

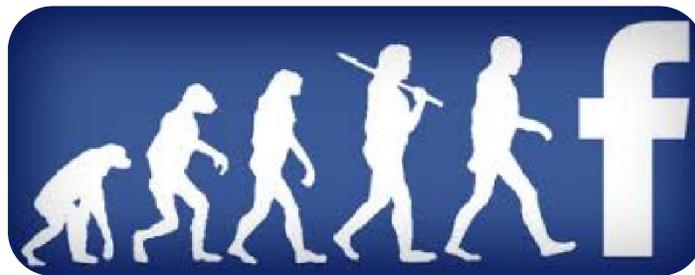


Facultad de Ciencias Sociales

*Memoria en opción al título académico de máster en Estudios
Históricos y de Antropología Sociocultural Cubana*

Mención: Estudios antropológicos

Título: Las expresiones en la red social Facebook de la Asociación de Artes Plásticas de la UNEAC en Cienfuegos entre 2010-2014.



Autora:

Lic. Tamara Rodríguez Puerto

Tutor:

Msc. Salvador David Soler Marchán

Cienfuegos, 2015



Declaración de autoridad.

Hago constar que la presente investigación fue realizada en la Universidad de Cienfuegos “Carlos Rafael Rodríguez”, como parte de la culminación de la Maestría en Estudios Históricos y de Antropología Sociocultural. Autorizando que la misma sea utilizada por la Institución para los fines que estime conveniente, tanto de forma parcial como total y que además no podrá ser presentada en evento ni publicada sin la aprobación de la Universidad.

Firma del autor.

Firma del tutor.

Los abajo firmantes certificamos que la presente investigación ha sido revisada según acuerdos de la dirección de nuestro centro y el mismo cumple los requisitos que debe tener un trabajo de esta envergadura, referido a la temática señalada.

Información Científico Técnica.

Nombre y Apellidos.

Computación.

Nombre y Apellidos.

Agradecimientos:

A mi familia, por el empujón.

A mi amigo, tutor, mecenas, compañero, “compromiso”, David Soler, por todas las horas de trabajo y distensión que me ha consagrado, y las que vendrán.

A los profes de la Universidad, incluso los que no me impartieron clases, por la paciencia y dedicación en su quehacer diario.

A los amigos y compañeros de trabajo quienes han soportado mis quejas y me han ayudado desde los más disímiles lugares de este contexto *on* y *off* line, para poder llegar al final de mi tesis.

Y fundamentalmente a mi pareja, quien con su amor, paciencia y comprensión necesarias, ha soportado mis indisciplinas, pero que en cada abrazo me siento reparada.

Dedicatoria

A la memoria de mis abuelos, cuyo fantasma habita a mí alrededor.

Exergo

“La mente humana modela el mundo moderno a su semejanza.”
Paul Valery

“El mundo moderno es aquél en el que la información sustituye a la naturaleza.”
Gilles Deleuze

Resumen:

Con la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida cotidiana, las relaciones sociales han llegado a adquirir una nueva dimensión, la virtualidad, que al ser considerada una opción para el desarrollo de relaciones interpersonales, ha demostrado también ser un nuevo espacio para la producción cultural, especialmente en las artes plásticas, en la cual las ideas de corporeidad, espacio y tiempo no existen tal como se conciben clásicamente. Esto ha traído grandes cambios en la manera de pensar los fenómenos sociales, así como nuevos conceptos para el desarrollo de las metodologías de investigación en el campo de la antropología. En el presente trabajo de investigación analizaremos desde una perspectiva antropológica la influencia de Internet en el grupo humano cienfueguero perteneciente a la Asociación de Artes Plásticas de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014 y las modificaciones antropológicas y culturales que puede provocar en ellos.

En este marco de transformación paradigmática, la Etnografía viene a requerir un redimensionamiento de sus conceptos y la adaptación de sus principios básicos al estudio de las relaciones sociales mediadas por las tecnologías digitales, principalmente representadas por Internet. Este trabajo es el primero en la provincia de Cienfuegos que realiza un estudio amparado en la etnografía virtual como perspectiva antropológica. En la investigación se analizó el comportamiento de este tipo de información para la visualización y comercialización de los artistas visuales miembros de la UNEAC en la red social más utilizada de Internet: Facebook.

Summary

With the introduction of information and communications technology in daily life, social relations have come to acquire a new dimension, virtuality, that being considered an option for the development of interpersonal relationships, has also proved a new space for cultural production, particularly in the arts, in which the ideas of corporeality, space and time do not exist as classically conceived. This has brought great changes in the way of thinking about social phenomena and new concepts for the development of research methodologies in the field of anthropology. In this research from an anthropological perspective we analyze the influence of the Internet in Cienfuegos human group belonging to the Association of Plastic Arts of the UNEAC in the social network Facebook between 2010-2014 and the anthropological and cultural changes that may result in them.

Within this framework of paradigmatic transformation, ethnography comes to require a downsizing of its concepts and the adaptation of its basic principles to the study of social relations mediated by digital technologies, mainly represented by Internet. This work is the first in the province of Cienfuegos performing a study covered in the virtual ethnography as anthropological perspective. In this work was analyzed in researching the behavior of this type of information for display and marketing of visual artists members of the UNEAC in the social network most used Internet: Facebook

Índice:

Epígrafes:	Pág.
Agradecimientos	
Dedicatoria	
Exergo	
Resumen	
Summary	
Introducción:	1
Capítulo 1:	12
1.1 La cibercultura aproximaciones de su concepción como fenómeno antropológico.....	12
1.2 La ciberantropología como expresión de la antropología aplicada.....	14
1.2.1 Teoría sobre virtualidad. Su importancia para el objeto de estudio.....	17
1.3 Internet y World Wide Web desde el punto de vista ciberantropológico.	22
1.3.1 Web 1.0. y Web 2.0.....	23
1.4 La Redes sociales. Facebook: aproximaciones históricas para la comprensión antropológica. Concepto.....	23
1.5 Función de una red social.	24
1.5.1 La Red Social más popular: Facebook.....	25
1.5.2 Facebook: acercamiento a su historia y evolución.....	26
1.6 Estructura y aplicaciones de la red y su valor antropológico.....	27
1.7 La perspectiva de la ciberantropología para el caso cubano.....	30
Conclusiones parciales.....	32
Capítulo 2.....	33
2.1 Caracterización de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba como escenario y contexto ciberantropológico donde se ubica el estudio...	34
2.2 La estructura de gobierno para la implementación y uso de la web como elemento del estudio ciberantropológico.....	37
2.2.1 La UNEAC en Cienfuegos. Gobierno y contexto de salas de navegación...	37
2.2.2 Sala de Navegación Fernandina.com, contexto de estudio ciberantropológico.....	38
2.2.3 El contexto ciberespacial y ciberantropológico donde se desarrolla la actividad de redes sociales en la UNEAC de Cienfuegos.....	40

2.2.3.1	La conexión como elemento de la ciberetnografía para el estudio de la web.....	40
2.2.4	Análisis documental y de los artistas e intelectuales que emplean las redes sociales y desarrollan las prácticas virtuales.....	42
	Conclusionesparciales.....	66
	Conclusiones.....	67
	Recomendaciones.....	69
	Bibliografía.....	70
	Anexos	

INTRODUCCIÓN

La virtualidad, elemento de gran importancia en la era de la información y el conocimiento, implica necesidad y exigencia en los procesos investigativos actuales por su valor para comprender nuevas ontologías en el campo de las artes y la cultura, en especial en las artes plásticas por el valor de la imagen, símbolos, significados y contenidos estéticos que generan desde la antropología. Las formas de comunicación virtual como contexto cultural, social e ideológico expresado en una nueva forma de espacio y los contextos que se expresan en las redes sociales. Estos nuevos espacios antropológicos son utilizados cada vez más por las artes visuales en la promoción y visualización de obras y concepciones estético-artísticas, así como en conceptos teóricos y creaciones e innovaciones personales.

La aparición de nuevos contextos antropológicos en la actividad del ser humano como es el caso del ciberespacio y los productos que de él se generan, constituyen cada vez más objeto de investigación, pues su estudio facilita la percepción de empleos de realidades que en el caso de la cultura y el arte además de promover, visualizar y contrastar sus obras, sirven para la búsqueda de clientelismos artísticos y comerciales. Los recursos tecnológicos para el arte, así como el empleo de ese contexto para buscar posicionamientos de la obra artística, garantizan una actividad en el menor tiempo y espacio posible, que brindan mayores posibilidades comerciales.

Esta nueva espacio contexto denominado ciberespacial, desde el punto de vista antropológico, crea una necesidad investigativa no se restringe a su componente cibernético, pues el hecho de surgir desde una necesidad humana en un contexto específico humano, el arte exige estudiarlo para lograr un mayor conocimiento de las actuaciones que ellas producen, así surgen las redes sociales, y se producen hechos relacionados con el incremento del flujo informativo, su velocidad de propagación, los niveles de accesibilidad, el conocimiento y la comprensión de lenguajes y textos cada vez más diversos y complejos, exigen nuevas visiones para comprender el papel del ser humano en estos novedosos procesos.

Ciencias como la antropología aplicada, la sociología del conocimiento y de la cultura, la psicología social, entre otras, tratan de explicar el fenómeno desde las más diversas perspectivas y la complejidad que ella implica tanto para diseñarla como para emplearla o estudiar sus impactos, además exige una nueva interpretación de las ciencias sociales.

Estos estudios en la provincia desde la perspectiva antropológica son insuficientes y se encuentran a un nivel empírico y requiere inicialmente de estudios exploratorios y descriptivos en función de las redes sociales

Para tales efectos nos proponemos el siguiente

Problema Científico de investigación: ¿Cómo se manifiesta desde la ciberantropología la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014?

Objetivo General: Analizar cómo se manifiesta desde la ciberantropología la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014.

Objetivos específicos:

1. Describir el escenario ciberespacial de la red social Facebook y la presencia de las artes plásticas cienfuegueras de la UNEAC.
2. Identificar desde el punto de vista de la ciberantropología cómo se comportan las evidencias y contenidos de la asociación de las artes plásticas cienfuegueras en la red social Facebook.
3. Determinar desde la ciberantropología las principales expresiones artísticas, comunicadoras, científicas, promocionales, estéticas y de comercialización de la Asociación de los Artistas Plásticos miembros de la UNEAC en la red social Facebook entre el 2010 al 2014.

Objeto de Investigación: Red Social Facebook en Internet.

Campo de investigación: Red Social Facebook en los miembros de la Asociación de Artes Plásticas de la UNEAC en Cienfuegos entre 2010-2014.

Idea a defender: La descripción de los escenarios, la identificación del comportamiento de las evidencias y contenidos de las artes plásticas y sus criterios acerca de la red social Facebook, facilita el conocimiento de las principales expresiones en la asociación de las artes plásticas cienfuegueras de la UNEAC entre 2010-2014, desde la ciberantropología.

Universo: La población estuvo integrada por el universo de los artistas plásticos de la Ciudad de Cienfuegos inscritos en el Registro del Creador como artistas legitimados en la práctica artística, (473), los cuales poseen diferentes tipos de formación, de

manifestaciones artísticas, formas de socialización y visualización, importantes en los estudios antropológicos.

Muestra: En la presente investigación la técnica utilizada es la denominada no probabilística con el muestreo opinático-intencional, porque los sujetos a investigar se tomaron a criterio del investigador, procurando que la muestra sea representativa. En este tipo de muestreo se fijó un número de individuos que reúnen determinadas condiciones como sexo, edad, ocupación etc. Está, dirigida a los artistas de la plástica de Cienfuegos que navegan y utilizan INTERNET y en especial la red social Facebook, que son miembros de la UNEAC debido esencialmente que en estos grupos humanos es donde concentraremos la labor investigativa. Responde a la sistematicidad de empleo de la red social, el nivel de información artística y científica que poseen, la calidad para generar narrativas artísticas en el ciberespacio, formas de exteriorización del discurso y las composiciones esenciales, la capacidad para su visualización, los intereses y motivaciones de los visitantes, la apreciación estética o económica de las obras. En el desarrollo de las acciones investigativas hubo necesidad de incorporar a la muestra dos directivos de la UNEAC que por su función organizacional, su visión crítica del fenómeno, las relaciones que poseen con los artistas plásticos y la capacidad de análisis facilitaron la validez y contrastación de los datos.

Desde la antropología, en especial de la ciberantropología, el método etnográfico constituye su principal método científico, incluso para estudiar cómo se sustenta la red social, facilita la comprensión de la interacción entre el sujeto y el campo y se convierte en una representación interpretativa de gran valor, sujeta a una constante transformación que parte de las exigencias y las necesidades humanas que surgen del empleo del ciberespacio y su incorporación a las cotidianidades humanas donde alcanza una mayor expresión en la producción gestión y promoción del conocimiento.

El ciberespacio como tecnología, como producto y concepción humana está dispuesto de forma lógica y con el objetivo de proveer una información digital de fácil accesibilidad, la cual promueve y proporciona una sensación mínima de presencia, pero que resulta una experiencia solitaria con la obra de arte y desde ella con los artistas plásticos y sus concepciones estéticas. De esta manera se produce una interacción específica que será explicada desde la perspectiva crítica de esta vivencia, aquí radica otra importancia del empleo de Internet y de las redes sociales.

No obstante la información virtual de la sociedad y sus interacciones culturales ofrece una ampliación real de sus clasificaciones y expresiones, permitiendo al visitante un mayor grado de libertad y que este interactúe con modelo y objeto, "tocando libremente", y con la posibilidad de interacción con otros visitantes virtuales. El grado máximo de visita virtual al contexto ciberantropológico vendría en cuanto este tipo de ambiente permitiera la interacción en tiempo real entre los visitantes virtuales, de ahí la necesidad y el incremento de este tipo de actuación que en la medida que se socializa, crecen las funciones y los productos y por tanto las maneras de interpretación social, cultural, artística, entre otras.

En la investigación se emplearon varios métodos del nivel teórico, en especial los que están más relacionados con la ciberetnografía, lo que permite fundamentar con una mayor interpretación la propuesta de estudio:

Histórico-lógico: Se empleó en el estudio y recorrido del objeto de investigación a partir de las particularidades históricas y la lógica que se emplea en la antropología para estudiar nuevos contextos humanos, como es el caso del ciberespacio. Fue efectuado un análisis de la evolución y sistematización de los antecedentes del problema de investigación, sus principales características y manifestaciones evidenciadas en las tendencias de desarrollo de la ciberantropología.

Analítico Sintético: Este fue utilizado para analizar las entrevistas y las perspectivas antropológicas que en ella se plantean, el cual se resume desde contenidos, que dada la regularidad de estos y su repetición, aceptación y/o valoración permitió elaborar de forma coherente el discurso teórico de la tesis. A partir de la revisión de la literatura básica vinculada a contenidos de antropología novedosos en especial de las antropologías aplicadas a Internet y sus redes sociales.

Generalización: Se utilizó en el análisis de los contenidos de la muestra, a partir de las tendencias y regularidades antropológicas planteadas por los consultantes, la comunidad observable, así como las ideas emanadas del estudio teórico e instrumental que facilita la elaboración del programa para un nuevo contenido de la ciberantropología.

La investigación desde el punto de vista antropológico se centra en el método etnográfico del paradigma cualitativo, y en especial el denominado "etnográfico virtual"; constituye un nuevo método de investigación dentro del campo de la informatización y ancla en la perspectiva ciber-antropológica, el cual emplea desde los análisis y las visiones de los

contextos, los mismos métodos y procedimientos que la etnografía y la antropología, solo que adaptados al proceso virtual.¹

Se utilizó como técnicas de investigación el análisis bibliográfico, la observación participante *on line*, la entrevista virtual y la entrevista semi-estructurada a artistas plásticos que emplean la red.

Este método de análisis determina las siguientes características metodológicas:

- Explotación de los resultados de investigaciones en informaciones digitales y virtuales como expresión de la cultura de los pueblos donde a pesar de los procesos globales están presentes las identidades.
- Determinación de cuándo se está en el terreno (campo) o fuera de él. Se establece desde la interacción del observador con las colectividades virtuales y no por el soporte electrónico a examinar.
- Se ampara en la observación, remiten al investigador a múltiples soportes ligados entre sí (fotologs con sitios web con blogs y cuentas de redes sociales) y a espacios de la vida *off line*.
- Al igual que en la etnografía tradicional el objetivo último del ciberantropólogo es de tipo interpretativo; es buscar significaciones (estructuras de significaciones) socialmente establecidas y que no son evidentes en la “superficie” de las expresiones sociales sino en un contexto específico: el cibercontexto.
- La etnografía virtual asume tres procesos: observar, registrar y analizar, son tres acciones que no son autónomas, sino simultáneas e imposibles de distinguir entre sí. En la etnografía de culturas virtuales una de las condiciones fundamentales es la participación del investigador, pero el contexto particular de cada experiencia de campo define el tipo de participación que se debe emprender. En el caso de la práctica etnográfica en ambientes mediados por la tecnología digital se considera tanto la producción como el consumo de los artefactos tecnológicos y las prácticas socioculturales a las asociadas.
- El investigador viene a ser usuario y elaborador de ambientes que se estudian para examinar la vida, trabajo y cosas que se hacen, logran desde ellos cumplir

¹ Cuadra, Álvaro. Epistemocrítica de la e-comunicación: elementos para una etnografía virtual de las prácticas científicas en la era digital, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuadra.pdf, 8 de octubre de 2014.

con las tres funciones principales de la antropología y de la etnografía; observar, registrar y analizar “con” el ambiente y “en” el ambiente virtual.

En un principio, la etnografía virtual en la actualidad superpone los campos “*on line*” y “*off line*” en cuanto apunta a grupos en línea relacionados con situaciones fuera de línea conocida como “*cyberethnography*”². Es decir, seres humanos y agentes no humanos (tecnología digital) que constituyen actores y entidades en red que hablan y producen significados³. Por ello el empleo del método etnográfico virtual implica que en la elaboración de soportes digitales y la de su papel como etnógrafo recoge los criterios de los informantes en las conversaciones que sostienen con él, o entre ellos. En el diálogo que este tipo de etnógrafo indaga, elabora un relato y la representación de la existencia de su informante en contexto digital como los sitios y páginas web, y en el caso que nos ocupa, muros de la Red Social Facebook.

Se escoge el método ciberetnográfico por la importancia que tiene para el tratamiento y el empleo de datos no estructurados y estructurados que dependen de las acciones y manifestaciones contextuales de la actividad de los artistas plásticos en la red social Facebook.

Por eso requiere de la explicación del escenario, la determinación de los contenidos y usos y el conocimiento de los resultados que obtiene y exige, es necesario la evaluación de la sistematización y estimación de los datos evidenciados, observados registrados y analizados, plasmados en la diversidad de lenguaje que proporciona esta actividad como práctica antropológica.

En los estudios de la virtualidad en las redes sociales y como soporte esencial de una forma de expresión de la cultura, es necesario conocer cómo se crea la estructura básica de la misma desde el orden informativo y tecnológico y su significado a través de los diferentes códigos de interpretación de los cibernautas y de las clasificaciones socioculturales seleccionadas. El investigador es sensible al hecho de que el sentido “nunca puede darse por supuesto” y de que está ligado esencialmente a un contexto.

La investigación antropológica en la virtualidad de las artes plásticas está radicalmente ligada al contexto artístico, cultural y tecnológico en las realidades virtuales en

² Carmona, Javiera. Etnografía de cibernautas o cuando el terreno está en pantalla, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuadra.pdf, 5 de octubre de 2014.

³ Estallela, Adolfo. Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet/ Adolfo Estallela y Elisenda Ardèvol, Forum Qualitative Social Research, Forum Qualitative Sozialforschung., 8(3). Tomado de: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs070328>, 24 de agosto de 2015.

momentos situacionales donde se produce y los contextos globales a donde migra la información.

Por eso como acción antropológica se considera un proceso activo de aprehensión y transformación de la realidad desde el contacto directo con el campo objeto de estudio y desde la perspectiva interpretativa.

Uno de los elementos fundamentales lo constituye la participación en el proceso de investigación, dado en la etnografía virtual por la significación que los colectivos a examinar les imprimen en el cibercontexto y esto sólo se puede percibir en el “estar allí” digital, donde los actores involucrados tanto los portadores del conocimiento de las artes plásticas y sus creadores, así como a los cibernautas, a partir de un proceso de interacción sociocultural que ponen en el centro sus intereses, necesidades y aspiraciones de estos actores y constituyen su fundamento, basado en el conocimiento y la comprensión de la realidad como praxis en el cibercontexto, intentando unir la teoría a la práctica.

La información virtual de las redes sociales permite mayores niveles de flexibilidad hacia la comprensión de los procesos subjetivos y reconocimiento de las prácticas y resultados artístico- culturales y modos de comportamientos en el campo de las artes plásticas en Cienfuegos entre el 2010 y el 2014 de sus identidades propias, a través de la cual se expresan e interactúan en el contexto de las redes sociales donde se insertan.

“La investigación antropológica está radicalmente ligada al contexto, la cultura y el momento situacional en el que se producen los fenómenos, considerándose un proceso activo de aprehensión y transformación de la realidad desde la indexicalidad que genera los procesos de interacción en cualquier contexto creado por el ser humano.”⁴

De esta manera el “desanclaje” que ofrece el ciberespacio o desprendimiento de lugares de espacios contextualizados y del tiempo no invalida su condición de real. Es virtual pues tiene la capacidad de ser potencialmente actual. Virtualidad y actualidad son sólo dos modos distintos de la realidad. Para los estudios de la ciberantropología la etnografía de relaciones “virtuales”, comprende la entrada del investigador desde el ciber mundo a contextos necesariamente más terrenales, como co-partícipe de la construcción del producto digital y sus canales y en la construcción de la propia identidad como “cibernauta /investigador.

⁴Mayans i Planells, Joan. Nuevas tecnologías, viejas etnografías, objeto y método de la antropología del ciberespacio/ Joan Mayans i Planells. Cibersociedad. Tomado de: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=23>, 8 de octubre de 2014.

Entrevista etnográfica virtual: Se caracteriza por ser no direccionada, se organiza a partir de una guía construida desde las impresiones y datos recogidos en la observación, siempre manteniendo coherencia con los objetivos principales del estudio y el tema a investigar. La diferencia fundamental está en el tiempo para preguntar y responder, en el ritmo de la “conversación” que permite cada soporte tecnológico.

