

Espacios Públicos y tic. El rol de la experiencia estética en sus usos y apropiaciones

Public spaces and ITs. The role of aesthetic experience in its uses and appropriation

Sebastián Cortez Oviedo. pcortezoviedo@gmail.com

Universidad Nacional de Córdoba. Argentina

Recibido: 30-01-2018

Aprobado: 28-02-2018

Resumen

El artículo busca aportar una reflexión crítica acerca de la noción actual de espacio público, desde una perspectiva simbólica y caracterizado a partir del alcance y el consumo intensivo de nuevas tecnologías del orden digital. Se indaga acerca de cómo el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) incide en las experiencias estéticas de los espacios públicos, reconfigurando sus sentidos de pertenencia y lógicas de usos. En particular, a partir del análisis del caso Pokemon Go en la ciudad de Córdoba, Argentina.

Palabras clave: Espacios públicos - Experiencia estética - TIC

Abstract

This article aims at providing a critical reflection on the current notion of public space, as a symbolic concept which is characterized by the scope of new digital technologies that are intensively used to redefine it. The text explores new dynamics of uses and appropriations, and how access to Information and Communication Technologies (ICT) affects the aesthetic experiences of public spaces reconfiguring those dynamics. In particular, from the analysis of the Pokemon Go case in the city of Córdoba, Argentina.

Keywords: Public spaces - Aesthetic experience - ICT

I. A modo de introducción

Indagar acerca del espacio público en la actualidad es referir a derechos y relaciones humanas. Es pensar sobre un conjunto de dimensiones y capas de relaciones socio-territoriales que dan sentido y forma a las prácticas culturales con que experimentamos el hábitat de lo urbano. La contemporaneidad, compleja y simultánea, caracterizada como Sociedad de la Información y del Conocimiento (SIC), ha transformado nuestras relaciones sociales y sus territorios a partir del uso y consumo de dispositivos de la comunicación digital. Nuestras ciudades, disímiles y desiguales, han experimentado en los últimos 30 años profundas transformaciones económicas, sociales y ambientales, cuyos procesos culturales plantean con urgencia (re) pensar nuevas categorías de análisis tendientes a dar respuesta a sus requerimientos particulares. En tal sentido, el trabajo busca recuperar esta discusión a partir de poner en diálogo nuevas relaciones conceptuales en torno a los espacios públicos, a fin de aproximarnos a comprender su complejidad actual.

Los espacios públicos representan una categoría central al momento de estudiar las actuales prácticas socio-urbanas. Ante ello, resultaría pertinente y necesario pensar la ciudad a partir de la comprensión de estos espacios, sus procesos y dinámicas. Por lo cual, este trabajo entiende el espacio público como un concepto denso en función de sus dimensiones, donde lo físico-espacial es complementado de manera sinérgica por un análisis sobre sus procesos culturales y simbólicos, en pos de un mejor entendimiento del concepto ante la complejidad de la contemporaneidad.

Este artículo, en carácter de ensayo, pretende promover un debate innovador acerca del tema a partir de indagar asociaciones conceptuales poco exploradas que colaboren a (re) pensar la categoría actual de espacio público, en respuesta a los desafíos transdisciplinarios que presenta el tema para el urbanismo dentro del paradigma de la SIC.

Para este abordaje se propone un análisis crítico acerca de las posibles relaciones conceptuales entre las experiencias estéticas, sus espacios físicos y las narrativas transmedia. Tales experiencias simbólico-territoriales se asocian en este trabajo a los consumos culturales presentes en los espacios públicos de la ciudad de Córdoba, Argentina; en particular, aquellos supeditados al uso y consumo de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). En concreto, el caso de la tendencia glocal Pokémon Go y su experiencia cordobesa.

En cuanto a las líneas teóricas abordadas, las mismas se desprenden de una investigación en curso. Se recuperan así, principalmente los aportes y discusiones teóricas vertidas en relación a tres aspectos centrales de aproximación: los espacios públicos (EPus), la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), y la Estética.

En relación al marco metodológico, el mismo se basa en un enfoque de triangulación desde una perspectiva etnográfica, tendiente a dar cuenta de un proceso en curso, cambiante y efímero. Se

valió también de una metodología de Estudio de Casos Múltiples a fin de poder segmentar de manera sistémica diferentes fenómenos digitales. En particular, serán expuestos resultados parciales acerca del fenómeno durante el periodo 2016/17. Los trabajos de campo se desarrollaron desde la observación participante (Guber, 2011), entrevistas etnográficas y semi-estructuradas; complementados con informaciones y datos estadísticos de organismos privados y públicos de la República Argentina y la región.

Por último, el trabajo se estructura a partir de los siguientes cinco apartados: II- *De espacios, sociedades y estéticas: Un marco de análisis*, en el que se desarrolla el marco conceptual de abordaje a la problemática y el tema; III - *Una aproximación al juego*, referido a la metodología; IV- *Pokégo* y su estética cordobesa, abordaje a las observaciones de campo, las cuales refieren a la unidad de análisis; y por último, V- *De accesos y pertenencias: Conclusiones para un futuro debate*.

II- De espacios, sociedades y estéticas: Un marco de análisis

Como espacio concreto el espacio público se parece a cualquier cosa menos a un territorio, en el sentido de que no es un marco con límites y defendible, que alguien puede arrogar como propio y cuyo acceso es por definición restringido, dado que en él se reserva el derecho de admisión. (Delgado, 2005)

El pensamiento de Delgado acerca de los espacios públicos auspicia ciertas complejidades referidas a sus debates actuales, al mismo tiempo que nos aproxima a una de sus principales discusiones, aquella referida a su concepción, accesos y límites. Como sostuvimos en la introducción, pensar los espacios públicos en el contexto actual es referir a un conjunto de derechos y relaciones humanas. El espacio público como construcción cultural de la modernidad (Delgado, 2005), ha tenido – y tiene – varias acepciones según las disciplinas que lo objetivan, radicando en ello parte de su complejidad. Es un concepto en tensión por las discusiones que suscita; representa una idea difusa, un imaginario múltiple que intenta dar un solo nombre a complejas prácticas sociales por dentro y fuera del territorio.

Desde el campo disciplinar de lo urbano, el espacio público, consagrado como el espacio libre (Le Corbusier, 1993) y legado de un romanticismo no explicitado, evoca en la ciudad un lugar pensado como sostenimiento urbano de lo ambiental y lo recreacional, el parque, el lugar del esparcimiento. En palabras de Le Corbusier (1993): “Los espacios libres pueden ser la prolongación directa o indirecta de la vivienda [...]. Ser la sede de las actividades colectivas de la juventud y proporcionar un terreno favorable para las distracciones, los paseos o los juegos de las horas de descanso”.

