

# La heterotopia virtual de la ciudad conectada

## 1. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL CASO

Con este estudio intentaré plantear una base para entender la influencia de las Tecnologías de la información y de la comunicación en el espacio urbano y su impacto sobre la práctica social del espacio. El ámbito de investigación no solamente se sitúa en un espacio real: la plaza del Diamant de Barcelona, pero también en el mundo virtual que le está asociado mediante las indexaciones. Para restringir el ámbito de investigación, analizaremos solamente una parte de la información: las fotografías de personas a la plaza del Diamant.

Las fotografías digitales son actualmente los medios locativos de expresión y de comunicación más populares y son el soporte de gran parte de la transmisión de información personal sobre las actividades que uno está realizando en tiempo real. Así que consideramos relevante conocer las imágenes que ilustran las experiencias en un espacio específico para complementar la información sobre las agencias existentes. También nos permitirá evaluar cuales son los relatos que en su momento fueron considerados merecedores de ser inmortalizados y transferidos en la red para los seguidores, los amigos y el conjunto de los desconocidos interesados en este # referenciado en el espacio de la ciudad.

El conocimiento de la composición del espacio virtual vinculado a un espacio público nos puede permitir evaluar con cual fidelidad los comportamientos fotografiados representan la realidad de las agencias y de forma acumulativa si corresponden en importancia, social, simbólica a las agencias formadas por las comunidades de este vecindario.

La plaza del Diamant urbanizada en 1850 tendrá a lo largo de su historia dos aspectos muy relevantes: la construcción de un importante refugio antiaéreo durante la guerra civil, actualmente visitable y en segundo, haber dado su nombre (La plaça del Diamant) a la novela más famosa de la autora catalana, Mercè Rodoreda.

A la plaza del Diamant, cada año, se celebran dos eventos notorios: la celebración de Els Foguerons implantados en 1992 a la iniciativa de un mallorquín nostálgico de la tradición de hacer grandes hogueras a la plaza del pueblo. 20 años más tarde, Els Foguerons movilizan todas las asociaciones culturales y encienden la plaza del Diamant durante una noche de enero. El otro evento son las Fiestas de Gràcia, a la cual participan la Plaza del Diamante como plaza del Swing; las calles adornadas y los eventos musicales han convertido esta fiesta de barrio como la más famosa de la ciudad de Barcelona y su popularidad se ha internacionalizado.

Cuando en 2013 empecé a estudiar el espacio desde el punto de vista urbanístico, la plaza presenta problemas de convivencia entre los habitantes y los grupos de jóvenes de botellón y se sentía un malestar delante la afluencia de gente espectadora de sus fiestas y utilizando de forma invasora sus espacios para manifestaciones y reuniones.

Sin embargo, la ocupación que se crea a diario de la plaza del Diamant es muy distinta, es un espacio donde los niños juegan libremente bajo la mirada de los padres, con una convivencia pacífica entre los diferentes actores que la utilizan permanentemente.

Intentaré visualizar este caleidoscopio de las agencias expresadas en las fotografías en las redes sociales a la plaza del Diamant.

## 2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN I OBJETIVOS

La problemática que propone estudiar esta investigación se centra sobre los efectos socio-espaciales de las nuevas tecnologías en el entorno urbano. Es un campo de investigación relacionado con el nuevo paradigma de las Smart Cities desde el punto de vista de la sociedad urbana conectada y de la percepción/reproducción/transmisión de los espacios públicos mediante las tecnologías de la comunicación. En realidad, es un acercamiento entre el espacio virtual y el espacio practicado mediante la relación bottom-up y up-down de transmisión de datos. Originalmente, en el bottom-up, no existe ninguna intención de relatar el espacio como lugar de experiencia pero la organización de la documentación virtual crea mecánicamente una iconografía paralela de agregación, reduciendo la imagen global del espacio público a unos aspectos relacionados con la visibilidad intencional del relato personal y de las condiciones específicas de la fotografía en espacios públicos.

En una ciudad como Barcelona, con una economía basada sobre el turismo y en la cual los espacios públicos representan una gran parte del atractivo, la información en las redes sociales sobre las formas de ocupar el espacio social puede tener de rebote una influencia sobre las expectativas y sobre los comportamiento imitativos de las personas. Esta investigación surge de la observación de la realidad de las prácticas de apropiación del espacio público por parte de las comunidades locales a la Plaza del Diamant confrontadas con otras prácticas disruptivas poco toleradas con un impacto importante sobre la convivencia y la deterioración del espacio.

