

La cultura visual urbana a partir de la Inteligencia Artificial generativa: Espectáculo y embellecimiento en la ciudad de Córdoba, Argentina

The urban visual culture through generative Artificial Intelligence: Spectacle and embellishment in Córdoba city, Argentina

A cultura visual urbana a partir da Inteligência Artificial generativa: Espetáculo e embelezamento na cidade de Córdoba, Argentina

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8818>

PABLO CORZO¹

<https://orcid.org/0000-0002-6922-5780>

El objetivo de este artículo es indagar en la relación entre los procesos de embellecimiento estratégico y espectacularización en el territorio de la ciudad de Córdoba, Argentina, y la reconstrucción de la cultura visual urbana que realiza la Inteligencia Artificial (IA) generativa de imágenes. Se trabajó en la complementación de métodos de investigación cualitativos y digitales para abordar un conjunto de imágenes fotorrealistas de la ciudad de Córdoba producidas con la IA de Midjourney buscando analizar la conformación de patrones y recurrencias visuales en el plano del contenido y de la forma. Los resultados muestran que la reconstrucción que hace la IA generativa de la cultura visual digital de la ciudad de Córdoba resume y exalta los procesos de embellecimiento y espectacularización del espacio urbano, a la vez que expresa la estandarización de la fotografía digital en tanto práctica y producto.

PALABRAS CLAVE: Inteligencia artificial, cultura visual, imágenes, Argentina.

The aim of this article is to investigate the relationship between strategic embellishment and spectacularization in Cordoba city, Argentina, and the reconstruction of the urban visual culture produced through generative Artificial Intelligence (AI). The study applied an integration of qualitative and digital methods to approach a set of photorealistic images of Cordoba city created in Midjourney, aiming to analyze the visual patterns replicated through the generative AI in the level of the content and the form. The results demonstrate that the generative AI reconstruction of the digital visual culture of Cordoba city summarizes and exalts the processes of embellishment and spectacularization of urban space, while at the same time expressing the standardization of digital photography both as a practice and as a product.

KEYWORDS: Artificial intelligence, visual culture, images, Argentina.

O objetivo deste artigo é investigar a relação entre os processos de embelezamento estratégico e espetacularização no território da cidade de Córdoba, Argentina, e a reconstrução da cultura visual urbana realizada com imagens generativas de Inteligência Artificial (AI). O estudo utilizou o complemento de métodos de pesquisa qualitativos e digitais para analisar um conjunto de imagens fotorrealistas da cidade de Córdoba produzidas com Midjourney AI, buscando examinar a formação de padrões visuais e recorrências em termos de conteúdo e forma. Os resultados mostram que a reconstrução feita pela AI generativa da cultura visual digital da cidade de Córdoba resume e exalta os processos de embelezamento e espetacularização do espaço urbano, ao mesmo tempo que expressa a padronização da fotografia digital tanto como prática quanto como produto.

PALAVRAS-CHAVE: Inteligência artificial, cultura visual, imagens, Argentina.

Cómo citar este artículo:

Corzo, P. (2025). La cultura visual urbana a partir de la Inteligencia Artificial generativa: Espectáculo y embellecimiento en la ciudad de Córdoba, Argentina. *Comunicación y Sociedad*, e8818. <https://doi.org/10.32870/cys.v2025.8818>

¹ Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

leonardo.corzo@mi.unc.edu.ar

Fecha de recepción: 18/04/24. Aceptación: 01/11/24. Publicado: 22/01/25.

INTRODUCCIÓN

La convergencia entre la Inteligencia Artificial (IA) y la generación de imágenes es un suceso trascendente en el campo de las tecnologías digitales de la comunicación y, por lo tanto, en la experiencia de la mediatización del mundo. La magnitud de la transformación que implica la producción de imágenes con herramientas de IA involucra potencialidades y desafíos que requieren análisis críticos desde los cruces entre la tecnología, la sociedad y la cultura. En este contexto, el interés de este artículo es explorar la utilización de la IA generativa de imágenes para indagar en la construcción de la cultura visual urbana (Rose, 2014) a partir de un anclaje teórico y empírico que dé cuenta de los procesos de embellecimiento estratégico (Benjamin, 2005; Boito et al., 2013; Boito & Espoz, 2014) y espectacularización (Boito et al., 2013; Debord, 1995) en Argentina.

Se plantea como objetivo explorar las continuidades entre los procesos de embellecimiento estratégico y espectacularización desarrollados en el territorio de Córdoba en las últimas décadas y la reconstrucción de la cultura visual urbana que realiza la IA generativa de imágenes, a partir de la tecnología ofrecida por la empresa Midjourney. Si bien el trabajo está enfocado en esta ciudad en particular, los procesos estudiados son comunes a las transformaciones del espacio urbano en diferentes ciudades de América Latina, a la vez que la IA generativa puede ser utilizada para el análisis de la cultura visual digital de cualquier ciudad del mundo.