La carta de Atenas (1933), obra cumbre del IV Congreso Internacional de Arquitectura Moderna,

consagra una idea funcionalista sobre el espacio público, concepto que aún hoy, en términos disciplinares estrictos de la urbanística, subsiste. En su decir, Borja (2014) sostiene: “La urbanística debe considerar el espacio público como base estructural de la ciudad, el factor ordenador principal que determine su entorno, la calidad ambiental, su imagen y accesibilidad”. Sin entrar en un recorrido profundo del término a lo largo de estos últimos 85 años, podríamos inferir que, desde el campo disciplinar del urbanismo y desde sus discursos dominantes, el espacio público continúa siendo conceptualizado desde su dimensión física-espacial, lo que dejaría por fuera de las murallas disciplinares sus procesos socio-culturales.

Al comienzo de este apartado, Delgado (2005) nos plantea una idea necesaria de ser abordada: el espacio público pensado por fuera del territorio. En este sentido, es preciso indagar acerca de la noción de espacio público, ya que no siempre nos hemos referido a este espacio en tales términos. El aporte de Habermas en esta discusión resulta fundante de un pensamiento que durante la década del '60 encontrará en los movimientos independentistas africanos y en el mayo francés sus expresiones más acabadas, y que complejiza la definición de lugares libres planteados por el CIAM.

Habermas (2005) nos plantea el concepto de *Offentlichkeit* «publicidad», que nos aproxima a una nueva dimensión sobre estos espacios, la que integra los procesos sociales a los espacios físicos. En su obra – y a partir de los escritos de Kant (2007)– define al espacio público como lugar de la publicidad, es decir, el lugar de lo público y la construcción política. El autor sostiene que, para convertirse en lugares de debate y discusión – su razón natural, y sentido de la llamada esfera pública burguesa– deben ser estos sustraídos de la autoridad dominante. En su definición, para que exista idea de lo público, deben ser lugares por fuera del control, por fuera del leviatán. Esta dimensión planteada por Habermas acerca de la noción de lo público se relaciona con el pensamiento de Manuel Delgado citado al comienzo; ambos complejizan el debate actual en torno a estos espacios a partir de reflexionar acerca de su dimensión social y sus procesos.

En pos de (re) pensar la categoría, es importante indagar acerca de los cambios ontológicos que el paradigma de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) insumió al término, no solo en su lenguaje sino en sus prácticas de usos, apropiaciones y límites. En tal sentido, es necesaria una breve discusión respecto al concepto de la SIC que explicita algunos presupuestos teóricos de los que este artículo breva.

Sin pretender incluir un debate sobre ciudad, es preciso plantearnos el interrogante acerca de si los espacios públicos (EPUs) pueden ser pensados como un concepto análogo a ella, a fin de comprender sus complejidades actuales. En esta línea, sostiene Finquelievich (2000): “la ciudad no es solo aquel lugar físico y ámbito de lo local”, a cuya afirmación podríamos inferir la relación romana entre *urbs* y

civitas – en clave contemporánea: entre lo físico-espacial y los procesos culturales–. Posicionamiento que en algún sentido daría cuenta de la manera en que la SIC habría modificado nuestros modos de (con) vivir y relacionarnos en los espacios públicos, expandiéndolos hasta los límites intangibles de lo digital.

Susana Finquelievich (2000), al respecto de la relación entre la SIC y el concepto de representación de ciudad, sostiene:

Esta no es ya el conjunto de hábitat construido, infraestructura y servicios urbanos, no es solamente el conjunto de redes sociales que se desarrollan en el territorio construido, sino que se amplía a nivel del planeta para constituirse en la ciudad de las redes.

Finquelievich al igual que Castells (2000) definirán a la SIC en términos disimiles, pero consecuentes, como un paradigma social regenerativo que modifica procesos productivos y territoriales a partir del consumo de nuevas tecnologías. Estas nuevas tecnologías, denominadas con el acrónimo TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), representan el instrumento conceptual e ideológico de la revolución comunicacional (Finquelievich, 2016). Las mismas estarían convirtiendo nuestras ciudades en redes de ciudades y nuestros espacios en redes de espacios, posiblemente mercantilizados por consumos y narrativas transmedia.

Las narrativas transmedia son un ejemplo más de los cambios de producción y sentido que la SIC posibilita a partir de los avances tecnológicos, que permitieron ampliar la idea del usuario unidimensional al concepto de prosumidor multidimensional. Esto se refleja en distintos consumos culturales que se valen de diversos medios y plataformas para comunicar una experiencia de deseo, donde el prosumidor es su consumidor y comunicador. En el pensamiento de Jenkins (2003), nos hemos convertido en cazadores y recolectores de información, asistimos a un proceso de convergencia mediática que hace que la suma del todo sea mayor a la suma de las partes. Experimentamos un relato segmentado. Un mundo (co)creado que aprovecha la *inteligencia colectiva* de los prosumidores, generando un rizoma consumible que no solo se expande y se expresa desde plataformas digitales, gráficas, cinematográficas o históricas, sino– y recientemente por la realidad aumentada–, también a partir de lo urbano. La ciudad y sus espacios públicos no son ajenos a la lógica comercial de lo trans-mediático, cuya mercantilización de sus accesos y experiencias resultarían evidente en algunos casos. En este sentido, Augé (2015) sostiene:

El reino de la imagen, reafirmado por el desarrollo de las redes de comunicación, acentúa a la vez el carácter hiperreal del sistema, para retomar la expresión de Umberto Eco, y la

creciente indistinción entre realidad y ficción. Todo es espectáculo en el sistema, pero el acceso al espectáculo se identifica con el colmo del consumo [...] Es puesto en escena por las tecnologías de la imagen y por el acondicionamiento del espacio. Los espacios de circulación, de consumo y de comunicación se multiplican sobre el planeta, volviendo visiblemente concreta la existencia de la red.

A partir de lo expresado, y comprendiendo que el paradigma de la SIC incide de manera inevitable sobre el espacio y sus relaciones sociales, surge la siguiente reflexión: ¿Es posible seguir pensando de manera segmentada los espacios públicos, entre lo físico-espacial y sus procesos culturales? Es aquí donde adquiere relevancia relacionar los conceptos de *urbs* y *civitas* a partir de un enfoque transdisciplinar, donde 'territorios' y 'procesos socio-culturales' complementen un 'todo complejo' que, como vimos, modificó sus dinámicas y escenarios a partir de la incidencia de tecnologías digitales, sustituyendo su valor de uso por un valor de cambio.

