

ESPACIO PÚBLICO Y VISIBILIDAD SOCIAL: EL CASO DE PLAZA ESPAÑA EN INSTAGRAM¹

PUBLIC SPACE AND SOCIAL VISIBILITY: THE CASE OF PLAZA ESPAÑA ON INSTAGRAM

Juan Pablo Rizzo

FAUD UNC

jprizzog@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-9603-1756>

Agustín Rennella

FAUD UNC

agustinrennella@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-2810-3816>

Resumen

El artículo problematiza la apropiación social de la reciente intervención urbana de Plaza España en Córdoba, Argentina. Recuperando una perspectiva de complejidad del espacio público, se propone explorar acerca de las dimensiones simbólicas que operan en su apropiación, haciendo especial énfasis en las tecnologías digitales de consumo masivo y producción de contenido, como la plataforma Instagram. Se tensionan dimensiones de carácter de imaginarios urbanos, experiencias identitarias y consumos culturales en el espacio público a partir de la mediatización urbana. La metodología utilizada es cualitativa, empleando las técnicas de observación participante y observación digital. Los resultados de investigación dan cuenta de cómo Plaza España es el escenario de consumos y contenidos digitales en la red social Instagram, en cuya interacción de consumos culturales la constituyen epicentro de la apropiación social del espacio público urbano de Nueva Córdoba.

Palabras clave: espacio público; plataformización, consumos culturales; mediatización urbana.

Abstract

This paper problematizes the social appropriation of the recent urban intervention of Plaza España in Córdoba, Argentina. Recovering a perspective of complexity of public space, it is proposed to explore the symbolic dimensions that operate in its appropriation, with special emphasis on digital technologies of mass consumption and content production, such as the Instagram platform. Dimensions of urban imaginaries, identity experiences and cultural consumption in the public space are tensioned from the urban mediatization. The methodology used is qualitative, employing the techniques of participant observation and digital observation. The research results show how Plaza España is the scenario of

¹ Los aportes conceptuales y empíricos de este trabajo son parte de dos instancias de investigación: a)- resultados preliminares del proyecto de investigación SECyT-UNC "Ritmos del habitar: Derivas del habitar compuesto, simulacros y representaciones tecnoculturales de Córdoba (2024-2027)", y b)- avances de tesis y formación de maestría (FAUD-UNC); ambos con la dirección del Dr. Sebastián Cortez Oviedo.

consumption and digital contents in the social network Instagram, in whose interaction of cultural consumption constitutes the epicenter of the social appropriation of the urban public space of Nueva Córdoba.

Keywords: public space, platformization, cultural consumption, urban mediatization.

Fecha de recepción: 5 de agosto de 2024

Fecha de aceptación: 13 de diciembre de 2024

Introducción

Las dinámicas que estructuran la vida urbana son múltiples y diversas. Plataformas, tecnologías e hipercomunicación imbrican la vida cotidiana traduciendo los flujos informacionales en formas de apropiación del espacio. En cuanto a los espacios públicos, estos ya no son únicamente —si es que en algún momento lo han sido— materializaciones espaciales que las personas experimentan con sus sentidos de forma inmediata, sino que se encuentran mediados por las representaciones simbólicas que circulan en las plataformas digitales: esta experiencia está cada vez más atravesada por las tecnologías de la comunicación, sobre todo después de la pandemia COVID-19 (Cortez Oviedo, 2020; 2023).

Plaza España concentra, desde su inauguración, un conjunto de atributos morfológicos que rinden para ser plataformizados y visibilizados socialmente. La dinámica de circulación de imágenes y sus similitudes con otros espacios públicos “globales” generan una dinámica de encuentro físico, pero también de circulación virtual, donde se pone en valor sus características tanto sociales como estéticas.

Asimismo, se explora la dinámica de mediatización simbólicas que operan en un caso aparentemente “exitoso” de espacio público, entendiendo por exitoso su ocupación en términos físico espaciales. Se presupone de que esta ocupación en la actualidad está fuertemente vinculada a su configuración narrativa en términos estético-digitales, con el espacio físico y morfológico como plataforma central de espectacularidad para su circulación en redes y apropiación del lugar (Bornsvoort y Uitermark, 2024; Manovich, 2020; Sequera, 2024).

Los atributos físicos-espaciales de Plaza España, en tanto equipamiento: la centralidad como atractivo de remate de un eje urbano, es una parte importante de su éxito. Sin embargo, existen sobrados ejemplos de espacios públicos equivalentes que expresan un vacío social. Así, se argumenta, haciendo una breve descripción de su ocupación histórica, que su gravitación como espacio público urbano no se configuró por una apropiación social *per sé* desde su inicio.

Se considera que su “éxito” actual, en términos de ocupación, está relacionado con la transformación digital, particularmente con la plataformización urbana. La espectacularización del espacio público urbano y la construcción narrativa de los espacios configura formas legítimas de consumirlo y ordena, entre otras cosas, sus sentidos de apropiación (Manovich, 2020; Sequera, 2024).

En consecuencia, se problematiza la irrupción e incidencia de la transformación digital a partir de la circulación y producción de contenidos digital de Plaza España (posteos, fotos, videos, reels, vivos, etc.), para observar la relación entre sus formas de apropiación físicas y digitales.

En cuanto a la estructura del texto, la primera parte recupera discusiones, antecedentes y teorías sobre el espacio público en el contexto de la transformación digital. A continuación, se caracteriza Plaza España en sus hechos históricos relevantes, haciendo hincapié en lo paradigmático de este espacio y lugar con la apuesta de Nueva Córdoba como ciudad nueva. Luego, se describen las sucesivas transformaciones que ha sufrido la rotonda de Plaza España, arribando hasta la actualidad con su reciente modificación en el año 2023. Al mismo tiempo, se revisa el rol que ocupa en las redes sociales (RRSS), y la circulación de significados con relación al espacio físico y la construcción de identidad. Todo esto, en un creciente contexto de penetración y circulación digital de imaginarios y narrativas, configurando así diversos procesos y dinámicas de apropiación y uso. Esta dinámica se ve capitalizada en redes sociales, a la par de una mayor producción de contenidos alrededor de las experiencias del espacio público urbano, donde las personas le confieren su propia narrativa.

Finalmente, se elabora un análisis cruzando las producciones fotográficas disponibles en la red social *Instagram* con el fin de poner en diálogo las discusiones alrededor de la mediatización del espacio público urbano y, al mismo tiempo, ofrecer aproximaciones acerca de los sentidos y apropiaciones más extendidas en relación con Plaza España en dicha plataforma. En síntesis, se ofrece una lectura descriptiva acerca de la construcción narrativa que obtiene en redes sociales y en sus formas físicas de apropiación social y simbólica.

Metodología

Desde un enfoque descriptivo, el diseño metodológico se planteó en tres momentos: a)- reconstrucción histórica y narrativa sobre el espacio, con el análisis documental como técnica predominante, para describir los antecedentes e imaginarios sobre Plaza España. La pregunta que guio este momento fue ¿cómo fue pensado y proyectado este espacio en su arquitectura y dimensión físico espacial? Y sintéticamente: ¿qué dinámicas o hitos de apropiación acontecieron?

Luego, b)- rastreamos continuidades y rupturas con el presente para dar pistas sobre cómo se estructura en la actualidad y qué elementos están influyendo hoy que antes no. Finalmente, c)- analizamos reflexivamente para aportar breves conclusiones sobre las tendencias observadas.

A los fines de describir la dinámica de apropiación en la actualidad en las dimensiones ciberfísicas y físico-espaciales, se utilizaron técnicas de observación digital en la red social *Instagram*², y observación participante en distintos días entre los meses de junio y julio de 2024 (Pink y Horst, 2019; Guber, 2014).

Cabe destacar que se trata de una investigación de carácter cualitativo interpretativo que pone su foco sobre las formas en las cuales el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido. En consecuencia, las dimensiones de lo simbólico y sus significados adquieren relevancia por sobre los paradigmas centrados en lo cuantitativo (Vasilachis, 2009).

En términos de la transformación digital de las ciudades argentinas es frecuente encontrar estudios acerca de la paulatina digitalización que llevan adelante los gobiernos y las administraciones públicas (Lemus, 2021). En cuanto a las narrativas sociales que ocurren en las plataformas y redes sociales y su impacto en lo urbano, existe relativamente poco volumen de producción académica referidas al espacio público urbano de Córdoba (Cortez Oviedo, 2022). Por este motivo, el nivel de investigación es exploratorio, y se pretende contribuir con referentes empíricos a la producción académica en torno a los estudios urbanos vinculados a la transformación digital y sus impactos en Córdoba.

Si bien desde Argentina existen producciones académicas vinculadas a los consumos culturales y los espacios públicos en el orden digital (Cortez Oviedo, 2020; 2023; Radakovich y Wortman, 2019), las investigaciones sobre tecnología estuvieron más orientadas al mercado laboral de plataformas, la inclusión digital y la desigualdad tecnocultural; también observamos una línea de investigación en torno a la exposición de las personas, las narrativas sobre sí mismos y la presentación de la persona en contextos digitales (Lemus, 2021).

La decisión de elegir Plaza España estuvo fundamentada, entre otras cosas, en lo disruptivo que supone su apropiación actual con respecto a épocas pasadas: si bien el lugar existe desde hace más de un siglo, argumentamos que adquirió relevancia en términos de ocupación y apropiación generalizada alrededor del primer semestre del 2023, a partir de su inauguración. También, por sus características urbanas de centralidad y ubicación geográfica privilegiada, articulando los espacios verdes y públicos más importantes de Córdoba y en diálogo con el barrio con mayor densidad, Nueva Córdoba.

² La dinámica consistió en registrar el contenido fotográfico y audiovisual que las personas suben de manera pública a la red social de *Instagram*. La decisión de elegir esta red se fundamenta en su hegemonía actual en producción de este tipo de contenido y su particular lugar comunicativo de imagen personal (Mattei, 2014).