Este fenómeno y el impacto urbanístico de la política turística de Barcelona, provoca actualmente un rechazo ciudadano no visible en las relaciones sociales pero que se expresa en movimientos de protesta en los cuales la población reacciona para defender su identidad social y espacial (**#graciaonvas**, **#turistoltes**, **#gracianoestaenvenda**, **#prouhotels**, **#suspenemelshotels** y agrupaciones de protesta puntuales).

Nos preguntamos si las imágenes subidas y referenciadas en internet, la huella que uno deja en el mundo virtual podría ser responsable en parte de las decisiones y las expectativas de ocio festivo para las vacaciones a Barcelona y retroalimentarse. El impacto sugestivo de las imágenes es difícil de evaluar pero se puede identificar los tipos de agencias privilegiadas para ilustrar las experiencias a la plaza del Diamant y extrapolar la imagen reflejo que presenta el barrio a través de la mirada de los internautas.

Para conseguir el objetivo del estudio, clasificaremos las imágenes según las agencias que presentan, estableciendo un panel de usos habituales o excepcionales existentes a la plaza del Diamant: prácticas de *Juego*, de *Paseo y turismo*, *sentados en bancos o al suelo*, y en *Manifestaciones* que caracterizan las prácticas comunitarias de barrio. Estas categorías a priori estarán confrontadas a otras disruptivas generadas por los eventos, *Bebiendo*, *Comiendo*, *Multitud*, sin olvidar las fotos *Posadas* testigos y recuerdos de un momento y de una experiencia positiva excepcional.

La confrontación cuantitativa de las imágenes permitirá evaluar las prácticas sociales más visibles a través de las redes sociales, de forma global (**#plazadeldiamant**, **#plaçadeldiamant**) y luego según distintas intensiones culturales (**#rodoredagracia**, **#refugigracia**) o de ocio (**#foguerons gracia**, **#festesdegracia**).

El resultado será la base de una reflexión sobre esta nueva dimensión variable del espacio público.

## 3. METODOLOGIA

## SELECCIÓN DE LAS PALABRAS CLAVES Y DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Compilaremos únicamente las fotografías con personas presentes en las redes sociales Instagram y Flickr, las principales páginas web de alojamiento de fotografías con etiquetados de referencia (hashtags) y Google imagen, servicio buscador de imagen de Google<sup>1</sup>.

Selección de palabras claves según la:

<u>Situación:</u>	<b>#plaçadeldiamant</b> (en catalan), <b>#plazadeldiamant</b> (en castellano)
<u>Elementos relevantes situados en el ámbito:</u>	<b>#refugidiamant, #rooredagracia</b>
<u>Eventos con incidencia a la plaza:</u>	<b>#fogueronsgracia, #festesgracia</b>

## ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En este estudio, he decidido acotar la investigación a la documentación fotográfica presente en 3 redes sociales, conservando las fotografías en la cuales hay personas, esta selección ha descartado una importante cantidad de fotografías, alrededor de 85%, he mirado 2.879 fotografías para finalmente clasificar 408 según los comportamientos/agencias más representativas.

### Tipos de ensamblajes destacados:

- **Multitud:** fotos de una cantidad abundante de personas relacionado con un evento excepcional a Garcia o a la Plaza del Diamante. Son momentos en los cuales la cantidad de persona supera las posibilidades del espacio público, la persona se diluye en un ensamblaje que supera su acción individual.
- **Turistas, paseo:** personas que disfrutan del espacio público, que sea como vecino o forastero, de forma tranquila caminando. Relación pacífica al entorno con una fluidez de desplazamientos.
- **Personas trabajando:** personas que tienen una actividad: montaje de los decoros de las fiestas, guías turísticas, músicos durante un concierto, los castellers que participan a una actividad o producción de valor añadido. Son actores de transformación y de organización de comunitaria.
- **Personas bebiendo, bares, comiendo:** fotos de personas ingurgitando comida o bebidas alcohólicas o no en la calle y plazas del Diamant y de Gràcia, una de las expresiones de satisfacción y de la relajación, momento social compartido que sea en un banco o en una terraza. Momento que se quiere inmortalizar como una experiencia social positiva.
- **Risas:** expresión de la cara que expresa la felicidad y la complicidad, descarto las risas obviamente alcohólicas y nerviosas.
- **Personas posando:** imagen ego-centrada que sirve a crear “souvenirs” y a testificar de su presencia en este lugar a este momento. Relación fugase entre un momento y un lugar y un estado de ánimo que se quiere comunicar o conservar. Es una utilización tradicional de la fotografía extrapolada en el contexto de la comunicación instantánea.
- **Manifestaciones:** convocación de ciudadanos que toman posesión del espacio público, para convencer o para demostrar su presencia. (puse en conjunto, CUP, Independentistas, feminista... todos partidos confundidos).
- **Personas bailando:** participación a un momento de comunión y de liberación que transforman el espacio mediante la música y la expresión corporal.
- **Personas sentadas a tierra, en bancos:** personas inactivas en situación de contemplación del espacio público, personas y paisaje o para compartir una conversación, momento en el cual la persona participa y comunica con el espacio.
- **Juego:** momento compartido de relaciones sociales que participan a la formación y a la consolidación de una comunidad.