En cuanto a las relaciones entre lo social y lo tecnológico, Prince (2012), sostiene: "Uno de los procesos que caracteriza a la sociedad actual es la creciente densidad de las relaciones sociales, producto de, entre otras cosas, las injerencias que poseen las tecnologías". Es decir, las TIC estarían actuando como intermediarias y subsidiarias de los intercambios sociales, tal lo cual, resulta necesaria una reflexión acerca del rol de la brecha digito-tecnológica en el acceso a lo urbano, en particular, a sus espacios públicos.

En tal sentido, y en función de (re) pensar estos espacios desde el paradigma de la SIC, surgen algunas inquietudes frente a lo expresado: ¿Cuál es la mediación actual de las TIC en los procesos de institución de los espacios públicos como lugar? ¿Qué lógicas estarían interviniendo? Y frente a una posible mercantilización de sus experiencias ¿Qué rol poseen las narrativas transmedia a partir de la *experiencia estética* co-producida y co-comunicada?

Luego de haber indagado brevemente acerca de los enfoques sobre los espacios públicos y las caracterizaciones de la SIC y el posible rol de las TIC en los procesos de (con) vivencia de lo urbano, es preciso reflexionar acerca de los consumos culturales en los EPus abordando el tercer aspecto propuesto para el análisis: la estética.

Al igual que con los espacios públicos, cuando referimos a la estética lo hacemos desde un concepto de múltiples lecturas, las cuales transitan desde lo estrictamente morfológico hasta lo semiótico, desde lo significativo hasta su contenido simbólico.

Interesa esta mirada última, aquella que entiende a la estética como *aísthesis*, como la dialéctica sujeto-objeto. Desde esta perspectiva, es preciso recuperar los aportes de Rancière (2013). El autor articula la estética como una categoría política, oblicua a los conceptos planteados por Kant (2001)

y Benjamin (1989), y la define como la división o redistribución de lo sensible. En su decir al respecto del concepto, sostiene:

Es una delimitación de tiempos y espacios, de lo visible y lo invisible, de la palabra y el ruido, de lo que define a la vez el lugar y el dilema de la política como forma de experiencia. La política se refiere a lo que se ve y a lo que se puede decir, a quién tiene competencia para ver y calidad para decir, a las propiedades de los espacios y los posibles del tiempo. (Rancière, 2013)

La estética como categoría política que define lugares, espacios y tiempos es una construcción cultural a partir de una relación de poder entre los sujetos. Definido esto como horizonte teórico del trabajo, podemos inferir que, dentro del paradigma de la SIC, la relación entre los espacios públicos y la estética como experiencia espacial es estrecha y se define como una relación dialéctica comunicacional. Esta incide en los modos y las formas en que experimentamos el espacio y la ciudad, siendo su análisis necesario dentro del paradigma de la SIC, y más aún, con espacios públicos crecientemente mercantilizados. A partir de este planteo, surge el interrogante acerca del rol de la experiencia estética como discurso de deseo capaz de instituir lugares a partir del 'mensaje' producido y comunicado.

En relación al mensaje y para finalizar esta aproximación sobre la estética, resulta conveniente dejar planteada una futura discusión acerca de los contenidos comunicados y su rol en los procesos de mercantilización de los espacios. La misma tiene que ver, más allá de las narrativas transmedia, con indagar acerca de los puntos de contacto entre la imagen técnica como mercancía comunicada, los dispositivos tecno-culturales TIC y los espacios públicos como imaginarios.

A modo de síntesis del apartado y recuperando las discusiones teóricas expuestas, estamos en condiciones de poder definir un horizonte conceptual de referencia para este ensayo. El cual define al espacio público como el lugar disputado, el lugar de los intercambios simbólicos. Un lugar de lugares, cuyas prácticas sociales dan sentido de apropiación y uso a sus difusos límites y regenerativas dimensiones físicas y simbólicas. Representa el lugar de lo social, como proscenio de la solidaridad mecánica planteada por Durkheim. El lugar de lo común y también de lo colectivo, cuyas múltiples dimensiones no podrían ser abordadas en su complejidad real con enfoques unidisciplinarios; por el contrario, requieren de un estudio necesariamente transdisciplinar para evidenciar las contradicciones que sostienen al espacio público como concepto, como idea, y como entelequia (Delgado, 2011).

Asimismo, esta línea conceptual piensa los espacios públicos a partir de la complejidad de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, por inferir que este paradigma habría modificado su

concepción moderna. En lo particular, el trabajo caracteriza estos espacios a partir de la experiencia de consumos culturales estéticos, vinculados al acceso, uso y consumo de dispositivos tecno-culturales TIC. Prácticas que estarían asociadas a fuertes tendencias de mercantilización de sus vivencias espaciales a partir de narrativas transmedia, y la hiper-comunicación de imaginarios de pertenencia identitaria devenidos de una creciente sociedad del espectáculo (Debord, 1967).

Desde este razonamiento, la estética, como categoría política capaz de inducir prácticas sociales en los espacios públicos contemporáneos, se convertiría en una 'experiencia a consumir'. Una experiencia construida y comunicada por dispositivos tecno-culturales TIC, en cuyo discurso el rol de la imagen técnica y sus consecuentes imaginarios condicionarían en algún sentido los usos y apropiaciones de estos espacios. Tal lo cual, su análisis implica una nueva mirada disciplinar acerca de los procesos y dinámicas de acceso y construcción de identidad territorial en los espacios públicos.

III – Una aproximación al juego

La metodología empleada para comprender las relaciones entre la experiencia estética, los espacios públicos y las TIC, responde a una triangulación metodológica, tendiente a dar cuenta de su proceso desde una perspectiva simbólica (Geertz, 2009). Los trabajos de campo que dan cuenta de estas dinámicas se realizaron desde una observación participante propia del método etnográfico (Guber, 2011), con el fin de poder comprender las reflexividades de los interlocutores en estos espacios.

El posicionamiento epistémico del trabajo se basa en los enunciados metodológicos y teóricos de la *ciencia posnormal* propuesta por Silvio Funtowicz (1993). Esta perspectiva en la construcción del dato permite trabajar e integrar la incertidumbre, el riesgo y el conflicto, aspectos propios de los procesos sociales aquí analizados. De manera particular, facilita el encuadre de análisis sobre procesos y fenómenos efímeros devenidos del paradigma de la SIC, donde importa dar cuenta de un proceso y su complejidad reflexiva. A su vez, estos enfoques son complementados por la perspectiva ontológica del *actante rizoma* (Latour, 2008), que permitió poder ensamblar procesos de consumo de dispositivos y objetos, al colocarlos en una posición especular y dialéctica con los sujetos.

En cuanto al universo social de estudio, el mismo se define a partir de la siguiente premisa: para comprender procesos con proyección deben analizarse grupos etarios de jóvenes, ya que serán los actores de las prácticas futuras. En tal sentido y para las conclusiones parciales de este trabajo, el universo social de estudio comprende al grupo social-etario definido como *milénicos* – castellanización del anglicismo *millennials*– cuyas edades rondan los 18 a 36 años y que constituyen la primera generación de *nativos digitales*.