En la etnografía de culturas virtuales la observación participante es con la participación del investigador, pero el contexto particular de cada experiencia de campo define el tipo de participación que se debe emprender. En el caso de la práctica etnográfica en ambientes mediados por la tecnología se considera tanto la producción como el consumo de los artefactos tecnológicos y las prácticas socioculturales asociadas.

Esto implica que el comportamiento y actividades desarrolladas no provienen de los rasgos del artefacto sino de las condiciones o contextos culturales y sociales en los que el artefacto ha sido creado, usado y significado.

Entrevista semi estructurada: Esta se aplicó a artistas plásticos con el objetivo de conocer su posicionamiento, formas de actuación y uso de la red social Facebook lo cual permitió contrastar con las observaciones al ciberespacio y conocer los criterios y valoraciones de los artistas plásticos de sus actuaciones en el este.

Observación: Se conoce también en la antropología virtual como “comunidad observable”. Se emplearon dos formas: una desde la observación participante virtual existente en las relaciones, interpretaciones e interrelaciones que se producen en el cibercontexto con sus aportes individuales y los locales de producción de los artistas y a los espacios donde se incorporan las redes sociales y a la sala de navegación de la UNEAC, centro de mayor concentración de este contexto virtual dirigidos a recopilar información acerca de las actividades que desarrollan, visitas realizadas por usuarios teniendo en cuenta sus intereses y necesidades informativas, las tecnologías artísticas y estrategias empleadas en el contexto virtual donde se desenvuelven.

La triangulación servirá para la contrastación y la validez de la información, este tipo de investigación desde la antropología virtual, Cuadra propone la triangulación para contrastar datos y personas debido especialmente a la capacidad de la información, el tiempo que aparece, la visualización de procesos comunicadores y su alcance, así como las formas de evidencias y valorar desde la subjetividad propia en la relación sujeto-ciberespacio.⁵

⁵Cuadra, Álvaro. Epistemocrítica de la e-comunicación: elementos para una etnografía virtual de las prácticas científicas en

La tesis se sustenta en una estrategia metodológica que favorece la triangulación de datos, investigadores, instituciones y artistas de la Asociación de las Artes Plásticas de la UNEAC de Cienfuegos, para un proceso de estructuración de la información para lograr conclusiones e interpretaciones, evaluaciones, validez y contrastación.

La tesis se desarrolló en tres etapas:

- Etapa de preparación y ordenamiento metodológico: En la que se estudiaron los escenarios, se elaboraron los instrumentos de investigación y se aplicaron pruebas en un grupo reducido para constatar su validez, se debatieron las matrices teóricas y el estado del arte del tema investigado y se determinaron las formas en que se aplicaron los métodos y las formas de interpretación y valoración del objeto.
- Trabajo de campo: Consistió en la aplicación de los instrumentos, la sistematización de los procesos en el campo, en este caso el ciberespacio y la red social en que se desarrolla y las formas esenciales del conocimiento.
- Análisis del resultado y la presentación del informe antropológico final de la investigación con conclusiones y recomendaciones de actuación.

La descripción del escenario, ese es el primero de los aspectos de la antropología y de su método etnográfico e incluye la descripción y teorización del contexto donde se desarrolla la realidad etnográfica de estudio, nos referimos en especial al Internet como contexto del ciberespacio.

Internet se construye e inventa desde las propias condiciones sociales, culturales e históricas de la comunicación humana y los procesos globales que en ella se producen y reproducen. Ha producido cambios sustanciales en los comportamientos de las comunicaciones humanas, en la subjetividad propia de las personas y en la capacidad de percepción de nosotros mismos y de la alteridad, introduciéndonos al interior del caleidoscopio que antes era solo un artilugio de cartón y papeles de colores, se borraron las fronteras, los tiempos y los espacios. Y nos “enredamos” y nos hicimos navegantes de mil océanos y nos encontramos todos con todos, desde el fondo de los destierros y las diásporas.

Las redes sociales antropológicamente se insertan en la concepción de la teoría de la acción colectiva que “delimita que el capital social formado por redes de reciprocidad, cooperación voluntaria y compromiso” son parte de la propia dinámica del sistema social.⁶

la era digital, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuadra.pdf, 8 de octubre de 2014.

⁶ López, S. Internet como medio y objeto de estudio en Antropología/ S. López y M.E. Vargas. Tomado de: <http://www.elrincondelantropologo.com>, 2000.

Desde el punto de vista antropológico se pueden definir como “el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global”⁷

Hay cuatro principios que definen el fenómeno de las redes sociales⁸ y que nos permiten penetrar desde ello en la visión antropológica:

1. La apertura de Amazon, eBay, Google y Facebook abren sus aplicaciones e infraestructuras de negocio con el propósito de incrementar la velocidad, el alcance y el éxito de las innovaciones. Sus plataformas de participación crean un escenario global en el que cientos de miles de clientes y socios añaden valor y establecen empresas y negocios sinérgicos”
2. La interacción entre iguales.
3. El uso compartido (hoy en día, las empresas inteligentes comprenden que compartir es algo más que un requisito de buena conducta. Significa reducir costes, construir una comunidad, acelerar los descubrimientos y conseguir que todos los barcos se hagan a la mar”)
4. La actuación global.

Como actividad humana transformadora esta se compone desde una etnografía sustentada en herramientas tecnológicas para potenciar la eficacia de las redes sociales *on line* (‘software social’), que operan en tres ámbitos, “las 3Cs”, de forma cruzada:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos).

A diferencia de los espacios sociales naturales que estudia la antropología, el ciberespacio se expresa como una nueva realidad centrada en el conocimiento humano y su creación en función del mejoramiento humano, en especial de la comunicación virtual la cual modifica a la real en el tiempo y en el espacio. Es un contexto múltiple, diverso en el orden técnico y cultural que pone en movimiento una variedad de relaciones y

⁷Royero, Jaime. Redes sociales 2007.—Tomado de: <http://mnewgrupo3.wikispaces.com/1+-+Definicion>, 26 de abril de 2015.

⁸Tapscott, Don. Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes.—Londres: Piados Empresa, 2006.

representaciones que afectan la concepción misma de la etnografía, concebida tradicionalmente en un entorno fuera de línea, en el que predominan las interacciones cara a cara, situadas en un contexto.

Así los temas de la etnografía se revelan como nodos de una intrincada trama contemporánea y su metodología por momentos se tambalea frente a este nuevo escenario. Se visualiza, así la “magia del etnógrafo” que Malinowski pudo establecer con envidiable certeza a principios del siglo XX.⁹

Las redes sociales desde lo antropológico constituyen un universo humano, técnico y cultural desconcertante. Pone en movimiento una variedad de relaciones y representaciones que afectan la concepción misma de la etnografía, concebida hasta el momento en un entorno *off line*, en las que predominan las interacciones cara a cara situadas en un contexto.

Considerar el ciberespacio como un lugar plausible para realizar el trabajo de campo es todo un desafío pues implica pensar y plantear bajo nuevos términos varios de los supuestos de la etnografía, como la noción de espacio, observación participante, tratamiento de las relaciones de campo o los principios éticos de la investigación, entre otros. Examinar la comunicación y el lenguaje como fenómenos antropológicos mediados por computador (CMC- Comunicación Mediada por Computador) requiere un esfuerzo reflexivo constante sobre la metodología cualitativa en uso, en el marco de un enfoque necesariamente tecno-social. Ello hacen novedoso el tema.

⁹Kolko, B. *Race in cyberspace*/ B. Kolko, E. L. Nakamura y G. B. Rodman.--New York: Routledge, 2000.

CAPÍTULO 1:

1.1 La cibercultura aproximaciones de su concepción como fenómeno antropológico.

En la exploración realizada en las Universidades de Ciencias Informáticas, Cienfuegos y Villa Clara, Cubarte, Centro Juan Marinello y la UNEAC no se aprecian investigaciones en este objeto de investigación y en las entrevistas efectuadas como diagnóstico a artistas, dirigentes, creadores e innovadores culturales, refieren vacíos y ausencias de este contenido, necesario para el trazado de estrategias institucionales dentro de la política cultural del territorio.

La antropología aplicada a la virtualidad, comenzó a tratarse a finales del s- XX como consecuencia del creciente movimiento que se produce alrededor de procesos globales de comunicación, donde Internet aparece como una nueva forma espacial a la cual los seres humanos acuden para comunicarse, desde símbolos, significados y sacralizaciones que exigen una explicación tecno científica.

Desde el punto de vista antropológico en la actualidad se trabaja el concepto que toda cultura significa el espacio que habita definiendo zonas de atracción y de repulsión, así como otras escasamente tatuadas de signos. Los espacios de repulsión se cargan de símbolos negativos, ya sean por resultar desagradables o temibles, y los otros por una gran carga de sentido desplegado en un espectro amplio y complejo, son diversos en la sociedad y se rigen en centros o ejes de la actividad simbólica de la sociedad¹⁰.

En los procesos culturales están los espacios imaginarios¹¹ por lo común siempre buscan anclajes visibles en el espacio físico, tal es el caso de lo virtual, donde se es propenso a congelar lugares en el tiempo, sacralizando ámbitos desde la existencia cotidiana e individual en evocación simbólica, aspecto este imprescindible en la comprensión de la virtualización como fenómeno antropológico la cual está vinculada al hombre desde los inicios de la humanidad para hacerse representar en los espacios.

Por eso en las condiciones del mundo virtual, del mundo de las redes y de la globalización de la información como nuevo proceso que la sociedad asume, aparece la **Cibercultura**.

Surge como consecuencia del desarrollo de la cultura tecno-científica vinculada a la producción, implementación y socialización del *software* y el *hardware*, y las posibilidades que esto brinda en el plano cultural, informativo y del conocimiento. Se inicia a lo largo de

¹⁰Colombres, Adolfo. Teoría transcultural de las artes visuales/... Editorial ICAIC, La Habana. 2011. 455 p.

¹¹Escobar, Tirso. Textos varios sobre cultura, transición y modernidad. — Paraguay: Agencia Española de cooperación Internacional. 2011.375 p.

la década de 1970, 1980, 1990, como resultado del boom de la informatización de la información y la rapidez de esta para llegar a sus destinos desde nuevos espacios donde la virtualización como expresión antropológica alcanza nuevas dimensiones que se respaldan en construcciones culturales surgidas de la propia sociedad, de la selección de conocimientos, habilidades, destrezas como manifestación de un tipo de cultura, de sus valores y éticas.

Es la cultura que surge del uso del ordenador para la comunicación, el entretenimiento y el mercadeo electrónico, nacida de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación como Internet, basada en las ventajas y desventajas de la libertad absoluta, el anonimato, ciberciudadanos con derechos y obligaciones¹².

Se puede considerar a la cibercultura como una estructura para comprender la dinámica mostrada en el contexto virtual, es un sistema que se sustenta en códigos y símbolos sígnicos representaciones, discursos procedentes del devenir histórico en diferentes tiempos y espacios utilizados como ambiente, expresión en nuevas circunstancias que es el espacio virtual. Requiere de conocimientos construidos y visualizados, dominio de aplicaciones, dispositivos y lenguajes, así como habilidades para navegar y comunicar, los cuales tienen que ser comprensibles para el ser humano, donde se proyectan las condiciones imprescindibles para la creación de grupos humanos de cibernautas que establecen un sistema de relaciones en nuevo espacio: el ciberespacio. Para esto se emplean recursos culturales construidos por estos propios grupos y para todo el que decida ser cibernauta.

Es utilizada cada vez más por los grupos humanos lo cual se ha convertido en imprescindible en la vida cotidiana actual y abarca todas las esferas de la vida, en sus procesos de comunicación, individualización e intercambios que crean nuevas formas culturales, lenguajes, modos de vida y de ubicación espacial, comportamientos, entre otros. Se crea así un nuevo mundo nutrido de la necesidad de comunicación permanente y global, de la relación individuo/máquina/empleo, las cuales propugnan nuevas y constantes necesidades culturales desde la informatización de la información.

Como una nueva forma de cultura, el uso de las nuevas tecnologías forma parte de las cotidianidades humanas, el ser humano actual se apoya en ella para realizar todo tipo de actividades vinculadas a la reproducción de su vida, con la búsqueda de alternativas que

¹² Cuadra, Álvaro Epistemocrítica de la e-comunicación: elementos para una etnografía virtual de las prácticas científicas en la era digital, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuadra.pdf, 8 de octubre de 2014.

resuelva la relación entre mundo *on line* y *off line*, convirtiéndose en un nuevo modo de vida, intrínseco para los grupos humanos, que se contextualiza en el desarrollo socioeconómico, político, legislativo, cultural, de los pueblos, comunidades y grupos, donde se organizan los individuos, pero siempre desde el empleo de sus recursos culturales. Esta relación espacio virtual/espacio real, tiene un costo que en la dimensión cultural incide en la conciencia y en la ideología y en quien los usa.

Finalizando la década de los '80, el proceso de expansión de las TIC comenzaba a acelerarse y algunas perspectivas de análisis denominaron cibercultura a las experiencias y producciones desarrolladas en esta nueva dimensión cultural contemporánea que orbitaban en torno al núcleo de las mediaciones tecnológicas. Las categorías principales de esta cultura son: la interactividad humana con las máquinas, la hipertextualidad articuladora de diversos lenguajes y la conectividad como facilitadora de la comunicación e información mediada por computadoras.

Podríamos deducir que la cultura contemporánea se redefine en el ciberespacio y/o citar a un experto en el tema, Pierre Lévy, que designa el ciberespacio como un universo de redes numéricas que se ha constituido en el lugar de encuentro de la cultura contemporánea, lugar de conflictos mundiales y nueva frontera económica y cultural¹³.

En síntesis la cibercultura es: "La cultura que emerge a través de la utilización de todos los medios de comunicación", porque es la adaptación de los nuevos medios para la interacción entre individuos y de igual manera a través de la mediatización tecnológica esta intrínseco el obtener conocimiento, aunque de manera subjetiva, teniendo entendido de que cada persona es poseedora de un criterio distinto¹⁴.

1.2 La ciberantropología como expresión de la antropología aplicada.

La Ciberantropología o antropología aplicada conocida también como antropología del ciberespacio es una rama de la antropología sociocultural, estudia sistemas cibernéticos y la relación entre humanos y nuevas tecnologías.

La ciberantropología, estudia la relación del ser humano con las tecnologías relacionadas al INTERNET y sus productos, esto implica llevar los estudios antropológicos fuera de un contexto *Offline*. Por ende, la ciberantropología centra su atención tanto en contextos *Online*, como en fenómenos tecnológicos como lo pueden ser el estudio de dispositivos de uso masivo, entre los que podemos encontrar i-Pod, i-PDAs y todo tipo de Hardware, hasta la fusión del hombre con la máquina como es el caso de los cyborgs.

¹³Levy, Pierre. Cibercultura/ Pierre Levy.-- Santiago de Chile: Dolmen, 2001.

¹⁴Elaborado por la autora.

En la actualidad la ciberantropología ha alcanzado su máxima expresión en su concepto y se delimita a un estudio de la Web. (Sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedios interconectados y accesibles vía Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener textos, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de esas páginas usando hiperenlaces.) El concepto de esta nueva etnografía evolucionó de la siguiente manera: Etnografía del ciberespacio¹⁵, Etnografía virtual¹⁶, Antropología de los medios¹⁷, Etnografía media¹⁸, Etnografía de/en/a través de Internet¹⁹, Ciberantropología²⁰. Los textos, interpretaciones y conclusiones acerca de este proceso generan en la actualidad la construcción de estas a partir de estudios de la ciberantropología y en una dimensión esencial en las artes visuales, pues sus estéticas son a su vez contenidos del ciberespacio y tecnología del mismo, de ahí la necesidad de su estudio.

La autora, debido a la flexibilidad teórica y metodológica que permite la interpretación desde la antropología cultural, asume la etnografía digital, conocida más comúnmente en las redes como “Etnografía virtual”, para poder interpretar las acciones, percepciones y empleos del ciberespacio, categorías que en la actualidad se presuponen como dimensiones principales a tener en cuenta en los estudios de la ciberantropología en las web.

La ciberetnógrafa Hine²¹ plantea que la Etnografía es una metodología ideal para iniciar estudios en torno a Internet, ya que con ella se pueden explorar las interrelaciones entre las tecnologías y la vida cotidiana de las personas en el hogar, en la oficina, en el mercado y en cualquier otro lugar del mundo real. Por tanto, se percibe que la perspectiva etnográfica puede adaptarse para la comprensión de los fenómenos en Internet.

Domínguez²² realiza desde el punto de vista antropológico, un análisis sobre esta modalidad de la Etnografía, al declararla sustentada en dos criterios esenciales: los conocimientos que se posee en la red y los actores articulantes y sus necesidades dentro de ella, lo cual genera la selección de las técnicas y las formas de aplicación en la

¹⁵ Hakken, David. Cap a una antropologia del ciberespai. *Revista d'etnologia de Catalunya* (14). 1999.

¹⁶ Hine, Christine. Etnografía virtual.-- Barcelona: UOC, 2004.

¹⁷ Ardèvol, Elisenda. La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. —Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 2002.

¹⁸ Beaulieu, A. Mediating Ethnography: objectivity and making of ethnographies of the Internet.--Rotterdam: Social Epistemology, 2004.

¹⁹ Domínguez D. Intención de la Etnografía virtual. En: *Revista Electrónica Teoría de la Educación*.—Madrid, 2007.

²⁰ Cuadra, Álvaro. De la ciudad letrada a la ciudad virtual. Santiago de Chile: Arcis, 2011.

²¹ Hine, Christine. Etnografía virtual.-- Barcelona: UOC, 2004.

²² D. Intención de la Etnografía virtual. En: *Revista Electrónica Teoría de la Educación*.—Madrid, 2007.

práctica, que se desarrolla desde la disparidad de criterios en torno a este método que genera apreciaciones y diversas controversias.

Al respecto, Domínguez señala que la Etnografía virtual no trabaja (sólo) con comunidades virtuales, no busca (sólo) grupos más o menos con características comunes, estén o no ubicados en contextos espaciales euclidianos, su campo de estudio no es (sólo) el ciberespacio, los temas que estudia no son (sólo) los temas de los que tratan las comunidades virtuales, su método de estudio no consiste (sólo) en analizar las comunicaciones en un espacio virtual. Para Domínguez, la Etnografía **en** y **de** Internet es todo eso y algo más; es algo que tiene que ver con el concepto de cultura y con un modo particular de hacer. También es un método desvinculado de los particularismos, de los enfoques micro de la realidad. Su situación es equidistante del estudio de un caso particular y de la generalización de teorías que tienen por base comportamientos coyunturales.

A partir de 2009 se comienzan a producir reformulaciones teóricas y metodológicas que se enriquecen debido al crecimiento tecnológico y de aplicaciones, la ampliación de Internet a diferentes estamentos sociales, la aparición de tecnologías cada vez más individuales de fácil transportación y uso como los mini laptops, tablets, smarthphone. Pero hay un hecho trascendental que está relacionado con el surgimiento de las grades redes sociales, globales de su inicio como las salas de chat del yahoo, de MSN, Terra entre otros, que culmina con las redes sociales contemporáneas y la Web 2.0 y es la creación entre ellas de la más popular: Facebook, objeto y campo de estudio de esta tesis.

Estos posicionamientos colocan al antropólogo en cruzadas teóricas y metodológicas, lo cual ubica problemáticas al etnógrafo. Significativo son las que se presentan para abordar el contexto de Internet y se relacionan con las formas de asumir los posicionamientos y las generalizaciones acerca del ciberespacio de donde se derivan limitaciones y alcances. Para Hine estas se pueden dividir en dos categorías: cambios en el rol del tiempo y el espacio; cambios en las comunicaciones y en el rol de los medios de comunicación social. Por eso el ciberetnógrafo, debe tener en cuenta a decir de diferentes autores los siguientes elementos:

1ro: Tener en cuenta un posicionamiento frente a lo difícil que resulta precisar el objeto de estudio.

2do: Partir que como ciberespacio el espacio físico deja de tener importancia y lo corporal no es necesario para las relaciones sociales²³.

3ro: Los contenidos y aplicaciones tecnológicas son siempre progresivas y crean constantemente nuevos contextos, contenidos, asociaciones y comunicaciones que generan perspectivas y enfoques diversos en constantes construcciones incorpóreas, nuevas percepciones humanas que parten de lo sensorial, emocional y las construcciones subjetivas de individuos y sus individualidades.

Al respecto afirma Dreyfus: ... (La incorporeidad y la carencia de relaciones sensoriales entre los sujetos en el contexto de Internet, trae consecuencias indeseadas en los procesos de aprendizaje virtual)²⁴.

A pesar de todas estas limitaciones presentadas por la nueva dimensión virtual producto del uso de Internet para mediar las relaciones sociales, se percibe en las afirmaciones de Hine²⁵ la posibilidad cierta de realizar investigación etnográfica a través de Internet.

Por ello las investigaciones de la ciberantropología requieren ajuste y colocaciones del método etnográfico. Para este propósito incluyen tener en cuenta las posibilidades de la simetría en la exploración, pues el investigador emplea los mismos medios que sus informantes, se mueven en un mismo contexto y se relacionan en un espacio que no es corpóreo ni temporal. En la actualidad viene a jugar un papel principal el desarrollo de etnografías móviles y multi situadas que también dan algunas guías para explorar la constitución de objetos etnográficos que atraviesan desde la virtualización, espacios geográficos junto a sus informantes.

Tales avances permiten pensar en la Etnografía como modo de conocer a través de la experiencia, sin pretender producir un estudio que abarque la totalidad de una cultura determinada. Con ello se abren, simultáneamente, las posibilidades de repensar la conformación de un objeto etnográfico y reformular las bases del compromiso del trabajo de campo.²⁶

1.2.1 Teoría sobre virtualidad. Su importancia para el objeto de estudio.

La autora asume para su trabajo la teoría de Álvaro Cuadras (Chile, 2015), su visión latinoamericana del uso de la red y su experiencia en la ciberantropología, su adecuación a las realidades regionales y su acercamiento a la cubana, así como la flexibilidad teórica

²³ Infantes, A. Nuevas etnografías y ciberespacio. Monografía del Observatorio de la Cibersociedad. Tomado de: http://www.wikilearning.com/nuevas_etnografias_y_ciberespacio-wkc-20269.htm, 16 junio de 2014.