## 4. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE DATOS

Cuadro de compilación de fotos y Representación de la experiencia del espacio público, resultados de las entradas en las redes de fotografía Flickr, Instagram y Google image

Cuadro de compilación de fotos de personas en relación con el lugar

Cuadro de compilación de fotos de personas en relación con el lugar y elementos localizados

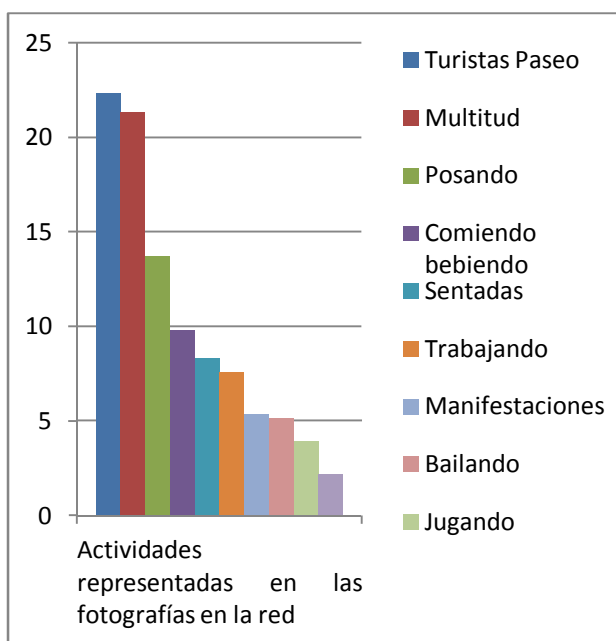
Cuadro de compilación de fotos de personas en relación con un evento localizado en el ámbito

Ver cuadros en anexo

OBSERVACIONES - CUADRO GENERAL

Podemos distinguir las dos redes sociales de Flickr y Instagram de Google Image: Google rastrea y referencia las fotos presente en la red, este sistema explica la gran cantidad de imágenes que aparecen en respuesta a las búsquedas, y también la poca relevancia de una gran proporción. Al contrario, Flickr y Instagram son alimentadas por las personas dadas de alta a este servicio, el fotógrafo decide editarla en la red, controla su referenciación, si quiere que sea pública, la red de seguidores está informada de las publicaciones. Esto significa que las fotografías pueden también ser dirigidas a su comunidad virtual al mismo tiempo que será accesible libremente. La publicación de las fotografías puede ser geolocalizada o no.

A PRIMERA VISTA:



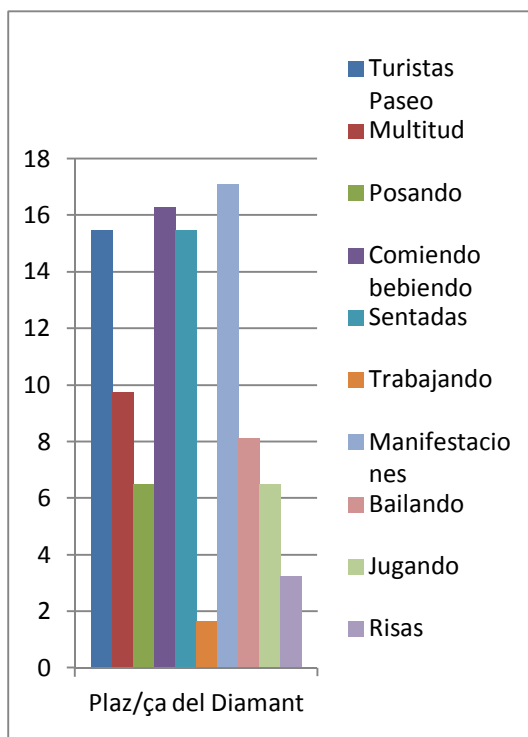
Las proporciones más importantes son las que representan personas en Paseos y Turismo (22,55%) y Multitud (21,32%). Las proporciones menores son que representan Rizas (2,21%) y el Juego (3,92%). Una de las representaciones más populares de las fotografías es la representación de sí mismo, para ilustrar un momento envidiable, en efecto las fotografías posadas (tradicionales) se sitúan en tercera posición. Si cumulos los porcentajes de personas bebiendo (5,21%) y comiendo (4,66%) obtenemos 9,87% lo que coloca la visibilidad de esta actividad en cuarta posición delante las personas sentadas (al suelo + en bancos= 8,33%). Quedan en proporciones menos importantes las personas trabajando y las manifestaciones que paradójicamente son el alma del barrio pero tienen poca visibilidad global en las redes.

Estas observaciones ponen en evidencia que las fotografías del espacio público habitado en las redes sociales presentan una imagen global de las actividades a la plaza del Diamante con ciertas características: aparece un espacio donde la gente disfruta de las fiestas multitudinarias, está abierta al turismo, pasea y donde se pasa momentos intensos dignos de recordar.

EN DETALLES se puede evidenciar unas características:

UOC – Dimensiones y complejidad del espacio público – curso de especialización

- En la muestra de las redes de presentación de fotos, solamente alrededor de 14,17% de las fotos incluyen personas (aisladas o en grupo). La representación de las personas en el espacio público hace poco visible las agencias y comportamientos, el espacio está representado en mayoría de forma deshumanizada.
- En los 85 % restantes, una parte son mal referenciadas (sobre todo las de Google imagen), otras son expresiones “artísticas” sin relación con la situación específica del espacio o del momento y hacen referencia a una experiencia o emoción vinculado a la vivencia particular de las personas, las otras fotos presentan los espacios, las formas urbanas, la arquitectura, los detalles urbanos desde un punto de vista documental sin incluir las formas de apropiárselas.
- La cantidad de imágenes colgadas en Google Imagen hace que la relación con la experiencia de espacio específico son más aleatorias – únicamente un 10,40% coinciden con **#plazadelDiamant** y 4,77% **#plaçadelDiamant**, pero cuando se trata de un tag relacionado con un elemento o un evento preciso (**#refugigracia**, **#rodoredagracia**, **#fogueronsgracia**, **#festesgracia**) las imágenes representan el objeto o el momento y también las personas que participan, como turista o como local.
- Es en Flickr que se presenta la más importante proporción de personas y espacios habitados (27,4% de media en la muestra), lo podemos vincular con la instantaneidad de publicación que proporciona l’APP que permite compartir de forma espontanea las experiencia/emociones vividas compartidas con otros.
- Existen diferencias con el idioma empleado, las personas locales fotografían más las personas y actividades sociales que los que utilizan el castellano para designar el lugar: (4,77% **#plazadeldiamant** de Google imagen por 10,40% para **#plaçadeldiamant**, 26,76% **#plaçadelDiamant** de Instagram cuando **#plazadeldiamant** ni está referenciado como tag en Instagram).
- La relación entre el espacio virtual catalán (tag **#plaçadeldiamant** en catalan) y el espacio comunitario real (con