Respecto al caso de estudio, el análisis pone foco en el

registro del fenómeno y tendencia global *Pokémon Go*, en particular, sus procesos de uso, apropiación y consumo en los espacios públicos de la ciudad de Córdoba, Argentina. El trabajo de campo se llevó a cabo durante algo más de un año, periodo comprendido entre los meses de agosto de 2016 y noviembre de 2017. La extensión territorial analizada comprendió un área denominada área central. La decisión de concentrar el análisis en este territorio responde a las características morfo-demográficas de la ciudad-caso, en cuya área transcurren las mayores intensidades urbanas de Córdoba.

La metodología se estructuró con participaciones periódicas y semanales en las denominadas *incursiones* – categoría nativa– durante el periodo mencionado en el párrafo anterior. En estas salidas al campo, además del registro, se realizaron entrevistas etnográficas a informantes claves en pos de reconocer categorías nativas, las cuales se sistematizaron a partir de encuestas semi-estructuradas replicadas en un grupo de 100 actores.

Asimismo, este universo fue profundizado a partir de reconocer un grupo menor de interlocutores con quienes se llevó a cabo un análisis más profundo. El mismo consistió en utilizar aplicaciones web como WhatsApp, Google Maps y Safety Pin que, en combinación, permitieron trazar trayectorias y recorridos, zonas, nodos de intensidades de usos y un mapa sobre apropiaciones y permanencias en el área central. Estas informaciones fueron luego contrastadas con dimensiones físico-espaciales de los sistemas de espacios públicos existentes, y con datos de organismos privados y públicos de Argentina y la región, que permitieron la tipificación de los *prosumidores* en categorías etarias, de clase y género.

IV– Pokégo y su estética cordobesa

El presente apartado abordará el caso de estudio a partir de los resultados parciales de la investigación en curso, con el fin de promover discusiones en relación al tema y dar cumplimiento al objetivo general del artículo: promover un debate innovador acerca del tema a partir de indagar asociaciones conceptuales que colaboren a (re) pensar la categoría actual de espacio público dentro del paradigma de la SIC. El mismo estará estructurado en relación a tres aspectos: introducción al lugar y fenómeno de estudio, observaciones de campo y procesos y datos.

La ciudad de Córdoba, capital de la provincia homónima, desarrolla su extensión urbana en la interfase entre la llanura pampeana argentina y las primeras estribaciones del sistema montañoso denominado sierras pampeanas. Su conurbación metropolitana denominada Gran Córdoba cuenta con una población de 1.53 millones de habitantes (Censo, 2010), distribuida en una mancha urbana radiocéntrica cuya densidad demográfica y edilicia se concentra en su área central. Este enclave, que se extiende sobre la cuenca del río Suquía y cuya

superficie de 4,6 km² representa el 1,9% de un total de 240 km² de mancha urbana, contiene la mayor intensidad de usos, los principales sistemas comerciales, patrimoniales, densidad edilicia y de 'espacios públicos'; es por ello que el recorte territorial de estudio se circunscribirá a esta área.

Figura 1. Síntesis de la estructura urbana de la ciudad de Córdoba, área central en rojo. *Café de las ciudades* (2001).



Asimismo, es preciso aclarar que este sector posee la mayor población y residencia de jóvenes, que convierte a Córdoba en la referente universitaria de Argentina – según informe UNC (2014) posee una población estudiantil de 119.890, un 9,3% de la población urbana.

Figura 2. Mapa de los principales sistemas de espacios verdes públicos de Córdoba. *Nuestra Córdoba* (2011).



Con respecto al fenómeno de estudio, la tendencia glocal Pokémon Go, podemos decir que se inicia el mismo 6 de julio de 2016 con su lanzamiento por parte de la desarrolladora estadounidense de software, Niantic. El juego, que emplea la Realidad Aumentada Geolocalizada (RAG) y que recupera la mística del popular animé de los noventa, responde a las lógicas de las narrativas transmedia. Representa un caso característico de estas estrategias comunicacionales donde un producto se diversifica en diferentes plataformas comerciales para su consumo. En particular, Pokémon Go basa su plataforma territorial urbana en los puntos georeferenciados de Ingress, anterior producto de la marca.

Durante julio de 2016 Pokégo- como lo llaman sus prosumidores- , logra constituirse como tendencia global y local a partir de intensas campañas publicitarias que recorren la aldea global. Estas narrativas se valen de dispositivos tecno-culturales TIC para ser comunicadas, entre los cuales podemos citar como principales las plataformas sociales de YouTube, Facebook, Instagram y WhatsApp, más sus complementarias réplicas en los Sistemas MaC (Masivos de Comunicación). En este sentido, vale aclarar que el juego fue habilitado de manera parcial y segmentada en distintos puntos del planeta comenzando por los países centrales, lo cual generó validaciones sociales y cargas simbólicas previas. Durante el mes de agosto de 2016, precisamente el día 3, el juego estuvo disponible para la República

Argentina, para entonces contaba en el mundo con 43 millones de usuarios diarios, casi la población de este país.

De esta manera titulaban los principales periódicos de la región acerca de Pokégo, en cuyas líneas se puede inferir el incipiente sentido comunicacional que darían forma a un discurso de consumo.

Alegría en los fans del país y América latina: después de semanas de espera, finalmente podrán disfrutar de este juego que se convirtió en un fenómeno masivo en el hemisferio norte. El juego, gratis, permite a los usuarios usar la cámara y el GPS del teléfono para buscar monstruitos (pokémones) en las calles de su ciudad. Un mapa muestra su ubicación, y hay que "descubrirlos" con la cámara, y luego capturarlos con un gesto del dedo sobre la pantalla del teléfono [...]. (La Nación, 2016, 3 de agosto)

El arribo del juego fue lento y escalonado para evitar la saturación de los servidores, ello no impidió que algunos usuarios latinoamericanos descargaran una versión filtrada y pudieran experimentar lo mismo que los jugadores de Australia y Nueva Zelanda, donde sí se había lanzado oficialmente. Tras el bloqueo por parte de Niantic, desarrolladora del título, los millones de entrenadores comenzaron a pedir la llegada del juego en sus territorios, algo que al menos en Chile, tardaría en ocurrir.

rir. (La Tercera, 2017, 6 de julio)

En Córdoba, a una semana de su llegada, el juego era tendencia; su rango etario comprendía entre los 10 a 60 años sin una distinción aparente de clase, aunque es preciso señalar que el juego requería ser instalado en smartphones de no más de un año de antigüedad por las características de sus sistemas operativos. Esto segmentó visiblemente el universo social y la accesibilidad a la tendencia, pudiéndose observar dispares reacciones y apropiaciones en las salidas al campo.