Desde esta perspectiva, como objetivo metodológico, se propone explorar y problematizar las limitaciones y el potencial de la IA generativa de imágenes como herramienta para indagar en la conformación de la cultura visual urbana a gran escala a partir de los métodos digitales (Rogers, 2013; Sued, 2019) aplicados a la investigación de la cultura. El diseño metodológico busca complementar el abordaje cualitativo con los métodos digitales de investigación para indagar tanto en la construcción visual de la ciudad a partir de la IA generativa de imágenes, como en el proceso productivo de las imágenes en la interfaz de la plataforma Midjourney.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA DE IMÁGENES

Plataformas de IA generativa de imágenes como DALL-E (lanzada en 2021), Midjourney y Stable Diffusion (lanzadas en 2022) permiten introducir instrucciones textuales y crear imágenes digitales a partir de una cantidad masiva de datos de entrenamiento (Cobb, 2023; Valverde-Valencia, 2023). Para evitar las visiones tecnofílicas y tecnofóbicas, así como mistificadoras que normalmente se asocian a la IA, Rodríguez-Ortega (2020) recomienda tener en cuenta que no es otra cosa que una arquitectura computacional que trata de emular el comportamiento del cerebro humano a partir del uso de redes neuronales de aprendizaje automático.

Como señala Cobb (2023), el desarrollo de esta nueva generación de tecnologías fue posible debido a los avances recientes en hardware para el incremento de la potencia computacional y a la masiva cantidad de datos que se han subido a Internet en las últimas dos décadas. Esta acumulación masiva de datos textuales y visuales es una parte fundamental del proceso de entrenamiento de la IA generativa a partir de la cual se habilita a las personas la posibilidad de crear imágenes al nivel de fotógrafos, ilustradores y artistas altamente competentes (Arielli & Manovich, 2023).

Uno de los rasgos distintivos de estas tecnologías emergentes es su disponibilidad a partir de interfaces y lógicas externas de funcionamiento relativamente sencillas que permiten la creación de imágenes en diversos estilos y estéticas sin necesidad de conocimientos avanzados en el plano de la producción artística, ni en el plano computacional. En este sentido, Wahid et al. (2023) señalan que la facilidad de acceso a estas plataformas, sus interfaces de interacción amigables y su velocidad para la generación de los contenidos son factores clave para entender la rápida integración de estas tecnologías a la vida cotidiana de las personas.

El tipo de trabajo computacional y matemático sobre los datos de entrada a partir de los cuales los modelos de IA generativa crean las imágenes puede parecer en un primer momento un proceso objetivo y neutral; sin embargo, como indica Rodríguez-Ortega (2020), involucra dispositivos que vehiculizan diferentes valoraciones e intereses.

Frente a la necesidad de analizar y comprender este tipo de tecnologías emergentes, la IA nos es presentada como una caja negra (Arora & Sarkar, 2023) cuyas lógicas de funcionamiento se opacan, ya sea por las restricciones en el acceso a la información, o por lo elevado del conocimiento técnico necesario para su comprensión. Desde esta perspectiva, es importante recuperar parte de la bibliografía reciente que aborda la IA generativa de imágenes reparando en sus implicaciones éticas y en sus posibles efectos nocivos. En el trabajo de Zhou y Nabus (2023) se señalan problemáticas asociadas a la perpetuación de sesgos, la vulneración de la privacidad y el desplazamiento de trabajos humanos, mientras que García-Ull y Melero-Lázaro (2023) profundizan en cómo la IA generativa replica estereotipos de género relacionados al mundo del trabajo, y Fernández Mateo (2023) en el riesgo que representa la confusión entre fotografías de la realidad e imágenes fotorrealistas creadas artificialmente.

Sin abandonar los abordajes críticos, otro grupo de trabajos se enfocan en el potencial de la IA generativa para su aplicación en diferentes campos profesionales: Derevyanko y Zalevska (2023) realizan un análisis comparativo de plataformas de IA generativa en relación a su aplicación a la enseñanza en el campo del diseño, Jaruga-Rozdolska (2022) aborda el uso de Midjourney aplicado a la creación arquitectónica, Wahid et al. (2023) analizan sus aplicaciones para el marketing de contenidos, Ruskov (2023) investiga el uso de la IA generativa para crear ilustraciones de cuentos de hadas populares, y Zhang y Liu (2024) estudian su potencial en el campo del diseño de moda.

Considerados los aportes mencionados, se verifica un doble espacio de vacancia que justifica la relevancia de este trabajo: en la relación entre la IA generativa y las problemáticas socioculturales del espacio urbano, y en su aplicación como herramienta metodológica para el estudio de la cultura visual en Internet.

CULTURA VISUAL DIGITAL E IMÁGENES GENERATIVAS FOTORREALISTAS

En la actualidad, la expansión acelerada de lo visual se establece como una dimensión constitutiva de la vida cotidiana (Fontcuberta, 2011).

Esta emergencia de una experiencia de vida común sostenida en el despliegue de lo visual (Dipaola, 2017) implica un modo socialmente organizado de producir, distribuir y consumir imágenes asociado a determinadas tecnologías del hacer visible. Cada vez más, utilizamos diferentes dispositivos, herramientas y software para la creación, edición y publicación de imágenes digitales (Sánchez Martínez, 2015).