CUADROS ESPECÍFICOS

**A**

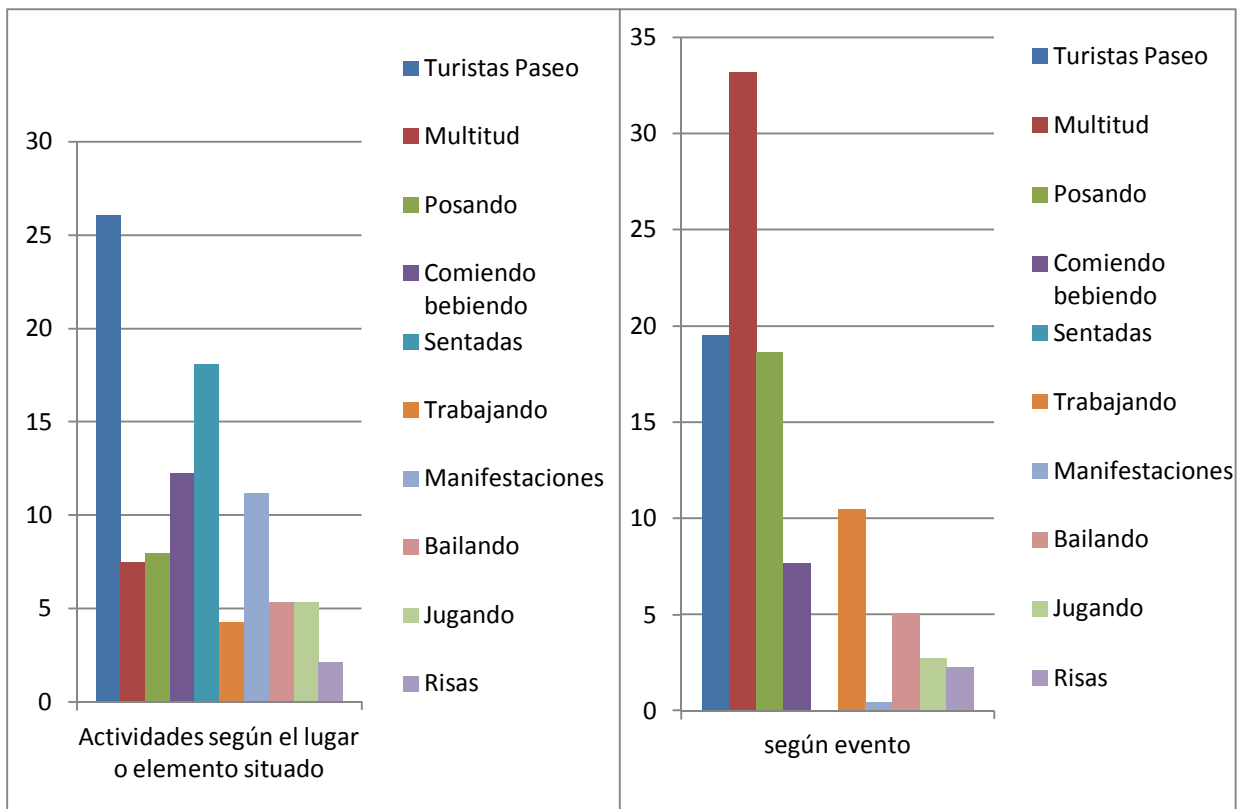
personas representadas) es importante si nos basamos sobre el numero y la proporción de fotos en Flickr y Instagram (17,4% y 26,76%).

- el tag catalán de **#plaçadeldiamant** ilustra más el espacio como lugar apropiado por la ciudadanía: manifestaciones (21 fotos) y paseos (14) personas sentadas en un banco (9) en el espacio público.

CUADRO **#plaz/ça del diamant** (123 fotografías sobre las 1168 indexadas, 10,5% con personas)

- Cuando se considera solamente las entradas en referencia al espacio específico, encontramos valores menos extremos, con una visualización de todos los comportamientos. Obtenemos una imagen de barrio marcada por las *Manifestaciones*, *Comiendo bebiendo*, *personas sentadas* y *paseando* que ilustran la cualidad de vida y las agencias que permite. Aumentan los valores del *Baile*, *juego* y de las *Risas* aunque sean en las proporciones más bajas.

**B**



Comparación entre los cuadros siguientes: plaz/ça del Diamant + “en relación con el lugar y elementos localizados” A (188 fotografías) y el cuadro plaz/ça del Diamant + “eventos localizados en el ámbito” B (220 fotografías).

He disociado el cuadro en dos partes para evidenciar las diferencias entre la representación del barrio a partir de su patrimonio social y cultural local (Mercè Rodoreda y el Refugio antiaéreo) y la representación relacionada con eventos de cultura tradicional puntuales de gran importancia tan a nivel de la movilización ciudadana como de la ocupación del espacio público (1 día para los Foguerones y una semana en agosto para las Fiestas de Gràcia).