En su comienzo el juego generó la curiosidad de propios y ajenos, aquellos ligados al mundo de los videojuegos – Gamers– y los que solo querían formar parte de la tendencia a partir de

Figura 3. Intervención estatal, y puestos de ventas y cargas de baterías (2016)



En lo concerniente a las observaciones de campo, podemos señalar que la tendencia Pokémon Go dinamizó los espacios públicos de la ciudad de manera alternada y aleatoria. Esto se debió a varios factores, entre los que podemos resaltar la pérdida de interés por la tendencia y los cambios en las dinámicas propuestas por el juego.

Como señalamos anteriormente, los meses de agosto y septiembre de 2016 concentraron la mayor intensidad del fenómeno, para estabilizarse y mutar en los meses siguientes a medida que el juego se actualizaba. Esto produjo cambios en sus dinámicas, y por consiguiente en los procesos sociales de apropiación y uso de los espacios públicos, que posibilitaron nuevas dinámicas sociales y relaciones con el territorio (ver figura 4). Las nuevas versiones de Pokégo sustituyeron paulatinamente la manera individual de juego, dando paso a una acción más colectiva, denominada incursiones – categoría nativa, en cursiva– .

Con las primeras actualizaciones del 2017 surgieron nuevas maneras de cazar, que no solo requerían caminar kilómetros por la ciudad sino, además, precisaban de una asociación. Estas se

su experiencia estética. En este proceso inicial intervinieron organismos estatales como el Municipio de Córdoba a través de su Secretaría de la Juventud, promoviendo a partir del fenómeno, espectáculos y encuentros en ‘los espacios públicos consagrados’ – espacios verdes, plazas y parques del área central– . Estos encuentros generaron procesos económicos tendientes a proveer servicios a los prosumidores de Pokégo, desde aspectos ligados al merchandising, recargas de baterías de celulares, refrigerios y guías urbanos (ver figura 3). Este proceso inicial comprendió un periodo de tiempo aproximadamente de dos meses, siendo uno de los más intensos registrados durante el tiempo de estudio.

Figura 4. Imágenes de 2016 -arriba- y 2017 -abajo- donde se puede inferir cambios en las dinámicas de juego (2016-2017)



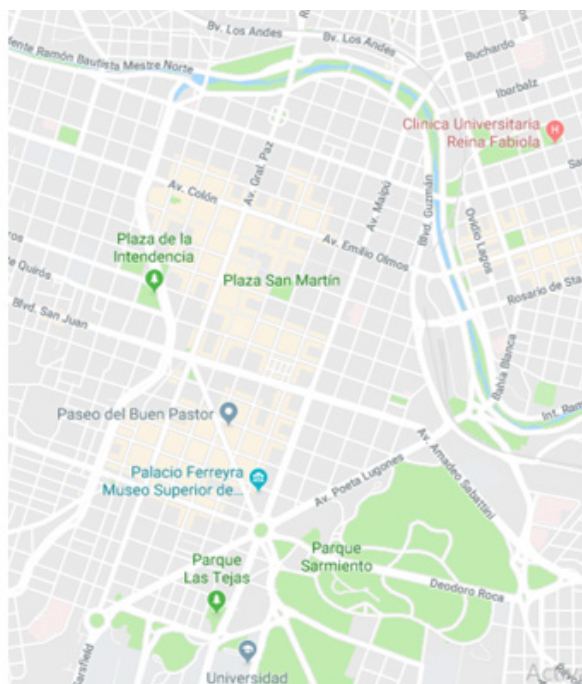
constituyeron en un primer momento a partir de tres grupos de jugadores – los rojos, los azules y los amarillos– , que paulatinamente fueron construyendo identidad a partir del territorio, particularmente desde las dimensiones físico-espaciales de los espacios públicos donde se jugaba. Es preciso resaltar – y en esto radica uno de los aspectos interesantes del fenómeno en relación a los EPus – que el juego y su plataforma geolocalizada no reconoce solamente plazas, parques y monumentos como espacios públicos, sino que cualquier lugar de la ciudad, público o no, puede constituirse en una pokeparada o un gimnasio – waypoints del juego– , y que ha llevado a cuestionamientos en la opinión pública y académica, y en algunos casos a demandas judiciales.

Durante las observaciones, fueron reconocidos distintos procesos concernientes al territorio y las prácticas sociales que en él se desarrollaban. Pero por la extensión del ensayo no se abordarán todas, sino aquellas más representativas en relación con el objetivo del artículo. En este sentido, pretendo centrarme en las dinámicas socio-espaciales a partir de la experiencia estética.

Las modificaciones devenidas de las actualizaciones del juego generaron nuevos modos de vincularse socialmente en los espacios públicos. Gran parte de los prosumidores se aglomeraron en grupos constituidos territorialmente, en la mayoría de los casos a partir del lugar donde se habían conocido jugando. Esto se cristalizó a partir de la plataforma social WhatsApp, que con una lógica diferente pero complementaria a Pokégo, fue consolidando estas nuevas asociaciones a partir de grupos de mensajería. Los grupos de WhatsApp y sus nombres – que con el tiempo se validaron como categorías nativas, por ejemplo: los de Sobremonte, los azules y los del sindicato–, se instituyeron como pequeñas comunidades que se disputaban el espacio público no solo desde lo territorial, un

Figura 5. Área central de Córdoba. En verde: principales espacios verdes. En naranja: principales intensidades comerciales. Google Maps (2017)

nes (2017).



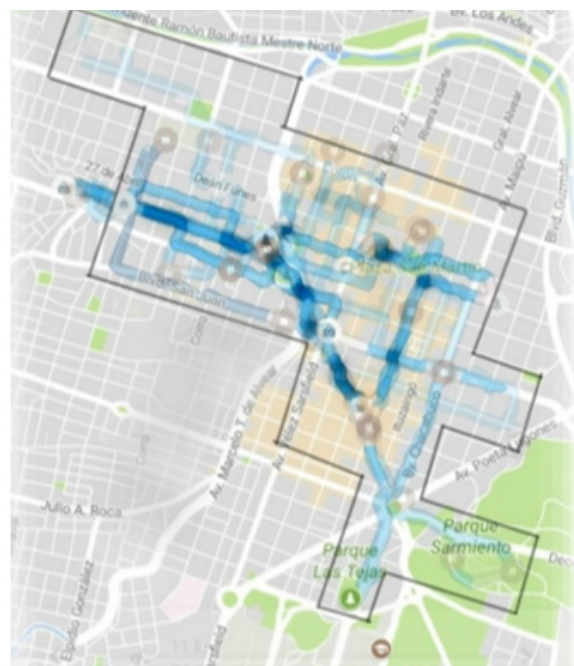
A partir de las figuras 5 y 6, podemos abordar el tercer aspecto que tiene que ver con dar cuenta de los procesos territoriales y datos. En la figura 5 podemos observar el área central de Córdoba con sus estructuras urbanas principales, en particular y en verde, aquellas referidas a los usos recreativos y que, en algún sentido, se reduce a ellas el concepto de lo público, me refiero a los espacios verdes. Estos espacios, más allá de su déficit en relación a la ciudad y el área central, no son tomados en su totalidad por la plataforma del juego para geolocalizar pokeparadas, gimnasios o las apariciones de algún pokémon. En este sentido, adquiere relevancia para el análisis preguntarnos por qué algunos espacios son considerados y otros no, siendo que estas ubicaciones serán los puntos de referencia que trazarán recorridos y áreas de permanencia de los jugadores (ver figura 6).