En este contexto se sitúa el interés de este artículo por estudiar las imágenes, en términos de Mirzoeff (2003), como lugares de interacción, negociación y conflicto. Desde esta perspectiva, la cultura visual es entendida como lugar donde se produce, negocia y discute la construcción social del sentido, como trama de congregación y autorreferencia social, y como conjunto de prácticas y dispositivos históricamente localizados. La primera parte de esa definición requiere reconocer que la producción y la reproducción del mundo a partir de las imágenes nunca es un proceso neutral, e incluso las imágenes, como las fotográficas, que se presentan como ventanas transparentes al mundo, establecen formas determinadas de hacer ver y de organizar la realidad social (Rose, 2001).

La segunda parte de la definición de cultura visual aborda las prácticas y las configuraciones materiales que actualizan la trama de la significación social, y por lo tanto implica la consideración del proceso de digitalización de las comunicaciones en el contexto de la reproducción de un ecosistema hipermediático (Scolari, 2008). Esta atención sobre el entorno en el cual se producen, circulan y consumen las imágenes digitales, lejos de conducir a una visión determinista de la tecnología, exige un análisis crítico de la complejidad que implica la cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente. Situada la IA generativa en los entornos hipermediáticos, el concepto de *convergencia cultural* de Jenkins (2008) permite describir la dinámica de los flujos sociales y tecnológicos que confluyen en el proceso productivo de las imágenes creadas con IA generativa. En este sentido, la digitalización, primero, y luego la convergencia, son dos momentos clave que conforman las condiciones de posibilidad para el entrenamiento de la tecnología a partir de una producción visual global sin limitaciones en cuanto al tipo de materialidad, estética, método o industria en donde se hayan producido las imágenes originalmente.

De entre todas las posibilidades, formas y estilos de imágenes que se pueden producir con la IA generativa, en este artículo se profundiza en las imágenes fotorrealistas, en sus características y su lugar en el campo de la cultura visual y su relación con las imágenes de las ciudades. La evolución hacia el fotorrealismo en el desarrollo de la IA generativa presenta las características propias del mundo de las imágenes sintéticas creadas por computadora. En *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Manovich (2005) señala que desde fines de la década de los setenta del siglo pasado el realismo fotográfico se mantuvo como un objetivo clave para la investigación en el sector de las imágenes creadas por computadora. Para el autor ruso es importante diferenciar el fotorrealismo del realismo cuando se habla de imágenes creadas digitalmente, ya que estas imágenes sintéticas no simulan la realidad, sino que simulan la apariencia que tiene la realidad en la imagen fotográfica. A partir de su análisis de la imagen 3D, los videojuegos y la realidad virtual, el autor advierte sobre la problemática de la estandarización que subyace a los avances en las facilidades técnicas para la creación de imágenes fotorrealistas. En este sentido, la aparente liberación de las limitaciones humanas en el proceso productivo implicaría una menor diversidad en la producción estética.

ESPECTÁCULO Y EMBELLECIMIENTO ESTRATÉGICO EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA

Para llegar al análisis de la cultura visual urbana profundizando en el caso de la ciudad de Córdoba, Argentina en relación con las imágenes fotorrealistas creadas con IA generativa, y retomando el contexto de los procesos de hipermediación y convergencia cultural, es importante destacar que “la experiencia actual de las ciudades se encuentra atravesada por tecnologías digitales de movilidad, localización y representación y se construye colectivamente” (Sued, 2018, p. 17). Para Rose (2014), las tecnologías digitales, y particularmente las imágenes que estas permiten producir, distribuir y consumir, pueden ser entendidas como mediadoras de la ejecución de lo urbano en tanto que conforman patrones de sociabilidad y comportamiento indisociables de la ciudad como producción colectiva. Desde esta perspectiva, las tecnologías

digitales tienen un papel cada vez más relevante en la experiencia de las ciudades, en su construcción visual y en la actualización de las vivencias que las imágenes preeminentes ofrecen como escenarios de lo posible y deseable en el espacio urbano. Esta forma emergente de cultura visual, en donde se expresan en imágenes tanto las desigualdades propias del espacio urbano como las determinaciones tecnológicas de la digitalización, habilita el análisis de procesos y conflictos preexistentes que se actualizan y reconfiguran en el nuevo ecosistema mediático.

La propuesta es profundizar el anclaje empírico a partir del caso de la ciudad de Córdoba, la segunda más poblada de Argentina después de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, recuperando la tradición crítica de investigaciones en torno los procesos de embellecimiento estratégico y espectacularización desarrollados en la ciudad en las últimas dos décadas. Trabajos como los de Espoz (2009), Boito et al. (2013), Boito y Espoz (2014), Boito y Michelazzo (2014), Espoz y del Campo (2018) y Boito y Salguero Myers (2021) abordan las transformaciones urbanísticas y socioespaciales en Córdoba durante los últimos años, describiendo críticamente los procesos de convergencia entre el Estado y el capital privado que orientan su constitución como ciudad turística y espectáculo (Debord, 1995) para ser admirada y consumida (Boito, 2020).

En este cuerpo de trabajos previos sobre Córdoba, se indaga en los procesos de embellecimiento estratégico recuperando el trabajo de Benjamin (2005) en torno a las transformaciones llevadas a cabo por el Barón Haussmann en la ciudad de París en la segunda mitad del siglo XIX. El autor berlinés describe el rediseño urbanístico llevado a cabo por Haussmann haciendo énfasis en la conjunción de las intencionalidades estéticas, políticas y económicas. Los cambios en la ciudad proyectada por Haussmann fueron dispuestos en función de la ilusión de un esplendor que ocultaba el control del conflicto social y la regulación de las experiencias e interacciones sociales en torno al consumo de mercancías.