- La representación de la *Multitud* en el cuadro A se sitúa a niveles mucho más bajos (7,45%) que en el cuadro B (33,18%) donde está en primera posición. Se evidencian dos clichés diametralmente opuestos de la ocupación del espacio público.
- En el cuadro A, las situaciones de *Paseo* y disfruto cultural, *Turismo*, del espacio público son las más relevantes (26,06%) y aumentan en relación al cuadro general (21,32%).
- En el cuadro A, los aspectos de convivialidad (*Juego*) y disfruto del espacio (*personas sentadas* en el espacio público al *suelo* o en *bancos*) son más importante y demuestran una atención específica a la cualidad de vida relacionada con el espacio y sus equipamientos (mobiliario – *bancos*- y cualidad ambiental del espacio) al momento de captar una imagen del espacio.
- Las fotografías de *Manifestaciones* que son la apropiación del espacio como espacio político por parte de la ciudadanía se sitúan en segunda posición (11,17%) en el cuadro A, y relatan la realidad de la importancia de la participación de espacios públicos en las acciones reivindicativas de la comunidad de Gràcia.

## UOC – Dimensiones y complejidad del espacio público – curso de especialización

- Es el cuadro A aparece la proporción más alta en relación con el Refugio (26 fotos relacionadas con **#refugidiamant** en Google Imagen y Flickr), que posiciona la presencia histórica del refugio antiaéreo de la plaza del Diamante como una referencia cultural que crea una atracción relevante y en consecuencia la ocupación del espacio de la plaza del Diamante como espacio de experiencia, de información y de espera para las visitas.
- En el cuadro B, la proporción de fotografías representan en mayoría la invasión del espacio (*Multitud* a 33,18%) sobre todo relacionado a **#foguerosgracia**, evento que culmina con una “butifarrada popular” a la Plaza del Diamant. Las fotografías de personas documentan en mayoría la saturación del espacio y las fotografías *Posadas* que testifican de la participación/presencia de uno a este evento. El espacio físico desaparece, saturado o no entra en el campo de vista ocupado por la imagen de las personas.
- En el cuadro B, se evidencia la presencia de las personas del barrio *Trabajando* en el espacio público a la confección de los adornos de calle (22 fotografías) son el relato de la implicación de la comunidad local en la realización de un evento que ulteriormente se ilustra desvinculado de la población local (punto anterior).
- Las otras personas representadas *Trabajando* son las vinculadas a la visita excepcional del Refugio (guías) y no a la actividad cotidiana del barrio. La actividad está representada como relacionada con el asociacionismo o a la participación benévola, no se ilustra un espacio productivo a través de las personas activas en el espacio público.

Estas dos presentaciones ponen en evidencia, por una parte, una imagen global muy afectada por la influencia del relato de las experiencias vividas durante los eventos que se sitúan en la plaza de forma puntual, eventos tan espectaculares que distorsionan la percepción global que se obtiene en las redes sociales de cómo se vive el espacio de la plaza del Diamant.

## 5. PROBLEMATIZACIÓN Y CONTREVERSIAS

Este estudio se propone dar un sentido sensible a datos (fotografías) presente en la red. Cuando se quiere considerar los datos de Internet, la principal problemática es la forma de elegir y acotar la base de datos para que sean significantes y manejables. En las respuestas de los buscadores ordenada por fecha o relevancia, he seleccionado las fotografías hasta constatar que ninguna de las fotos presentadas estaba relacionada con el espacio. Este criterio ha proporcionado mucha irregularidad en las cantidades y una gran proporción de fotografías descartadas. Igualmente, como considero en este estudio las imágenes públicas (como el espacio) podemos considerar el problema de la identificación de las personas y de la protección de la imagen como un factor limitante para la representación de las agencias en el espacio público.

Pero lo relevante, en este estudio, es el emisor de datos, es una persona que actúa según sus propios criterios, tan al momento de tomar la fotografía, elegir su modelo, su momento, como al momento de publicarla y de referenciarlas en las redes sociales, al contrario del data generado automáticamente por la ciudad (emitido por máquinas IoT). Este aspecto es un diferencial importante dentro del análisis ciudad actual, significa que entran en este estudio, todas las variables que la gestión inteligente quiere minimizar, suprimir, aniquilar: la espontaneidad, la emoción. La inteligencia emocional se incorpora en los datos, el punto débil del proyecto de ciudad Smart.

Además, solamente el criterio subjetivo del observador selecciona y ordena la documentación, cuando existen algoritmos de clasificación de imagen basados sobre proporciones de superficie de fotos, colores,... Este continuo de imprecisión y de aleatoriedad es suficiente para descalificar este estudio y todas sus conclusiones.

