Morales Vallejo, P. (2006). *Medición de actitudes en psicología y educación*. Madrid: Ediciones Universidad Pontificia Comillas.
- Mounier, E. (1997). *Mounier en espirit*. Madrid: Caparrós Editores.
- Pozo Monicio, J. I. (2006). *Teorías cognitivas del aprendizaje*. Madrid: Ediciones Morata.
- Real Academia Española. (1 de Junio de 2010). *Diccionario de la Lengua Española - Vigésima segunda edición*. Recuperado el 4 de Junio de 2010, de <http://buscon.rae.es/drael/>
- Reig, D. (9 de Febrero de 2009). *Estudio de Ofcom*. Recuperado el 12 de Julio de 2010, de Actitudes, comportamiento, usos, clasificación de los usuarios de las redes sociales: <http://www.dreig.eu/caparazon/2009/02/09/actitudes-comportamiento-usos-clasificacion-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>
- Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Molero Ayala, V. M. (2009). *Conducta del Consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al marketing*. (Segunda edición ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Rodríguez Rodríguez, J. (1999). *El Palimpsesto de la ciudad: ciudad educadora*. Colombia: Armenia ciudad educadora.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento del Consumidor* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- Senges, M. (2007). *Second life*. Barcelona: Editorial UOC.
- Société d'Anthropologie de Paris. (2010). *Société d'Anthropologie de Paris*. Recuperado el 28 de Junio de 2010, de Sapweb: <http://www.sapweb.fr/>
- Stephenson, N. (2005). *Snow Crash* (Segunda edición ed.). Barcelona: Ediciones Gigamesh.
- Treadaway, C., & Mari, S. (2010). *Facebook Marketing: An hour a day*. Indianapolis: Edit. Wiley Publishing.
- Turkle, S. (1998). *La vida en la pantalla: La construcción de la identidad en la era de Internet*. México: Edit. Paidós.
- Valls, J. F. (2004). *Gestión de empresas de turismo y ocio: El arte de producir satisfacción*. Madrid: Edit. Gestión 2000.

- Velázquez Rivas, J. I. (1996). *Motivos y Motivación en la empresa*. Madrid: Edit. Díaz de Santos.
- Vicente Arregui, J., & Choza, J. (1992). *Filosofía del hombre: una antropología de la intimidad*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Villa, L. (8 de March de 2007). *Grandcomo*. Recuperado el 18 de April de 2010, de El origen de Second Life: el Metaverso: <http://www.grancomo.com/2007/03/08/el-origen-de-second-life-el-metaverso/>
- Wertheim, M. (2000). *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet*. New York: Norton & Co.
- Wojtyła, K. (1982). *Persona y Acción*. Madrid: Edit. Católica.
- Woolgar, S. (2005). *¿Sociedad Virtual?: Tecnología, "cibérbole", realidad*. Barcelona: Edit. UOC.
- Yepes Stork, R., & Aranguren Echevarría, J. (2003). *Fundamentos de Antropología: Un ideal de la excelencia humana* (Sexta ed.). Barañáin, Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.