En la ciudad de Córdoba, los procesos de embellecimiento estratégico desarrollados por el Estado provincial/municipal en connivencia con el sector privado involucraron la revalorización de espacios céntricos tradicionales para cuidar de un pasado recuperado como valio-

so y transformado en mercancía (Boito & Salguero Myers, 2021). La ciudad se perfila como una “Córdoba colonial” para el turismo (Boito & Michelazzo, 2014), una Córdoba monumentalizada que instala nuevas formas de disposición de las personas como espectadores de la vida de una ciudad (Boito et al., 2013).

La ciudad de Córdoba, así pensada, se construye en la cultura visual urbana a través de la relación y tensión continua con los procesos de espectacularización y embellecimiento estratégico. A continuación, se da cuenta de estos procesos a partir de imágenes fotorrealistas creadas con IA, a la vez que se evalúa el potencial de esta tecnología para el análisis de la construcción digital de la cultura visual urbana.

METODOLOGÍA

Con el objetivo de explorar los procesos de embellecimiento y espectacularización en la construcción de la cultura visual urbana de Córdoba a través de la IA generativa de imágenes de Midjourney, problematizando a su vez la dimensión tecnológica de la herramienta, en el presente trabajo se optó por la complementación entre métodos cualitativos y métodos digitales (Sued, 2019).

Propuestas como la iniciativa de métodos digitales (Rogers, 2013) y la analítica cultural (Manovich, 2020) se caracterizan por estudiar los procesos de comunicación en los entornos digitales como un conjunto de datos digitales procesados y analizados con métodos propios de esa materialidad. El estudio de las imágenes como conjuntos de datos creados colectivamente en diferentes escalas tiene el potencial de aportar nuevos conocimientos sobre los espacios, los cuerpos que los ocupan, las estéticas, los modos de vida y los significados en un lugar y momento dados (Sued, 2018). La clave para superar las falsas dicotomías que enfrentan a los métodos digitales con los cualitativos reside en la complementación de abordajes en distintos niveles de análisis, tanto distantes y con grandes cantidades de datos, como cercanos con conjuntos de datos reducidos (Faulkner et al., 2018; Sued, 2019).

Para analizar la construcción de la cultura visual urbana a partir de la producción de la IA generativa y desde una perspectiva metodológica complementaria entre métodos cualitativos y digitales, se siguieron

dos de las dimensiones desarrolladas por Rose (2001) como sitios de la imagen en donde se producen sus significados: el sitio de la producción de la imagen, en su modalidad tecnológica, y el sitio de la imagen en sí, en su modalidad compositiva.

Siguiendo a Rose (2001), la primera etapa del análisis se enfoca en el lugar de la producción de las imágenes. Se trata en este caso de la plataforma de IA generativa de imágenes Midjourney, que funciona integrada en un servidor de Discord. El funcionamiento de la plataforma, y a la vez la estrategia económica de la empresa, se basa en otorgar a los usuarios que pagan la suscripción tiempo de acceso a las Unidades de Procesamiento Gráfico (GPUs) que realizan las operaciones involucradas en el modelo de IA generativa.²

El análisis de la plataforma digital de Midjourney, sus componentes y las operaciones necesarias para la creación de imágenes se realiza a partir del trabajo de Scolari (2018a) en torno al concepto de interfaz. Para el autor argentino, las interfaces digitales pueden ser entendidas como espacios materiales de interacción, negociación y disputa de intereses que funcionan como contenedores semióticos en donde se ponen en juego los intereses y objetivos de diferentes actores sociales a partir de determinadas sintaxis de interacción (Scolari, 2018b). El análisis de la sintaxis de la interacción en los entornos digitales involucra describir las acciones que los usuarios de las interfaces deben ejecutar sobre distintos objetos para lograr un objetivo determinado.

La segunda etapa del análisis, continuando con la propuesta de Rose (2001), se enfoca en el lugar de las imágenes en sí, desde su modalidad compositiva. Para este momento, se utiliza la técnica del análisis de contenido (Bardin, 1986; Krippendorff, 1990) sobre un conjunto de N = 88 imágenes fotorrealistas de Córdoba creadas en Midjourney. El conjunto de imágenes analizado se corresponde con un muestreo intencional (McMillan & Schumacher, 2005), construido a partir de la articulación de los siguientes criterios:

1) La utilización de un *prompt* estandarizado, en inglés, “Córdoba city, in Argentina, photography --ar 16:9 --v 6.0”, que se repitió sin cam-

² Para profundizar en el proceso de producción de imágenes de Midjourney, ver <https://docs.midjourney.com/docs/quick-start>

bios para todas las imágenes. El uso del término “fotografía” apunta a la obtención de imágenes fotorrealistas. La aclaración del país “Argentina” tiene como objetivo excluir las imágenes de Córdoba en España del proceso de generación. El comando “--ar 16:9”, para la relación de aspecto, determina el formato rectangular para todas las imágenes y “--v 6.0” es la última versión del software lanzada hasta la fecha.