Discusiones: espacios públicos en el orden digital, dinámicas de apropiación y construcción socioespacial en la ciudad

Partimos del supuesto de que un enfoque unidisciplinar sobre el espacio público es insuficiente para explicar su complejidad. Las transformaciones sociales, espaciales y económicas provocadas por la digitalización y el capitalismo de datos exigen abordar los fenómenos socioespaciales desde perspectivas más amplias y transversales. En la actualidad, además de la territorialidad física, debemos considerar los flujos de información, que se condensan en plataformas y contenidos que se reproducen global e instantáneamente (Srnicek, 2018). Esto es especialmente relevante en el contexto del espacio público como noción, donde se entrelazan dimensiones que abarcan desde lo urbano-arquitectónico hasta lo socio-antropológico.

Este escrito retoma el concepto de espacio público como categoría-lugar, según lo plantea Cortez Oviedo (2023). La idea es ampliar el concepto desde una mirada multidisciplinar que nos permita superar las limitaciones del enfoque higienista-funcionalista, predominante en el urbanismo; el cual concibe al espacio público como una proyección físico-espacial y urbana. Tampoco se debe caer en la segmentación de la teoría moderna europea de las ciencias sociales, que lo reduce a un discurso político sobre “lo público” (Arendt, 2015; Habermas, 2009). Esta última, si bien rescata la dimensión de categoría, a menudo olvida los condicionamientos inherentes a la forma urbana y suscribe a una visión esencialista y escenográfica del espacio público. En otras palabras, reduce el espacio público a una representación simbólica, en lugar de entenderlo como un ámbito vivo que interacciona y agencia la experiencia de las personas (Cortez Oviedo, 2023).

Cortez Oviedo (2020) argumenta que las intervenciones materiales en el espacio urbano no son neutras, ni mucho menos inocentes; su diseño reconfigura las dinámicas de apropiación tanto urbanas como sociales. Estas transformaciones interactúan con los imaginarios y representaciones sociales que los habitantes construyen en torno a dicho espacio. Asimismo, las intervenciones pueden tanto consolidar como desarticular las maneras en que las personas conciben y experimentan un lugar. Además de caracterizar su transformación física y morfológica, es importante recuperar los aspectos simbólicos subyacentes en las demandas y formas de ocupación que estos espacios generan.

En consonancia, Manovich (2020) y Zukin (2010) plantean que la tecnología, las redes sociales y las construcciones estéticas juegan un papel cada vez más relevante tanto en las configuraciones simbólicas como en las construcciones materiales. Las ciudades que experimentan gentrificación y procesos de encarecimiento del valor del suelo están relacionadas por ejemplo, con las plataformas por la consolidación de alquileres temporarios. No obstante, las construcciones visuales y estéticas generadas por influencers y creadores de contenido, quienes capturan los espacios más atractivos de los barrios, también contribuyen a

consolidar y construir su identidad a partir de las plataformas. Ejemplo de esto es el caso de Javastraat en los Países Bajos (Bornsvort y Uitermark, 2024).

Identidad y corporalidad en la apropiación de los Espacios Públicos: producción estética y contenidos para plataformas

La delimitación de categorías que guiaron este artículo se enfoca sobre cómo pensamos el espacio público urbano en términos generales y particularmente en este momento histórico, su relación con respecto a las construcciones identitarias, en sentido amplio, y su especificidad en el marco de las tecnologías digital (Arizaga, 2021; Bourdieu, 2007; Castells, 1998; Cortez Oviedo, 2020; Finquelievich, 2016; Lindón, 2009; Scribano, 2008).

El espacio social permanece arraigado en los imaginarios urbanos de los habitantes, corporizando y naturalizando procesos de distinción social. La elección de qué espacios habitar, por dónde transitar, qué lugares nos incluyen o excluyen, y a cuáles aspiramos o rechazamos, termina naturalizando la estructura social y modelando nuestra relación con lo urbano. El espacio en las ciudades expresa materialmente las posiciones de los actores sociales respecto a su lugar relativo en el espacio social general y en la territorialidad (Arizaga, 2021; Bourdieu, 2007, 1999). Las diferentes condiciones sociales, y en particular el avance del capitalismo neoliberal, condiciona la circulación, la visibilidad y la apropiación de la ciudad por parte de sectores subalternos (Harvey, 2013; Lefebvre, 2013; Suyai Pereyra, 2021).

A este desarrollo urbano se suma el proceso de transformación digital, donde la dimensión física resulta insuficiente para comprender las desigualdades sociales. Es necesario incorporar los bits (la dimensión ciberfísica de espacio), en la cual se configuran nuevas desigualdades que, además de reforzar las existentes, crean otras vinculadas tanto al acceso material (como tener una buena cámara, hardware o una conexión rápida) como a lo simbólico-cultural (marcas, tendencias, estéticas). Esto último incluye la capacidad de saber apreciar los espacios, elegir dónde y cómo fotografiarlos o producir contenido que se ajuste a las tendencias estéticas dominantes. Aunque muchos productos audiovisuales y contenidos se consumen y producen en las RRSS, tienen un fuerte anclaje en el espacio público urbano.

Este fenómeno no solo refuerza la percepción simbólica del lugar como "deseable", sino que también impacta en el imaginario colectivo de los espacios públicos urbanos. La dinámica de turistización que atraviesa la ciudad de Córdoba desde hace dos décadas, se orienta a posicionar la ciudad como un destino turístico a través de la patrimonialización y el embellecimiento estratégico de sus espacios, tanto en términos residenciales como

comerciales, gastronómicos y como argumentaremos más adelante, espectaculares e instagrameables³ (Boito, Espoz Dalmasso, y Torres, 2021).

Esta lectura del espacio urbano se complementa desde la perspectiva de los cuerpos y los sentimientos. En este enfoque, la ciudad se entiende como una construcción socioespacial que se configura a partir de la vivencia del cuerpo en el espacio (Lindón, 2009; Scribano, 2008). Los autores sostienen que, tanto epistemológica como ontológicamente, ninguna práctica es posible sin la corporeidad y la motricidad inherentes a las mismas. No obstante, en la actualidad, esta corporeidad ha dado un paso más allá. Algunos autores se refieren a las "prótesis digitales" para describir cómo las tecnologías y plataformas se han vuelto una extensión del cuerpo, incorporándose a las experiencias cotidianas de los sujetos (Roude y Del Giorgio Solfa, 2022). Así, el medio inmediato de interacción con el espacio ya no se limita a la corporalidad física y tangible, sino que también incluye una "corporalidad digital", extendida en bits.

Tenemos así, una fusión conceptual dual: el espacio físico es tanto producto del espacio social y sus relaciones de poder sedimentadas, y las dimensiones subjetivas de la acción y emoción están vinculadas con la relación espacial y los cuerpos. Por dónde y cómo las personas transitan; qué lugares eligen para situarse y compartir contenido; de qué forma eligen pasar su tiempo de ocio, cultura o tránsito; se convierten en un insumo de interés para los estudios urbanos con perspectiva socio antropológica, al permitir arribar a conocimientos acerca de cómo se conciben, representan y reproducen los espacios en la calle física y la "calle digital".

La espectacularización del espacio cómo dinámica y lógica dominante

Al capturar estos conceptos sobre cómo pensar el espacio público en la actualidad, resulta interesante rescatar el rol de la tecnología y de los medios de información en la experiencia estética y su relación con la construcción identitaria. Las tecnologías digitales juegan un papel claro en este proceso y no están exentas de ejercer su poder en él. Movimientos como *Occupy Wall Street*, la Primavera Árabe y, más recientemente, #NiUnaMenos, han demostrado cómo la tecnología y plataformas ha incidido activamente en la gestión y ejecución de actos políticos en el espacio público (Cortez Oviedo, 2023).

Estos, en su multiplicidad de usos y apropiaciones, estarían bajo una constante imbricación simbólica debido a la circulación de imágenes tecnificadas, producidas por y para las redes sociales. Dichas imágenes expresan nuevas formas de uso y apropiación social, que dependen

³ El término "instagrameable" suele referirse a lugares, objetos o situaciones visualmente atractivos que están diseñados o percibidos como ideales para ser capturados y compartidos en *Instagram*, debido a su estética y potencial capacidad de generar interacciones con otros usuarios.

en gran medida de los imaginarios que se construyen en dichas plataformas. Al respecto, Cortez Oviedo (2020) argumenta:

Los espacios públicos en su dimensión físico-espacial estarían bajo una constante demarcación simbólica por el tráfico de imágenes técnicas, que expresarían nuevas formas de uso y apropiación social. Convertidos ya en la escenografía posibilitante, estos lugares-lugarizados se presentarían como dispositivos del consumo visual, proceso del cual la construcción identitaria se valdría para espacializar sus imaginarios sociales. Se tratan de mercancías simbólicas que los sujetos consumen para su auto-representación, que necesariamente debe ser una acción comunicada en sus espacios públicos personales (redes sociales). Esta dinámica nos plantea el interrogante acerca de qué proceso cultural agenciaría estas nuevas prácticas, tanto en los espacios físicos como en sus pares simbólicos (p. 102).

Convertidos en una escenografía posibilitante, hoy los espacios públicos se transforman materialmente en mercancías simbólicas, listas para ser consumidas y fotografiadas, esto da cuenta de su plataformización en el orden digital.

Podemos acordar que la ciudad ha dejado de ser únicamente una entidad física para constituirse también como una construcción semiótica, con límites difusos que alcanzan lo intangible, producto de lo digital y lo comunicacional. Estos cambios en la forma de construir, habitar y concebir la ciudad han generado una nueva dimensión urbano-vivencial en los sujetos. Esta nueva dimensión se configura como “la plataforma de socialización del nuevo orden digital y una suerte de meta-realidad que des-territorializa aspectos socio-urbanos” (Cortez Oviedo, 2018, p. 5).

Caracterización, antecedentes y eventos simbólicos de Plaza España

La Plaza España es un espacio verde público de gran relevancia para la ciudad, no solo por su valor estético y funcional, sino también por su posición estratégica dentro de la infraestructura vial y peatonal de Córdoba. La rotonda (de 100 metros de diámetro) sirve como un punto de convergencia para seis avenidas altamente transitadas, lo que la convierte en un lugar clave para la movilidad urbana y un punto de fuga para la visibilidad social.