²⁴ Dreyfus, H. Acerca de Internet. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad.-- Barcelona: UOC, 2003.

²⁵ Hine, Christine. Etnografía virtual.-- Barcelona: UOC, 2004.

²⁶ Elaborado por la autora.

a los espacios y tiempos de estudio, la aproximación al pensamiento etnográfico y la posibilidad y pertinencia de su teoría como objeto de estudio de esta tesis.

Las nuevas tecnologías sirven de polo infraestructural a una suerte e inteligencia colectiva, en la actualidad, observamos que las redes digitales van cubriendo paulatinamente el planeta. Esta red se comporta como una superficie esférica en expansión, cuya singular topología impide encontrar un centro: de hecho cualquier usuario es al mismo tiempo emisor y receptor de información, en una dinámica virtual que se está transformando a cada instante.

Desde la perspectiva global, la nueva modalidad comunicacional no es solo un aspecto de la cultura contemporánea, sino que trae consigo un cambio en los supuestos semiológicos de la cultura misma: un nuevo régimen de significación. Si admitimos que los modos comunicacionales funcionan como sistemas modelizadores que modifican todos los ámbitos de la expresión simbólica, debemos admitir que asistimos al nacimiento de una nueva cultura, comparable a aquella que nació con los signos cuneiformes y que inauguró la historia.

En la literatura antropológica consultada el sistema de signos es altamente complejo, se distribuye de manera simétrica y homogénea. Eleva la potencia de la capacidad colectiva de representar realidades miméticas y abstractas. Constituye un nivel de complejidad semiótica, inédita en la historia humana, por eso las redes de información han abolido la univocidad de sentido, poniendo en relación en tiempo y espacio, narrativas de procedencias diversas

Esta nueva etapa que apenas se inicia, despliega en el espacio virtual todos los tiempos de la cultura humana; una verdadera enciclopedia viviente que se enriquece a cada segundo. Todos los signos se hacen presentes en una perpetuidad sin fronteras.

Como expresión etnográfica las artes visuales son prácticas simbólicas que en ella surgen y sus concepciones estéticas luchan por explicar y visualizar formulaciones definidas que se encuentran en una constante reelaboración como intento de plasmar una concepción casi siempre multicultural y transdisciplinaria.

Desde la etnografía se abre así el enfoque, esa rama de la filosofía que es la estética se torna apenas un punto de partida, una mirada que irá enriqueciendo y ampliando con otras proveniente no solo de la historia y la crítica del arte, sino también de la antropología, en especial al que estudia el mundo simbólico, la sociología, la psicología, la semiología y la teoría de la comunicación. En el mundo las miradas antropológicas no se presentan como aisladas y alternativas sino que se funden en una sola que reúne así

ingredientes de distintas disciplinas a fin de lograr una síntesis reveladora y sistemática (...) permeable y las opciones para resolverla en diferentes planos.²⁷

Esto evidencia que desde el punto de vista antropológico lo virtual sirve de propedéutica a lo que puede considerarse el meollo de la virtualidad, exige la revisión crítica de su posición, la estética que lo promueve donde se analizan los aportes de diferentes culturas, los conceptos con que se orientan las teorías a exponer en la red y su papel en la historia, la relativización de la información, de la imagen y del espacio-tiempo. Lo extraordinario parece sobrehumano y se estructura desde verticalidades ascensionales prescindentes, por eso el intento individual de salirse de las fronteras en el contexto creado por el ciberespacio donde coinciden lo virtual y lo artístico.

Según Cuadra la virtualización ha sido definida por Pierre Lévy en los siguientes términos: “La virtualización no es una desrealización (la transformación de la realidad en un conjunto de posibles), sino un cambio de identidad, un desplazamiento del centro de gravedad ontológica del objeto en cuestión: en lugar de definirse a sí mismos. Es una *performance* metafísicamente substantivada, o una obra de arte total realizada como organización, institucional, psicológica y tecnológica”²⁸.

Las nuevas tecnologías significan una radical novedad, en cuanto son capaces de fabricar la realidad para la conciencia individual.

Para Cuadra la ciberantropología de las mediaciones tecnológicas no representa un mero instrumento sino que redefine los modos de significación. Como sostiene Cuadra: “El lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para expresarse, densificarse y convertirse en estructural, la tecnología remite hoy no a la novedad de unos aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras”²⁹. Notemos que, en efecto, tanto ciencias como técnicas de vanguardia vienen apoyándose desde hace ya más de cuarenta años en las teorías lingüísticas y de la comunicación, como fundamento para el desarrollo de memorias, bancos de datos e inteligencia artificial. La irrupción de la imagen, y muy en particular la imagen numérica o digital, ha sido caracterizada como una nueva figura de la razón, al respecto Cuadra cita a Martín Barbero: “Estamos ante la emergencia de otra figura de la razón que exige pensar la imagen, de una parte, desde su nueva configuración sociotécnica: la computadora no es

²⁷Colombres, Adolfo. Teoría transcultural de las artes visuales/-- Editorial ICAIC, La Habana. 2011. 455 p..

²⁸Levy, Pierre. Ciber cultura/ Pierre Levy.-- Santiago de Chile: Dolmen, 2001.

²⁹Cuadra, Álvaro. Hiperindustria cultural, 56. Santiago de Chile: Arcis, 2008.

un instrumento con el que se producen objetos, sino un nuevo tipo de tecnicidad que posibilita el procesamiento de informaciones, y cuya materia prima son abstracciones y símbolos³⁰. Esta tecnicidad a la que alude nuestro autor ya no se enmarca en una pura relación instrumental sino que instala una inmediatez psíquica y perceptual que redundante en lo que hemos llamado nuevos modos de significación. El saber virtual, a nuestro entender, se funda precisamente sobre un modo de significación tal en que lo sensible y lo inteligible se funden, la imagen se hace modelo desde el punto de vista antropológico la visibilidad de la imagen deviene legibilidad, permitiéndole pasar del estatuto de “obstáculo epistemológico” al de mediación discursiva de la fluidez (flujo) de la información y del poder virtual de lo mental.

En la virtualización como expresión antropológica aplicada es una nueva condición que agrega la conjunción de lenguajes diversos, (audiovisuales) y la posibilidad cierta de trabajar interactivamente en arborizaciones hipertextuales, se inaugura un universo en que los significantes y las superficies perceptuales, reconfiguran la intelección misma.

Al respecto concluye Cuadra: “Al trabajar interactivamente con sonidos, imágenes y textos escritos, el hipertexto hibrida la densidad simbólica con la abstracción numérica haciendo reencontrarse las dos, hasta ahora “opuestas”, partes del cerebro. De ahí que de mediador universal del saber, el número esté pasando a ser mediación técnica del hacer estético, lo que a su vez revela el paso de la primacía sensorio-motriz a la sensorio simbólica”³¹.

No obstante al crear la red la comunidad se expande horizontalmente, busca la fusión con el mundo y crea un nuevo espacio y tipo de relación. En el ciberespacio se expresa la dialéctica de lo visible y lo invisible, de los que muestran y ocultan, en el sentido profundo, revela ocultando, deja entrever lo real, que remite a lo maravilloso que desmonta las prohibiciones en un proceso global de socialización que genera declaraciones desinhibidoras³².

El ciberespacio es ajeno al orden cotidiano, se penetra en un mundo transfigurado modulado por la sensaciones, emociones, el deseo, la imaginación de los que confirman sus diversas expresiones en ocasiones en forma de evasión, aunque la persona no evade la realidad sin embargo ve en la red un modo de desligarse a las actuaciones humanas.

³⁰ Barbero, Martín. Vida insular en la aldea global. —Bogotá: CES, 1999.

³¹ Cuadra, Álvaro Epistemocrítica de la e-comunicación: elementos para una etnografía virtual de las prácticas científicas en la era digital, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuada.pdf, 8 de octubre de 2014.

³² Elaborado por la autora.

Cuadra refiere que el surrealista belga René Magritte inicia estos acercamientos cuando nos propone su célebre cuadro “La traición de la imágenes” (1929), (ver foto 6) en el cual, justo al pie de una pipa se lee la frase “Ceci n’est pas une pipe”, está señalando, precisamente, el problema de la representación. En efecto, el cuadro no nos muestra una pipa sino el signo que quiere representarla, sin alcanzar jamás al original aspecto, en la actualidad los antropólogos lo toman de punto de partida para estos tipos de estudio.

Este hecho, en apariencia trivial, reclama e inaugura una reflexión profunda, cual es la relación de los signos y la realidad. En la actualidad, la paradoja estriba en que las tecnologías digitales hacen posible la construcción de imágenes referenciales, imagen virtual de una pipa capaz de tornarse en una realidad en sí misma. Como diría Subirats: “En la cultura virtual la condición ontológica del ser es su transformación en imagen. Sólo la imagen es real”³³.

Según Álvaro Cuadra un caso de virtualidad es la llamada “realidad virtual”, esto es: “...un tipo particular de simulación interactiva en el cual el explorador tiene la sensación física de encontrarse inmerso en una situación definida por una base de datos. En este caso, la virtualidad se nos presenta como una experiencia polisensorial capaz de reproducir una situación dada. Este hecho ha permitido la simulación de diversas realidades y diversas contingencias, como una forma nueva.

Esto es posible porque a diferencia del “espacio” kantiano, entendido como una representación *a priori* que fundamenta todas las intuiciones externas, el “espacio virtual” es una imagen. La imagen virtual excede la mera mediación para devenir simulación funcional. Es más, la imagen virtual conjuga lo sensible con lo inteligible, así imagen y modelo coinciden: “...el mundo virtual se modela y se entiende al ser experimentado a la vez que se deja ver y percibir volviéndose inteligible. La mediación de los mundos virtuales nos permite percibir físicamente un modelo teórico y comprender formalmente sensaciones físicas”³⁴.

La noción de *simulacrum* radicaliza y sitúa el problema planteado por la virtualidad. El simulacro posee tres acepciones fundamentales: como representación de algo, como representación sustantivada y como espectáculo. Detengámonos en esta segunda acepción, el simulacro puede ser entendido ontológicamente equivalente a lo representado para devenir real en sentido estricto.

³³ Subirats, E. *Violencia y civilización*/ E. Subirats.—Madrid: Losada, 2006.

³⁴ Cuadra, Álvaro. *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: Arcis, 2011.

La virtualidad creada por las tecnologías digitales se enmarca, precisamente, en esta acepción en que la representación sustituye al objeto. Según Cuadra refiere: “El simulacro es la representación, la réplica científico/técnica, lingüística o multimediática de lo real convertida en segunda naturaleza, en un mundo por derecho propio, en la realidad en un sentido absoluto. Es una performance metafísicamente substantivada, o una obra de arte total realizada como organización, institucional, psicológica y tecnológica”³⁵

El sentido último de simulacro remite a la fabricación tecnológica de toda la realidad, es decir: “Es el mundo como acabada programación técnica de la existencia y la realidad. El simulacro es el mundo devenido voluntad absoluta, ser en y para sí, y unidad cumplida del sujeto y el sujeto, perfectamente cerrada y opaca a la experiencia y pone en conflicto lo conceptos de causalidad temporalidad e irreversibilidad.”³⁶

Los procesos de virtualización no son tan solo el resultado de una revolución tecnológica que ha permitido la aceleración y expansión de la semiósfera, sino de transformaciones culturales que atañen a los fundamentos mismos de la semiosis. Las mediaciones tecnológicas, estéticas y sociales que supone una cultura massmediática en una sociedad de consumo, han modificado los procesos mentales y de construcción de la realidad, es decir: lo postmoderno puede entenderse como un salto semiótico o como un nuevo modo de significación. A la disociación entre signo y referente que consolida la modernidad, se sigue hoy la disociación entre las formas y sus presuntos significados, el momento postmoderno.³⁷

1.3 Internet y World Wide Web desde el punto de vista ciberantropológico.

Internet se presenta para el investigador desde el punto de vista antropológico, como la tecnología mediadora, cargada de simbología y normas que rigen al entorno “sociotécnico.” Por tal motivo es importante recoger las impresiones en un cuaderno de campo, donde se puede llevar registro de todas las dificultades.

Esto permite estudiar temas como la identidad y la sociabilidad en línea, el establecimiento de categorías *on line*, reglas de comportamiento, resolución de conflictos, sentimiento de pertenencia al grupo, etc., adaptando la observación participante y la realización de entrevistas. Constituyen estudios cualitativos, realizados a partir de técnicas de observación participante, entrevistas en línea o cuestionarios por correo electrónico que exploran diferentes aspectos de la vida social en la red.

³⁵ Ibídem

³⁶ Ibídem

³⁷ Ibídem

La Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que funciona a través de los protocolos TCP/IP que permiten la transmisión de datos entre computadoras. Algunos la definen como "la red de redes", y otros como "la autopista de la información". Efectivamente, la Internet es una red de redes porque está hecha a base de unir muchas redes locales y nacionales entre sí. Prácticamente todos los países del mundo tienen acceso a la Internet.

La World Wide Web es a su vez, una colección de documentos electrónicos que están vinculados entre sí, accesibles a través de la Internet. Consiste en un medio de comunicación en donde se dispone de documentos de hipertexto (o sea que se incluyen enlaces a otros sitios) con textos, imágenes, videos, gráficos u otros formatos. Para acceder a estos documentos o páginas web, se requiere de un software o programa capaz de interpretar de manera gráfica o visible la información que se obtiene de la Internet. La Web: ha evolucionado hasta ser un medio de publicación electrónica global, y, de forma creciente, un medio que sirve de soporte al comercio electrónico.

1.3.1. Web 1.0. Y Web 2.0:

La Web 1.0 es unidireccional ya que el contenido lo crea la industria, se le denominó al momento que la Internet era más estática y era utilizada por personas con conocimientos técnicos. La Web 2.0 es multidireccional ya que el usuario puede crear contenido y se le denominó así al momento que la Internet ofreció servicios y tecnologías creadas para usuarios finales y surgen las redes sociales.

1.4 La Redes sociales. Facebook: aproximaciones históricas para la comprensión antropológica. Concepto.

“Las redes son formas de interacción social, espacios sociales de convivencia y conectividad. Se definen fundamentalmente por los intercambios dinámicos entre los sujetos que las forman. Las redes, por tanto, se erigen como una forma de organización social que permite a un grupo de personas potenciar sus recursos y contribuir a la resolución de problemas.”³⁸

La Teoría de las Redes Sociales está relacionada con estudios realizados por otras disciplinas tales como la antropología, Carlos Lozares menciona que la idea central de los análisis de las Redes reside en el supuesto de que lo que la gente siente, piensa y hace tiene su origen y se manifiesta en las pautas de relaciones situacionales que se dan entre

³⁸ Rizo García, Marta. Redes: una aproximación al concepto. Tomado de <http://vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/13.pdf>, 5 de mayo de 2015.

actores oponiéndose así a la idea de que los atributos de los actores individuales sean la causa de la pautas de comportamientos y de las estructuras sociales”.³⁹

1.5 Función de una red social.

Marta Rizo define que las funciones de las redes sociales son muy variadas, que van desde las que proveen de compañía y apoyo, en donde se desarrollan lazos afectivos con familiares y amigos, y que por lo general son sitios informales que actúan de forma espontánea, hasta las redes académicas, que se basan más en el intercambio de información y conocimiento sobre un tema en particular, en este tipo de redes la vinculación es estrictamente sobre temas académicos o profesionales.

El fundamento del funcionamiento de las redes sociales son los vínculos que pueden ser de diferente índole e intereses. La articulación de las redes sociales depende de las características de los vínculos. Jesús Galindo⁴⁰ menciona los siguientes niveles de complejidad en la configuración de redes sociales:

- Conectividad: se refiere a que exista una liga entre grupos o entidades sociales.
- Interactividad: Una vez conectadas las entidades se genera el intercambio de ideas e información.
- Vinculación: Nace de la interacción y tiene una fuerte carga afectiva. Es donde la relación social se vuelve más estrecha.
- Comunicación: Parte de la vinculación y la incluye o puede darse desde la interactividad sin crear vínculos.

La comunicación como expresión humana en su doble vertiente oral o escrita es tan vieja como el hombre mismo. En la prehistoria, obviamente todavía no se conocía la comunicación escrita porque aun no se inventaba un alfabeto o la escritura en sí, se comunicaban como podían, con sonidos simples, gritos, gestos y movimientos corporales, era una forma bastante sencilla de darse a entender, pero finalmente para eso era.

La comunicación como proceso humano ha evolucionado y revolucionado la vida de la sociedad mundial, con el pasar del tiempo el hombre ha buscado diferentes formas de comunicarse, en tal virtud las redes sociales se han convertido en uno de los medios más eficaces para interactuar con otras personas, siendo capaces de generar canales de expresión desde el intercambio de información, en donde cualquiera puede convertirse en emisor y producir sus propios contenidos.

³⁹Lozares, Carlos. Teoría de las Redes Sociales. Tomado de: <http://www.raco.cat/index.php/article25386/58613>, 5 de mayo de 2015.

⁴⁰Galindo, Jesús. Ingeniería en Comunicación Social y familia.—Tenerife: Universidad de la Laguna, 2013.

Desde la antropología “La comunicación es vital para el desarrollo del ser humano, a través de ella se transmiten los patrones culturales que rigen nuestra conducta. El ser humano manifiesta siempre su visión del mundo, su forma de pensar, de sentir, de ver la vida, por medio de actos comunicativos”.⁴¹

Trabajar el tema de las redes sociales se ha convertido en una de las principales atenciones de las ciencias sociales por varias razones; principalmente porque es de actualidad y aún no se ha trabajado como herramienta, el campo de la cultura lo emplea como posicionamiento en la humanidad para la ampliación del radio de cobertura de la temática de las redes sociales, al aportar otros datos al respecto que quizá, puedan orientar futuras investigaciones en este contexto y por que actualmente Facebook es una de las plataformas en la Internet más utilizadas y una de las redes sociales más populares.

El espacio telemático, cuyo mejor exponente actual es la Internet, no es presencial, sino representacional, no es proximal, sino distal, y no se basa en recintos espaciales con interior, frontera y exterior, sino que depende de redes electrónicas cuyos nodos de interacción pueden estar diseminados por diversos países.

Desde el punto de vista antropológico las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, conforman un nuevo espacio para la interacción social, el cual está siendo empleado de manera progresiva por las redes sociales. La creación de un nuevo espacio se percibe como una nueva oportunidad para miles de seres humanos que lo necesitan como lugar de formación, capacitación y ocio⁴².

1.5.1 La Red Social más popular: Facebook

Desde la ciberantropología Facebook se define a sí misma como la red social que le da a la gente el poder de compartir, haciendo el mundo más abierto y conectado. Millones de personas la utilizan cada día para mantenerse en contacto con sus amigos, subir un número ilimitado de fotografías, compartir links, videos, y realizar también actividades comerciales. Resulta común que la mayoría de las personas que tienen acceso a la Internet tengan una relación constante en esta red social que permite una interacción social alterna facilitadora de relaciones con distintos públicos.

⁴¹Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. Comunicación Semiología del Mensaje Oculto.—Guatemala: Eidos ediciones, 2002.

⁴²Hugarte, David de. El Poder de Las Redes Sociales.—España: Biblioteca de las Indias Electrónicas, 2011.

Para el estudio ciberetnográfico se ha recopilado un “ranking” de las redes sociales más populares de estos últimos años, en orden jerárquico se encuentran: Facebook, Google Plus, Twitter, Youtube, Yahoo Respuestas, Hi5, MySpace, Menéame, Metroflog y la red social Badoo. En esta investigación se delimitó a la red social Facebook como medio de visualización y socialización de los artistas desde la WEB.

Desde el punto de vista antropológico las redes sociales de Internet son históricamente la evolución de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano, que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, en la Internet se pueden definir como una página web multifuncional en construcción permanente que involucran a conjuntos de personas que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas organizadas para potenciar sus recursos. Pueden ser sistemas abiertos o cerrados y su característica principal es el intercambio permanente de información, la inmediatez de este intercambio y las relaciones entre los usuarios son la base fundamental.

Se concluye que entre las principales actitudes que adoptan los usuarios de Facebook cuando las páginas de interacción social con amigos virtuales se convierten en un medio para promover y socializar, son de aceptación, agrado, conveniencia pertinencia y consentimiento.

1.5.2 Facebook: acercamiento a su historia y evolución.

Actualmente es una de las redes sociales más populares y exitosas de la web. Surge a principios de 2004, cuando el estudiante universitario de 19 años, Mark Zuckerberg, intentó crear -con la ayuda de Chris Hughes, DustinMoskovitz y Eduardo Saverin- una comunidad exclusiva para compartir información entre los estudiantes de la Universidad de Harvard, en Estados Unidos.

Lejos de los planes iniciales, la red social se expandió al permitir que los estudiantes agregaran a miembros de otras instituciones ajenas a ese sitio. Así, terminó siendo abierta al público en general (sólo bastaba con tener una cuenta de correo electrónico), lo que la convirtió en un verdadero boom en la web.

Actualmente el sitio cuenta con más de 865 millones de usuarios a nivel global, quienes comparten fotos, mensajes e intereses comunes. En una entrevista al Diario *The Wall Street Journal*, Zuckerberg aseguró: “Nuestra misión es conectar a la gente (...) La mejor manera de que Facebook funcione es hacer lo que la gente quiere”⁴³.

⁴³The Wall Street Journal Is Facebook Ready for the Big Time? *Diario The Wall Street Journal*(New York) 14 de enero de 2012. Tomado de: <http://online.wsj.com>, 25 de marzo de 2014.

En ese sitio, los usuarios pueden subir fotografías y videos, publicar notas, recibir noticias sobre posteos que realicen sus amigos, unirse a grupos de intereses afines del mismo lugar de residencia, universidad o empresa, y hasta incluso jugar en grupo. De esa manera, día a día millones de usuarios coinciden en esas sub-redes creadas en Facebook donde comparten contenidos, opiniones y noticias sobre un determinado tema a través de las aplicaciones ofrecidas.

Así Facebook se convirtió en un espacio donde empresas grandes y pequeñas pueden desarrollar aplicaciones y hasta hacer sus negocios mediante esta plataforma. El éxito radica en que se trata de un sitio de fácil manejo que tiene como único requisito que sus usuarios cuenten con Internet y correo electrónico, por lo que ni siquiera es necesario tener una computadora propia. Una vez que se abre una cuenta en Facebook, navegar a través del sitio es sumamente rápido y sencillo, lo que permite que cualquier usuario con un mínimo de conocimientos informáticos pueda utilizarlo.