2) La cantidad de imágenes generadas en función de un tiempo preestablecido de 200 minutos de uso de las GPUS, equivalente al que habilita Midjourney para un tipo de suscripción básica.

La tabla de análisis de contenido se divide en dos planos: el del contenido, recurriendo a la contabilización de la presencia de referentes urbanos (Santillán, 2010) y de la humanización de las imágenes (Galí, 2005); y el de la forma, a partir de una selección de las dimensiones presentadas por López (2000) para el análisis del mensaje fotográfico. Según Santillán, los referentes urbanos pueden ser edificios, calles, monumentos o lugares destacados que condensan ciertos aspectos históricos y culturales representativos de un territorio y de sus habitantes. La humanización de las imágenes, por su parte, es utilizada por Galí como categoría para analizar la presencia o ausencia de personas en las fotografías de Girona, España.

El análisis de la presencia de referentes urbanos busca dar cuenta de la concentración y la homogeneización de la imagen de la ciudad, mientras que la ausencia/presencia de personas indaga en el carácter museístico de la ciudad y su construcción como espectáculo. Por su parte, el análisis de las características morfológicas de las imágenes tiene como objetivo profundizar en los patrones y recurrencias de la cultura visual en Internet en relación con el espacio urbano.

Como complemento a la tabla de análisis de contenido en el plano de la forma, la última etapa del análisis del lugar de la imagen en sí profundiza en el estudio del color desde la perspectiva de los métodos digitales. Se utilizó el software de uso libre Fiji (ImageJ) para obtener el perfil cromático predominante de la totalidad de la muestra de imágenes de Córdoba creadas con la IA generativa de Midjourney. Fiji se usa principalmente en el ámbito de las ciencias médicas y la biología, y fue utilizado previamente por Manovich (2020) desde la perspectiva de la Analítica Cultural.

TABLA 1
TABLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Plano del contenido	
Presencia de referente urbano	Sí / No
Imagen humanizada	Sí / No
Plano de la forma	
Tipo de Plano	Plano detalle / Primer plano / Plano medio / Plano americano / Plano entero / Plano General / Gran plano general
Angulación	Ángulo picado / Ángulo normal / Ángulo contrapicado
Luminosidad	Fuente de iluminación natural: Sí / No Fuente de iluminación artificial: Sí / No
Profundidad	Sí / No
Uso de color	Sí / No

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

El lugar de la producción de la imagen

El servicio de IA generativa de imágenes de Midjourney está integrado en la plataforma de chat de Discord, por lo que las operaciones involucradas se realizan a través del envío y la recepción de mensajes. Este proceso puede ser individual y privado, o público, compartido con otros usuarios en un mismo chat que se actualiza en tiempo real a partir del flujo de trabajo colectivo. Esta lógica de creación puede entenderse en términos de Jenkins (2008) como un proceso participativo en un espacio que permite aprender, reaccionar e interactuar con los demás usuarios de la plataforma.

El procedimiento para crear una imagen empieza con la introducción del comando “/imagine”, seguido del texto del *prompt* en el chat. El uso de la palabra “imagina” como comando para ejecutar la creación de imágenes se asocia a la identidad corporativa que Midjourney expresa en torno a sus servicios. Tanto en su página web oficial como en sus redes sociales, la empresa se presenta como un laboratorio

de investigación dedicado a la expansión de la creatividad y la imaginación de las personas. Esta definición elude las referencias al proceso tecnológico y las problemáticas asociadas a la IA generativa.

Una vez introducido el *prompt*, la primera imagen es creada en tiempo real y el proceso muestra la conformación de una cuadrícula que comienza como ruido, formas y colores difuminados e imprecisos que se hacen más nítidos a medida que avanza el porcentaje de la generación. Al llegar al 100%, la cuadrícula presenta cuatro imágenes que responden al mismo *prompt*, pero son diferentes entre sí (Figura 1).

FIGURA 1
CUADRÍCULA DE IMÁGENES CREADA EN MIDJOURNEY



Fuente: Elaboración propia.

Debajo de la cuadrícula, para cada una de las imágenes que contiene, la interfaz incluye un botón de *upscale* (mejorar), y otro para hacer variaciones, identificadas como U1, U2, U3, U4 y V1, V2, V3, V4. El *upscale* de cualquiera de las imágenes de la cuadrícula es una parte necesaria para obtener su versión individual, que luego requiere un nuevo *upscale* para alcanzar la definitiva en mayor calidad.

La posibilidad de crear una imagen en no más de tres acciones apunta hacia un esfuerzo por priorizar la sencillez y la usabilidad de la in-

terfaz, dirigido a usuarios sin conocimientos técnicos avanzados. Esta lógica de funcionamiento provoca, siguiendo a Scolari (2004), que el usuario se olvide de la interfaz y se concentre en el trabajo que está efectuando. Detrás de esa simplicidad aparente se ocultan los aspectos complejos y controversiales de la tecnología, como el proceso de entrenamiento del modelo de IA, las condiciones de acceso a la cultura visual digital, y los sesgos y las sobrerrepresentaciones involucradas en la generación de las imágenes.