En relación a los recorridos de las incursiones, poseen una extensión promedio de 9 km en cada

proceso incipiente desde el inicio del juego, sino en términos del intercambio social.

Estos procesos fueron profundizándose a medida que el juego se desarrollaba en el tiempo, haciéndose difícil asociar las prácticas actuales a las de sus inicios en 2016. En gran medida esto se debió a los cambios internos de la aplicación, donde los intercambios y las reciprocidades sociales inciden fuertemente en las dinámicas territoriales. Esto se ve reflejado en varios procesos, principalmente en la disputa entre caminantes y voladores – entre quienes cazan pokémons caminando la ciudad y quienes juegan desde su casa utilizando simuladores de GPS–, o la fuerte segmentación de género, donde el porcentaje de jugadoras es mínimo o nulo.

Figura 6. Área Central de Córdoba. En azul: recorridos principales de las incursiones. En azul oscuro: nodos de intensidades de uso. En negro: área donde se efectúan las incursio-



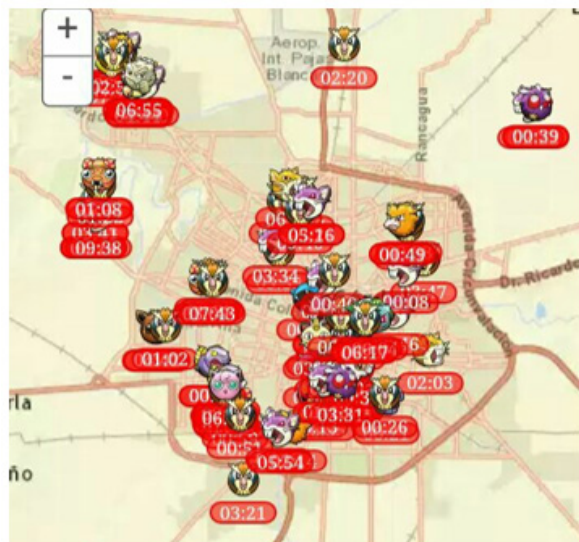
salida y una duración aproximada de cuatro horas, los cuales se realizan de manera periódica cuando el juego así lo requiere, en particular en los denominados eventos – campañas masivas propuestas por el juego cuya duración varía entre 4 horas y 3 días–. Se pudo observar que existe relación directa entre los eventos, la intensidad de juego y un mayor uso y apropiación de los espacios públicos, no siempre coincidiendo con plazas, parques o hitos urbanos. Esto se produce por la ubicación aleatoria de los waypoint del juego, lo que genera nuevos nodos e intensidades de lo público (en azul oscuro figura 6).

Además de participar de las dinámicas, para determinar esta observación se analizó un grupo de 20 jugadores, el cual consistió en superponer sus recorridos, tiempos y trayectorias en cada incursión, valiéndose de la herramienta Google Maps. De esta manera se pudieron detectar geográficamente

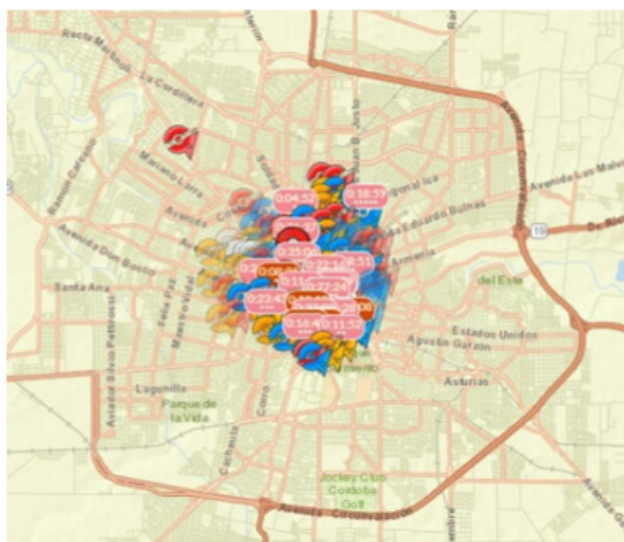
nuevas publicaciones (Habermas, 2005) cuyos nodos no se corresponderían con sus dimensiones físicas-espaciales consagradas, convirtiendo una vereda o una esquina en el lugar apropiado de 200 personas, casi a modo de happening urbano.

Cada comunidad, como se definen, participa de estos eventos e incursiones en equipos de aproximadamente 40 compañeros, cuyas edades varían entre los 23 y los 37 años. En esta última etapa del juego el rango etario se vio modificado, cuya edad promedio aumentó de 24 años en 2016 a 32 en 2017, en gran parte explicado por la empatía de esta generación por el animé de los '90.

Figura 8. Córdoba, ubicación de los gimnasios, pokémones e incursiones (2017)



Un aspecto no menos importante de analizar es la segmentación de género en el juego, algo que se mantuvo constante y que lleva a preguntarnos sobre sus razones. En las observaciones y entrevistas semi-estructuradas se registraron los siguientes porcentajes: 81% se definieron masculinos, 15% femeninas y 4% transgénerxs. Esto nos lleva a cuestionarnos acerca de la igualdad de género en el acceso a los dispositivos techno-culturales TIC y a partir del enfoque planteado por este trabajo, sobre la igualdad de acceso en relación a los espacios públicos de Córdoba y sus procesos culturales de socialización.