Entre 2009 y 2015, Facebook contaba con una serie de características que fueron variando con el correr del tiempo: algunas fueron evolucionando hasta tomar una nueva forma, otras desaparecieron y se incluyeron otras nuevas.

De acuerdo a su objetivo y temática es una red social horizontal porque está dirigida a todo tipo de usuario y sin temática definida, permite la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido distinto del de generar masa.

1.6 Estructura y aplicaciones de la red y su valor antropológico

Facebook, que en muchos sentidos sintetiza formas de “expansión” de la sociedad hacia y en el mundo virtual, es un terreno útil para ensayar una indagación con mirada ciberetnográfica sobre nuestros comportamientos en las redes sociales.

El estudio de algunos de los usos de esta herramienta-espacio en el contexto cultural y político actual, permite esbozar rasgos de la fisonomía de una sociedad en cambio. Se plantea la observación de tres aspectos que pre condicionan las formas de usar Facebook: los marcos que impone la calidad de la conectividad; la existencia de grupos que convive en este espacio virtual, y la tendencia a la presentación de los discursos.

Facebook (FB) es facilitador del mercado de la publicidad, hoy guiado por las lógicas del «comercio relacional» y que está en la base de esta aplicación web en Facebook es posible afirmar, si uno también es feisbukero y ha observado el devenir de este proceso, que la comunidad ha venido in crescendo de forma sostenida, tanto numéricamente como

en cuanto a producto de calidad de su «trabajo» en la red. «Estar en Facebook» es una forma de «existir» que no debe desperdiciarse.

La selección del método ciberetnográfico para este acercamiento obedece al hecho de que se dilucidan comportamientos que, aunque se objetivizan en discursos, se hacen en los contactos y las interacciones entre sujetos cuya identidad virtual se desenvuelve y recrea durante el proceso. Facebook —como otras redes sociales— constituye, sobre todo, un ámbito de relacionamiento, cuyo estudio es absolutamente pertinente y necesario desde las ciencias sociales.

Para el estudio de FB es necesario tener en cuenta la calidad de la conexión, versatilidad de las personas con quienes se interactúa y viceversa, se debe tener una experiencia plena en esa red social utilitaria, la cual pretende ser más sustantiva que lúdica y se manifiesta antropológicamente como una voz emergente a través de cada muro individual. Esto solo sería visible para usuarios registrados: un estado consciente y permanente de visibilidad⁴⁴

En FB se «vive» cierta vigilancia (stalkeo) que ejerce el «otro» en el mundo virtual y que puede influir en el comportamiento de los sujetos en el mundo no virtual. Las dinámicas de relación en Facebook y los discursos que la soportan tienden también a poner a prueba y cuestionar los límites para la reflexión y la expresión en cualquier ámbito, y el resultado suele ser la expansión de estos. Se percibe la presencia de una especie de observatorio de especial sensibilidad para captar los entramados sociales y culturales que genera una discursividad que adoptamos o que construimos y de las interacciones que vivimos en Facebook.

Esta red social cuenta con un buscador para encontrar personas o entidad registrada. Cada usuario tiene su propio perfil, que cuenta con un muro donde la persona puede agregar información relativa a su vida personal, académica y profesional, además de datos sobre sus gustos y preferencias en materia de música, literatura, películas, deportes, series, televisión, equipos de fútbol, etc. En el muro, los amigos de cada persona pueden escribir mensajes para que el usuario los vea, así como también, postear fotos, videos o noticias.

En el perfil, cada usuario puede actualizar su estado o postear alguna frase para que sea leída por todos sus contactos, quienes además tienen posibilidad de expresar su

⁴⁴Recio Silva, Milena. Mis amigos en Facebook. Apuntes con intención ciberetnográfica. Tomado de: www.cinereverso.org, 10 de agosto de 2015.

aprobación mediante el botón “me gusta” que aparece debajo de cada frase, foto, video o link que postean los individuos. Una de las características destacables de Facebook son sus grupos y páginas que, como se mencionó anteriormente, apuntan a agrupar usuarios con intereses afines. En los grupos, las personas pueden subir fotos, vídeos, comentarios y compartir información acerca de un tema específico para generar un debate participativo.

También se crean algunos con fines solidarios para juntar personas que colaboren con una determinada causa o un evento específico. Cabe destacar que en las condiciones de uso Facebook determina la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o racistas, que fomenten el odio o falten al respeto de una persona, un grupo o una cultura. A fin de asegurarse que esta normativa se cumpla, Facebook brinda la opción de denunciar los grupos que vayan contra esta regla.

Por otra parte, y a diferencia de los grupos, las páginas creadas en Facebook tienen fines específicos y no cuentan con foros de discusión, debido a que están enfocadas en personajes, marcas o servicios. Otra de las aplicaciones ofrecidas en Facebook son los juegos. Se trata de actividades lúdicas online como juegos de rol, trivias, pruebas de habilidad o de ingenio. Entre los más populares se puede mencionar Petsociety, FarmVille, The Sims Social, Bejeweled Blitz, Biotronic y CityVille, entre otros.

Facebook brinda además la posibilidad de hacerse regalos virtuales entre amigos, que consisten en pequeños íconos que van acompañados de un mensaje. Cada uno de estos obsequios, que pueden ser por ejemplo golosinas, peluches, flores o bombones, quedan en el muro del usuario agasajado, o bien pueden enviarse en forma privada. En ese último caso, el regalo no será exhibido a otros usuarios.

Existe un servicio también muy popularizado entre los usuarios que consiste en aplicaciones con fines puramente lúdicos mediante las que la persona puede, por ejemplo, entretenerse leyendo su galleta de la suerte, conociendo el ranking de amigos con los que ha realizado mayor cantidad de intercambios en Facebook, descubriendo qué le depara el destino de acuerdo a su horóscopo, a qué famoso personaje se parece, cuáles son las características de su personalidad, qué frase popular lo representa, entre tantas otras ociosidades.

Tanto las aplicaciones como los juegos o los grupos y páginas web, puede ser sugeridos a los amigos mediante una invitación a unirse. Uno de los rasgos que más útil resulta es la columna de recordatorio de cumpleaños, en la que todos los días se le indica al usuario quiénes son los amigos que debe saludar en esa fecha.

Además, se brinda la posibilidad de armar eventos y enviar invitaciones virtuales vía Facebook, con la opción de confirmar mediante ese medio si asistirán o no.

Sin dudas, uno de los servicios de Facebook que más atrae a sus usuarios es el chat con el que cuenta este sitio, que permite que los usuarios que sean “amigos” o no, puedan conversar online, desplazando otros servicios de mensajería que tuvieron su etapa de éxito como MSN o Yahoo.

Por otra parte, se brinda la posibilidad de ensamblar otras redes sociales dentro e Facebook. De esa manera, si un usuario tiene Twitter (una red social para hacer pequeños posts con frases de hasta 140 caracteres) o Foursquare (un servicio que permite postear la localización geográfica del usuario), o Instagram (servicio de fotografía instantánea) puede configurar estos sitios para que sus actualizaciones también sean posteadas en Facebook.

1.7 La perspectiva de la ciberantropología para el caso cubano.

En Cuba los estudios sociales sobre Internet y lo digital, todavía escasos y poco diversos, suelen centrarse en la indagación acerca de los emisores (sus orígenes y estrategias como agentes constructores de agenda) y en el análisis de contenidos/discursos (sus rasgos formales y, muy eventualmente, su semiótica), pero casi nada en el plano de los usuarios y sus prácticas en Internet o específicamente en las redes sociales.

Conocemos muy poco los perfiles del usuario de Internet en Cuba. Ni siquiera en términos estadísticos contamos con un retrato de su composición sociodemográfica. Menos aún sobre su comportamiento frente a las pantallas digitales y por ende su visión etnográfica.

Uno de los mayores cuidados que demanda el estudio de estas realidades virtuales desde las ciberetnografías es delimitar correctamente los aspectos éticos que se ponen en juego. En particular en *Facebook*, las redes de relaciones, o lo que serían las «comunidades observables», se estructuran alrededor de una «solicitud de amistad» correspondida, bajo pactos implícitos de reserva de los contenidos compartidos.

Sin embargo, aunque al inscribirse un usuario en *FB* no ofrece un consentimiento explícito para ser observado como parte de una investigación, retomo la propuesta de DagElgesem para ubicar el requerimiento ético, según el cual “la violación de la privacidad [solo] se produce cuando las expectativas razonables de un individuo son frustradas en lo que toca a las limitaciones del uso de información personal”⁴⁵. En lo que podría quedar dentro de

⁴⁵Elgesem, Dag. What is special about the ethical issues in online research?.—Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 2002.

las expectativas razonables en *Facebook* está la característica de invitar a los «amigos» propios a «ver» (tener acceso a) contenidos ajenos, de otros «amigos», mediante el uso de herramientas como «Me gusta», «Compartir», «Comentar». También se encuentra, derivada de la anterior, la posibilidad de que sujetos no «comprometidos» en una red tengan acceso a contenidos provenientes de ella y dispongan su uso, incluso, fuera de los contextos originales.

En términos generales, en este como en otros casos en Internet, los instrumentos fundamentales para preservar la privacidad de los sujetos observados, y al mismo tiempo defender la integridad de la investigación, son el anonimato y el consentimiento informado.

Pero más allá de datos como estos, cedidos espontáneamente por los usuarios, existen otros que cotidianamente son «expropiados» por *Facebook*, y conforman lo que se ha llamado la «huella digital» de cada uno de nosotros: residen fundamentalmente en nuestros procedimientos. Adentrarse en una red significa explorar el ámbito de esas interacciones.

En *Facebook* muchas intervenciones se vuelven trascendentalistas, acusatorias, confrontantes. Muchas se erigen en calidad de increpación o de defensa. Abundan los «debates» que se sostienen desde la sospecha, el malentendido apriorístico —casi consustancial. También es característico el doble sentido y el uso de frases sugestivas que juegan a decir más de lo que dicen entre comunidades de intelección. Guiños con segundas intenciones que no se esclarecen para poder pasar de largo, ilesos, frente a la censura. Una censura que no se aclara, pero se puede prever: se «vive» cierta vigilancia que ejerce el «otro» en el mundo virtual y que puede influir en el comportamiento de los sujetos en el mundo *no* virtual.

Sin embargo, las dinámicas de relación en *Facebook* y los discursos que la soportan tienden a poner a prueba y cuestionar los límites para la reflexión en cualquier ámbito, y el resultado suele ser la expansión de estos. Emergen discursos que introducen también, desde posturas autoidentificadas como de izquierda o revolucionarias, expresiones críticas dirigidas a presionar o forzar cambios mediante una opinión pública de organicidad viral (como las que suelen preñarse en *Facebook*) sobre aspectos de la política doméstica o de fuentes exteriores a ella que la influyen.

La ciberetnografía se ocupó profusamente del Otro Distante antes de que una revolución tecnológica y la urbanidad contemporánea le empujaran a ocuparse también del Otro Próximo. La “revolución” digital, Internet y las CMO [comunicaciones mediadas por ordenador] nos traen un regalo —quizá envenenado— en la forma del Tele-Otro o del Ciber-Otro. De nuevo, una revolución tecnológica —que tiene también mucho de urbano— produce el suficiente movimiento socio-cultural como para que podamos parasitarlo/etnografiarlo sin ningún sonrojo. El estudio de las formas y manifestaciones de la telepresencia es un área de trabajo pertinente para los etnógrafos de lo cibernético, puesto que en estas formas y manifestaciones se va a descubrir la materia prima de las relaciones sociales trenzadas a través de las comunicaciones mediadas por ordenador, por eso es objeto y método de la etnografía del ciberespacio.

Estudiar los comportamientos en *Facebook*, una especie de patria chica, interregno local-global, es pertinente porque nos habla de muchas maneras acerca del país que somos y la ciudadanía que podemos construir aspectos esenciales en la ciberantropología.

Conclusiones Parciales:

1. La aparición de nuevos contextos antropológicos en la actividad del ser humano como es el caso del ciberespacio y los productos que de él se generan, constituyen cada vez más objeto de investigación, pues su estudio facilita la percepción de empleos de realidades y estéticas de relación. Tiene su expresión en la ciberetnografía como método de la ciberantropología. Ella asume tres procesos: observar, registrar y analizar, acciones simultáneas e imposibles de distinguir entre sí.
2. La información virtual de las redes sociales permite mayores niveles de flexibilidad hacia la comprensión de los procesos subjetivos humanos, en especial los artístico-culturales vinculadas a artes plásticas, así como las formas de relación, comportamiento y comunicación de grupos humanos en las más diversas formas.
3. La Ciberantropología es una rama de la antropología sociocultural, estudia sistemas cibernéticos, la relación entre humanos y nuevas tecnologías, INTERNET y sus productos. Desde ella los estudios de la virtualidad en las redes sociales requieren conocer cómo se crea la estructura básica de la misma desde el orden informativo y tecnológico y su significado a través de los diferentes códigos de interpretación de los cibernautas y de las clasificaciones socioculturales seleccionadas en el ciberespacio.

CAPÍTULO 2:

El trabajo de campo tuvo en sus inicios la caracterización de la muestra de los artistas de las artes plásticas que emplean Facebook. Se desarrolló desde las principales técnicas a utilizar para recolectar los datos que sirvieron de base en la presente investigación.

La investigación se realizó a partir de la observación participante *on line*, consultas bibliográficas, el análisis documental y las entrevistas, esta última consistió en una encuesta a los sujetos/objetos de la muestra con observaciones y los resúmenes de respuestas, que constituyeron parte de la validación junto a la inmersión personal en el espacio virtual de Facebook desde la sala de navegación de la UNEAC en Cienfuegos. De esa «navegación» cotidiana se obtiene la intervención en muchas «conversaciones» y la observación más o menos advertida del comportamiento de otros, textos, imágenes diálogos, fotos, videos, gift, entre otros.

Los acercamientos obedecieron al hecho de que fue necesario dilucidar comportamientos objetivizados en discursos, en un contexto antropológico principal: los contactos y las interacciones entre sujetos cuya identidad virtual se desenvuelve y recrea durante el proceso que tiene como particularidad las artes visuales de los miembros de la UNEAC.

Desde la ciberetnografía, para la muestra constituye un ámbito de relacionamiento, que provoca una problemática ética con respecto al uso de la información y se observó que el 100% de los muestreados para lograr los instrumentos fundamentales de preservar la privacidad de los sujetos observados, hubo que defender la integridad de la investigación muchas veces con el anonimato en algunos de los casos y el consentimiento informado en otros.

Fue utilizada el 100% de la muestra seleccionada la cual se enriqueció en el campo a partir de una variante de la ciberetnografía denominada no probabilística con el muestreo opinático-intencional, porque los sujetos a investigar se seleccionan según recomendación de investigadores o artistas que se aplican por su capacidad para el diálogo, la información que poseen dado su eficacia en los estudios antropológicos, además por las observaciones realizadas en su muro y el estado de opiniones que ofrecen, de hecho los instrumentos se desarrollan en los muros. La autora a su criterio seleccionó y manejó la muestra procurando ser cada vez más representativa para facilitar la validez y contrastación de datos obtenidos desde el ciberespacio.

En este tipo de muestreo se fijó un número de individuos, en total se asumieron a 38 artistas que reúnen determinadas condiciones como: Inscritos en el Registro del Creador, miembros de la UNEAC y/o directivos de instituciones culturales. (Ver Anexo 1) Para el trabajo con la muestra se diseñaron y emplearon un grupo de aspectos que requieren las investigaciones ciberetnográficas como: Registro, sistema institucional, base legal de inscripción, nivel de graduación, la manifestación de las artes visuales a la que pertenece, formación, grupo creador, las marcas o firmas y espacios geográficos constituyendo un total de 38 artistas los cuales se escogieron intencionalmente desde los propios registros. El 87% de la muestra se encuentra en el rango de entre los 25 y 50 años, de ellos el 3 % son mujeres que abordan diversas manifestaciones de las artes visuales.

Es de señalar que en todos los casos se aprecia que los participantes en la muestra trabajan en las instituciones culturales, o son artistas independientes que producen para el comercio del arte, exposiciones personales y colectivas, ambientaciones, contrataciones en el extranjero para proyectos artísticos. El 100% de la muestra en el rapport para su participación estuvo de acuerdo a ser entrevistada y observada en el ciberespacio, por ello Internet fue el contexto más utilizado.

Es significativo señalar que el 26% de los artistas son autodidactas y el 74% graduados del Nivel Medio o del ISA. En el análisis efectuado al currículo de la enseñanza artística del ISA se constató que en sus carreras y como parte de sus programas de estudio reciben la informática como herramienta para la labor profesional y como modalidad de intervención artística.

En la observación y las entrevistas realizadas a los artistas se evidenció que el sistema de relaciones de la muestra a observar en Facebook surge a partir de «solicitudes de amistad» por intereses personales o artísticos y se estructuran alrededor de una correspondida relación de intereses bajo pactos implícitos de reserva de los contenidos compartidos, la cual se denominó «comunidades observables».

2.1 Caracterización de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba como escenario y contexto ciberantropológico donde se ubica el estudio:

La caracterización de la UNEAC se desarrolla a partir del análisis documental de la historia de la organización, el diagnóstico de desarrollo institucional, el programa

organizacional y el sitio web de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), así como la documentación legal archivada al respecto.

La UNEAC es una Organización No Gubernamental, organización social con fines culturales y artísticos, con Status Consultivo II en el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, con personalidad jurídica propia y plena capacidad legal, que agrupa en su seno, con carácter voluntario y siguiendo el principio de selectividad (sobre la base de su currículum artístico) a los escritores y artistas cubanos.

Fundada el 22 de agosto de 1961 por nuestro Poeta Nacional Nicolás Guillén, con el objetivo de preservar el proyecto de justicia social e independencia nacional, en el que han empeñado sus sueños y esfuerzos tantas generaciones de cubanos.

Desde su creación ha estado representada por artistas de reconocido prestigio en todos los ámbitos de las artes estéticas y filosóficas las cuales desde un inicio comienzan a diseñar un sistema de redes y diálogos que se van complejizando en la medida en que aparece la virtualización y comienzan a ser utilizados en función de la promoción, difusión y la socialización de obras, criterios artísticos, estéticos, filosóficos, creativos y valorativos no solo del arte sino de las políticas culturales y el desenvolvimiento de controversias que han posibilitado la toma de conciencia con respecto al arte en la revolución y en la creación de redes socio artísticas.

Dentro de los OBJETIVOS que tiene en la actualidad se encuentran:

- Estimular, proteger y defender la creación intelectual y artística.
- Reconocer la más amplia libertad de creación.
- Rechazar y combatir toda actividad contraria a los principios de la Revolución.
- Favorecer el estudio, la valoración crítica y difusión, tanto nacional como internacional, de las obras representativas de la cultura cubana.
- Contribuir a la preservación y difusión de los valores intelectuales y artísticos del pueblo cubano y a lo más representativo de las culturas de los pueblos del mundo.
- Participar en la defensa de la humanidad, de la diversidad cultural, de la integración latinoamericana y caribeña y luchar contra la canalización y mercantilización de la cultura y el arte.

Estos objetivos generan una serie de funciones:

- Estimular las relaciones sociales y de trabajo entre los creadores de las diversas manifestaciones.
- Desarrollar entre los miembros los valores éticos relacionados con la creación y la obra artística y literaria.
- Velar por los derechos profesionales de todos y cada uno de sus miembros.
- Divulgar entre los miembros, lo establecido en la legislación vigente, en lo referido a la actividad intelectual y artística.
- Propiciar el desarrollo y la disposición de un ordenamiento legal que proteja los derechos de la creación intelectual y artística, así como exigir su cumplimiento.
- Impulsar a través de debates, foros, seminarios, talleres, festivales, concursos y otras formas de promoción, tanto en Cuba como en el exterior, el desarrollo cultural de sus miembros y de todo el pueblo.
- Organizar formas de contacto y diálogo entre los escritores, artistas y el público.
- Ofrecer información especializada a través de publicaciones, servicios bibliotecarios e informáticos, viajes de estudio y becas.
- Contribuir a la formación de nuevos talentos artísticos y literarios.
- Mantener relaciones de cooperación con las instituciones estatales, principalmente culturales y educacionales del país y las organizaciones sociales, políticas y de masas.
- Influir en los medios de difusión masiva con el objetivo de que contribuyan a la formación cultural integral del pueblo cubano.
- Propiciar el intercambio de nuestros creadores con los de otros países. Desarrollar la amistad, colaboración y vínculos estables con personalidades, instituciones culturales, universitarias, fundaciones y organizaciones de creadores de todo el mundo que permitan la realización de los proyectos culturales, especialmente con América Latina y el Caribe.

- Estimular el desarrollo, fortalecimiento y difusión de las manifestaciones culturales populares comunitarias.

Como se observa dentro los objetivos y las funciones de esta organización, se necesita en lo esencial el recurso de Internet, sobre todo por el papel que ocupa en la batalla ideológica de la Política Cultural de la Revolución Cubana desde una forma que ancla en el intercambio de la vanguardia creadora con los de otros países que implica el desarrollo de la cooperación, la amistad, vínculos estables con personalidades, instituciones culturales, universitarias, fundaciones y organizaciones de creadores de todo el mundo que permitan la realización de los proyectos culturales, la defensa de la identidad y de los logros de la Revolución Cubana, especialmente con América Latina y el Caribe.

2.2 La estructura de gobierno para la implementación y uso de la web como elemento del estudio ciberantropológico.

De igual forma las estructuras de gobierno se investigaron desde el análisis documental. Los órganos principales de gobierno de la UNEAC son: el Congreso, el Consejo Nacional, la Presidencia, el Secretariado, los ejecutivos de las Asociaciones Nacionales.

La Presidencia consta de 30 miembros, incluidos un Presidente, un Vicepresidente Primero, y cinco Vicepresidentes, los Presidentes de las Asociaciones Nacionales, dos Secretarios, los Presidentes de los 14 Comités Provinciales y dos miembros sin cargo.

2.2.1: La UNEAC en Cienfuegos. Gobierno y contexto de salas de navegación.

Para el desarrollo de este trabajo se realizó un análisis documental, el diagnóstico del programa organizacional, conversaciones informales con fundadores de la UNEAC y miembros fundadores de la comunidad observable. En la provincia de Cienfuegos esta institución quedó inaugurada el 1ro de diciembre de 1987. En sus inicios la Sede estaba ubicada en la calle 25 # 5425 entre 54 y 56, espacio doméstico perteneciente en sus inicios a la familia Barrayarza.