El lugar de la imagen en sí

Las primeras dimensiones del análisis del contenido de las imágenes indagan en la extensión de los procesos de embellecimiento y espectacularización de Córdoba en la cultura visual urbana en Internet y a través del procesamiento de la IA generativa.

Sobre la muestra de imágenes de la ciudad creadas con Midjourney se detectó un 58% de aparición de referentes urbanos, catedrales y edificios tradicionales en las composiciones. Este predominio del patrimonio cultural e histórico como constitutivo de la sintetización de la cultura visual urbana de Córdoba puede ser entendido en relación a los procesos de embellecimiento y espectacularización del centro histórico de la ciudad, a la vez que resulta expresivo de la extensión de las valorizaciones urbanísticas a los procesos de conformación colectiva de la cultura visual en los entornos digitales.

En relación con este alto porcentaje en la presencia de referentes urbanos, se verificó un bajo porcentaje de imágenes humanizadas (30%). Predominan las imágenes sin personas, las calles vacías, y en aquellas en las que sí aparecen personas, se trata de figuras de poco tamaño, ubicadas al fondo, casi indistinguibles. Esta tendencia indica la construcción visual de una ciudad vaciada, una ciudad como museo del patrimonio arquitectónico para ser admirada como un espectador pasivo (Figura 2).

En el análisis de la forma, con respecto al tipo de planos, se comprobó un predominio del plano general de la ciudad (79%), tomado desde la calle y encuadrando un sector de la arquitectura en contraste con el cielo. En menor medida aparecen grandes planos generales (17%) que suelen mostrar una porción mayor de la ciudad vista

FIGURA 2
IMAGEN CREADA EN MIDJOURNEY



Fuente: Elaboración propia.

desde algún punto a gran altura, nuevamente capturando el contraste entre la ciudad y el cielo, a la vez que aparece el río como elemento destacado de la ciudad en este tipo de planos. El 4% restante corresponde a casos aislados de planos enteros, principalmente imágenes de fachadas de casas antiguas.

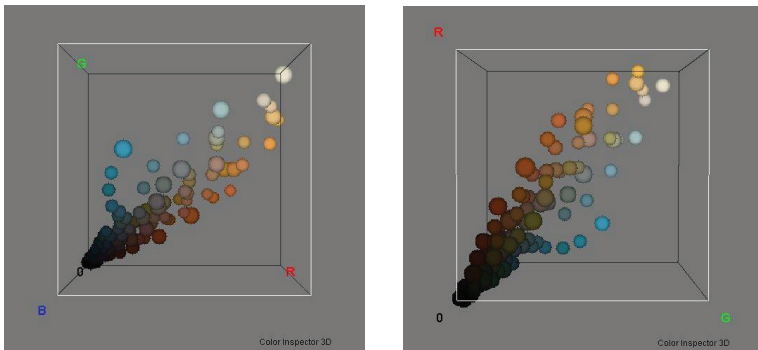
La angulación en el conjunto de las imágenes fue principalmente normal (80%). En los casos en los que se verificaron ángulos contrapicados (15%), las imágenes mostraban algún referente urbano fotografiado desde abajo, aumentando de esa forma la monumentalidad de la obra arquitectónica. En menor medida también se contabilizaron ángulos picados (5%) que mostraban principalmente la ciudad vista desde arriba.

Con respecto a la iluminación, el 100% de las imágenes contaban con la iluminación natural del sol. En ninguna de las imágenes es completamente de noche, aunque sí hay una gran cantidad de atardeceres y en este tipo de imágenes menos iluminadas se concentró un 14% de imágenes que también incluían iluminación artificial, procedente principalmente de faroles antiguos.

Otra dimensión muy presente en las imágenes fue el efecto de profundidad (97%), obtenido a partir de la organización tridimensional de los elementos en el espacio y el uso de composiciones que siguen las líneas de un punto de fuga. La falta de diversidad en este tipo de dimensiones, en el plano de la forma, expresa una tendencia hacia la homogeneización tanto de la práctica fotográfica digital, como de la imagen de la ciudad.

En la última dimensión de análisis en el plano de la forma, se detectó que el 100% de las imágenes son a color. Para profundizar en este aspecto se utilizó el software de análisis de imágenes Fiji, con el que se obtuvo el perfil cromático del conjunto de imágenes con la herramienta Color inspector 3D. La Figura 3 detalla el perfil cromático tridimensional obtenido en donde se resumen los 100 colores predominantes organizados según el modelo R (red), G (green), B (blue), y sus valores de luminosidad.

FIGURA 3
PERFIL CROMÁTICO DEL CONJUNTO DE IMÁGENES



Fuente: Elaboración propia.

El perfil cromático resultante muestra una predominancia de tonos cálidos que viene dada por los colores de la arquitectura de tipo tradicional, a la vez que por la frecuencia de aparición de la iluminación de los atardeceres. La presencia de la gama de celestes y azules proviene

de la fuerte presencia del cielo en las composiciones, como contraste de la ciudad, con tonos intensos interrumpidos por el blanco y el gris de las nubes. Se verifica que la composición del perfil cromático está orientada con más fuerza hacia los colores opacos, como sucede por ejemplo con la gama de verdes de los árboles, afectada por el uso marcado de las sombras y los contraluces.