Por último, es preciso hacer mención a los procesos de segregación territorial que el juego o, mejor dicho, su experiencia estética, produce. A principio de la tendencia durante 2016 la ubicación de pokémones se distribuía relativamente de manera homogénea en la mancha urbana, esto fue cambiando paulatinamente hasta que, en las últimas versiones de 2017, los waypoints y sobre todo las incursiones y eventos se concentraban en el área central de la ciudad. Esto ocasionó que

muchos jugadores en función de dar continuidad a su carrera debieran trasladarse hacia el centro, registrándose en un universo de 100 prosumidores las siguientes procedencias: 8% área intermedia (3 a 6 km de distancia), 6% área periférica (6 a 12 km) y 6% área metropolitana (12 a 50 km), esto suma un total de 20% de prosumidores que debieron trasladarse en búsqueda de una experiencia estética que los hiciera parte, en algún sentido, de los procesos y tendencias locales de lo público.

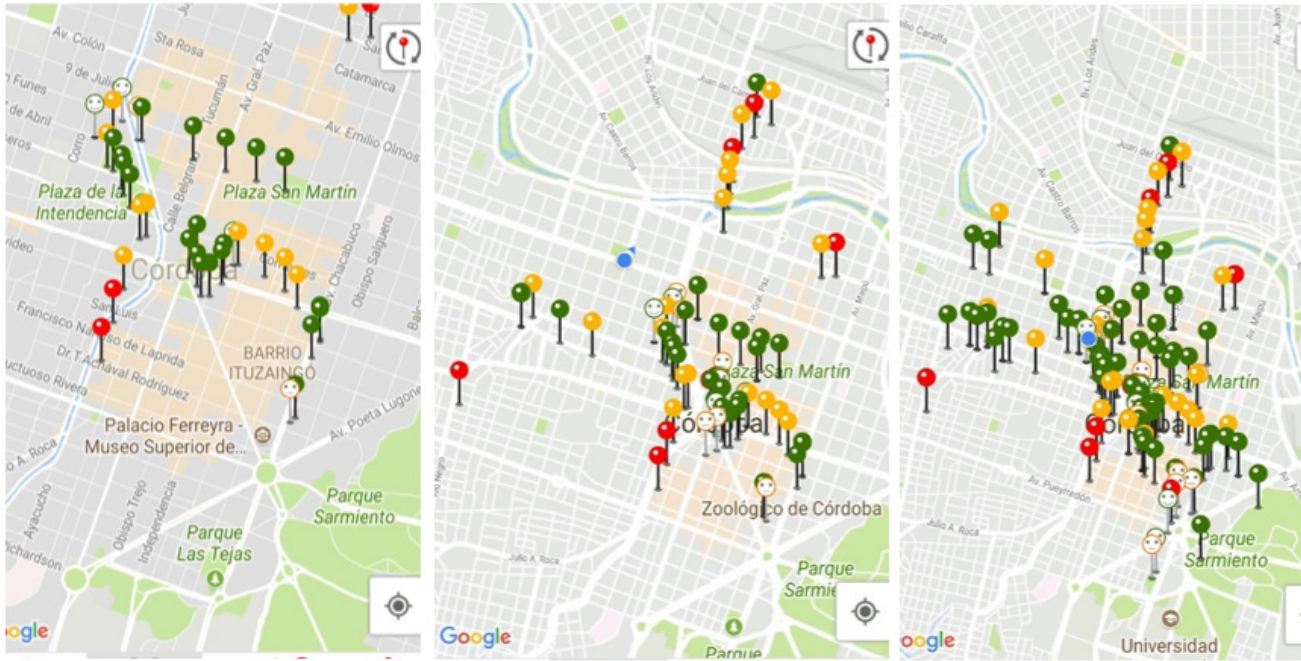
Figura 9. Veredas de Córdoba, algunas de las agrupaciones durante una incursión. (2017)



Figura 10. Típica incursión. En ella se observa participando a un joven no vidente. (2017)



Figura 11. Mapeo de sensaciones área central. Evolución del mapeo de los espacios públicos de Córdoba a partir de las dinámicas del juego. Elaborado a través de una App georreferenciada por informantes clave. En rojo: sensaciones de temor y/o peligro. En amarillo: sensaciones de alerta y/o precaución. En verde: sensaciones de bienestar y/o seguridad. (2016-2017)



A modo de síntesis del apartado, podemos decir que el juego Pokégo desde su lanzamiento en agosto de 2016 ha generado nuevas maneras de socialización a partir de una plataforma virtual que, como sostuvieron muchos interlocutores, les permitió salir de sus casas y jugar en la ciudad, hacer de ella su lugar, su escenario. Asimismo, posibilitó nuevas maneras de usos y apropiaciones en los espacios públicos de Córdoba a partir de la experiencia estética de esta tendencia que, vale resaltar, no fue igualitaria en términos económicos, territoriales y de género. En este sentido, podemos citar algunos porcentajes: el 47% de los interlocutores reconoció haber descubierto y apropiado nuevos lugares de la ciudad, particularmente en el centro; el 73% recomendaría este juego como una manera de conocer y vivenciar la ciudad; el 53% expresó que el juego genera mayor socialización entre jóvenes;

y el 55% cambió sus recorridos y permanencias habituales.

Estas observaciones dan cuenta de los cambios que la SIC puede generar en los modos de (con) vivir, experimentar y acceder a lo urbano, en particular a los espacios públicos. Cambios que se vincularían al consumo de dispositivos tecno-culturales TIC y la comunicación del mensaje transmedia a partir de su experiencia estética. Si bien este caso particular refiere a un fenómeno social puntual que involucra actualmente en el ámbito de Córdoba unos 3000 prosumidores, la llegada de la realidad aumentada geolocalizada, la realidad virtual y las narrativas de consumo a partir de dispositivos tecno-culturales incidirán de manera cada vez más profunda en los paradigmas urbanos actuales, cuyo análisis y objetivación no puede postergarse.

V – De accesos y pertenencias: Conclusiones para un debate futuro

La imagen de un niño detrás de jugadores de Pokégo evoca no solo pensar sobre la noción actual de los espacios públicos y su rol social, o sobre los procesos de consumos tecno-culturales y sus accesos, sino en un sentido más profundo, nos

vincula con las inquietudes con que este trabajo fue elaborado. Aquellas tendientes a plasmar discusiones y miradas innovadoras sobre las categorías de análisis y los procesos culturales del hábitat contemporáneo.

Figura 12. Secuencia fotográfica de un niño sin celular que persigue jugadores de Pokémon Go buscando ser parte de su experiencia estética, mediante la pertenencia en sus espacios públicos. (2016)



La revolución comunicacional llegó para quedarse, y con ella nuevos procesos y prácticas sociales que modifican sustancialmente nuestros modos de vida y nuestras ciudades, términos que también requieren (re) pensarse en función del paradigma de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. En el decir de Finquelievich (2000):

Quando se chatea con amigos que viven en diferentes lugares del globo, cuando se compran bienes y servicios por internet, cuando se establecen relaciones afectivas con personas que viven en cualquier lugar del globo, encontradas en el ciberespacio, ¿En qué ciudad se está? En ninguna y en todas, en un nuevo modelo para armar.