Vecina a la Sede existía un terreno en desuso, el cual en el siglo XIX, exactamente en el año 1878 funcionaba como Café El Louvre, centro de reuniones nocturnas con amplia participación de artistas e intelectuales. Este local originalmente fue la casa de vivienda de Rodríguez Trujillo, dueño del ingenio San Antonio. Al pasar el tiempo funcionó como el acuario “La Pecerita” y ya en el año 1993 se fundan los Jardines de la UNEAC.

Al paso del tiempo por necesidad de funcionamiento de la UNEAC se busca un acercamiento a los Jardines con la sede. Para ello se realizó una permuta del inmueble con el doctor René Rivero que ocupaba la casa aledaña a Los Jardines renovándose así la totalidad de la sede de la UNEAC en el local que ocupa actualmente (calle 25 # 5415 entre 54 y 56) como un solo inmueble con patio incluido. Esta edificación tiene un valor arquitectónico y su estilo es Art Decó, uno de los presentes en la ciudad cuyo eclecticismo contribuyó a la proclamación del centro histórico como Patrimonio Cultural de la Humanidad dado por la UNESCO en 2005. (Ver Fotos 1 y 2)

La constitución del Comité Provincial conformado, inicialmente por 42 asociados y en la actualidad por 184 miembros de reconocido prestigio, marcó hito en el desarrollo cultural, artístico y literario de la región cienfueguera y es expresión de los nuevos rumbos trazados en la estrategia cultural del país.

La organización quedó constituida por las Asociaciones de Escritores, Músicos, Artes Visuales, Cine, la Radio y Televisión y Artes Escénicas.

2.2.2 Sala de Navegación Fernandina.com, contexto de estudio ciberantropológico.

La Sala de Navegación se crea en 2007 en la Sede de la asamblea con una gran representación de miembros asociados, a partir de una orientación de la UNEAC nacional y como consecuencia de las políticas culturales. (Ver fotos 3, 4 y 5)

En la entrevista al Presidente de la UNEAC se determinó que dentro de las estrategias desarrolladas para su implementación se encuentran:

- Ubicación de un espacio físico que permitía la comodidad de los cibernautas y la garantía de conservación de los equipos y su seguridad.
- La colocación de un presupuesto para su desarrollo.
- La compra de equipos para la proporcionar la garantía de una red interna y externa para la navegación.
- La determinación de los niveles de acceso a los artistas y creadores y la comunicación de los objetivos de este sistema.
- La creación de la red a partir de los procesos que generan las perspectivas de trabajo.
- La colocación de las condiciones del empleo y la confección del reglamentos informáticos entre otros.

- La implementación del trabajo a partir del uso de servicios del correo electrónico como Gmail de Google, Yahoo! Mail de Yahoo! y Hotmail de Microsoft, como dirección de cliente y la conformación de la red de usuarios.

El nombre de la Sala fue definido a partir de un consenso entre los miembros de la UNEAC. Según los entrevistados respondió a una toponimia e identidad histórica regional cargada de simbolismo (Fernandina) y digitalmente (.com) en cual reconoce las particularidades de la región y del Internet para identificar el dominio comercial. El colectivo acordó nombrarla Fernandina.com.

En la entrevista al Presidente se evidenció un aspecto sociopolítico en la creación de la Sala. Su constitución responde a una política cultural del Ministerio de Cultura que apoyaba la idea de que desde las nuevas formas de comunicación como lo es Internet, promover la creación artística y literaria, mantener actualizados a los intelectuales del gremio, el conocimiento sociopolítico de los artistas y la defensa de la identidad y la política cultural de la Revolución bajo la premisa de la Batalla de Ideas, a través de las Redes Sociales.

Se establece además, a partir de una estrategia vertical y centralizada de la tecnología digital que mantiene hasta nuestros días en función de creación de redes sociales de artistas, investigadores y creadores reconocidos por la UNEAC, que brinda servicios de Internet lo cual permite acceder a todos los contextos virtuales éticamente reconocidos por la organización y la sociedad.

En la observación realizada a las comunidades observables, se comprobaron las características de centralización de la red donde los miembros tienen acceso ilimitado de Internet, poseen escritorios particulares con clientes personalizados, las cuales establece las condiciones higiénicas y ambientales para dicho trabajo, además de una atención individualizada ante problemáticas vinculadas a los indicadores ciberetnográficos como conectividad, velocidad de la conexión, conocimiento de las web, apoyo tecnológicos a la búsqueda de información, entre otros a partir de un técnico que maneja, monitorea, cobra y hace accesible la información.

En la observación se aprecian otros elementos propios de la navegación y la centralización, la sala mantiene un horario solo para clientes asociados y que coincide con el horario laboral, de lunes a viernes de 9:00 AM a 4:00 PM. Se accede por voluntad propia o por necesidades técnico-artísticas.

Desde el punto de vista ciberetnográfico, dentro de la actividad de navegación, se aprecia un proceso ético que establece los principios del uso de la Internet, a través de un código de ética, legislado por el Área de Informática de UNEAC Nacional y que requiere de su cumplimiento. Por tanto en las conversaciones informales y en el análisis documental a los contratos se aprecia la conformidad de lo establecido.

2.2.3 El contexto ciberespacial y ciberantropológico donde se desarrolla la actividad de redes sociales en la UNEAC de Cienfuegos

2.2.3.1 La conexión como elemento de la ciberetnografía para el estudio de la web.

Una de las primeras condicionantes de la ciberetnografía que deben tenerse en cuenta para evaluar su comportamiento desde Cuba en *Facebook* es la calidad de la conexión, la manera que se realiza y la tecnología que emplea.

En la observación realizada al tipo de conexión de la sala Fernandina.com en la actualidad, se evidenciaron, entre otras cuestiones de ciberetnografía, que la comunicación con la UNEAC Nacional se realiza a través de una línea arrendada (ADSL) y como proveedor ETECSA. Se estructura con 3 clientes ligeros conectados a un Servidor central que registra todas las operaciones de los usuarios.

Se navega a través de un proxy que registra cada una de las direcciones URL a la cual accede el usuario, quien a su vez accede a las estaciones de trabajo a través de un nombre de usuario y contraseña previamente coordinado y asentado con la especialista que dirige el área. Para ello se emplea una herramienta de administración y monitoreo a los usuarios, software denominado CYBERA en su versión 1.9 que opera sobre el sistema operativo Windows XP SP3 y para conectar los clientes ligeros al servidor el software BX Ardence.

El Cybera posee un manejo simple y ágil, y ofrece un completo control sobre los usuarios. Su apariencia es totalmente configurable e incluye control de cobro, impresiones, guarda archivos, control remoto de PCs, fidelización de clientes (programa de puntos), alertas y bloqueos de USB (mouse, cámaras, pendrives) reportes por email y online, y muchos más lo que facilita el movimiento y la seguridad del usuario y el control de la navegación.

Esto es esencial desde la ciberantropología pues determina en esencial el posicionamiento en la red y donde navegan en la web los usuarios. Forma parte de uno de los indicadores antropológicos en este sentido.

Se utiliza como cliente jabber el software Spark con alcance Nacional para la comunicación con todas las sedes del país. El cableado de la red está soportado por cable UTP categoría 5E con topología estrella protegido por canaletas. Las estaciones de trabajo se agrupan a partir de conmutadores (switchers)

La conexión oscila entre 100 y 128 Kbps, y en comparación con los indicadores mundiales esta es lenta, angosta, reducida y por lo tanto así es el contexto donde se desarrollan los internautas de las artes visuales y en ocasiones esto influye en la navegación, lo que hace más especiado y encarecido el tiempo de máquina e incide desfavorablemente en la experiencia plena en la red social y en el cumplimiento de los objetivos individuales y de los grupos en la red.

Según la observación realizada a la comunidad observable se aprecia que la política de «acceso social» de la UNEAC guía la distribución de la conectividad, genera una cierta composición en el acceso a la que podríamos llegar por sucesivas aproximaciones, como sector favorecido, *full access* a Internet como grupos de intelectuales y artistas, científicos por lo cual se considera este centro como uno de los de mayor relevancia y es referencia en la incidencia *on line*.

En la observación participante se evidencia que los artistas e intelectuales que no son «dueños» de conexiones se acogen a la política de la UNEAC en un horario establecido que responde a condiciones necesarias de la conexión y que todas funcionen a la vez como: enlace con La Habana, eficiencia de la línea de ETECSA, corriente eléctrica, condiciones económicas para la obtención de la tecnología, estado de la tecnología, calidad de las máquinas y necesidades que indistintamente tiene los artistas con accesos a herramientas que facilitan su trabajo de socialización y visualización, de gran importancia en la esfera artística en el «mundo feliz» de Zuckerberg.

Para el desarrollo de este acápite se tuvo en cuenta los criterios de la ciberantropología para estos aspectos. En la observación se evidenció que en el ciberespacio se establecen los principios, criterios y requerimientos que garanticen la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información que se procesa, intercambia, reproduce y conserva mediante el uso de las tecnologías de información.

En el año 2012 y como estrategia de promoción y socialización para la publicación de actividades realizadas por la UNEAC y otras instituciones del ámbito sociocultural, críticas de arte, reseñas de libros, promoción de sitios web de artistas y creadores, y para generar el debate ante cualquier tema a relucir, se construyen en la Red Social Facebook, desde

la propia Sala de Navegación, dos Grupos de Interés con fin de que la sede se hiciera sentir en la gran red social, a partir de entonces estos grupos cuentan con dos administradores/moderadores, quienes publican constantemente noticias del ámbito cultural en Cienfuegos. Estos grupos son: Artes Plásticas Cienfuegos (para publicar acciones referentes a las artes visuales) y UNEAC Cienfuegos (para publicar sobre todas manifestaciones del arte).

En la entrevistas se define que la aplicación de la informática y los servicios automatizados responden a los procesos del arte y la cultura, en la gestión institucional, la creación artística, el patrimonio, la promoción, la capacitación, las investigaciones, la información y el acceso a correo electrónico internacional por parte de los miembros, permite una mayor comunicación e intercambio entre los creadores, las instituciones culturales del país y fuera de este, el acceso a información necesaria para los procesos de creación literaria y artística en general y en esencial en las artes visuales.

La existencia de esta estructura reviste de gran importancia para el éxito de la gestión informática de la entidad pues es la comunicación y vía de intercambio de información con el resto de las sedes y el uso de las tecnologías nos permite tener de manera centralizada y controlada toda la información que se genera en la entidad.

2.2.4 Análisis documental y de los artistas e intelectuales que emplean las redes sociales y desarrollan las prácticas virtuales.

En el análisis documental y a la comunidad observable de artistas visuales, llevó a la autora a comprender que del 100 % de la muestra, el 85 % tiene acceso a Facebook por varias vías: Sala de Navegación, conexiones de ETECSA, Clubes de Computación o por algún centro de trabajo de un amigo, o sencillamente cuando viajan al extranjero.

EL 100 % de los miembros de la UNEAC de la Asociación de Artes Plásticas, poseen cuenta en *Facebook* y su forma principal de loguearse es a través de un nombre de usuario que es su correo personal, aunque en la última etapa de *Facebook* se requiere de un número de móvil por el cual se obtiene desde esta red un código de acceso.

En el proceso de contrastación y validación de la información ciberetnográfica se aplicó un cuestionario semiestructurado para conocer las particularidades de este grupo humano en la red social de *Facebook*. Las repuestas expresaron una diversidad de criterios que se corresponden con la visión actual que poseen los artistas visuales sobre este contexto, su uso e importancia.

Al indagar sobre las opiniones que poseen los cibernautas de las artes visuales con respecto a INTERNET y los contextos virtuales y teniendo en cuenta en esta interrogante inicia cualquier estudio contextual, resultan interesantes dos puntos de vista: la coincidencia en los puntos contextuales y la diversidad de opinión en cuanto a necesidades para la red social. Expresión de las formas en que los cibernautas se incorporan, navegan, dialogan y crean sus propios criterios de opiniones y buscan colocarse en la red.

Uno de los primeros aspectos que surgen dentro de las opiniones en su concepto de Internet y en el 90 % de los casos la conciben como una consecuencia del proceso de globalización de la información y de los medios de comunicación. Su fin es coincidir en el espacio virtual con cibernautas que se une por opiniones, intereses, motivaciones, que para ello son puramente humanas y acerca en el tiempo y el espacio a los grupos humanos.

Los entrevistados consideran que las redes son un estilo del tipo híbrido, ya que homogenizan los anteriores progresos tecnológicos, como Internet y la mensajería instantánea, y los engloban en un nuevo tipo de medio de comunicación e intercambio de ideas y lo consideran un nuevo espacio público.

CN 1 Es una hibridación a las redes sociales, que son una expresión tangible del proceso de globalización, permite que personas en distintos lugares del mundo se reúnan en un mismo espacio, que es virtual.

CN2 Una herramienta indispensable en el mundo y la civilización moderna para la transmisión global de la información.

CN3 Es una de las posibilidades de información y divulgación más importantes y eficaces del mundo y de los seres humanos actualmente, pero desgraciadamente en nuestro país no están al alcance de toda la población, pues su costo excede las posibilidades promedio de los trabajadores estatales y muchos por cuenta propia.

CN4. Internet, en los últimos años, se ha convertido en un escaparate de opciones que están cada vez más al alcance de nuestras manos. La interacción, comunicación y retroalimentación que se da dentro de esta red es de manera casi inmediata, teniendo la ventaja de llegar a miles o millones de personas en un segundo, pudiendo así mostrar al mundo lo que deseemos aportar: conocimientos, talentos, etc. Facilitándonos de esta manera nuestra vida diaria, el trabajo, el negocio, la cotidianidad en general.

CN5 Internet es hoy la herramienta más poderosa que tiene la humanidad para estar informada. Cualquier cosa que queramos investigar está ahí. Sin embargo, es necesario discernir, filtrar y valorar la información a la cual estamos teniendo acceso, porque no todo es tan veraz ni tan cierto. Es en definitiva una herramienta para utilizar con discreción y responsabilidad.

CN6 Es una herramienta que, como todo, tiene ventajas y desventajas. Constituye un vicio para muchos y favorece la manipulación de la gente. También positivamente es una fuente de información útil y rápida.

CN7 Es una herramienta inevitable en los tiempos modernos donde la información, la comunicación y la rapidez en datos y conocimientos hacen posible el mundo actual, donde el desarrollo ha obtenido en ella una manera virtual de resolver situaciones sin la intervención de elementos antiguos y analógicos que ya no pueden ponerse al día con la velocidad requerida.

CN8: Creo que Internet y la vida moderna se han entrelazado, igualmente los contextos virtuales, que para muchos se han convertido en una necesidad. Es denominador común entre múltiples individuos; el medio idóneo donde confluyen ideas y se descentraliza la información. Un mayor índice de personas puede tener acceso a ella, lo mismo para desarrollar su trabajo, estar en contacto con personas de otras latitudes, o disfrutar en su tiempo de ocio.

CN10: La reconozco como un efectivo espacio de socialización y promoción cultural que todavía no explotamos con todas las posibilidades que tenemos para así contribuir a contrarrestar el exceso de información distorsionada que en ella se ofrece, con gran tendencia a la frivolidad. Todavía podemos hacer mucho más para defender nuestra identidad y revelar de manera jerarquizada los valores de nuestras tradiciones y lo mejor de nuestro arte contemporáneo.

CN11: Es una herramienta que permite no solo socializar a través de diferentes vías (e-mail, webs, blogs, redes sociales, etc.) sino que también ayuda en la búsqueda de cuestiones que nos interesen.

Como se evidencia en la respuesta de los artistas visuales lo ubican en una acción que surge, se desarrolla y trata de alcanzar a la humanidad cada vez más como herramienta, vitrina informativa, como un medio de comunicación hibridación a las redes sociales, la comunicación y la rapidez en datos y conocimientos artísticos algunos consideran que es

un denominador común entre múltiples individuos; el medio idóneo donde confluyen ideas y se descentraliza la información.

Para todos los entrevistados de las artes visuales se encuentra en el centro de los procesos de comunicación humana, de sus necesidades esenciales para obtener datos, conocimientos y colocarse virtualmente en función artístico cultural, reconocen con claridad la posibilidad que brinda para la visualización y socialización de las cotidianidades creadoras y técnico artísticas incorporándola como herramienta de trabajo en las más diversas actividades de la vida.

Todos los creadores visuales reconocen las dimensiones ciberetnográficas como los espacios humanos, inmediatez, la rapidez, utilidad individual y grupal, posibilidades de información y divulgación, transmisión global de la información, el reconocimiento de un único espacio: el virtual y además mencionan la incertidumbre que crea ante la validez y confiabilidad de la información según la fuente y coinciden que es una herramienta para utilizar responsablemente.

Como se aprecia desde el punto de vista ciberetnográfico, esta comunidad de artistas visuales observables, reconocen que existe un nuevo espacio humano con funciones específicas en el denominado mundo moderno el virtual, desde su perspectiva artística o creadora, pero no se refieren a otros elementos que definen a Internet, su visión es operacional y pragmática y como tal lo asumen en sus vidas laborales o cotidianas. Muy pocos se refieren al acceso, solo uno de los entrevistados lo refiere, ello evidencia la posibilidad de acceso que tiene desde la Sala de Navegación de la UNEAC y para ello no es un obstáculo como cibernauta.

Es significativo señalar sin embargo que en este cuestionamiento solo 2 de los entrevistados lo considera como un medio de lucha ideológica, como una vía de defensa de la identidad y revelar de manera jerarquizada los valores de las tradiciones y lo mejor del arte contemporáneo, lo que evidencia que el objetivo para el que fue creado aun no es comprendido por los cibernautas que reciben el beneficio de la navegación y la conexión.

En todos los casos no reconoce a Internet como red social como un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que funciona a través de los protocolos que permiten la transmisión de datos entre computadoras. Esta percepción es implícita y no forma parte de los artistas, lo valoran como muy técnica. Sin embargo sí reconocen aunque no lo definen, como la red de redes porque está hecha a base de unir muchas redes locales de computadoras, o sea de un grupo de computadoras en un

mismo edificio o empresa y donde pueden conectarse con muchos lugares o países, con todo tipo de dispositivos y sistemas operativos.

Por supuesto, sobre todo ahora que casi todo se ha movido desde las ortodoxias hacia las fronteras culturales.

Al indagar sobre la dimensión ciberetnográfica de las redes sociales para los artistas de las artes visuales y su importancia en los contextos artísticos y culturales actuales se apreció una diversidad de respuestas que se centran en su percepción sobre redes sociales en Internet.

Los artistas entrevistados consideran que las redes sociales se inscriben en el concepto de “multitud” y lo comparan con el concepto sociológico de red social. Alegan que la comunicación es vital para el desarrollo del ser humano, pues a través de ella se transmiten los patrones culturales que rigen las formas de actuación y las conductas de los individuos, es un espacio donde se manifiesta siempre su visión del mundo, su forma de pensar, de sentir, de ver la vida, por medio del ciberespacio y sus realidades donde los internautas navegan para enfrentarse a nuevas realidades que requieren de una constante formación e interacción en la red y de intercambios sistemáticos.

En las entrevistas manifiestan que las redes sociales se han convertido en uno de los medios más eficaces para interactuar con otras personas, siendo capaces de generar canales de expresión, zonas de actuación humana, espacios de debates y conocimientos, en especial los artísticos vinculados a las estéticas y la técnica de las artes visuales. Plantean además que es un sistema para el intercambio de información en donde cualquiera puede convertirse en emisor y producir sus propios contenidos y visualizarse en los grupos de creadores y otros actores sociales, donde se establecen los lenguajes que inciden en la forma de convivir y la interacción entre las personas y los grupos en breve espacio de tiempo.

En las observaciones realizadas se pudo observar una serie de características distintivas como: el anonimato, que es adquirido por los individuos ya que no actúan como seres independientes, el contagio de emociones y acciones entre las personas que forman parte de la multitud, las maneras de acceder al contexto virtual a través de valoraciones propias. Los sujetos investigados son propensos a la persuasión, sugestión y desenfreno e hipnotización de la tecnología de las web y sus aplicaciones donde le dedican un gran tiempo cuando forman parte de la multitud.

El 90% de los entrevistados consideran que ellos como usuarios tienen la posibilidad de ver qué piensan otros y cuál es la opinión mayoritaria, para ellos su uso es formador de pensamientos, opiniones, promociones y visualizaciones y plantean que actúan sobre la base de las ideas que se forman en ese intercambio virtual.

Es una exigencia la constante observación de lo que se escribe y constata, en todo momento el clima de opinión que los rodea le es imprescindible para su evaluación como comportamiento público y, en especial, la libre expresión o el ocultamiento de sus opiniones y la toman en cuenta como forma, mantenimiento y cambio de la opinión pública con respecto a los contenidos que refiere.

Los entrevistados consideran importante la red pues en la Internet se mueven multifuncionalmente en construcción permanente, que involucran a conjuntos de personas sobre todo que conocen su obra, la valoran y están en otras partes del mundo, es un medio de evaluación constante donde se imbrica imagen, texto y aprobaciones y desaprobaciones, los cuales se identifican con las mismas necesidades y problemáticas organizadas. Los artistas visuales discurren que ello contribuye a potenciar sus recursos artísticos culturales desde un intercambio permanente de relaciones, ya sean sistemas abiertos o cerrados y prefieren los primeros.

Para los artistas interpelados, las redes sociales son imágenes simbólicas, en construcción permanente que afectan el comportamiento de los individuos, actúan de la misma manera ante la ficción que ante la realidad y contribuyen a crear ese ambiente al cual responden en la mayoría de los casos a su trabajo desde las artes visuales y en su mayoría prefieren a Facebook.

Los artistas consideran que esta red social llama la atención mediante la oferta de herramientas accesibles, fáciles de usar e innovadoras y se nutren de la inteligencia colectiva. Ofrece una multiplicidad de opciones desde subir a sus muros contenidos como videos de sus producciones, performances, críticas artísticas, comentarios del material colgado en un sitio y lo consideran necesario hoy en día para estar presente en el conocimiento y la promoción artística. De esa manera, día a día millones de usuarios coinciden en esas sub-redes creadas en redes sociales donde comparten contenidos, opiniones y noticias sobre un determinado tema a través de las aplicaciones ofrecidas.