CONCLUSIONES

Las imágenes fotorrealistas obtenidas a partir del uso de la IA generativa sintetizan visualmente las dimensiones predominantes en la cultura visual urbana de Córdoba y confirman en la escala masiva de los datos digitales los procesos descritos en los estudios en torno al embellecimiento estratégico y la espectacularización de la ciudad en las últimas décadas. Como extensión de procesos vinculados a la intervención del gobierno y el capital privado sobre el espacio urbano, la ciudad transformada en un dispositivo de producción de imágenes construye encuadres de la vivencia deseable en los que se promueve el aislamiento a través de la comunicación. La ciudad artificialmente reconstruida reproduce y extiende la imagen de una ciudad desproblematizada, con múltiples capas de sentidos en disputa que permanecen ocultas, construida visualmente como un espectáculo para ser admirado de forma pasiva.

Con la consiguiente invisibilización del espacio urbano no espectacularizado y de las personas que lo habitan, la imagen de Córdoba sintetizada por la IA generativa expresa un proceso de doble homogeneización, tanto en las recurrencias de la producción del espacio urbano, como en el plano de la forma dada al producto de la práctica fotográfica. Las imágenes fotorrealistas obtenidas de la ciudad de Córdoba componen una simulación hiperescenificada producida a partir de las lógicas y patrones preexistentes en la cultura visual digital y en función de las determinaciones tecnológicas y económicas de la empresa de IA generativa. La predominancia de las imágenes de calles vacías que encauzan la perspectiva hacia la visión espectacularizada del patrimonio cultural e histórico hacen necesarias las preguntas por el lugar de las personas y los patrones visuales que reproducen una ciudad despejada del desor-

den, la complejidad y la conflictividad de la experiencia social urbana. La ciudad resultante se parece a Córdoba, pero no lo es, y en esta imposibilidad de ser el registro de una ciudad auténtica radica su potencial para hacer ver las dinámicas de la reproducción de las desigualdades que se actualizan en los patrones visuales a gran escala, así como los desafíos y las problemáticas que la IA introduce en la trama de relaciones entre las personas y la tecnología.

En una sociedad fuertemente atravesada por el proceso de producción e intercambio de imágenes como constitutivo de la reproducción de la realidad social, la dificultad para diferenciar las fotografías de las imágenes fotorrealistas creadas con IA generativa representa una problemática urgente en tanto es transversal a todos los ámbitos de la comunicación y vulnera la capacidad de las personas para construir certezas acerca del mundo, establecer vínculos y alcanzar objetivos comunes. Frente a los desafíos y las problemáticas técnicas, culturales y sociales que involucra la IA generativa, es importante continuar con la búsqueda de integraciones metodológicas cualitativas y digitales que permitan analizar los procesos culturales en diferentes niveles. Abordar procesos y datos culturales en profundidad sin perder la extensión, a gran escala y a la vez en detalle, es el potencial de la IA generativa que debe ir siempre acompañado de una reflexión crítica en torno a la tecnología situada en un contexto social específico.

Referencias bibliográficas

- Arielli, E. & Manovich, L. (2023). *Artificial Aesthetics: A Critical Guide to AI in Art, Media and Design*. <https://manovich.net/index.php/projects/artificial-aesthetics>
- Arora, C. & Sarkar, D. (2023). Auditing Artificial Intelligence (AI) as a New Layer of Mediation: Introduction of a new black box to address another black box. *Hipertext.net*, (26), 65-68. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i26.10>
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Akal.
- Benjamin, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Akal.
- Boito, M. E. (2020). Ciudad/Comunicación/Cultura hacia una perspectiva transdisciplinaria. *Perspectivas de la Comunicación*, 13(2), 43-72. <https://doi.org/10.4067/S0718-48672020000200043>

- Boito, M. E. & Espoz, M. B. (Comps.). (2014). *Urbanismo estratégico y separación clasista: Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Puño y Letra.
- Boito, M. E. & Michelazzo, C. (2014). Córdoba en pedazos. Habitar/circular en contextos sociosegregados. *Revista Estudios Sociales Contemporáneos*, (10), 45-58. <https://bdigital.uncu.edu.ar/6430>
- Boito, M. E. & Salguero Myers, K. A. (2021). Transformaciones socio territoriales y comunicación: Tres procesos implicados en el ordenamiento clasista de la ciudad de Córdoba (Argentina). *Revista Pilquen*, 24(3), 27-45. <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/Sociales/article/view/3393>
- Boito, M. E., Sorribas, P. M. & Espoz, M. B. (2013). La ciudad del Bicentenario cordobés: la visibilidad mediática de las intervenciones urbanas como embellecimiento estratégico. *Intersticios*, 7(1), 215-230. <https://www.intersticios.es/article/view/10943>
- Cobb, P. (2023). Large Language Models and Generative AI, Oh My!: Archaeology in the Time of ChatGPT, Midjourney, and Beyond. *Advances in Archaeological Practice*, 11(3), 363-369. <https://doi.org/10.1017/aap.2023.20>
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Ediciones Naufragio.
- Derevyanko, N. & Zalevska, O. (2023). Comparative analysis of neural networks Midjourney, Stable Diffusion, and DALL-E and ways of their implementation in the educational process of students of design specialities. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University Series "Pedagogy and Psychology"*, 9, 36-44. <https://doi.org/10.52534/msu-pp3.2023.36>
- Dipaola, E. (2017). Producciones imaginales de lo social: estéticas de subjetivación en la cultura visual global. En M. E. Lucero (Comp.), *Políticas de las imágenes en la cultura visual latinoamericana: mediaciones, dinámicas e impactos estéticos*. Centro de Estudios Visuales Latinoamericanos y Universidad Nacional de Rosario.
- Espoz, M. B. (2009). La Ciudad y las ciudades-barrio: tensión y conflicto a partir de una lectura de la producción mediática de miedos en el marco de espacios urbanos socio-segregados. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 1(1), 78-87. <https://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/54>