A partir de su última reforma (2018-2023), se emplaza el Museo Metropolitano de Arte Urbano, un edificio subterráneo multifuncional que ha reconfigurado el uso del espacio, llevando adelante un proceso de institucionalización del arte “Arte Urbano” y de actividades culturales con el entorno. Dada por su configuración geométrica/programática, y sus aspectos de diseño, sus exposiciones (interiores y exteriores) se vinculan visualmente con la experiencia de la ciudad.

La plaza forma parte de un circuito cultural más amplio llamado Media Legua de Oro Cultural⁴, que incluye instituciones significativas como el Museo Superior de Bellas Artes Evita (ex Palacio Ferreyra), el Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Caraffa, el Museo de Ciencias Naturales y el Centro Cultural Córdoba con el Faro del Bicentenario. Su proximidad a estos equipamientos, y su vinculación al Parque Sarmiento (principal parque urbano del área central), cataliza un punto cultural conectado a la centralidad de Córdoba. En cuanto a su contexto urbano, forma parte del barrio Nueva Córdoba, el más poblado y denso de la ciudad. Entre sus características demográficas, presenta una gran concentración de jóvenes, su proximidad a la Ciudad Universitaria de UNC le permite presentarse como “el lugar” de las juventudes universitarias, siendo un aspecto singular del caso. Además, convergen en el sector infraestructuras, servicios y redes comerciales que potencian su apropiación.

En cuanto a su historia, los inicios de la plaza se remontan a finales del siglo XIX y comparten origen con el desarrollo urbano del barrio. El empresario Miguel Crisol fijó su interés por los loteos de barrancas al sur del área central de la ciudad. Con ideas inspiradas en el diseño francés de las transformaciones urbanísticas haussmanianas, emprendió el desarrollo germinal de este espacio urbano, hoy de los más dinámicos de Córdoba.

Plaza España fue disputada a lo largo de la historia desde su aparición. Esto, debido a su destacado emplazamiento en el encuentro de las avenidas y bulevares más importantes de la “Ciudad Nueva”, como se la denominaba a Nueva Córdoba en ese momento. Sin embargo, no fue hasta 1928, y a partir de un acto público, se inauguró como plaza y comenzó a formar parte de los hitos de la ciudad.

Este evento configura el primer antecedente de Plaza España como un lugar de espectacularidad, una característica constante que ha perdurado a lo largo de los cambios físico-morfológicos que ha experimentado este espacio público urbano y que se extiende a la actualidad desde las plataformas digitales. A partir de su inauguración, una serie de acontecimientos e hitos político-históricos han contribuido a su historial (Bordese, 2019):

- Tras su inauguración en 1928, en 1933 se celebró el primer Congreso Eucarístico Diocesano de Córdoba.
- En 1941, se llevó a cabo un acto para la colocación del monolito base del monumento al fundador de la ciudad, Jerónimo Luis de Cabrera. Sin embargo, dicho monumento nunca fue colocado debido al golpe militar de 1943 que interrumpió la gestión gubernamental.

⁴ La media legua de oro cultural se trata de un proyecto, a escala urbana central y pericentral, que articula los espacios culturales y patrimoniales como museos, casas, cementerios, ruinas y edificios históricos, entre otros: <https://cordobaturismo.gov.ar/media-legua-de-oro-cultural-caminos-para-recorrer-cordoba-ciudad-2/?sa=D&source=docs&ust=1722811068679246&usq=AOvVaw2XI0lqOzVAizAPB4r0uCeZ>

- En 1951, se reinauguró la plaza bajo el nombre de Eva Perón, con la colocación de un busto. Fue vandalizado y sustraído durante la Revolución Libertadora de 1955.
- En 1959, Plaza España fue escenario del Sexto Congreso Eucarístico Nacional de Argentina, donde se erigió temporalmente un gran altar de madera y metal, posteriormente removido, contó con la presencia del por ese entonces presidente Arturo Frondizi.
- En 1980, se llevó a cabo un acto de reinauguración, presentando la remodelación dirigida por el arquitecto Miguel Ángel Roca.
- En 1997, se montó un escenario para representar la obra El Infierno de la Divina Comedia.
- En el año 2000, la plaza fue sede de la apertura del Festival de Teatro del Mercosur, marcado por un gran despliegue de fuegos artificiales.

Estos acontecimientos indican que históricamente se objetivaron en este lugar una serie de eventos, conmemoraciones y homenajes de diferente índole, desde políticos hasta religiosos, con el fin de disputar simbólicamente su configuración y representación hacia la sociedad. Esta configuración, lejos de estar cerrada continúa hasta la actualidad. No obstante, como observaremos posteriormente, mediatizada a partir de las tecnologías y plataformas digitales.

Plaza España y su huella digital

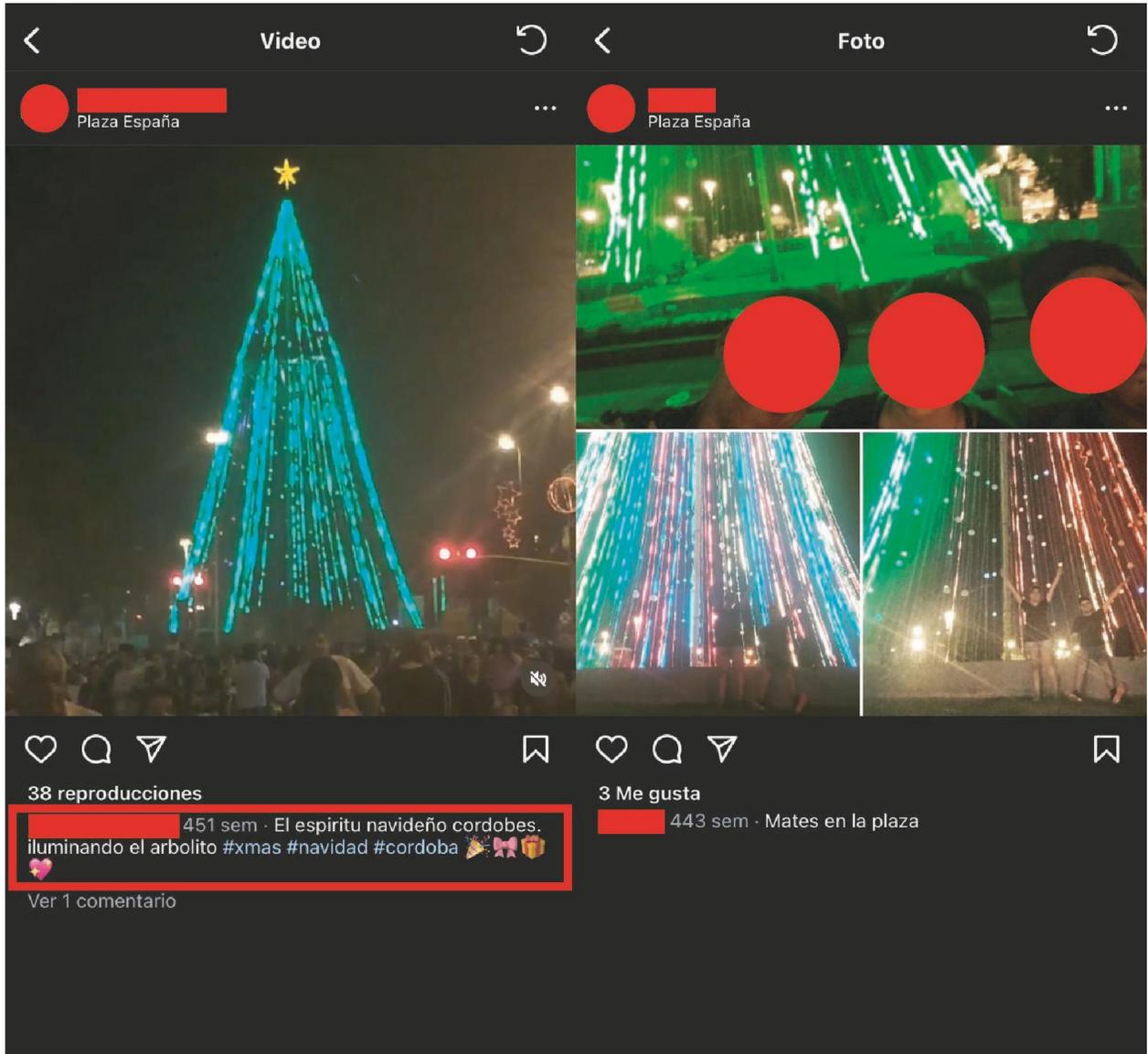
Como antecedentes virtuales, y habiendo elegido específicamente la plataforma de Instagram para este artículo, encontramos que los primeros registros de la huella digital de Plaza España están vinculados a un evento significativo que tuvo lugar en este espacio.

El 8 de diciembre de 2008, la ciudad de Córdoba inauguró un árbol de Navidad de aproximadamente 60 metros de altura, construido con tensores de acero e iluminado con luces multicolores. Esta tradición, que continúa hasta el día de hoy, fue registrada en plataformas como *Facebook* en sus primeras ediciones.

Con el tiempo y la creciente penetración digital, las publicaciones relacionadas con este evento se expandieron a nuevas plataformas, como *Instagram* a partir de 2013. A medida que las redes sociales se consolidaron como medios de circulación de contenido y espacio de flujo informacional, eventos como la inauguración del árbol de Navidad, su uso para deportes como *Skate* o *BMX*, adquirieron carácter de espectacularización, transformándose en símbolos

compartidos y consumidos digitalmente. Como veremos a continuación, la presencia de Plaza España en las redes sociales está vinculada principalmente a este tipo de eventos que refuerzan su espectacularidad, como es el caso citado.

Imagen 1: Registros digitales históricos de la espectacularización del espacio público y su expresión en Instagram. El armado del “arbolito” que acontecía en las vísperas navideñas desde el 2008 hasta el 2016.