Dentro de las opiniones al respecto de los entrevistados, el CN1 alega que es muy importante tanto para la promoción de la creación como para la investigación que precede a casi todo proceso creativo.

CN2: En la actualidad es la forma más práctica de promocionar y divulgar una obra artística de cualquier tipo y también nos da la posibilidad de estar actualizados con lo más reciente del arte mundial como también sirve para la búsqueda de referencias, posibilidades actuales de trabajo, revisar trabajos investigativos, tener información de lo más novedoso del arte en el mundo, tanto es así, que en muchos eventos actuales, para participar es requisito tener una página web y otra de Facebook y aplicar solamente *on line*, ya queda obsoleto enviar planillas por correo.

Con la velocidad que se mueve la información por la red, nos permite llegar de manera casi inmediata a más personas alrededor del mundo y no quedarnos en el contexto local y nacional.

La visualidad y obtención de datos explicativos de conceptos teóricos, propicia la comunicación visual a distancias sin la aplicación de elementos físicos como el papel pudiendo ser visible su información a través del display de una computadora, logra virtualmente enviar imágenes, datos y todo lo relacionado con la informática sin que intervengan prácticamente intermediarios. “En el arte logra superar las barreras de la impresión, la ausencia de revistas actualizadas, mostrar colores sin modificación, trazos y líneas con la precisión necesaria. Es fundamental en la promoción de eventos, artistas y tendencias culturales”. CN3

Explica el CN4. “Vivimos en una era virtual, no reconocerlo, vivir de espaldas a esa naturaleza de la actualidad sería como haber quedado ciegos de modo imprevisto. La manera en que este contexto viabiliza el acceso a la información es lo más provechoso por la manera en que se ha acortado el tiempo de que antes disponíamos para alcanzar el conocimiento, en este sentido ha sido una verdadera revolución cultural, y una práctica insoslayable a la que debemos asistir con una alta capacidad de discernimiento. Y sin ninguna duda es un espacio muy atractivo, con códigos propios que hay que aprender a entender.”

La comunidad de artistas visuales se refiere a un texto antropológico para la comprensión social de Facebook, que la autora quiere reseñar en este capítulo por la coherencia con muchas de las respuestas, la del periodista, Leandro Zanoni⁴⁶ quien define los elementos esenciales de esta red en la ciberetnografía: 1- plataforma (es posible acceder desde cualquier dispositivo que cuente con Internet), 2- inteligencia colectiva (se alimenta de los

⁴⁶Zanoni, Leandro. El espacio de todos. Columna publicada por la revista Wobi. Tomado de: <http://www.eblog.com.ar/>, 25 de junio de 2015.

aportes de los usuarios. A mayor participación, mayor crecimiento del sitio), 3- participación (el usuario pasa de receptor pasivo a emisor activo, desdibujando así los límites entre productores de contenidos y audiencia), 4- velocidad (gracias a las nuevas tecnologías, las aplicaciones le permiten al usuario interactuar con otros o subir contenidos en cuestión de minutos; aspectos estos que los artistas colocan como necesidad de actuación.

El 100% de los artistas visuales conocen someramente la historia de Facebook, consideran que conocerla favorece su criterio con respeto a la red y como conocimiento humano y actividad ciberetnográfica, alegan que se trata de un sitio de fácil manejo que tiene como único requisito contar con Internet y correo electrónico, y que no es necesario tener una computadora propia, desde cualquier dispositivo móvil puede accederse a él e intercambiar una comunicación fluida.

La comunidad observable plantea que con la apertura del Wi-Fi, se hace más fácil y masiva la integración a Internet y la posibilidad del encuentro desde una forma vivida, en tiempo real y virtual.

“Facebook me permite una relación con el ciberespacio, es como la de un espectador que siente la necesidad de acudir, involucrase y volver renovado a su otra realidad, mantener comunicación con amigos, familiares, comunidades afines a mi obra, desde el punto de vista profesional, con especialistas que se han interesado en el intercambio de ideas, proyectos visuales, foros de discusión. En la actualidad se ha convertido en una plataforma que permite comercializar las obras creadas”.

Consideran que esta actividad se ve favorecida por la facilidad, rapidez y sencillez para navegar a través de la red social, lo que permite que cualquier usuario con un mínimo de conocimientos informáticos y sentido común pueda utilizarlo.

Facebook facilita conocer las tendencias artístico-estéticas de una nueva manera en un breve tiempo y desde diversos marcos culturales, observar la obra en sus distintas etapas hasta terminada su producción y permite incrementar el conocimiento de una forma amena, por tanto el contexto virtual es sustantivo en el ámbito cultural a nivel local, regional, nacional y mundial.

Para los artistas visuales Facebook, es una de las más importantes redes de comunicación en todo, es la más popular entre esta comunidad en cuanto a cantidad de miembros y posibilidades de comunicación, de promoción de accesibilidad a eventos artísticos o no, la creación de páginas que garantizan la sistematicidad del tema en

cuestión, en todo tipo de lugares, además que también es posible estar en contacto directo con galeristas, artistas, críticos y personalidades del mundo cultural directamente sin intermediarios.

“FB es una web que ha cambiado y revitalizado el mundo y la forma de las personas de apreciar esta realidad. Los entrevistados consideran que en Cuba y en Cienfuegos para acceder a Fb se necesita Internet, servicio que provee ETECSA al “módico” precio de 2.00 CUC la hora, en los centros de trabajo, centros estudiantiles, organizaciones como la UNEAC entre otros, pero que en estos es muy lento, aunque los entrevistados plantean que el de ETECSA es muy caro y no se corresponde con el nivel salarial de los artistas.

En el cuestionamiento dirigido a conocer las apreciaciones acerca de la red social Facebook y cómo llegan a incorporarse a los grupos humanos que se encuentran en la red, el 100% de los entrevistados plantean que tanto en sus inicios como la actualidad resulta muy difícil para los artistas de la provincia, puesto que no existe la posibilidad de un acceso viable, las conexiones son muy lentas, y los servicios de Internet son caros con respecto al salario. En la rama de la cultura solo tienen acceso como posibilidad institucional los de la categoría de Personalidad de la Cultura y los miembros de la UNEAC, AHS y la UPEC. Los artistas plantean que no todos tienen igual posibilidad, y el Consejo de las Artes Plásticas, la ACAA, no tienen sus miembros un lugar con un precio viable para un cubano estándar de poder tener esta vía de comunicación y dependen de la buena voluntad de otras personas para crear sus espacios de FB.

CN5 “En lo personal tengo acceso a ella desde hace ocho años, y he visto su evolución. De solo contactarse con viejos amigos al principio, se ha transformado, en lo “social” en un arma de doble filo: la violencia verbal que se destila en la red a causa de opiniones personales es innegable. Pienso que predomina la autocensura y a la vez es el medio que muchos utilizan para distintos fines: divulgar éxitos, presumir carreras, hacerse las víctimas, expresar opiniones de toda índole, etc. Son muchas las lecturas que los usuarios pueden hacer de sus pares con un simple posteo. Otra bondad que requiere enormes cuotas de responsabilidad.”

CN6. “Facebook es, en mi opinión, la mejor red social para mercadeo y exhibición, ya que, a diferencia de otras, te permite colocar textos ilimitados, artículos, fotografías, páginas especiales y muchas otras opciones, con un gran número de usuarios, siendo esto una ventaja ante las otras redes que manejan un número limitado de caracteres o menor cantidad de usuarios.”

CN4. “Llegue a Fb como a otras redes, invitados por amigos, ventaja de esta red social. Es vulgar, superficial y banal, pero lo observan millones, a escondidas o abiertamente y eso es un beneficio para la promoción”

Llegué a ella desde hace muchos años cuando se fundó, a través del Internet desde fuera de Cuba. Facebook, como su nombre indica es “el libro de las caras o de la propia personalidad”, es leal al principio para el que cada cual la quiera ver, si es para mantener amistades funciona, si es para lanzar ideas al contexto general también, sirve para la promoción personal de lo que uno hace siempre que lleve anteriormente una intención o idea y que plasme un objetivo final. Nunca se puede improvisar en ella pues lleva a errores que inmediatamente son considerados por lo que los ven y van en contra del emisor, la posibilidad de acceder a todo tipo de investigación e información.

CN7. “Desde el año 2011 comencé a acceder a Facebook a través de una amiga que me invitó a suscribirme. Esta red social me ha ayudado a promover mi obra pero no en la medida deseada, quizás porque no he tenido el tiempo suficiente de explotar más las opciones que brinda, se necesita más tiempo de conexión a Internet para poder interactuar.”

CN1. “Llego a ella por sugerencia de amigos que ya estaban en la red. Es un medio, que sea bueno o malo, efectivo o no depende del que lo utiliza o manipula”.

CN2: “Mi labor como profesional de las artes plásticas cuenta con muchos seguidores, llegué a ella por esta situación de ser observado y encontré que ofrece varias vías de socialización dinámica y con facilidades muy apropiadas para la promoción.

Como se puede apreciar estos grupos humanos evidencian dos maneras de llegar a FB. Una y la principal a través de solicitudes de amistad o por consejos de amigos a partir de las posibilidades que brinda la red y coinciden con sus intereses personales, profesionales y artísticos. Y la segunda, la menos enunciada, por necesidades laborales o motivaciones estéticas, el reconocimiento y aceptación o no de lo planteado y la posibilidades de ayuda a promover su trabajo.

Reconocen que llegan a ella por lo que representa la red y colocan dentro de las acciones principales la de socialización dinámica y con facilidades, la presencia de seguidores con diversidad y con coherencia de intereses.

Referente a los cuestionamientos relacionados con el empleo de la red, las respuestas se presentan múltiples, aunque coinciden en cuestiones como la búsqueda de información, la

posibilidad de investigar, promoción de la vida y obra de los artistas. En este aspecto el grupo humano plantea una dimensión de la individualidad en la red.

En las repuestas se evidencian sentimientos, opiniones, niveles de relaciones, búsqueda de información personal, profesional y de inmigración, sistema de opiniones sociales y culturales diálogos y cronologías personales de las cotidianidades.

Al respecto, el CN5 plantea: “La utilizo para fines estrictamente personales. Desde aquí expreso cosas que me alegran o que me parecen curiosas.”

CN7: “De vez en cuando emito opiniones con tendencias religiosas o políticas, pero es una tragedia porque todos opinan y jamás hay un diálogo, solo descalificación. También la ocupo para saber de mis amigos constantemente.”

CN8: “Es mi medio de comunicación con quienes están lejos y una posibilidad de mantener el contacto. Lo uso para conectar con amigos que viven en el exterior.”

CN2: “Utilizo la red de FB, desde el 2010, es una buena forma de promoción y de relacionarme con otros artistas, así como de tener referencia a distintos eventos y exposiciones que se hacen en el mundo entero. En ella está expuesta mi obra y todos los eventos en que participo”.

CN3: “La utilizo desde el 2007 para comunicarme con amigos, conocidos, clientes. Lo uso también para dar a conocer mis productos y servicios.”

CN4: “Desde 2009, siempre con intenciones de promover mi trabajo y por supuesto para exhibirme, “estoy en la red, luego existo”.

En esta entrevista se aprecia una nueva dimensión de la red la de la comercialización aspecto este que los artistas plásticos lo incorporan a partir de 2007.

CN5: “Comencé en el 2008. Siempre la tomé para mostrar mis trabajos al no tener una página web personal que tendría que pagar. Además la uso para lanzar en algunas ocasiones mis nuevos trabajos y acerco así mis amistades buscando su opinión y conocimiento.”

CN6: “Uso FB desde el 2008. Fundamentalmente la empleo para la promoción de mi obra personal y del arte cubano contemporáneo, sobre todo la Literatura y las Artes Plásticas”.

Es significativo que el 100% de los artistas encuestados comienza a usar FB entre 2002-2008, se corresponde con la propia política de desarrollo de estas tendencias en la UNEAC y en las transformaciones que se producen en las acciones de los artistas visuales.

Todos consideran que a partir de esta fecha Fb es una herramienta que todos incorporan por la forma en que se promocionan y la rapidez para obtener información y colocar sus obras. En el orden financiero el cobro es de 5 MN la hora y permite la posibilidad de navegación en la UNEAC, favorece la comunicación y la visualización en el ciberespacio. En la pregunta cuatro “¿Cuáles son las aplicaciones, herramientas y opciones que Ud. utiliza más de Facebook. Por qué? Jerarquícelas.” Son interesantes las repuestas que plantean los artistas visuales en este sentido.

El 100% de los casos responden que por medio de la red social se pueden llegar a un mayor grupo de personas, es una plataforma social creativa de alto impacto, gratuita e interactiva para ampliar sus promociones y que garantizan además lo que no logran en el sistema institucional.

En las entrevistas se expresan una serie de actitudes que adoptan los usuarios (artistas visuales) en Facebook como página de interacción social con amigos virtuales: aceptación, agrado, conveniencia y beneplácito lo que le permite a estos grupos humanos tener una aprobación de su obra.

Los entrevistados plantean que sus jerarquías dependen de la propia red social, la cual constantemente va renovándose en la medida de las necesidades de los usuarios a través de encuestas de los programadores del Facebook. Propone una amplia gama de servicios y productos que sirven para la promoción y comercialización de los contenidos y/o sus formas de visualización. En un primer período en la observación realizada a las páginas se observa que los entrevistados utilizan fundamentalmente la aplicación de participación en eventos culturales, los grupos de sociabilización por tendencias y preferencias comunes, el chat interno del Facebook para la comunicación instantánea con otras personas ya sean amigos, familiares o de negocios, los hashtag para búsqueda avanzada de temas afines, la utilización de álbumes de imágenes, etc.

En un segundo período de observación los artistas incorporan otras aplicaciones como la geolocalización, la etiqueta con amigos para compartir información, la aplicación de sentimiento con emoticons, el toque para llamar a amigos, la videoconferencia, el Tripadvisor para Facebook, el horóscopo personal, el recordatorio de los cumpleaños de la lista de amigos, y la creación de un Fans Page para la colocación de la obra e incorporar ilimitados seguidores.

Como se puede observar en las respuestas de los cibernautas de las artes visuales se evidencian necesidades grupales y la jerarquía se corresponde a las necesidades

profesionales y personales, las cuales en un nuevo contexto antropológico exigen nuevas formas de relación, las cuales reconocen y emplean desde una autogestión.

Según las entrevistas y la observación de contrastación realizada a la red social de los artistas, las materias más frecuentes observadas en los contenidos son:

- Comunicación con la red de amigos y parientes así como las actividades que ellos generan como cumpleaños, aniversario de hechos relevantes, demostraciones de afectos por éxitos artísticos.
- La creación, defensa y enriquecimientos de sus muros.
- La atención y comunicación a las solicitudes de amistades.
- La promoción de los proyectos de artes plásticas
- Temas candentes de actualidad de la crítica artística y la política cultural.
- Información curricular.
- Referencia a distintos eventos y exposiciones a nivel nacional y mundial.
- Utilización de la plataforma para mostrar la obra de forma actualizada y retrospectiva.
- La mensajería y el chateo.
- Convocatoria a concursos y salones.

Estos contenidos son motivaciones de los cibernautas para entrar en Facebook y mantenerse en él dada la eficacia que resuelve para sus producciones artísticas en todos los sentidos.

En el 100% de los casos aluden que en la actualidad acercarse a estos temas es más rápido pues la herramienta de Wi-Fi es de gran importancia para tener una comunicación sistemática en el tiempo

Al respecto plantean los artistas consultados:

CN1: “La promoción de mi obra a escala mundial es mi más importante razón de estar en FB, pero colateral a esto he encontrado muchos amigos de estudio, me he actualizado en cuanto a lo más reciente del arte contemporáneo internacional y puedo tener contacto directo con artistas de diferentes países en breve espacio de tiempo.”

CN2: “En realidad no busco mucho, me interesa sobre todo tener una plataforma que muestra mi obra actualizada y retrospectiva”.

CN3: “Primero los mensajes que vienen de las personas que tengo más cercanas o a las que sigo. Segundo las actividades que hacen los demás, eventos sociales, actividades u opiniones aunque no sean cercanas. Tercero averiguo sobre los demás, quiénes son, qué hacen o qué hicieron en otros lugares y qué me interesa de ellos para solicitarles amistad

o intercambiar opiniones. El Facebook sirve para aprender mucho si se tiene para fines profesionales.”

CN4: “La utilizo en primera instancia para divulgar mi obra a través de imágenes y breves sinopsis, comunicarme con los posibles interesados en ella, dar seguimiento a la trayectoria profesional del grupo. Accedo a la información de colegas e intercambiamos ideas, planeamos proyectos de manera inmediata. También, por supuesto, existe la comunicación personal entre amigos, parientes, gentes afines.”

CN5: “Utilizo a Facebook para saludos de cumpleaños, buscar las Agenda de eventos. El primero porque siempre es bueno felicitar a alguien el día de su cumpleaños, refuerza vínculos en esta era de las comunicaciones incomunicadas. Y los eventos me llaman la atención porque es un recordatorio.”

CN6: “Lo mío es chatear y publicar las promociones de los proyectos que llevo de artes plásticas”.

CN7: “Lo que más utilizo en FB en cuanto a promoción de la obra es la aplicación de los álbumes de imágenes que te da la opción de guardarlo con acceso público, o sea, que no solo mis amigos lo pueden ver, sino todo el que quiera saber de mi obra, así como colocarle fecha de realización y lugar. Utilizo el muro de mi página además para criterios y puntos de vista, valoraciones y estados de ánimo en los que me involucre, hago participe a todos mis amigos mediante la publicación de temas de mi interés, sean o no artísticos.”

CN8: “Yo utilizo la red para enterarme lo que dicen las personas en los muros, mi página es mi herramienta de trabajo para dar a conocer a los artistas, dominar las estadísticas para verificar la eficacia y controlar el manejo de la red, saber cómo se mueven los grupos de Facebook, atraer clientes y promover a los artistas plásticos que manejamos.”

CN9: “Utilizo a FB primero para obtener fotos, videos, mítines, invitaciones para exposiciones, álbumes; además subir imágenes de mi trabajo y esperar las opiniones o impactos entre los amigos. Segundo para enterarme de grupos o personas que se presentan de pronto y conocer un estado de opinión. Felicitar a amistades por su cumpleaños, dar opiniones sobre lo que dicen o presentan. Tercero conocer sobre los demás, de dónde son o están y qué estudiaron.

El 100% de la muestra considera que Facebook ha ayudado a promover artística, estética, científica y tecnológicamente su obra artística y creadora. Un 85% la consideran una herramienta y el 15% una plataforma de posibilidades. El 100% considera que su

muro es lo más importante y una realidad que lo representa a pasar de las dificultades que genera la conectividad.

En las entrevistas la muestra refiere aspectos muy interesantes sobre la ayuda de Fb como medio de promoción entre los que se destacan:

- Consideran que se debe tener un alto nivel de responsabilidad frente a la actualización de sus muros, y las respuestas a opiniones que se postean.
- Exponen como necesidad la sistematización de ofrecer constantemente información para los públicos, implica por tanto un posicionamiento dentro de la red.
- Las formas de respuesta no siempre convencen pues la diversidad de criterios no siempre es convincente ni suficientemente crítica.
- Es un medio de colocación de opiniones con respecto a censuras de obras o proyectos creadores para buscar consensos.
- Refieren a Fb como una posibilidad indispensable para “cruzar las fronteras” de la ciudad, el país, el continente, como la autopista de la información, y cuando se dice “información” creo que todo se incluye en éste término, lo que evidencia la amplitud de temáticas abordada por los artistas visuales.
- Lo aluden como plataforma para la promoción que facilita el conocimiento como persona y como artista. Se coloca como un elemento importante en la relación entre conocimiento-consumo-oportunidad-comercialización de las obras.

Reconocen dentro de las nuevas formas de promoción internacional a FB como un elemento de suma importancia, pues en la actualidad tanto las demandas y solicitudes de formación e investigación, la manera de participar y confirmar eventos, la solicitud de contactos artísticos, invitaciones y contratos, el gran por ciento es *on line* y por tanto FB e Internet son imprescindibles.

El 100% considera que la sociedad actual está mayormente influenciada por los medios digitales, el ciberespacio y las posibilidades que brinda ya que son varias horas las que una persona puede pasar frente a un computador o un dispositivo digital. A partir de esto, publicitarse en Internet presenta las características para la obtención del posicionamiento deseado frente a los públicos: donde cada uno se convierte en un público potencial.

CN1: “Facebook es una herramienta que me ayuda a promocionar mi quehacer. Es una buena opción para dar a conocer mi trabajo, pero es también una actitud responsable porque de mi depende que esté constantemente dando a conocer a mi público o seguidores cuales son mis nuevas creaciones. Es un apoyo a la difusión, pero creo que lo

más importante sigue siendo el contacto de persona a persona. Muchos “me gusta” no aseguran nada.”

CN6: “Facebook es una plataforma, por supuesto, después que nos censuraron nuestro proyecto por Cultura Municipal, hemos recibido mucho apoyo a través de la red y nos sirvió para denunciar la forma turbia con que actuaron estos directivos.”

CN10: “Sí me ha ayudado pues he dado a conocer a los que se interesan por mi obra qué es lo que hago, sobre todo desde el punto de vista internacional he tenido impacto, personas que dirigen instituciones culturales lejanas me dan opiniones y se interesan por mi trabajo, es el resultado de años y he podido comprobarlo con buenos resultados.”

CN4: “Gracias a las imágenes e información que posteo muchas personas se interesan en mi obra y contactan para posibles eventos, talleres, etc. En algunos grupos he encontrado información exclusiva sobre tanto textos como diseños de mecanismos que en otros sitios no he encontrado dado el carácter muchas veces personal de esta información.”

CN9: “Esta red social me ha ayudado a promover mi obra pero no en la medida deseada, quizás porque no he tenido el tiempo suficiente de explotar más las posibilidades que brinda esta red, se necesita más tiempo de conexión a Internet para poder interactuar.”

En el 100% de los casos, los entrevistados plantean que las condiciones de accesibilidad son muy malas y que esto incide en la posibilidad de una comunicación adecuada y eficaz. Consideran que existe un bajo nivel de ancho de banda desde la entidad promotora para la navegación, muchas veces requieren de una movilidad fuera de la UNEAC y de otras personas para poder navegar con la mayor calidad posible.