Pero, aunque estemos entrando en el terreno de la Smart City y de la producción de datos en la ciudad, sería un error hacer un estudio urbano compitiendo con los “data scientists” y los algoritmos de análisis para entender lo que motiva la movilidad o la agencias de personas en la ciudad. En efecto, los estudios Smart de movilidad de personas rastrean las IP del teléfono para contabilizar y perfilar los movimientos de las personas sin conseguir modelizar los resortes que motivan los desplazamientos. Pero por otro lado se implantan programas intrusivos para mandar mensajes personalizados al teléfono móvil (normalmente con fines comerciales) para orientar las decisiones del ciudadano (per ex Viabox) en el espacio urbano, considerando la persona como un ente manipulable o predecible a través de su smartphone. Pero las motivaciones sociales que hacen que un espacio sea más o menos atractivo escapan a la modelización smart de la ciudad. Este estudio al cual participan individuos de forma espontánea, identifica los espacios a partir de las agencias espaciales que provocan una emoción (decisión de fotografiar) y alimenta a través de la red social un repertorio de estímulos visuales que influyen en la toma de decisión a la hora de utilizar los espacios de la ciudad.

A través de las fotografías/relatos sociales podemos identificar claramente la visibilidad de ciertos comportamientos individuales o grupales en las fotografías publicadas, y las agencias asociadas en las redes sociales de fotografía a los usos de un espacio en particular. Pero constatamos también, a la plaza del Diamant, una dicotomía en la percepción del espacio vivido, desde el punto de vista de los usos reales de las comunidades locales y de los expresados en el mundo virtual. El estudio se enfrenta a la problemática de evaluar la influencia de uno sobre el otro, del virtual frente al real, y si transponemos al mundo de la comunicación, de una imagen corporativa (creando un a-priori emocional) virtual sobre una identidad construida.

## 6. REFLEXIÓN TEÓRICA



En 1967, en la conferencia *Des espaces autres*, Michel Foucault<sup>2</sup> definía las Heterotopias y la práctica de la descripción de estos “*espacios reflejos*” como la heterotopología. En el contexto teórico de las ciencias sociales, la presente investigación se aparentaría a una tentativa de descripción de una minúscula heterotopia producida casualmente en un rincón de la inmensidad del espacio virtual. La heterotopia de la plaza del Diamant es como el otro “*lugar real*” “*en el cual vivimos*”, allá, “*me veo aunque no esté*”, una suerte de imagen de la sublimación del espacio donde se reconstituye un espacio irreal, que me permite mirar “*a donde no estoy*”. La fotografía permite este efecto “*fuera del lugar*” pero “*localizable*” donde a la vez me reconozco en cada elemento pero el lugar es muy distinto, “*absolutamente otro que todos los emplazamientos que refleja*”. La imagen del espacio a partir del momento que esta mezclada con la experiencia personal de centenares de fotógrafos no puede ser una fiel imagen del espacio, y todas estas realidades “*yuxtaponen varios espacios en un solo lugar real*”. Si el espacio hashtag es una heterotopia, funciona también con la atemporalidad de la heterochronia, en ruptura con el tiempo tradicional, no es un otro Cronos, es la negación del tiempo. La o las heterotopias del mundo virtual, no solamente funcionan como acumulación total, un “*archivo general*” no cronológico, donde la indexación automática de relevancia constituye “*un lugar de todos los tiempos*”, y en una acumulación perpetua que encierra este espacio fuera del tiempo real. La acumulación de fotografías crea un espacio instantáneo, una parada en el tiempo que borra la continuidad sin interrupción del espacio así como la diferencia entre el extraordinario y el continuo, entre el antiguo y el reciente, entre el caducado y el vigente. La abolición del tiempo diferencia radicalmente los dos espacios, el espacio real de la ciudad está regido por la rítmica polisémica, que organiza y refuerza la comunidad. Abolir toda relación con la temporalidad real desvirtualiza el estrecho vínculo que podría tener el espacio real con su heterotopia virtual. Todos los códigos sociales que hacen compatibles los distintos usos del espacio se confunden y la imagen espejo se transforma en una parodia que evidencia que si el mundo virtual es una heterotopia, no deja de ser un espejismo, una utopía fundamentalmente irreal en razón de su desvinculación no “*con el lugar real*”, pero con el tiempo real que lo rige. La constitución de esta heterotopia originada por la fotografía, nos lleva a la acción determinista de la mirada del fotógrafo sobre el referente en una operación de “*simbolización del mundo, de asimilación psíquica de lo que nos rodea tan en el plan sensorio-motor (el gesto del cadrage) que en el plan afectivo (las emociones experimentadas) y en el plan verbal (las fotografías habladas y contadas)*.”<sup>3</sup> El uso del teléfono móvil para tomar fotografías permite la multiplicación de la puesta en imagen de su percepción del mundo así como la diversificación de los sujetos sin intención de archivar. Esta libertad de producción y de difusión en las redes sociales ha convertido la fotografía en una nueva forma de comunicación “*scripto-visual*” interpersonal, y a través de ellas se puede entender “*los valores a los cuales los individuos quieren dar visibilidad o consagración*”. La interpretación semiológica de las fotografías de personas en un espacio, hace referencia a la doble relación que el hombre moderno conectado, el digizen, mantiene con la imagen. Por una parte la fotografía con Smartphone, es relato/expresión/comunicación, refuerzo de los lazos sociales. “*Todos los eventos del universo privado está al medio de la comunicación y de los testimonios sobre sí mismo, (...) los criterios de selección se definen por el grado más intenso y más espontaneo de emoción, de extrañez y de excepcional frente a la norma esperada en los comportamientos sociales.*”<sup>4</sup> En consecuencia, el resultado de los buscadores está marcado por fotografías destinadas a ser tan efímeras y tan íntimas como la palabra, desvelando la identidad personal, la verdad no-social. Las imágenes en la red crean una semiología que parece aparentarse a la fotografía de reportaje cuando en realidad son a menudo una conversación privada liberada de las normas sociales establecidas. Es imposible conocer hasta qué punto los usos de los espacios están influenciados por esta capa digital, pero sabemos que irá creciendo a medida que la ciudad será más conectada y que la sociabilidad y la transmisión de información se hará de forma más instantánea y emocional. Las problemáticas actuales de convivencia pueden originarse en las