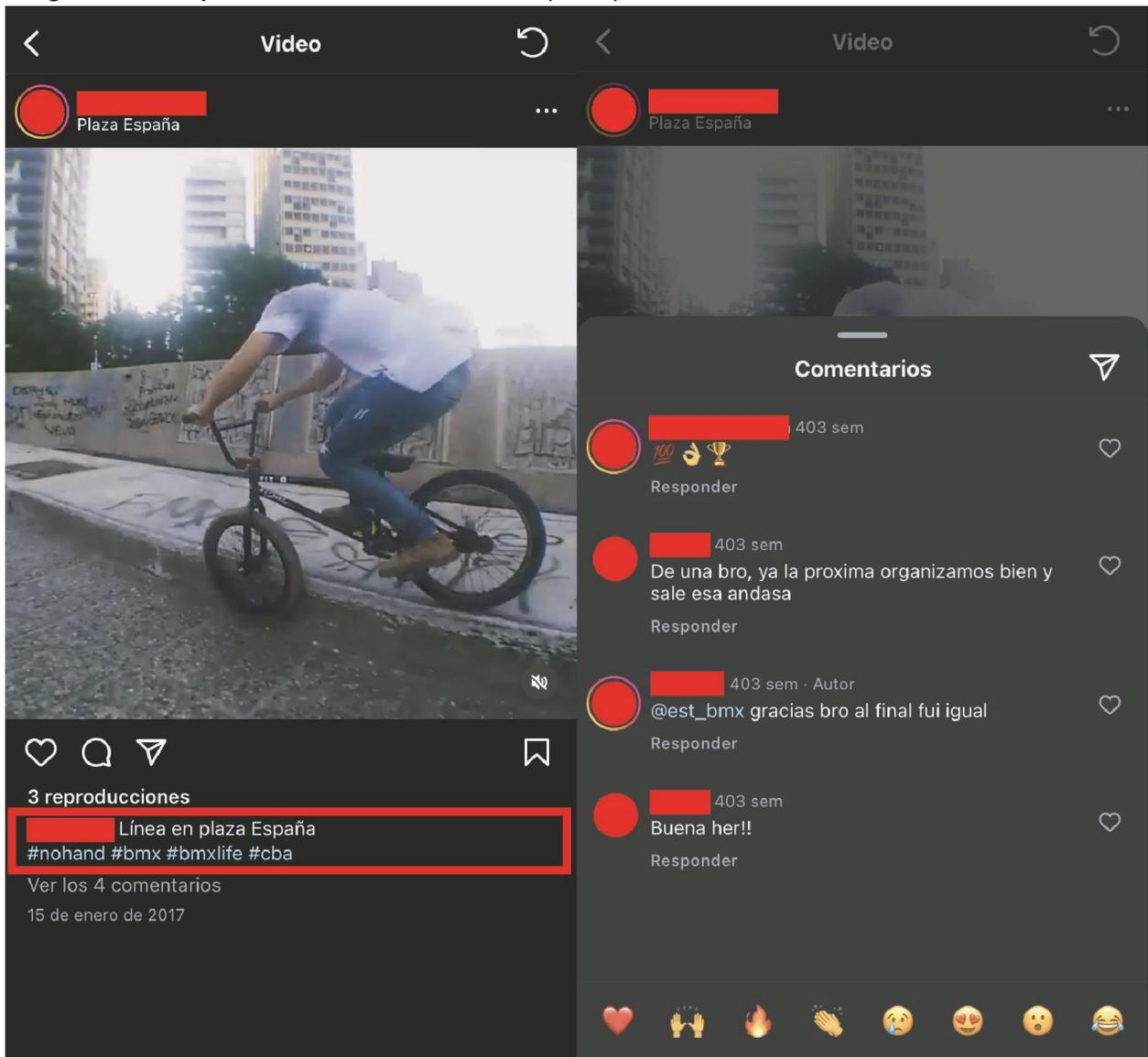
Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram. (2024).

En este registro comienza a articularse alrededor del espacio una experiencia segmentada y multidimensional. La dimensión físico espacial de la ciudad funciona como soporte (o escenario) de una interacción social que tiene lugar en la dimensión digital de lo urbano, mediada por

plataformas. Si bien el evento sucede en la plaza, los procesos de identificación se prolongan en el tiempo y se consolidan en redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube).

Previa a su última reforma, se apreciaba la situación de “abandono” de la plaza, que reunía aficionados al grafiti y a los deportes urbanos como el BMX y el skate, que se filmaban y compartían sus performances en redes sociales. El espacio en ese momento no tenía la exposición ni el control que tiene en la actualidad, dando lugar a una configuración de “espacio ideal” para estas prácticas, fuertemente vinculadas al espíritu punk “alternativo” urbano.

Imagen 2: Rider ejecutando rutina de trucos en la plaza previo a la remodelación del 2019.



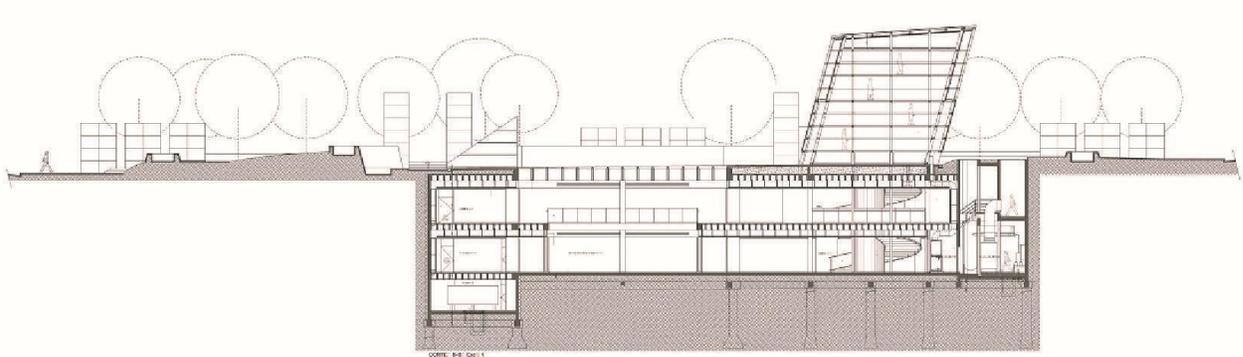
Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram (2024).

Configuración físico-espacial y su colaboración con los procesos de escenificación y espectacularización actual

El proyecto del Museo Metropolitano de Arte Urbano del arquitecto Miguel Ángel Roca se trata, a grandes rasgos, de un edificio subterráneo de dos niveles que alberga un centro expositivo multicultural. La cubierta de vidrio, ubicada a nivel peatonal sirve el doble propósito de iluminar el espacio interior al mismo tiempo que oficia de escenario a cielo abierto en la plaza a nivel peatonal.

Un prisma de vidrio a escala monumental sostenido por una estructura metálica se asoma al paisaje urbano y enmarca el ingreso al museo. Este gesto genera un contraste abrupto con su contexto y lo hace resaltar (como si invitara a la fotografía).

Imagen 3: Planos de sección transversal del Museo Metropolitano de Arte Urbano.



Fuente: Revista Tecne. Recuperado de: <https://tecne.com/colaboracion/un-recinto-para-la-vida-urbana/> (2023).

Además, el escenario a nivel peatonal está contenido entre taludes topográficos recubiertos de césped cuya pendiente apunta hacia afuera de la plaza, configurándose como “gradas” que les permite a los habitantes ser testigos de la performatividad del espacio urbano⁵. Los habitantes de la plaza se convierten en espectadores y la ciudad en una película. La proximidad de las personas con el escenario difumina los límites entre el espectador y lo “espectado”, provocando una participación activa de los individuos que se ven envueltos en este espacio.

Se podría pensar que Plaza España se trata de un lugar donde todo gira alrededor de un espectador. Pero no cualquiera, sino uno hiperestimulado por la vida urbana, sus formas, sus colores, sus ruidos y sus acontecimientos. Pareciera que este entorno propicia la creación de

⁵ Su actual remodelación y la creación de un museo de “Arte Urbano” se comprende en el marco de las más recientes estrategias para redefinir el espacio urbano con la intención de potenciar las actividades económicas y culturales del área central de la ciudad. Allí se planteó el proyecto de conservar y restaurar las piezas de los artistas del proyecto original de los años ochenta, y sumarle a este sitio un espacio subterráneo multifuncional dedicado a la cultura “urbana”.

contenido para redes sociales, desde el programa cultural que alberga en el interior del museo que escapa a la superficie hasta la misma ciudad que acontece a su alrededor.

El gesto del ingreso vidriado genera un contraste abrupto con su contexto y lo hace resaltar, como si pidiera ser fotografiado. A su vez, su morfología nos recuerda a la pirámide de cristal del museo del Louvre (París, Francia) que emerge del suelo. Se trata de uno de los edificios cuya fotografía ha circulado en medios audiovisuales, seguramente instalado en nuestro inconsciente colectivo, asociado a conceptos como cultura, turismo, lujo y sofisticación.

Imagen 4: Imagen de la inauguración del Museo Metropolitano de Arte Urbano en Plaza España, con muestras performativas de distintos artistas al aire libre vista aérea.



Fuente: Gobierno de la Ciudad de Córdoba. Extraído de su sitio web: turismo.cordoba.gob.ar/ya-se-puede-visitar-la-plaza-espana-y-el-nuevo-museo-metropolitano-de-arte-urbano/. (2023).

Con relación a las plataformas, las tecnologías digitales han deslocalizado el escenario de disputa de la configuración simbólica del espacio. Del lugar donde anteriormente las instituciones luchaban por instalar la narrativa dominante, hoy sólo subsisten —en calidad de escenografía— los vestigios físicos de la interrelación del espacio y su configuración simbólica situada, para que los individuos instrumentalicen sus propios sentidos partir de la fotografía y el contenido digital.

Ahora bien, si tomamos distancia del proyecto por un momento y lo observamos a escala urbana nos daremos cuenta que subsisten en su ideación, materialización y apropiación otras ideas sobre las cuales reflexionar que responden a un contexto espacial y temporal arraigado en las dinámicas presentes en Córdoba, sobre todo en el proceso de transformación digital.