Esto nos posiciona frente a debates epistémicos y ontológicos en la redefinición de nuestros objetos de estudio, quizás buscando certezas donde no las hay, pero abocados a comprender en algún sentido esta complejidad. Vivimos en un mundo donde los dioses han huido (Ricoeur, 2011). Nuestras categorías parecen no dar cuenta de ciertos procesos y fenómenos contemporáneos, y los espacios públicos no escaparían a este sentido. Este trabajo que en su objetivo general buscó promover un debate innovador, llega a este último apartado con inquietudes más que certezas. Pero en la búsqueda de planteos que posibiliten proyectar nuevos entendimientos y debates futuros frente al tema y sus principales aspectos, como el acceso, el derecho, usos y apropiaciones de estos espacios denominados públicos.

El trabajo en su desarrollo siempre refirió a ellos en plural, tanto espacios públicos como fragmentos sociales conviven en un mismo territorio (Burgess, 2009). Una ciudad de superpuestas publicidades,

que nos plantea el desafío de poder reconocerlas a partir de sus prácticas y de captar la reflexividad de sus procesos y que, por lo pronto, implicaría reformular preguntas acerca de este concepto, quizás elementales pero necesarias.

¿Qué representan los espacios públicos en la actualidad? ¿Cómo pensar sus límites en función de las nuevas tecnologías? ¿Se pueden disociar sus prácticas 'reales' de las 'virtuales', o necesariamente implicarían una nueva objetivación disciplinar?

De qué manera reflexionamos lo planteado por Habermas (2005), acerca de que los espacios públicos se instituyen por fuera del control ¿Es posible en una sociedad instrumentada? (Foucault, 1979). Y si no lo fuera ¿Cómo debiera llamarse? ¿Espacio común? ¿Espacio colectivo? o como sostiene Delgado (2011): el espacio de la dominación.

¿Qué rol juega la comunicación del imaginario en relación a sus apropiaciones? En tal sentido, valdría profundizar el debate en torno a la experiencia estética como categoría simbólica y política, en pos de comprender procesos similares al caso de estudio. En particular, aquellos procesos de apropiación espacial sin vocación pública previa y vinculados a lugares del intercambio comunitario y colectivo.

Para finalizar ¿Es posible instituir espacios públicos desde la comunicación digital? A partir del fenómeno Pokemon Go y desde el caso de estudio, podríamos inferir que sí. Tal lo cual, sería necesario debatir en torno a su accesibilidad, donde la brecha digital tomaría mayor sentido de análisis en tanto cada vez más estos espacios, nuestras prácticas socio-territoriales y nuestra relación con la ciudad, queden intermediadas por los dispositivos tecno-culturales TIC. El impacto de las nuevas tecnológicas devenidas en instrumentos ideológicos de la sociedad de consumo, requerirá planteos y posturas

frente a los posibles procesos de mercantilización que, desde una experiencia estética inducida por las narrativas transmedia, pueden insumir en nuevas expresiones de lo público. Esto representa un desafío de abordaje que apunte a dar cuenta de hasta qué punto estos espacios se han convertido en lugares consumibles y mercantilizados, que agencian procesos de construcción de identidad y pertenencia de los actores urbanos.

Por último, a modo de opinión y autocrítica disciplinar, el territorio, la ciudad y los espacios públicos resultan hoy categorías desdibujadas, a partir de las cuales se intentan explicar fenómenos y procesos culturales complejos, simultáneos y efímeros, cuyos supuestos no se cristalizan en respuestas cabales a los requerimientos del hábitat contemporáneo. Ante ello y como sostiene Saskia Sassen (2017), resulta imperioso (re) pensar estas categorías a partir de (des) teorizar para (re) teorizar, desarmar para construir algo nuevo.

VI – Bibliografía referenciada

Augé, M. (2015). *¿Qué pasó con la confianza en el futuro?:* Siglo XXI, Buenos Aires.

Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Discursos Interrumpidos I*: Taurus, Buenos Aires

Borja, J. (2014). Prólogo. En Domínguez Moreno, L. & Sánchez Gonzales, D. (Ed.) *Identidad y espacio público. Ampliando ámbitos y prácticas*: Gedisa, Barcelona.

Burgess, R. (2009). Violencia y la ciudad fragmentada. En A. Falú (Ed.), *Mujeres en la ciudad. De violencias y derechos* (págs. 99-126). Red Mujer y Hábitat de América Latina: Ediciones Sur, Santiago de Chile.

Castells, M. (2000). La sociedad red. En su: *La Era de la información*, vol. 1: Alianza, Madrid.

Delgado, M. (2005). Espacio público y comunidad. En Lisboa M (Ed.) *Reflexiones sobre el concepto de comunidad en el México contemporáneo* (pp 39-60) Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez.

Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología. Los libros de la catarata*, Madrid.

Finquelievich, S (2016). *I-Polis: ciudades en la era de internet: Diseño*, Buenos Aires.

Finquelievich, S. (2000). Los actores sociales urbanos en la sociedad de la información: de los hippies al e-commerce. En: *Repensando la experiencia urbana de América Latina: cuestiones, conceptos y valores*: Clacso, Buenos Aires.

Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder: La Piqueta*, Madrid.

Funtowicz, S. (1993). Ciencia posnormal, complejidad reflexiva y sustentabilidad. En Enrique Leff (comp.) *La complejidad*

ambiental. Siglo XXI, Buenos Aires.

Geertz, S. (2009). *Las interpretaciones de la cultura*. Siglo XXI, Buenos Aires.

Guber, R. (2011). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Siglo XXI, Avellaneda.

Habermas, J. (2005). *Historia y crítica de la opinión pública: Alianza*, Buenos Aires.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling: MIT Technology review*, Boston.

Kant, I (2001). *Crítica del juicio: Espasa*, Madrid.

Kant, I. (2007). *¿Qué es la ilustración?: Alianza*, Madrid.

Latour, B. (2008). *Reensablar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial, Buenos Aires.

Le Corbusier (1993). *La carta de Atenas*. En: *Principales obras del urbanismo: Planeta*, Buenos Aires.

Prince, A. (2012). *Las TIC y su relación con la seguridad ciudadana*. Buenos Aires

Rancière, J. (2013). *Aísthesis. Escenas del régimen estético del arte*. Manantial. Buenos Aires.

Ricoeur, P. (2011). *Urbanizaciones y secularización*. En: *Ética y Cultura*. Prometeo, Buenos Aires.

Sassen, S. (diciembre de 2017). *Expulsiones sociales: Brutalidad y complejidad en la sociedad global*. En XXXI Congreso ALAS 2017. Congreso llevado a cabo en Montevideo, Uruguay.