Al preguntar sobre esto responden:

CN1: “Poseo condiciones limitadas, donde la velocidad de conexión es lenta y está en relación directa con las relaciones de comunicación de Internet y sobre todo el precio que exige la comunicación que no posee las condiciones requeridas.”

CN2: “Dependo de la buena voluntad de terceras personas para mantenerme al tanto de mi página de FB, puesto que no tengo una posibilidad viable para tener acceso a este medio tan importante de comunicación, porque mientras trabajo no tengo tiempo para ir a la UNEAC. Solo cuando viajo es que estoy a tiempo completo dentro de mi FB, tanto en el celular, la computadora o por televisión con acceso a Wi Fi.”

CN3: “En mi caso el acceso que tengo a la red, se ve frustrado por la lentitud de la conexión o el mal servicio que presta la compañía proveedora de Internet, y sobre todo que es muy caro”.

CN4: “Pésimas, la conexión casi siempre está muy lenta y el precio loquísimo.”

CN5: “Limitadas en donde la velocidad de conexión es lenta y amplias donde la conexión es rápida. Depende del Internet.”

CN6: “No son las ideales pues debido a la lentitud de la conexión UNEAC no puedo postear videos, cosa muy importante en mi profesión para promocionar fragmentos de las obras. Se suma el hecho de los límites de horario que a veces atentan contra la inmediatez de la información. Lo ideal sería disponer de ella lo más frecuentemente posible y con una adecuada velocidad. En ocasiones puedo acceder a la wifi que es más rápida pero más costosa.”

CN7: “Paleolíticas, muy primitivas, si lo comparamos cuando el nivel que he podido tener cuando he viajado a otros países. Es muy lenta y requiere de muchas aplicaciones dado la perspectiva del arte y la reacción artística”

CN8: “Limitadas, amiga, limitadas por tiempo, y por dinero”

A manera de comprobación y contrastación de información, se les interrogó sobre los principales productos y resultados obtenidos en esta red social. Las respuestas son coherentes con la intención del proceso, pero ahondan en concepciones que se centran en procesos de creación. Aquí, desde el punto de vista antropológico es de gran valor pues ellas coinciden otra vez con necesidades humanas.

En este cuestionamiento aparecen algunos criterios de relevancia como el aumento de las valoraciones de las obras de arte y de las creaciones de los artistas. Brinda la posibilidad que ante el conocimiento se incrementen los públicos, consideran a la promoción como un producto, aspecto este que revaloriza el propio concepto de promoción y de divulgación de la obra.

A los procesos de retroalimentación con artistas, gestores y promotores le conceden una amplia importancia, lo que posibilita obtener una diversidad de criterios y visiones que facilitan la acción de venta y promoción. El 100% de los encuestados consideran que los dos productos más significativos son la promoción y la información, dado las probabilidades y posibilidades que brinda, incluso de crear páginas con logotipos, nombres comerciales, marcas (entiéndase firma, obras, técnicas artísticas, entre otros), que en el contexto de las redes de contacto humano están teniendo mayor jerarquía y visualización. Además por la necesidad que tiene el diseño promocional por buscar nuevos medios para ejercerla con rapidez y efectividad, por eso se vuelve totalmente atractivo.

Por otra parte consideran que FB posibilita la apertura de mercado de las redes sociales, esto hace que se conviertan en un medio efectivo para poder publicitar una marca. Todos estos individuos que están en contacto en estas redes son los clientes a los cuales el artista quiere llegar o contactar y tiene como objetivo lograr posicionamiento a través de una muy buena estrategia promocional por las herramientas específicas que existen y la excelente funcionalidad de estas.

Al respecto plantean los artistas visuales y dirigentes de la UNEAC:

CN1: “La promoción es el producto más importante, pero gracias a ella he podido participar en disímiles eventos internacionales, como es el festival de arte de Marbella en España, exposiciones personales y colectivas que me ha llegado la información de concursar y participar por esta vía. La actualización de la divulgación de mi obra y la realización de esculturas monumentales que se han emplazado en diferentes países.

CN2: Lo único que he conseguido hasta ahora es que más personas sepan de mi quehacer. Pero no hay productos asociados. El resultado de la difusión es que ha mejorado la valoración que hay de mi trabajo.

CN3: Le gente se ha enterado del proyecto, lo cual ayuda mucho a convocar al público.

Gracias a la retroalimentación que tengo con artistas, gestores y promotores; he podido obtener más fácilmente: materiales para la elaboración de obras, información oportuna de convocatorias y proyección de mis representados a nivel internacional, venta y promoción.

CN4: Tengo una página en Facebook que muestra favorablemente mi obra y recibo opiniones desde ella.

CN5: Al cuestionar sobre la relación entre el artista y el ciberespacio y su importancia, los encuestados responden:

CN6: El ciberespacio y yo tenemos una cotidiana y estrecha relación, es una herramienta más de mi trabajo y esencial para la proyección artística. Es un tanto extraña esta relación. Es necesaria pero no significa que sea importante. Es más que nada una relación utilitaria de la cual, a veces, hay que escapar. Internet, ciberespacio, información, la era del web 2.0 supone grandes inversiones de tiempo frente a una pantalla, restándote la oportunidad de relacionarte en vivo y en directo.

CN7: Cuando tengo acceso a este, es muy importante, claro está, desde la primera respuesta estoy dando elementos por los cuales valoro el medio cibernético como lo más importante para que se conozca la obra de un artista, pero de regreso a mi país, es casi nula mi entrada directa a estos espacios, por las dificultades antes planteadas.

CN8: Mi relación es total y lo considero imprescindible pues gracias a él he podido avanzar en mi trabajo considerablemente.

Los artistas plantean varios estilos de relaciones: los formales desde la plataforma FB, los sociales, personales y económicas (dinero para pagar la navegación en cualquiera de los lugares) desde los discursos y contenidos que elaboran los artistas visuales. Están en dependencia de las posibilidades, las formas de acceder al contacto y al intercambio y por tanto ello evidencia dos tipos de acciones: unas esporádicas e inestables y otras sistemáticas.

Las relaciones con la plataforma se expresan según las observaciones en la manera que crean, socializan y fundamentan sus muros, la manera en que la estructuran para colocarles los contenidos, las imágenes, los consensos que a pesar de que las aplicación de las plataformas son únicas, el contenido y la forma que la presentan la hacen diferentes dentro de la red y el grupo y buscan la identidad.

En el campo social predominan las relaciones de amistad y profesionales, es de señalar que incluso los vínculos de amistad buscan su espacio en la familiaridad y lo profesional. Algunos de los artistas visuales plantean que poseen relaciones de clientela y patrocinadores. En la observación se apreció que esta relación se realiza con compañeros de estudio y de formación que mantiene una continuidad, retroalimentación de información, sentimentales y de reconocimiento de grupo, aspecto este que valida la información y lo planteado en las entrevistas. Palabras como “importante”, “fundamental”, “distintivo”, “significativo”, evidencian el papel que los grupos humanos y en especial el que se trabaja tiene con respecto a su posicionamiento relacional.

Al respecto plantean los encuestados:

CN6: “Es muy importante pero la relación todavía es muy inestable por las condiciones de conectividad antes dichas”.

CN5: “Son de gran importancia las relaciones de amistad y de trabajo, estas últimas se han dado por la misma red que es naturalmente autopoética y genera un importante capital social y cultural que permite justamente eso: alimentarse y mantenerse a sí misma”.

CN11: “Significativas. Mantengo relaciones de amistad. Son lo más importante. Y en segundo lugar son relaciones de trabajo.”

CN7: “Esporádicas, cuando tengo unos pesos extra para poder conectarme”.

CN10: “Tengo relaciones de todo tipo, tanto sociales, de trabajo, como de promoción y actualización de mis conocimientos sobre diferentes temas de arte, intercambio de experiencias con artistas de todo el mundo, relaciones de familia, puesto que mantengo al tanto de mi trabajo y mi vida cotidiana que casi siempre es profesional a todos los amigos de FB, en fin todo tipo de relaciones y lo he logrado por las posibilidades que brinda FB para encontrar personas que siempre están interesados en mi obra”.

CN1: “Mis relaciones están en función de clientela y patrocinadores andan muy a menudo por aquí, si tus cosas caen bien, entonces adelante”.

CN3: “Relaciones de amistad y profesionales, aparecen casualmente, gracias a la presencia constante en las redes mediáticas”.

CN6: “Fundamental, es obvio que el ciberespacio es una nueva realidad y tiene muchas potencialidades, su nivel de información es mucho más amplia que cualquiera que pudiéramos tener en una biblioteca convencional.”

CN9: “Las relaciones son distintivas, a través de él tengo decenas de amigos pero distingo los de índole profesional y a ellos dirijo mi atención. Evito transmitir asuntos personales y para ello es imprescindible la herramienta de privacidad la que muchos ignoran por desconocimiento.”

Son significativas las respuestas al preguntar sobre la utilidad de Facebook para lograr clientelas o sponsors culturales, proceso que los artistas visuales conocen y emplean desde el año 2007. Este se incrementa en la medida que crece el comercio a través de galerías estatales, particulares o turísticas. En las observaciones realizadas se constató que las relaciones se establecen principalmente con marchantes, galerías virtuales, proyectos de negociación del arte y comercializadoras.

CN1: “Sí, considero que es una buena alternativa de difusión, dado el alcance que tiene. No sé si la red está en esa sintonía, pero creo que hay más elementos para los productos de belleza, tecnologías y otros”.

CN2: “Sí, sobre todo con mi proyecto, es una tienda de arte que funciona no para el mercado interno sino para el turismo en la comercialización de arte contemporáneo, lo utilizamos para una clientela extranjera, este es un producto que raramente consume el cubano medio, así que dependemos de las demandas de los turistas”.

CN3: “Imprescindible para ambas cosas por la misma naturaleza de la red”.

CN4: “El sponsor es muy bueno para los artistas visuales porque da la posibilidad de que una persona sea la encargada de vender el arte y patrocine toda tu labor sin preocuparte de temas legales, solo de crear”.

CN6: “Los sponsors me ha facilitado la clientela y patrocinadores que andan muy a menudo por aquí, he obtenido invitaciones de grupos de artistas, invitaciones para exposiciones, clientes y para mi obra”.

CN7: “Los sponsors me ha garantizado no tanto clientes, pero si consumidores visuales de mi obra, aunque lo principal es la divulgación.”

CN12: “Es útil pues, una vez establecido el interés mutuo, estabilizo la comunicación con ellos.”

CN14: “Obvio, pues lo facilita. Pero nuestra conexión es demasiado limitada para mejores resultados.”

En la pregunta efectuada como conclusión para conocer la representatividad de las redes sociales para la humanidad desde un grupo particular, los artistas y dirigentes de las artes visuales evidencian una riqueza opinática y con grandes valores antropológicos.

El 95 % de la muestra plantea que Fb posibilita tener canales en línea, los cibernautas, que además son consumidores, son como un libro abierto: comparten lo que les gusta, lo que les motiva, lo que quieren e incluso cuándo o porqué lo quieren; así como lo que no les agrada y las razones para que algo les disguste. Todo está ahí, eso es lo verdaderamente fascinante de este nuevo comportamiento social y humano que puede desarrollarse *on line*.

Al decir de los entrevistados y en el análisis efectuado a sus muros a través de la observación participante, apreciamos cómo reconocen el valor de Fb y la manera de actuación. Primero se enteran de quién es la persona leyendo la información de su biografía y después se acercan con el mensaje adecuado a los que quieren contactar para promocionarse o venderse.

El análisis muestra cambios de hábito de las lecturas, así como la creciente importancia de las redes sociales como espacios que aglutinan buena parte del tráfico en Internet han llevado a los medios online a captar usuarios en este tipo de ámbitos. De hecho, su participación es el principal argumento de diferenciación con las estrategias tradicionales de promoción y comercialización de la información.

- La conciben como un medio de comunicación más masivo, más inmediato, más certero de promoción y comercialización de la información.

- Un espacio para la pluralidad, la tolerancia, la reflexión, el contacto y la expresión abierta de criterios.
- Es un arma ideológica que debe aprovecharse, pero también manejarse con cuidado y precaución.
- Permite compartir, mostrar e intercambiar culturas, artes, sentimientos, información, valoraciones y retroalimentaciones.
- Consideran que es un espacio virtual para la manipulación, el abarrotamiento de información, la imposición de ideas, conductas, modas, sistemas de vida, y por otra parte es una eficiente herramienta de consulta y conocimiento.

En la observación efectuada a los muros se pudo apreciar que los artistas visuales usan perfiles activos lo que le permite la posibilidad de comentar cualquier noticia o de puntuarla.

Además se evidenció que más allá del reenvío de una noticia por correo electrónico, los internautas han desarrollado nuevos mecanismos de selección y lectura de las noticias de su interés, utilizan espacios donde se añaden y votan las informaciones que ellos mismos escogen, destacando las más populares, utilizan enlaces directos desde las noticias, lo cual el Facebook traduce en imagen directa desde el sitio web puntuado, por tanto los artistas están atentos a los nuevos modelos de consumo de la información.

En la observación realizada se pudo constatar que los usuarios de las artes visuales asumen la Web 2.0 (2004–actualidad) asociado con un fenómeno social, basado en la interacción que se logra a partir de diferentes aplicaciones en la web, que facilita la compartición de la información. Buscan páginas de Internet que utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos dando al usuario el control de sus datos. Se evidencia además que pueden modificar los servicios, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando datos a la información existente), en su forma de presentación simultánea, lo que garantiza el posicionamiento de los artistas, los cuales se incorporan con facilidad dado los contenidos de sus prácticas artísticas en el ciberactivismo.

En el análisis efectuado a los muros de los artistas se percibe la selección a partir de públicos por objetivo y temática. Las redes sociales verticales la conciben sobre la base de un eje temático de las artes visuales, agregador. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto desde las producciones artísticas. De estas utilizan redes sociales verticales profesionales, que están dirigidas a generar

relaciones profesionales y las verticales mixtas que ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles, este es el caso de Facebook.

Al preguntarles a la comunidad observable qué creen que representan las redes sociales para la humanidad, plantean:

CN1: De momento son el medio de comunicación más masivo, más inmediato, más certero y a la vez más incierto. Son estas redes las que están definiendo la vida de las personas.

CN2: Ha acercado a las personas, algo fundamental para la pluralidad y la tolerancia.

CN3: Es un arma que debe aprovecharse, pero también manejarse con cuidado y precaución. Pero hay que tener cautela, el anonimato que la red nos ofrece, es aprovechado por personas con no muy buenas intenciones para: estafar, robar, y corromper a todos los niveles: cultural, intelectual y humano.

CN4: En el mundo entero todo se hace por esta vía, FB es la más popular pero existen otras también que garantizan muchas cosas de interés para todo tipo de persona incluyendo los artistas claro está.

CN5: Como ya dije al principio, las redes sociales tienen un lado oscuro: la manipulación, el abarrotamiento de información, la imposición de ideas, conductas, modas, sistemas, y son una eficiente herramienta de consulta y conocimiento y por supuesto, comunicación.

CN6: En estos momentos de tanta migración son fundamentales, rápidamente se dan conocimientos de personas entre ellas alejadas por motivos sociales, turísticos o generales y es una vía de comunicación rápida y eficaz.

CN7: Establecen lazos de empatía, vínculos profesionales y afectivos, propagan información (tanto positiva como peligrosa); como dije, es un medio cuyo efecto depende del manipulador.

CN8: Una vía de acercamiento, de intercambio, de aproximación de las personas.

CN9: Las redes sociales son muy importantes, han impactado de manera dramática la forma en cómo los públicos comunican sus experiencias con respecto a un producto y servicio, dejando muy atrás el poder del “boca en boca” es sustituido por el contacto *on line*, el entorno digital está modificando tanto su estructura como la forma de presentar la información en las redes sociales y por tanto en los grupos humanos que a ella se integran.

Qué otra opinión UD tiene acerca de esta entrevista:

CN1: Aborda temas importantes, que necesitan más de una reflexión antes de ser contestados.

CN2: Hay preguntas que son innecesarias porque la respuesta casi es la misma de varias preguntas.

CN3: La encuesta es buena, pero hay preguntas que las respuestas están en lo anterior expuesto y lo más importante en una encuesta es hacer preguntas precisas y si es posible dirigidas a respuestas claves, porque es la mejor vía para utilizar métodos de valoración.

CN4: Es un cuestionario muy claro, gracias por tomarme en cuenta, espero que mis respuestas le puedan servir.

CN5: Es una entrevista abierta y clara.

CN6: Buena opinión si se le utiliza con buen sentido como entiendo así sea, además trato de mostrar que el Facebook como tal no es nada malo, sino necesario y útil además de gratuito, como todas las cosas será bueno o malo de acuerdo del objetivo o la cultura con que se le utilice. Es una manera abierta y sin límites de comunicación.

En esta investigación se han descrito algunos rasgos gruesos de la discursividad que adoptamos o que construimos y de las interacciones que vivimos en *Facebook*. Estas formas no deberán variar mientras no se modifiquen al menos tres circunstancias que las modelan: hasta que se amplíe sustancialmente la conectividad en el país y se multipliquen sus beneficiarios, se naturalicen y expandan las empresas proveedoras de Internet, y la polarización artística ceda espacio frente a nuevos consensos y los incorpore en sus políticas de crecimiento cultural.

Nuestras participaciones en *Facebook*, cada vez más extendidas aunque todavía discretas, están contribuyendo al ensanchamiento de las prácticas democráticas en la Isla, toda vez que estimulan, desde ese *afuera* virtual que se va enraizando en el conjunto de la sociedad: 1) la vigilancia colectiva sobre el arte y su crítica; 2) el desarrollo de habilidades para identificar y maniobrar con subtextos contenidos dentro de los discursos; 3) el cuestionamiento de los silencios, de las omisiones, de los vacíos en la esfera pública; 4) la restauración de los diálogos entre cubanos; 5) la promoción de la tolerancia hacia y con la diversidad.

Estudiar nuestros comportamientos en *Facebook*, una especie de patria chica, interregno local-global, es pertinente porque nos habla de muchas maneras acerca del país que somos y la ciudadanía que podemos construir.

Conclusiones parciales:

1. El 87% de la muestra se encuentra en el rango de entre los 25 y 50 años, de ellos el 3% son mujeres que abordan diversas manifestaciones de las artes visuales trabajan en las instituciones culturales, o son artistas independientes que producen para el comercio del arte, exposiciones personales y colectivas, ambientaciones, contrataciones en el extranjero para proyectos artísticos, lo que hace pertinente la muestra.
2. Los creadores visuales reconocen las dimensiones ciberetnográficas: espacios humanos, inmediatez, rapidez, utilidad individual y grupal, posibilidades de información y divulgación, transmisión global de la información, el reconocimiento del espacio virtual e incertidumbre ante la validez y confiabilidad de la información. Coinciden que es una herramienta para utilizar responsablemente desde el anonimato, el contagio de emociones y acciones, las maneras de acceder al contexto virtual a través de valoraciones propias, la persuasión, sugestión, desenfreno e hipnotización de la tecnología de las web y sus aplicaciones donde le dedican un gran tiempo cuando forman parte de la multitud.
3. La muestra coincide en que Facebook es la mejor red social para promoción, mercadeo y exhibición, ya que, a diferencia de otras, te permite colocar textos ilimitados, artículos, fotografías, páginas especiales y muchas opciones que garantizan desde el punto de vista antropológico el actuar de estos grupos humanos.
4. En el contexto *off line* la centralización de la red donde los miembros tienen acceso ilimitado de Internet, poseen escritorios particulares con clientes personalizados, las cuales establece las condiciones tecnológicas y éticas, La conexión oscila entre 100 y 128 Kbps, y en comparación con los indicadores mundiales esta es lenta, angosta, reducida y por lo tanto así es el contexto donde se desarrollan los internautas de las artes visuales.

CONCLUSIONES:

En la ciberetnografía de culturas virtuales una de las condiciones fundamentales es la participación del investigador, pero el contexto particular de cada experiencia de campo define el tipo de participación que se debe emprender. En el caso de la práctica etnográfica en ambientes mediados por la tecnología digital se considera tanto la producción como el consumo de los artefactos tecnológicos y las prácticas socioculturales asociadas. Por eso como acción antropológica se considera un proceso activo de aprehensión y transformación de la realidad desde el contacto directo con el campo objeto de estudio y desde la perspectiva interpretativa. Se desarrolló en tres etapas: 1.- Preparación y ordenamiento metodológico, 2.- Trabajo de campo, 3.- Análisis del resultado y la presentación del informe antropológico final de la investigación con conclusiones y recomendaciones de actuación tanto *on line* como *off line*.

Facebook se define por este grupo como la red social que le da a la gente el poder de compartir, haciendo el mundo más abierto y conectado. Millones de personas la utilizan cada día para mantenerse en contacto con sus amigos, subir un número ilimitado de fotografías, compartir links, videos y realizar también actividades comerciales. Resulta común que la mayoría de las personas que tienen acceso a la Internet tengan una relación constante en esta red social que permite una interacción social alterna facilitadora de relaciones con distintos públicos.

La UNEAC en Cienfuegos quedó inaugurada el 1ro de diciembre de 1987. El contexto es la Sala de Navegación de la UNEAC se crea en 2007 en la Sede tomando consensualmente como nombre Fernandina.com. Su constitución responde a una política del Ministerio de Cultura que apoyaba la idea de que desde las nuevas formas de comunicación, promover la creación artística y literaria, bajo la premisa de la Batalla de Ideas, a través de las Redes Sociales.

Los artistas visuales de la UNEAC consideran a Facebook como una plataforma útil, pero no la reconocen como un medio de lucha ideológica, como una vía de defensa de la identidad y revelar de manera jerarquizada los valores de las tradiciones y lo mejor del arte contemporáneo, siendo este, en una institución como la UNEAC, uno de los objetivos principales.

Desde el punto de vista de la ciberantropología se aprecia cómo se comportan las evidencias y contenidos de la asociación de las artes plásticas cienfuegueras en la red social Facebook, donde se transmiten los patrones culturales, sociales y artísticos, formas

Conclusiones

Las expresiones de la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014

de actuación, conductas de individuos. Manifiestan siempre su visión del mundo, su forma de pensar, sentir y relacionar las visualizaciones de sus realidades en el ciberespacio. Es interesante señalar que el proceso cronológico que asumen es el siguiente: del 2000 al 2006 buscan relaciones de amistad y es un proceso de aprendizaje de las herramientas de la web y a partir del 2009 se hacen imprescindibles en el trabajo de promoción, eventos y visualización, después del 2010 comienzan a utilizarlo para comercializar su obra, la búsqueda de marchantes y mercados.