## UOC – Dimensiones y complejidad del espacio público – curso de especialización

mala interpretación de todo este material presente y accesible en las redes sociales, seguramente participaran otras decisiones en la gestión de la ciudad, una de ellas es pensar que la conocimiento da el control. Se puede contar con sensores y detectores las personas pero en ningún caso nos dará la respuesta de porque están aquí y porque personas de todo el mundo perpetúan alo largo del año, comportamientos locales tolerados durante momentos festivos excepcionales. De la misma forma que las redes sociales pueden popularizar comportamientos en ruptura con el entorno, creo que las redes sociales abiertas pueden ser una herramienta muy potente para transmitir e incentivar comportamientos en acuerdo con los espacios, por lo pequeño que estén.

UOC – Dimensiones y complejidad del espacio público – curso de especialización

Fotos de personas en la plaza



El Juego de calle: pelota, patinete, utilización intensiva de los juegos infantiles, dibujo y animaciones.



Personas sentada: Una plaza donde se lee





Donde las personas se relacionan, padres, amigos, parejas...

---

<sup>1</sup>**Instagram:** 300 millones de Instagramers que comparten 70 millones de fotos cada día, empresa comprada por Facebook en 2012. Utilicé Iconosquare para buscar las fotografías en Instagram a través de los hashtags.

**Flickr:** Sitio para publicar videos y imágenes, que pueden ser compartidas hacia Tumblr, Twitter, Facebook y Pinterest.

**Google imagen:** es una especialización para imágenes del motor de búsqueda de contenidos en internet principal Google (capaz de tratar 1000 millones de peticiones de búsqueda diarias).

<sup>2</sup> **Michel Foucault**, *Des espaces autres* (1967), *Hétérotopias* (Conferencia al Crculo de estudios arquitecturales, 14 de marzo de 1967) in *Architecture, Mouvement, Continuité*, nº5, octubre 1984, pp46-49  
<http://desteceres.com/heterotopias.pdf>

<sup>3</sup> **Carole Anne Rivière**, "Téléphone mobile et photographie: les nouvelles formes de sociabilité visuelles au quotidien », *Sociétés*, 2006/1 nº91, p.119-134. DOI :10.3917/soc 091.0119  
<http://www.cairn.info/revue-societes-2006-1-page-119.htm>

<sup>4</sup> Id