Respecto a la centralidad de Córdoba, subsiste hace tres décadas un proceso de descentralización de la ciudad, que trajo consigo la aparición de nuevos polos administrativos, comerciales y culturales en el área pericentral e intermedia. Fenómeno que aconteció generalizadamente en muchos centros urbanos en diferentes partes del mundo entre los 90 y los años 2000. Este tema estuvo abordado por Rem Koolhaas en su texto “La ciudad genérica” (1995). A pesar de no referirse específicamente a la ciudad de Córdoba, la problematización nos sirve para pensar lo que acontece en el espacio urbano cordobés, puntualmente en las conflictivas dinámicas de centro-periferia.

El centro no sólo es, por definición, demasiado pequeño para desempeñar las funciones a él asignadas: también ha dejado de ser el centro real para convertirse en un espejismo amplificado que va camino de su implosión; aun así, su presencia ilusoria niega legitimidad al resto de la ciudad. (Koolhaas, 1995, p.1248).

Cabe resaltar que, frente a esta situación, las tecnologías de la comunicación han funcionado como aceleradores de procesos migratorios del área central a las periferias urbanas, que mediante infraestructuras digitales pueden prescindir del centro para articular sus consumos:

La Ciudad Genérica es lo que queda después de que amplias secciones de la vida urbana saltarán al ciberespacio. Es un lugar de sensaciones tenues y distendidas, pocas y distanciadas emociones, discretas y misteriosas como un espacio extenso iluminado por una lámpara de cabecera. (Koolhaas, 1995, p. 1250)

Proponer nuevas actividades y nuevos eventos es una estrategia que combate el vaciamiento progresivo del área central, al mismo tiempo que acompaña las tendencias de otras ciudades contemporáneas de generar circulación y consumo en el centro, en busca de otras actividades y acontecimientos ligados al placer y el esparcimiento. Lo que el mismo Roca llama, a la hora de circunscribir su intervención filosófica y urbanística, “hambre de ciudad” (Roca, 2021):

Roca siempre propone la revalorización del espacio público, promueve la sociabilización (sic) de los ciudadanos y prioriza el “derecho a la ciudad”, convencido de que la identidad urbana está también definida por las vivencias colectivas y sus modos de apropiación espacio-temporal. En marzo de 2023, la rehabilitación de la plaza fue el momento apropiado para continuar con ese afán por el “derecho a la vida urbana. (Gómez Macedo, 2023)

Este tipo de observaciones cobran sentido cuando entendemos que la configuración histórica de plaza España es la de un espacio de espectacularidad, que se ha constituido en el tiempo, y llega a la actualidad traducido a una propuesta arquitectónica que reproduce materialmente tales condiciones.

Imagen 5: Imagen del ciclo de “Sunsets” en Plaza España, con DJs y danza urbana al aire libre vista aérea y peatonal.



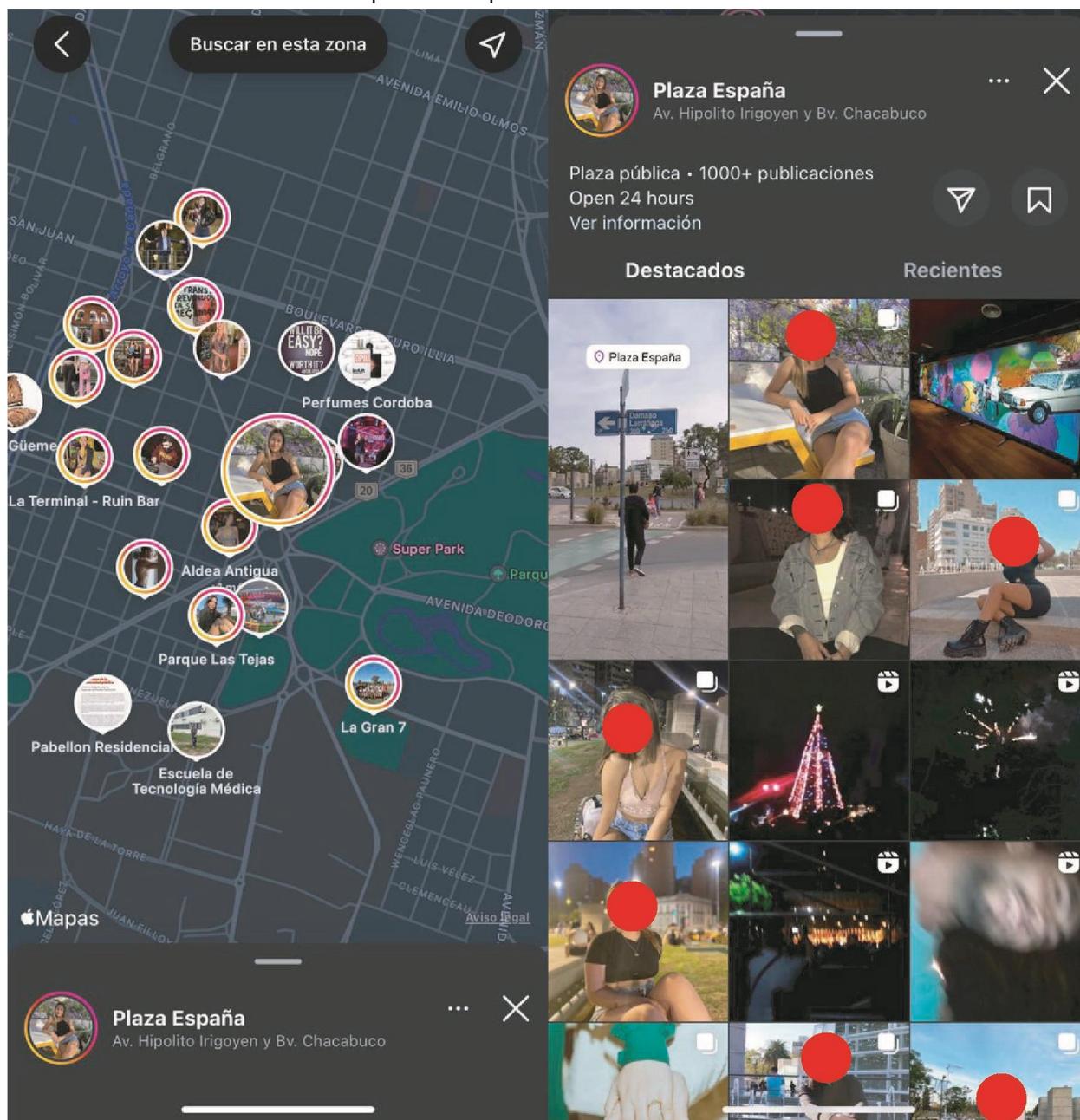
Fuente: Diario Hoy Dia Córdoba. Extraído de su sitio web: <https://hoydia.com.ar/turismo/arranca-hoy-un-ciclo-de-sunsets-en-plaza-espana-con-djs-y-danza-urbana-al-aire-libre/> . (2023).

El proceso de consolidación de un espacio público: entre la espectacularización y su emergente plataformización

El trabajo de campo registró momentos fotográficos que expresaban el protagonismo del espacio público como paisaje cultural. A juzgar por las tomas, entendemos que tenían como fondo, o escenario a capitalizar, sus elementos distintivos: bloque de vidrio, fuente o espacio verde exterior, o el circuito artístico interior (museo), entre otros.

Al mismo tiempo, empleamos la técnica de observación digital para registrar aquellas publicaciones vinculadas con estos espacios. En la medida en que consideramos relevantes las producciones fotográficas, seleccionamos un conjunto de imágenes en relación al objeto del artículo.

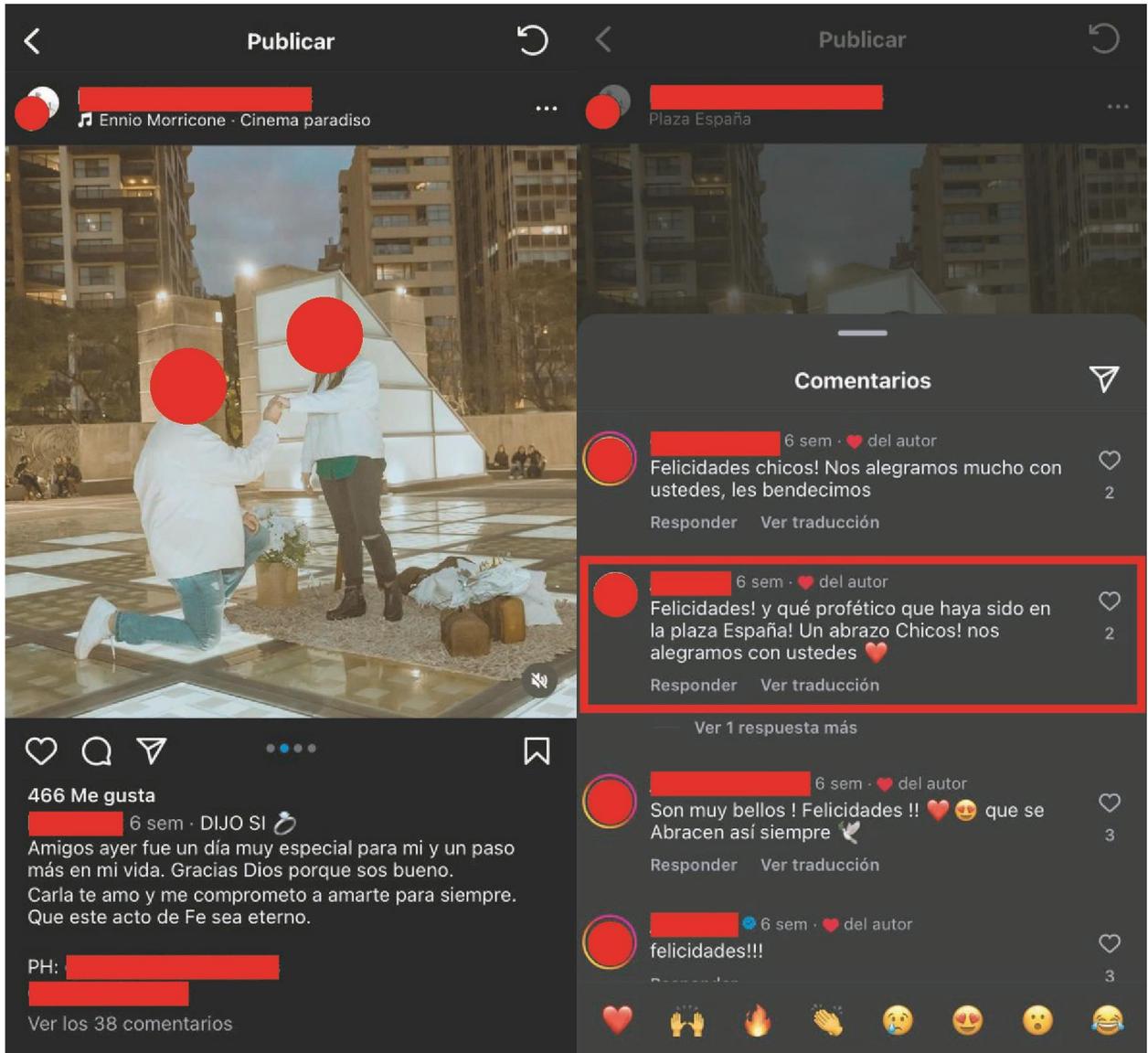
Imagen 6: A la izquierda, el mapa de los contenidos digitales de Instagram sobre Plaza España y sus alrededores (Archipiélago de experiencias urbanas plataformizadas en Instagram). A la derecha, las ubicaciones destacadas sobre el espacio en la plataforma.



Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram. Julio de 2024.

A la izquierda observamos los lugares que evidencian mayores volúmenes de publicaciones en Instagram, en relación con el espacio público o zonas de la ciudad. Se observa como predomina la vinculación con Nueva Córdoba y el corredor de Av. Hipólito Yrigoyen.

Imagen 7: Propuesta de matrimonio en el espacio público. A la derecha, un comentario rescata la importancia del lugar en virtud de la propuesta.

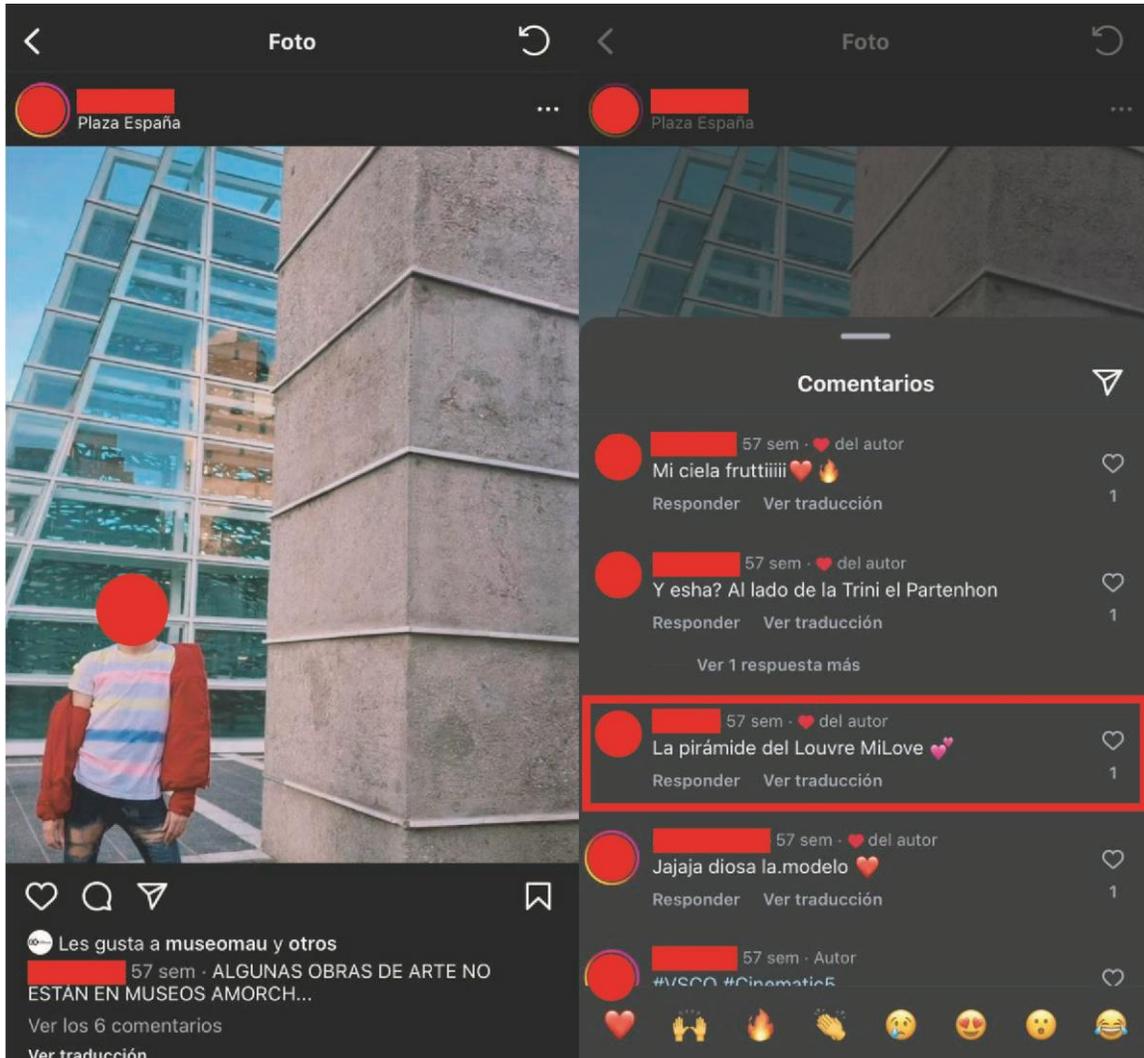


Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram (2024).

En la izquierda de la imagen 7, se evidencia que el espacio tiene la capacidad de ser un escenario de una propuesta de matrimonio, capaz de ser luego compartido en redes sociales; lo que constituye una de las performatividades más difundidas como contenido para plataformas. Parte de la espectacularidad del acto tiene que ver con el lugar en donde se hace la propuesta. Qué mejor lugar para esta puesta en escena que el espacio escénico que configura la explanada de Plaza España. Y al mismo tiempo, si se trata de una puesta en escena y no de un acto íntimo, podríamos decir que esta performatividad requiere de un público

presente. Al compartirse en la red, el acto reproduce la espectacularización en el circuito digital, acrecentando la circulación del evento y de la lugarización del espacio físico.

Imagen 8: Una persona posa delante del bloque de vidrio. A la derecha, un comentario alude al Museo de Louvre de París.



Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram. (2024).

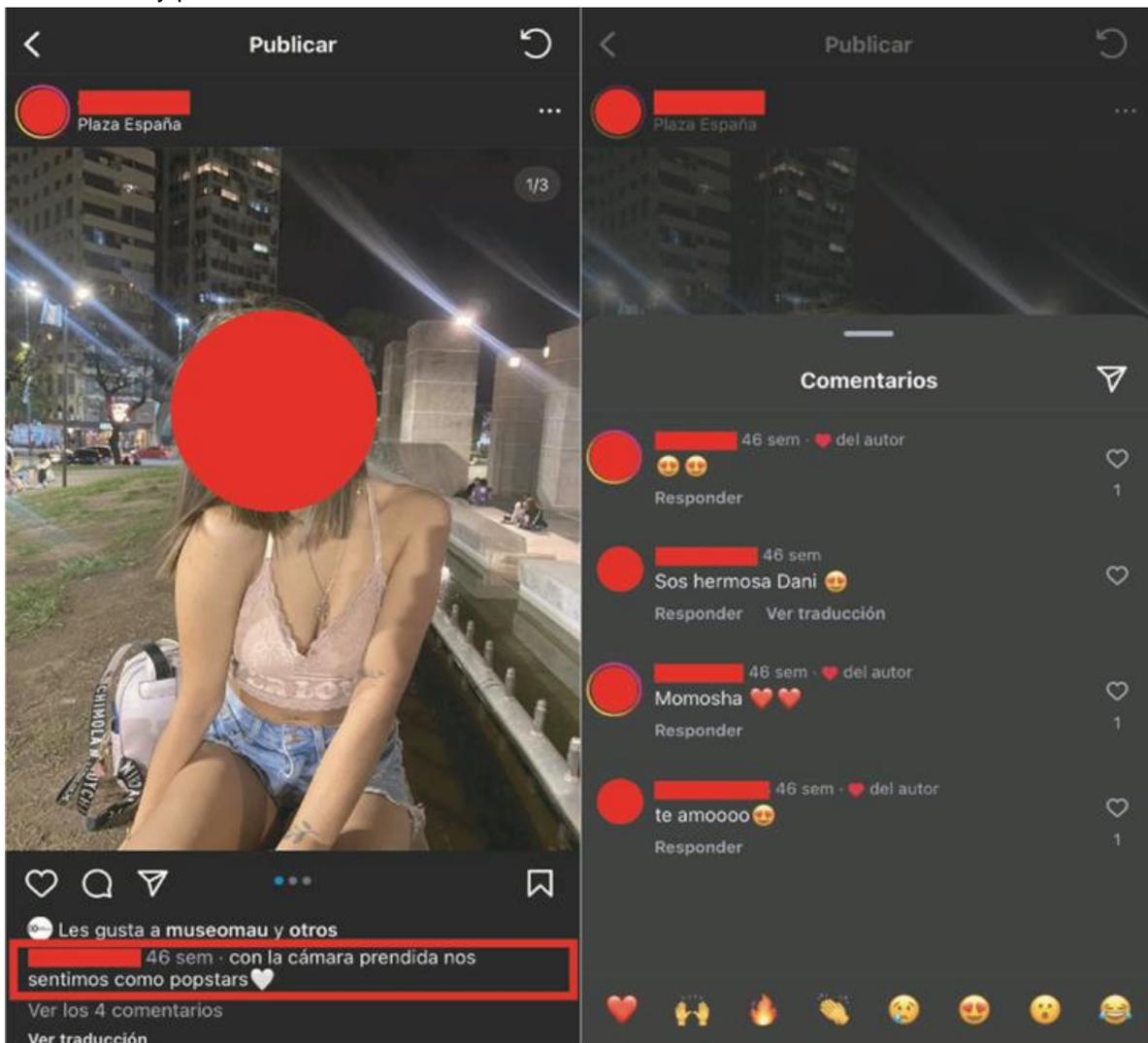
La implementación de un lenguaje arquitectónico importado de los países desarrollados de Europa y Norteamérica, visible en la utilización de materiales como el hierro y el vidrio, tiende a homogeneizar el discurso arquitectónico a escala global. Esto facilita que el diseño sea “más digerible” para el público de las redes sociales, cuyas estructuras estéticas están vinculadas a un lenguaje del *instagramismo* (Manovich, 2020).