Las principales expresiones artísticas, comunicadoras, científicas, promocionales, estéticas y de comercialización de la Asociación de los Artistas Plásticos miembros de la UNEAC en la red social Facebook entre el 2010 al 2014 son: Comunicación con la red de amigos y parientes aniversarios de hechos relevantes, demostraciones de afectos por éxitos artísticos, la creación, defensa y enriquecimientos de sus muros, la atención y comunicación a las solicitudes de amistades, la promoción de los proyectos de artes plásticas, temas candentes de actualidad de la crítica artística y la política cultural, información curricular, referencia a distintos eventos y exposiciones a nivel nacional y mundial, utilización de la plataforma para mostrar la obra de forma actualizada y retrospectiva, convocatoria a concursos y salones.

RECOMENDACIONES:

Emplear la tesis en el currículum de la maestría para los estudios de la ciberantropología como una nueva expresión de la antropología aplicada, que requiere de profesionales e investigadores en esta esfera.

Utilizar la tesis como material bibliográfico en la maestría y como referencia para otros estudios en estos contenidos.

Continuar el trabajo del el tema con otros actores y redes sociales, dada la importancia que cada vez más está adquiriendo la cibercultura en las redes sociales de Internet, como nuevo contexto de grupos humanos, que condicionan los procesos de los seres humanos en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA:

Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea/ Elisenda Ardèvol, et. al., Athenea Digital. Tomado de: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>, 1ro de Noviembre de 2014.

Ardèvol, Elisenda. Els media a través de les pràctiques: una aproximación etnográfica al sestudis de comunicació/ Elisenda Ardèvol, Antoni Roig. Digithum. Núm. 11. Tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3041351&orden=221647&info=link>. 1ro de noviembre de 2014.

Ardèvol, Elisenda. La mediación tecnológica en la práctica etnográfica/ Elisenda Ardèvol y A. Vayreda.—Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, 2002.

Augé, Marc. Los no lugares. Espacios del anonimato/ Marc Augé.-- Barcelona: Gedisa. (1992).

Barbero, Martín. Vida insular en la aldea global/ Martín Barbero y M. Hopenhayn.—Bogotá: CES, 1999.

Beaulieu, A. Mediating Ethnography: objectivity and making of ethnographies of the Internet. / A. Beaulieu.--Rotterdam: Social Epistemology, 2004.

Bernal, Patricia. Cibercultura: una mirada desde la complejidad y la comunicación/ Patricia Bernal, Cibersociedad. Tomado de: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g04bernal.htm>, 3 de enero de 2013.

Bourdieu, Pierre. Las reglas del arte. 2da ed.-- Barcelona: Editorial Anagrama, 2010.

----- . La antropología, las artes digitales y el ciberespacio.-- Barcelona: Editorial Anagrama, 2008.—220 p.

Busret, Silvia. Adolescentes y fotoblogs: la construcción de la identidad mediante el juego/ Silvia Busret y Lydia Sánchez, Digithum. N.º 11. UOC. Tomado de: http://www.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/viewFile/n11_burset/n11_burset_esp, 15 de noviembre de 2015.

Callen, Blanca. Experiencia etnográfica en chats: identidad y participación/ Blanca Callen, Elisenda Ardèvol. Encuentros en Psicología Social, 1(5), 219-223, 2003.

Bibliografía

Las expresiones de la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014

Carmona, Javiera. Etnografía de cibernativos o cuando el terreno está en pantalla, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuadra.pdf, 5 de octubre de 2014.

Colombres, Adolfo. Teoría transcultural de las artes visuales/ Adolfo Colombres.-- Editorial ICAIC, La Habana. 2011. 455 p.

----- Sobre la cultura y el mundo digital.-- Ediciones del Sol, Buenos Aires, 2007. 320p.

Cuadra, Álvaro. De la ciudad letrada a la ciudad virtual/ Álvaro Cuadra.--Santiago de Chile: Arcis, 2011.

_____. El ahora de Chile. Santiago de Chile: Escuela Latinoamericana de Estudios de Postgrado y Políticas Públicas, Universidad de Artes y Ciencias ELAP, 2013.

_____. Epistemocrítica de la e-comunicación: elementos para una etnografía virtual de las prácticas científicas en la era digital, La Brecha Digital. Tomado de: http://www.labrechadigital.org/labrecha/virtual_alvarocuadra.pdf, 8 de octubre de 2014.

_____. Hiperindustria cultural/ Álvaro Cuadra.--Santiago de Chile: Arcis, 2008. 56 p.

Domínguez D. Intención de la Etnografía virtual. En: Revista Electrónica Teoría de la Educación.— Madrid, 2007.

Dreyfus, H. Acerca de Internet. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad/ H. Dreyfus.-- Barcelona: UOC, 2003.

Durán, Gilbert. Introducción a la metodología de la investigación antropológica. Mito y sociedad.— París: París, 2006. 165p.

----- Las estructuras antropológicas de la imagen y la imaginación. París: EdicionesDunond, 2da ed., 2012. 223p.

Elgesem, Dag. What is special about the ethical issues in online research?/DagElgesem.—Netherlands: KluwerAcademicPublishers, 2002.

Escobar, Tirso. Textos varios sobre cultura, transición y modernidad/ Tirso Escobar.—Paraguay: Agencia Española de cooperación Internacional. 2011.375 p.

Bibliografía

Las expresiones de la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014

----- La maldición de Nemur en las artes digitales.—Paraguay: Centro de Artes Visuales, Museo del Barro, 1999. 271p.

Los espacios de interacción virtual como dispositivos sociotécnicos/ Ana María et.al. UOC. Tomado de: http://cv.uoc.edu/~grc0_000199_web/pagina_personal/Dispositivo.pdf, 24 de agosto de 2015.

Estallela, Adolfo. Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet/ Adolfo Estallela y Elisenda Ardèvol, ForumQualitative Social Research, ForumQualitative Sozialforschung., 8(3). Tomado de: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs070328>, 24 de agosto de 2015.

Galindo, Jesús. Ingeniería en Comunicación Social y familia/ Jesús Galindo.— Tenerife: Universidad de la Laguna, 2013.

Geertz, Clifford. La interpretación de las culturas/ Clifford Geertz.-- México: Gedisa, 1987.

Giddens, Anthony. The consequences of modernity/ Anthony Giddens.-- Cambridge: Polity, 1990.

Hammersley, Martín. Etnografía/ Martin Hammersley y Paul Atkinson.-- Barcelona: Paidós. 1994.

Hakken, David. Cap a una antropologia del ciberespai. Revista d'etnologia de Catalunya (14). 1999.

Hazan, A. Metodología de la investigación cualitativa/ A. Hazan.-- España: Paidós, 2005.-- 220p.

Heredia, Carla Estrella. Antropología de los mundos virtuales: avatares, comunidades y piratas digitales/ Carla Estrella Heredia.— Quito: Universidad Politécnica Salesiana, Ediciones AbyaYala, 2011.

Hine, Christine. Etnografía virtual/ Christine Hine.--Barcelona: UOC, 2004.

Infantes, A. Nuevas etnografías y ciberespacio. Monografía del Observatorio de la Ciber sociedad. Tomado de: http://www.wikilearning.com/nuevas_etnografias_y_ciberespacio-wkc-20269.htm, 16 junio de 2014.

Levy, Pierre. Cibercultura/ Pierre Levy.-- Santiago de Chile: Dolmen, 2001.

Levy Strauss, Claude. Mitos y significados en la antropología/ Claude Levy Strauss.-- Buenos Aires: Alianza Editorial, 1986.

Bibliografía

Las expresiones de la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014

Malinowsky, Bronislaw. Los argonautas del Pacífico Occidental/ Bronislaw Malinowsky.-- Barcelona: Península, 2001.

Martínez, Raquel. Facebook: estudios sobre sociabilidad en las NTC/ Raquel Martínez y Beatriz Oliver. Tomado de: www.ayudameconlatesis.blogspot.com, 24 de agosto de 2015.

Martínez Guirao, Javier Eloy. Repercusiones culturales del fenómeno de Internet. Una aproximación desde la Antropología/ Javier Eloy Martínez Guirao.-- 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad.-- Universidad Miguel Hernández: Elche, 2007.

Mayans i Planells, Joan. Género chat: o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio/ Joan Mayans i Planells.-- Barcelona: Gedisa, 2002.—117p.

_____. Nuevas tecnologías, viejas etnografías, objeto y método de la antropología del ciberespacio/ Joan Mayans i Planells. Cibersociedad. Tomado de: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=23>, 8 de octubre de 2014.

Mejía Cruz, Oti Elizabeth. Uso de las redes sociales como medio comercial (Facebook)/ Oti Elizabeth Mejía Cruz, Elpidio Guillén, tutor.— Tesis de Pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2012, 71h.

Miller, D. The Internet: an ethnographic approach/ D. Miller y D. Slater.--Oxford: Berg, 2000.

Obadia, Lionel. Antropología de los ritos sociales y culturales.-- París: La Découverte, 2007.

Race in cyberspace/Kolko, B., et.al. -- New York: Routledge, 2000.

Recio Silva, Milena. Mis amigos en Facebook. Apuntes con intención ciberetnográfica. Tomado de: www.cinereverso.org, 10 de agosto de 2015.

Rodríguez Puerto, Tamara. La perspectiva sociocultural en las técnicas de interpretación del patrimonio: Sitio Web del Jardín Macradenia y el papel de la virtualidad en la promoción de un jardín en la comunidad/ Tamara Rodríguez Puerto, Salvador David Soler Marchan, tutor.— Tesis de Pregrado, UCF, 2011, 118h.

Royero, Jaime. Redes sociales 2007/ Jaime Royero.—Tomado de: <http://mnewgrupo3.wikispaces.com/1+-+Definicion>, 26 de abril de 2015.

Rybas, Natalia. Developing cyberethnographic research methods for

Bibliografía

Las expresiones de la Asociación de las Artes Plásticas Cienfuegueras de la UNEAC en la red social Facebook entre 2010-2014

understanding digitally mediated identities/ Natalia Rybas y Radhika Gajjala.--
Qualitative Social Research, Tomado
de: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/282/619>,
8 de octubre de 2014.

Subirats, E. Violencia y civilización/ E. Subirats.—Madrid: Losada, 2006.

Tapscott, Don. Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes/Don
Tapscott y Anthony D. Williams.—Londres: Pados Empresa, 2006.

Tilly, Charles. Los movimientos sociales, 1768-2008: desde sus orígenes a
Facebook/ Charles Tilly y Leslie J. Wood.—Barcelona: Editorial Crítica, Sl.
Diagonal, 2010.

Urrutia Fuentes, Andrea Estefanía. Uso de las redes sociales Facebook y Twitter
como estrategias del diseño publicitario para el posicionamiento de marcas en
El Salvador/ Andrea Estefanía Urrutia Fuentes y José Manuel Zelaya López.—
El Salvador: Antiguo Cuscatlán, Universidad Dr José Matías Delgado, 2011.

Valentié, María Eugenia. De mitos y ritos en la antropología.—México: Universidad
Nacional de Tucumán, 1998. 190p.

Vázquez Atochero, Alfonso. Ciberantropología: comprendiendo el ciberespacio
desde una perspectiva humanística/ Alfonso Vázquez Atochero.—España:
Universidad de Extremadura, 2014.

Zanoni, Leandro. El espacio de todos. Columna publicada por la revista Wobi.
Tomado de: <http://www.eblog.com.ar/>, 25 de junio de 2015.

Anexo 1: Listado de artistas miembros de la Asociación de Artes Plásticas de la UNEAC

1. Alberto Antonio Sánchez Lago
2. Adrián Rumbaut Rodríguez
3. Ángel de Jesús Peña Montalbán
4. Aníbal José Barrera Barcia
5. Alfredo Elías Sánchez Iglesias
6. Alain Moreira Vázquez (CN1)
7. Alexander Morales Nuñez (CN2)
8. Annia Silvia Alonso Araña (CN 3)
9. Ángel Orestes Fernández Quintana (CN4)
10. Carlos ValdivieLópez
11. Camilo Salvador Díaz de Villalvilla Soto (CN5)
12. Elías Federico Acosta Pérez (CN6)
13. Eduardo Torres Martínez
14. Francisco Gilberto Rodríguez Marcet
15. Francisco Tomás Iraola Montaña
16. Irán Millán Cuétara
17. Jorge Félix Díaz Urquiza (CN7)
18. José Domingo de la Paz Texier
19. Juan Carlos Echeverría Franco
20. Julián Espinosa Rebolledo
21. Juliana Nelly Rodríguez Varela
22. José Basulto Caballero
23. Juan García Cruz
24. Julio Antonio Ferrer Guerra (CN8)
25. Lester Terry Liriano (CN9)
26. Liliam Nimo Vázquez (CN10)
27. María Ángeles Cano Fajardo
28. Massiel Delgado Cabrera
29. Miguel Ángel Albuérne Arcay (CN11)
30. Néstor Silvestre Vega Negron
31. Néstor Álvarez García
32. Omar Faustino García Valenti (CN12)
33. Pavel Miguel Jiménez Pérez (CN13)
34. Rafael Ángel Cáceres Valladares (CN14)
35. Roberto Domingo Gil Esteban (CN15)
36. Rodolfo Bermúdez Gutierrez
37. Vladimir Rodríguez Sánchez (CN16)
38. Yanet Martínez Molina (CN17)

Orlando García Martínez – Presidente UNEAC

Ian Rodríguez Pérez – Vicepresidente de la UNEAC

Anexo 2: Instrumentos. Guía de observación

Caracterización del observador

Observador, Tipo de observación, Fecha de realización, Participantes, Número, Estimado de la muestra empleada.

Caracterización del contexto de observación.

Caracterización de los contextos *on line* y *off line*.

Caracterización de los artistas y producciones en ciberespacio

Objetivos

Observar los espacios *off y on line* donde se desarrolla la labor de interacción de los artistas plásticos en la red social Facebook en Cienfuegos para interpretarlos cultural o artísticamente, ya que en ella se establece la interacción del observador con las colectividades virtuales.

Criterios metodológicos a tener en cuenta en la observación etnográfica.

Esta investigación a tener en cuenta en un contexto y un espacio específico como el ciberespacio requiere de algunas consideraciones entre las que se encuentran:

Que la observación, remite al investigador a múltiples soportes ligados entre sí (fotologs con sitios web con blogs) y en especial su evidencia en las cuentas de redes sociales y a espacios de la vida *off line*. El investigador viene a ser usuario y elaborador de ambientes que se estudian para examinar la vida, trabajo y cosas que se hacen, logran desde ellos cumplir con las tres funciones principales de la antropología y de la etnografía; observar, registrar y analizar “con” el ambiente y “en” el ambiente virtual.

Se observan informaciones digitales y virtuales como expresión y manifestación de la cultura que generan las identidades del cibercontexto en este caso de las artes plásticas.

Determinación de la precisión del observador cuándo se está en el terreno (campo-ciberespacio) o fuera de él (Contexto cultural o artístico que se estudia) ella se establece desde la interacción del observador con las colectividades virtuales y no por el soporte electrónico a examinar.

La observación *on* y *off line* persigue buscar significaciones (estructuras de significaciones) socialmente establecidas y que no son evidentes en la “superficie” de las

expresiones sociales sino en un contexto específico: el cibercontexto en este caso está relacionado con los artistas plásticos que emplean el *on line* en su obra

La observación es la participación del investigador, pero el contexto particular de cada experiencia de campo define el tipo de participación que se debe emprender de acuerdo a los procesos del campo de investigación .

La práctica etnográfica en las artes plásticas cienfuegueras se desarrollará en ambientes artísticos mediados por la tecnología digital de las redes sociales Facebook y se hizo desde la producción (artística) como el consumo de obras de arte en los artefactos tecnológicos para la visualización, socialización y diseminación de ellas y las prácticas socioculturales asociadas.

En la observación se puso especial atención en los siguientes aspectos etnográficos:

- La articulación entre los espacios *on line* y *off line*
- La existencia y uso de materiales, las producciones y consumo de las artes plásticas, tendencias estéticas, técnicas, relaciones.
- La existencia de elementos didácticos y promocionales.
- La participación de los artistas y sus clientes culturales y comerciales en los diferentes espacios.
- Las principales búsquedas, formas y vías que emplean.
- Las actividades propuestas y su resolución.
- El uso de diversas herramientas y aplicaciones más frecuentes en Facebook.
- La interactividad de los artistas en la creación de grupos afines y los contenidos que con mayor frecuencia se utilizan.
- Contenido de los *time lines* en los muros individuales: Links a fuentes externas, textos, materiales audiovisuales, presentaciones de las multimedias sobre los contenidos artísticos, foros y debates, salas de multichat, *fan page*, catálogos, eventos *on line* simultáneos con el mundo *off line*, currículos, Interactividad con otras redes sociales como Twitter o Instagram.
- Sistema de opiniones sobre los diferentes temas y formas en que la comportante
- La creación de contenidos digitales
- Tipo de Herramienta que utiliza como Autocollage.
- La manera en que evalúan *on line* los resultados los artistas

Registro de la observación: Se utilizará una aplicación *on line* que se denomina Facebook Notes la cual se ajustará a las necesidades de observación del campo, y *off line* se empleará el siguiente registro:

Descripción de la actividad off line	Notas de campo	Forma de validación	Observación

Se desarrollarán conclusiones e interpretaciones según se realice la misma y se validarán y contrastarán en cada caso y de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Recursos materiales: Dispositivos mediadores de comunicación, grabadoras, aplicaciones, web, ancho de banda.

Anexo 3: Guía de entrevista

Estimado colega:

La maestría en Estudios Históricos y Antropología Sociocultural impartida por la Universidad Carlos Rafael Rodríguez de Cienfuegos, en la actualidad desarrolla una investigación dirigida a analizar desde la perspectiva antropológica cómo se expresa en la red social Facebook, su papel en la virtualidad de las artes plásticas cienfuegueras entre 2010-2014, su colaboración es de gran importancia para obtener información y datos que validarán los resultados de la misma y que serán devueltos para su conocimiento por el valor que tiene en la actuación de Ud. en el empleo de esta red para las artes visuales en Cienfuegos.

Cuestionario

1. Qué opina Ud. de INTERNET y los contextos virtuales.
2. Considera Ud. que ellos son importantes en los contextos artísticos y culturales actuales. ¿Porqué?
- 3.Cuál es su consideración acerca de la red social Facebook y cómo usted llega a ella.
4. Desde cuando Ud. utiliza la red. ¿Por qué y para qué?
5. Cuáles son los contenidos más importantes que Ud busca en Facebook Jerarquícelos.
6. Cuáles son las aplicaciones, herramientas y opciones que Ud. utiliza más de Facebook. Porqué?Jerarquícelas.
7. Considera Ud. que Facebookha ayudado a promover artística, estética, científica y tecnológicamente su obra artística y creadora. Porqué?
8. Cuales son a su consideración las condiciones de accesibilidad que usted tiene?
9. Mencione los principales productos y resultados obtenidos por Ud. en esta red social.
- 10.En su opinión cual es la relación entre Ud. y el ciberespacio y si lo considera importante diga por qué.
11. Qué relaciones y tipos de relaciones Ud. mantiene en la red social y como lo ha logrado.
12. Considera Ud. útilFacebook para lograr clientelas o sponsored culturales. Porqué?
- 13.En su opinión que representan las redes sociales para la humanidad. Justifíquelo.
14. Que otra opinión UD tiene acerca de esta entrevista.

Anexo 4:



Foto 1



Foto 2

UNEAC CIENFUEGOS



Foto 3

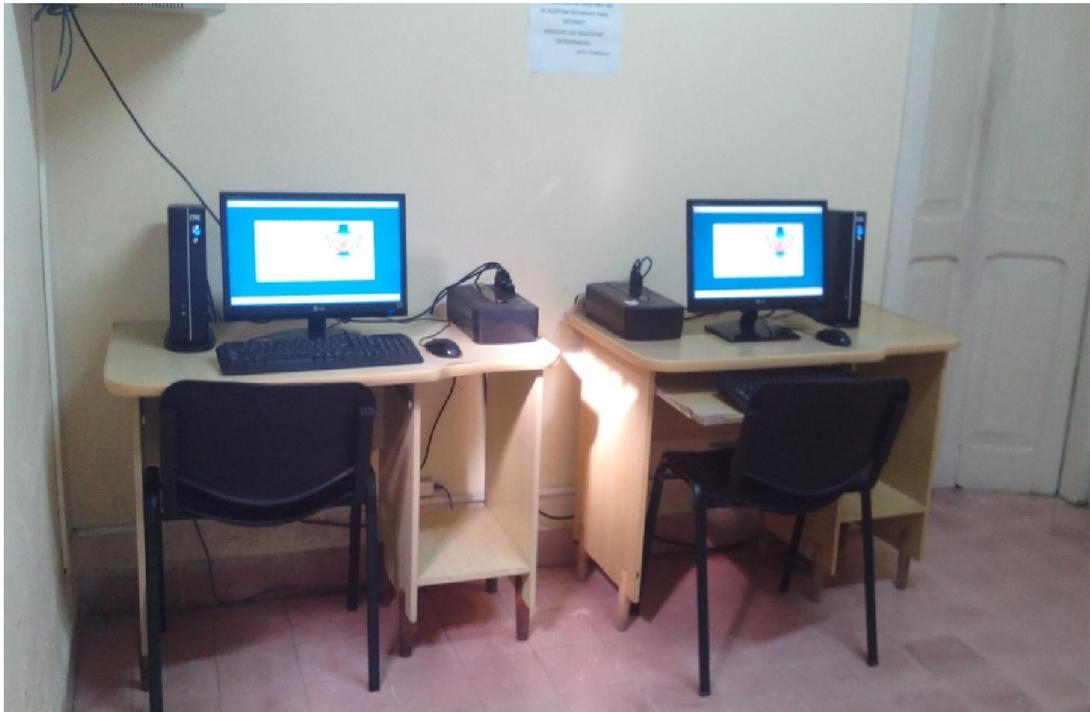


Foto 4



Foto 5

Foto 3, 4, 5

SALA DE NAVEGACIÓN FERNANDINA.COM



Foto 6

René Magritte "La traición de la imágenes"