- Espoz, M. & del Campo, M. (2018). Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010-2018). *Question*, 1(60), e103. <https://doi.org/10.24215/16696581e103>
- Faulkner, S., Vis, F. & D’Orazio, F. (2018). Analysing social media images. En J. Burgess, A. Marwick & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 160-178). Sage.
- Fernández Mateo, J. (2023). Artificial Reality: Exploring the Potential Threats of Artificial Intelligence. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 9(2), 335-347. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.5004>
- Fontcuberta, J. (2011, 5 de noviembre). Por un manifiesto postfotográfico. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html>
- Galí, N. (2005). La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(2), 273-281. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2005.03.022>
- García-Ull, F. J. & Melero-Lázaro, M. (2023). Gender stereotypes in AI-generated images. *Profesional de la Información*, 32(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.05>
- Jaruga-Rozdolska, A. (2022). Artificial intelligence as part of future practices in the architect’s work: MidJourney generative tool as part of a process of creating an architectural form. *Architectus*, 71, 95-104. <https://doi.org/10.37190/arc220310>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación social*. Paidós.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Editorial Paidós.
- López, M. (2000). *Lectura de la imagen fotográfica, abordajes semióticos*. Proyecto editorial.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics*. MIT Press.
- McMillan, J. & Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa. Una introducción conceptual*. Pearson educación.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.

- Rodríguez-Ortega, N. (2020). Inteligencia artificial y campo del arte. *Paradigma*, 23, 32-51.
- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. The MIT Press.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials*. Sage.
- Rose, G. (2014). Visual Culture, Photography and the Urban: An Interpretive Framework. *Space and Culture, India*, 2(3), 4-13. <https://doi.org/10.20896/saci.v2i3.92>
- Ruskov, M. (2023, 23-24 de febrero). *Grimm in Wonderland: Prompt Engineering with Midjourney to Illustrate Fairytales* [Ponencia]. 19th Conference on Information and Research Science Connecting to Digital and Library Science, Bari, Italia. <https://ceur-ws.org/Vol-3365/paper6.pdf>
- Sánchez Martínez, J. A. (2015). Cultura visual digital y campos de acción en redes sociales. En R. Winocur & J. A. Sánchez Martínez (Coords.), *Redes sociodigitales en México*. CONACULTA/FCE.
- Santillán, V. (2010). La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 71-82. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.006>
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic*. Gedisa.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. (2018a). *Las leyes de la interfaz*. Gedisa.
- Scolari, C. (2018b). La sintaxis interactiva. Aportes de la semiótica a una teoría de la interacción social. *Razón y Palabra*, 22(1_100), 673-690. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1142>
- Sued, G. (2018). Métodos digitales para el estudio de la fotografía compartida. Una aproximación distante a tres ciudades iberoamericanas en Instagram. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 40, 15-39. <https://doi.org/10.5944/empiria.40.2018.22009>
- Sued, G. (2019). Para una traducción de los métodos digitales a los estudios latinoamericanos de la comunicación. *Virtualis*, 10(19), 20-41. <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i19.295>

- Valverde-Valencia, À. (2023). Self-effects in AI-mediated communication. *Hipertext.net*, (26), 47-52. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i26.07>
- Wahid, R., Mero, J. & Ritala, P. (2023). Editorial: Written by ChatGPT, illustrated by Midjourney: generative AI for content marketing. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(8), 1813-1822. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2023-994>
- Zhang, Y. & Liu, C. (2024). Unlocking the Potential of Artificial Intelligence in Fashion Design and E-Commerce Applications: The Case of Midjourney. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(1), 654-670. <https://doi.org/10.3390/jtaer19010035>
- Zhou, K. Q. & Nabus, H. (2023). The Ethical Implications of DALL-E: Opportunities and Challenges. *Mesopotamian Journal of Computer Science*, (2023), 16-21. <https://doi.org/10.58496/MJCSC/2023/003>

SEMBLANZA

Pablo Corzo

Doctorando en Comunicación Social y licenciado en Comunicación Social (Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Nacional de Córdoba). Becario doctoral por la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SECYT - UNC) con sede de trabajo en el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (CIPECO - FCC - UNC). Profesor de Teorías de la Comunicación en la Universidad Blas Pascal (UBP) y miembro del equipo de investigación Inteligencias, territorialidades y experiencias de comunicación transmedia social y educativa (SECYT - UNC).