Su pregnancia podría deberse a las formas y materialidades de su diseño, lo que lo constituye un edificio singular en Córdoba, que remite a ciertas obras europeas instaladas en nuestro

inconsciente colectivo, como lo expresan los comentarios de la imagen 8.

Este ejemplo visibiliza un proceso emergente: la creación de imaginarios paradigmáticos que circulan y constituyen determinados imaginarios en Instagram, donde se evocan emociones y consumos del espacio en función del cuerpo-sentimiento (por ejemplo, la frase “algunas obras de arte no están en el museo”), y un consumo estético “a la altura” del Museo de Louvre⁶ en París.

Imagen 9: Joven posa en la Plaza. En la descripción, hace referencia a la cámara como catalizadora de sentimientos y performances.

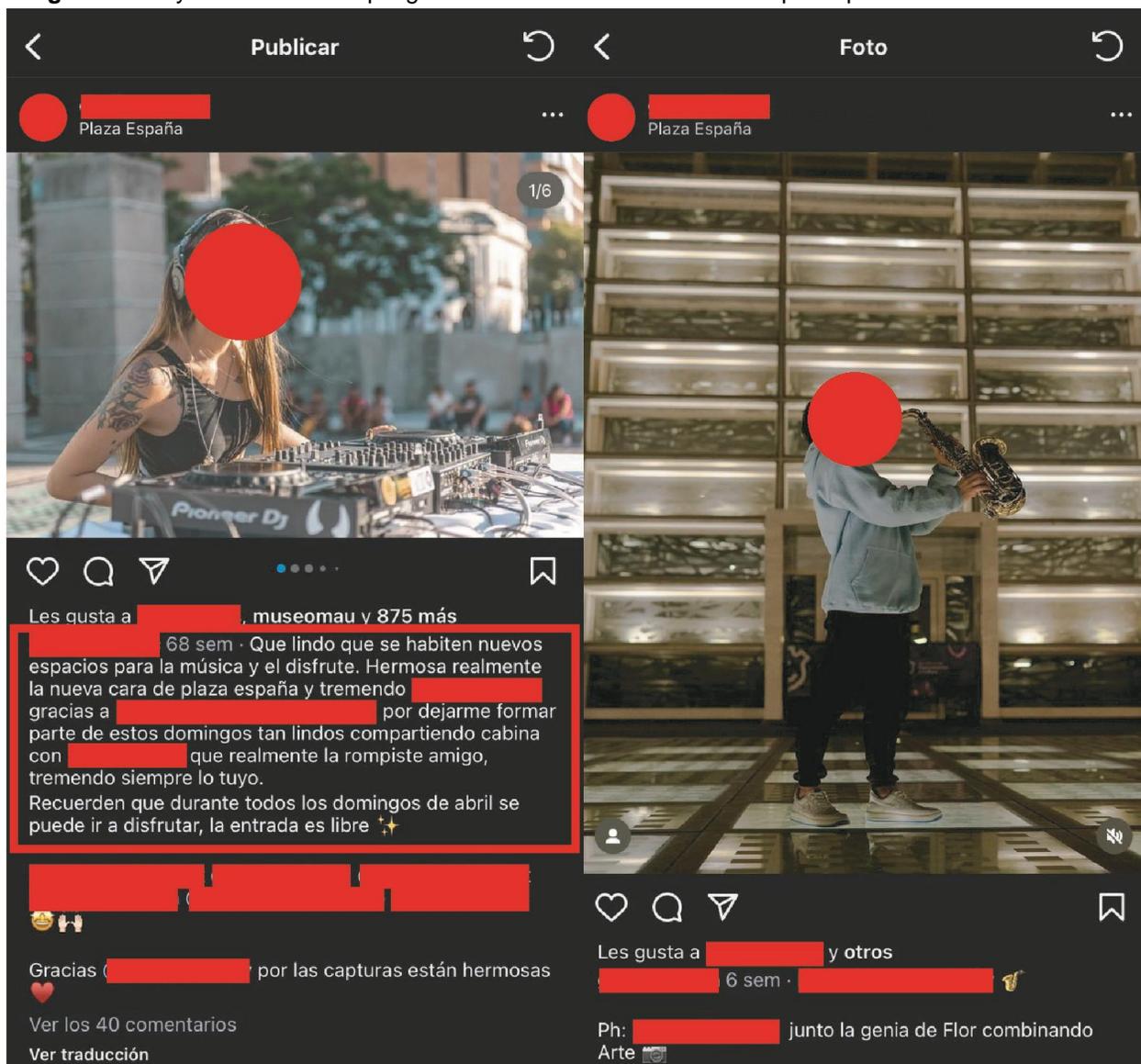


Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram. Julio de 2024.

⁶ Como discusión anexa, cabría preguntarse si el proyecto desaprovecha la oportunidad de buscar un lenguaje arquitectónico local, teniendo en cuenta que este espacio será mediatizado. Es decir, si se está desaprovechando la oportunidad de construir identidad y difundir aspectos de la cultura local, sin caer en la mera repetición de lenguajes hegemónicos.

La sensación compuesta por las miradas, la posición de los cuerpos en el espacio y la presencia de la cámara construyen un protagonismo parecido al de estar en un escenario. Si a eso le sumamos la atención que recibe la publicación en redes sociales, la experiencia de ser una “pop star” se vería en algún sentido realizada. Representa una colaboración entre el espacio físico y el virtual para consumir un deseo.

Imagen 10: DJ y Saxofonista despliegan actividades musicales en el espacio público.



Fuente: Elaboración propia con base en fotografías de acceso libre en Instagram (2024).

Finalmente, el proceso cultural se configura en agencia del espacio físico —en un contexto de mediatización—. Esta nueva tendencia de clase⁷, llamada la “nueva clase media” o “clase creativa”, expresa consumos en un sentido amplio, sobre todo aquellos culturales, relacionados con espacios públicos adecuados, centros de entretenimiento alternativo, gastronomía, teatros o museos⁸ (Florida, 2010).

Esta “clase creativa” tiende a (re)producir una “ciudad creativa” —en los términos que lo plantea Arreortua Salinas (2019)—, que en el contexto de Córdoba se expresa atravesada por el polo universitario; aunque también por la plataformización, que genera ofertas en los espacios públicos asociadas al ámbito cultural, recreativo y tecnológico⁹. Se puede decir, que esta clase siente afinidad por cuestiones referidas a un “estilo de vida” y a un consumo de “las experiencias” y “lugares auténticos”. Ciertamente, ocurre que los espacios urbanos comienzan a adaptarse a las necesidades de esta nueva *clase creativa*. Tanto opera, que vemos políticas públicas de diferentes niveles del Estado que tienden a esto, como la renovación de Güemes o la inauguración de espacios públicos urbanos con esta orientación (Arreortua Salinas, 2019; Florida, 2010; Marengo, 2019; Suyai Pereyra, 2021).

Reflexiones finales en torno al Instagramismo y la ciudad contemporánea

Las imágenes analizadas expresan el rol de la fotografía en la configuración estética del espacio y la producción de contenido fotográfico. Esto evidencia “una acción simbólica-comunicativa a partir del posteo de fotografías [...] que en la interrelación con otros prosumidores en la Hiperrealidad configuran el imaginario de lo público de un determinado lugar, y lo agencian estéticamente” (Cortez Oviedo, 2020, p.104).

No se trata sólo de tener dispositivos móviles, como medios, sino de aplicar estrategias de visibilización de y en los espacios públicos. Estos “*Instagramers*” cuentan con las habilidades fotográficas y de manejo de plataforma necesarias para ser considerados agentes activos en la construcción de las representaciones de los espacios públicos en las redes.

Mientras algunos lugares de la ciudad permanecen ocultos a la plataformización y espectacularización, otros se enaltecen y ocupan el centro del escenario de visibilización de la ciudad, ya no solo para sus residentes sino para los potenciales usuarios de la red social ubicados en todas partes del mundo. De esta manera, se transforman en agentes indirectos de la transformación material del espacio urbano, ya que conforman la experiencia del lugar y

⁷ Clase entendida como sedimentación de la experiencias y acumulación de diferentes capitales en las trayectorias de los agentes (Bourdieu, 2018).

⁸ Música a ciegas, la Media Legua de Oro, Cafezazo (feria de café), “Vino a leer” (lecturas y vino en Centro Cultural de la UNC) son otros ejemplos de esta tendencia de consumos culturales hacia “estratos medios”.

⁹ A partir del 2023, la ciudad de Córdoba cuenta con un nuevo organismo llamado “Secretaría de Ciudad Inteligente y Transformación Digital”.

redefinen los sentidos de pertenencia a partir de sus narrativas (Broonsvart y Uitermark, 2024). En consecuencia, concebir el orden digital como un espacio más de las relaciones sociales, en tanto semiósfera de sentidos, permitiría analizar el potencial simbólico que agencia los espacios, cuerpos y relaciones sociales.

Conclusiones

El análisis de Plaza España en Córdoba como un espacio público espectacularizado y mediatizado en Instagram permite observar y analizar las dinámicas contemporáneas que reconfiguran estos espacios. La intervención urbana y la creación del Museo Metropolitano de Arte Urbano han potenciado la resignificación de la plaza, convirtiéndola no solo en un lugar de tránsito, sino en un nodo de interacción cultural y social que se inserta en un contexto más amplio de ciudad digitalizada. Su diseño y materialización han contribuido a reproducir las condiciones de espectacularidad subyacentes en el espacio.

Este trabajo ha permitido observar cómo la espectacularización del espacio público es un fenómeno que no solo responde a sus características físico-espaciales, sino que está estrechamente vinculado a las narrativas digitales. En este sentido, Plaza España se ha transformado en un bien cultural que, a través de su representación visual en redes sociales, articula un consumo simbólico capitalizable por las identidades urbanas que mediatizan su experiencia en redes sociales. Además, el proceso de plataformización está directamente relacionado con el auge del proceso de turistización que experimentan las ciudades donde los espacios se mercantilizan y se configuran como productos culturales, orientados a ser bienes de cambio antes que bienes de uso. Proceso que encuentra en las redes sociales y la circulación de contenido digital su mejor aliado para expandirse y agenciar los espacios de la ciudad, resultando que el conjunto de imágenes expuestas sea representativo de ambos procesos.

A lo largo del análisis, quedó claro que la revitalización de Plaza España no puede entenderse únicamente en términos físico-espaciales ni en términos “escenográficos”. La convergencia del espacio físico y el digital pone de manifiesto que las prácticas y experiencias urbanas contemporáneas están fuertemente mediadas por las plataformas digitales. De esta manera, la plaza se convierte en un ejemplo paradigmático de cómo las ciudades actuales son representadas, consumidas y reinterpretadas a través del filtro de la espectacularización.

Al mismo tiempo, encontramos que las tecnologías de la comunicación y las plataformas digitales han transformado esta representación simbólica del espacio público urbano, ejerciendo efecto que debe tenerse en cuenta a la hora de proyectarlos, siendo un factor importante a la hora de erigirse como “exitoso”. Mientras que en el pasado las instituciones políticas y religiosas luchaban por hegemonizar el sentido del espacio mediante monumentos, bustos o conferencias,

hoy los individuos participan en esa disputa a través de las redes sociales, reproduciendo y reinterpretando esos significados de acuerdo a sus propias narrativas. Sin embargo, esta apropiación individual no es completamente autónoma; sigue anclada a los marcos simbólicos que se estructuran en las plataformas digitales, a partir de las imágenes que circulan en las redes sociales.

Por último, es importante destacar que si bien la mediatización y resignificación de espacios como Plaza España trae consigo beneficios claros, como la revitalización del área central, también puede profundizar dinámicas de exclusión y segregación. La apropiación simbólica del espacio por ciertos sectores sociales —como la "clase creativa" y las juventudes—, puede generar nuevas formas de desigualdad en el acceso, uso, y apropiación social de la ciudad.

En conclusión, el caso de Plaza España nos permite aproximarnos al cruce entre lo físico y lo digital, en un proceso de espectacularización que redefine y reconfigura los espacios públicos urbanos. Aunque este proceso conlleva nuevas oportunidades para la interacción y el consumo cultural, también plantea desde el pensamiento crítico algunos interrogantes en torno a las decisiones que se toman en términos programáticos y morfológicos. En tal sentido, surgen preguntas futuras: ¿Cómo se articula la tendencia hacia la espectacularización y lo genérico? ¿De qué manera los lugares se orientan a "ser una ciudad del mundo"? ¿Cómo incluir la identidad local en estas producciones? Ciertamente, es preciso seguir investigando el devenir de la dinámica de renovación urbana para observar su tendencia, teniendo en cuenta el proceso de transformación digital y la mediatización de los espacios públicos urbanos.

Bibliografía

Arendt, H. (2015). *La condición humana*. Paidós.

Arizaga, C. (2021). La ciudad en la sociología de Pierre Bourdieu. Habitus, estilos de vida urbanos y distinción social. En V. Paiva (Comp.), *Sociología y vida urbana: de los clásicos a los problemas actuales* (pp. 149-173). UBA FADU.

Arreourtua Salinas, L. (2019). Transformaciones urbanas, procesos de gentrificación en ciudades latinoamericanas (pp. 45-57). En C. Marengo (Comp.), *Crecimiento urbano: hacia una transformación sustentable del territorio*. Editorial de la Facultad de Arquitectura UNC.

Boito, M. E., Espoz Dalmasso, M. B., & Torres, P. (2021). Nuevas dinámicas socio-urbanas en contextos de turistificación y patrimonialización: La cultura barrial en conflicto (Córdoba, Argentina). En C. Bellet, E. S. Melazzo, & M. J. M. Silva Calixto (Orgs.), *Entre escalas*,

procesos y formas: Producción y consumo en las ciudades iberoamericanas (pp. 181-200). Curitiba: Appris.

Bonvillani, A. (2019). Negros de alma. Imaginarios racializados y juvenicidio en la Córdoba de las campanas. *Revista Tabula Rasa*, 31, 325-346. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Bordese, F. G. (2019, diciembre). La plaza España de Córdoba, Capital. *Revista HISTÓRICA del Archivo Fotográfico de Córdoba*, ISSN: 1793-5748.

Bornsvoort, I., & Uitermark, J. (2024). Ver la calle a través de Instagram: Las plataformas digitales y la amplificación de la gentrificación. En J. Sequera (Ed.), *La ciudad de las plataformas: Transformación digital y reorganización social en el capitalismo urbano* (pp. 154-180). Icaria Editorial.

Boy, J.D., y Uitermark, J. (2017), «Reassembling the city through Instagram». *Transactions of the Institute of British Geographers* 42 (4), pp. 612-624.

Bourdieu, P. (1999). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Cardozo, G. (2021). Juventudes y violencias: Desigualdad urbana en Córdoba (Argentina). En S. Borelli & J. Valenzuela (Comps.), *Jóvenes latinoamericanos. Necropolíticas, culturas políticas e urbanidades* (pp. 71-106). CLACSO.

Castells, M. (1998). *La era de la información. El poder de la identidad*. Alianza.

Cortez Oviedo, P. S. (2018). Espacios públicos ¿bienes de consumo?: Relaciones conceptuales entre tecnologías digitales e imaginarios urbanos. *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo. X Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Córdoba*. DUOT.

Cortez Oviedo, P. S. (2020). *Espacios públicos en el orden digital. El rol de las TIC en sus usos y apropiaciones sociales*. Editorial de la Facultad de Arquitectura UNC.

Cortez Oviedo, P. S. (2023). El espacio público como categoría-lugar: Reflexiones sobre su constructo social, espacial y tecnológico. *Heterotopías*, 6(12), 1-18.
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/heterotopias/article/view/43591>.

Finquelievich, S. (2016). *I-Polís, ciudades en la era de internet*. Diseño.

- Florida, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y del ocio en el siglo XXI*. Paidós.
- Gómez Macedo, J. (2023). Un recinto para la vida urbana. *Tecne*.
<https://tecne.com/colaboracion/un-recinto-para-la-vida-urbana/>
- Guber, R. (2014). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI editores.
- Habermas, J. (2009). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili.
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes: Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Editorial Akal.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: Resultados definitivos. INDEC. <https://www.indec.gob.ar>.
- Koolhaas, R. (1995). *La ciudad genérica*. GG mínima.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing Libros.
- Lemus, M. (2021). Exposición regulada: Prácticas de jóvenes en Instagram. *Astrolabio*, (26).
<https://doi.org/10.55441/1668.7515.n26.25144>
- Lindón, A. (2009). La construcción socioespacial de la ciudad: El sujeto cuerpo y el sujeto sentimiento. *Revista Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 1(1), 06-20.
- López Azumendi, S., Facchina, M., & Zapata, E. (2021). Liderazgo público y participación privada y de ciudadanos: La transformación digital de la ciudad de Córdoba en Argentina. *Policy Brief*, (24). Caracas: CAF.
- Manovich, L. (2020). *Instagram y la imagen contemporánea*. En J. A. G. Ancira Astudillo (Ed.), Ciudad de México: UAM, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño.
- Marengo, C. (2019). *Crecimiento urbano: Hacia una transformación sustentable del territorio*. Editorial de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño UNC.
- Mattei, M. (2015). El divismo en tiempos de #Instagram. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 95-107.
- Pink, S., & Horst, H. (2019). *Etnografía digital*. Ediciones Morata.

- Radakovich, R. y Wortman, A. (2019). *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI: Tecnologías, espacios y experiencias*. Editorial Teseo.
- Roca, M. A. [Arquitextos Córdoba]. (2021). *Arquitextos - Miguel A. Roca - Ciudad Histórica* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VyHCklsxOm4&t=66s>.
- Roude, J., & Del Giorgio Solfa, F. (2022). Prótesis inteligentes en la industria 4.0: Vínculos entre humanos y dispositivos de realidad aumentada visual. *X Jornadas de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales*. Secretaría de Ciencia y Técnica, Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata.
- Scribano, A. (2008). Fantasmas y fantasías sociales: Notas para un homenaje a T.W. Adorno desde Argentina. *Revista Intersticios*, 2(2), 87-97.
- Sequera, J. (2024). Una historia breve sobre la plataformización de la vida urbana. En J. Sequera (Ed.), *La ciudad de las plataformas: Transformación digital y reorganización social en el capitalismo urbano* (pp. 11-26). Icaria Editorial.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- Suyai Pereyra, A. (2021). La (re)producción del capital y el impacto en el suelo urbano: El caso de barrio Güemes, Córdoba (Argentina). *Revista de Direito da Cidade*, 13(3), 1357-1372.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2009). Los fundamentos ontológicos y epistemológicos de la investigación cualitativa. *Forum: Qualitative Social Research*, 10(2), Art. 30.
- Zukin, S. (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford University Press.
- Žižek, S. (2021). *Chocolate sin grasa*. Ediciones GODOT.