



Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital

**Mc
Graw
Hill**

**Coordinadores:
Javier Sierra Sánchez
Amudena Barrientos Báez**

COSMOVISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES EN LA ERA POSTDIGITAL

coordinadores

**Javier Sierra Sánchez
Amudena Barrientos Báez**



MADRID · LONDRES · MÉXICO · NUEVA YORK · MILÁN · TORONTO
LISBOA · NUEVA DELHI · SAN FRANCISCO · SIDNEY ·
SAN JUAN · SINGAPUR · CHICAGO · SEÚL

COSMOVISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES EN LA ERA POSTDIGITAL

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

La información contenida en este libro procede de una obra original entregada por sus autores. McGraw-Hill Interamericana de España no se responsabiliza de la exactitud o perfección de la información publicada ni suscribe los contenidos y opiniones vertidas en ellos, que representan exclusivamente el punto de vista de los autores.

Derechos reservados © 2021, respecto a la primera edición en español, por:
McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
Edificio Valrealty, 1ª planta
Basauri, 17
28023 Aravaca (Madrid)

ISBN (impreso): 978-84-486-2582-2
ISBN (digital-ebook): 978-84-486-2584-9
ISBN (digital-VitalSource): 978-84-486-2585-6
MHID: 978-00085-0299-7
Depósito Legal: M-6828-2021

Editora: Cristina Sánchez Sainz-Trápaga
Director General Sur de Europa: Álvaro García Tejada
Equipo de preimpresión: José María Muntané
Diseño de cubierta: María Montserrat Canadell Martín
Impresión: Liber Digital S.L.

1234567890 - 21 22 23 24 25 26 27 28 29

IMPRESO EN ESPAÑA – PRINTED IN SPAIN

Contenido

LAS REDES SOCIALES Y LA FELICIDAD DE LOS ESTUDIANTES EN EL CONTEXTO DE LA COVID 19

Yudi Janeh Yucra Mamani , Katia Natalia Barrientos Paredes 11

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES DURANTE LA PANDEMIA EN MANABÍ, ECUADOR

César Carbache Mora, Frank Lemoine Quitero, Christopher Chukwugozie Okafor29

BRANDED CONTENT COMO CLAVE PUBLICITARIA DE LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS DE STREAMING EN ESPAÑA EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM

Gema Bonales Daimiel, Blanca Miguélez-Juan, José Ángel Garfías Frías..... 51

¿LAS REDES SOCIALES SATISFACEN LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL?

Óscar Díaz Chica, Miriam Herrero Martín 77

LOS ODS COMO ELEMENTO PRIORITARIO EN LAS REDES SOCIALES DE LAS ENERGÉTICAS

Eva Citlali Martínez Estrella..... 97

LA PRENSA EN INSTAGRAM: EL USO DE LA FOTOGRAFÍA ASOCIADA AL PATRIMONIO CULTURAL EN ESPAÑA

Sebastián-Alberto Longhi-Heredia, Laddy Liset Quezada-Tello 127

EL USO DE TWITTER EN LAS ONGS CON MÁS NOTORIEDAD EN ESPAÑA. DIFERENCIAS Y SIMILITUDES FORMALES Y DE CONTENIDO ENTRE LOS TUIITS QUE GENERAN MAYOR Y MENOR INTERACCIÓN

Lorena López Font, María Pallares Renau, Miran Navarro Beltrá..... 151

LA “NUEVA NORMALIDAD” EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO. USO DE REDES SOCIALES EN DISTINTAS MODALIDADES DOCENTES EN GRADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Marta Gil Ramírez , Elizabet Castellero Ostio..... 167

FACTOR DE IMPACTO DE INSTAGRAM DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. UN ANÁLISIS ANTES Y DESPUÉS DEL SURGIMIENTO DE LA COVID19

Naomi Trujillo-Andrades, María-Mercedes Rojas-de-Gracia..... 183

REDES SOCIALES: CONCEPTOS Y TENDENCIAS DEL MARKETING DE MODA

Bárbara Castillo-Abdul , Sabina Civila..... 201

LA CONSTRUCCIÓN DEL LIDERAZGO POLÍTICO Y LA IDENTIDAD ESCENOGRÁFICA EN TIKTOK

Sebastián Sánchez Castillo..... 215

LA PROPAGANDA POLÍTICA A TRAVÉS DE LA UTILIZACIÓN DE FAKE NEWS: ELECCIONES ECUADOR 2021, PREPARÁNDONOS PARA LA DESINFORMACIÓN

Ximena Ferro Aldunate, Universidad San Francisco de Quito 229

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS CON ENFOQUE DIFERENCIAL, PARA LA PREVENCIÓN DE LAS VIOLENCIAS BASADAS EN GÉNERO EN COLOMBIA. CASO NATALIA PONCE DE LEÓN EN FACEBOOK

Ana Catalina Quirós-Ramírez, Beatriz Eugenia Quiceno-Castañeda, Universidad de Medellín 253

#CANCELAHBO: ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA DE BOICOT A LA SERIE “PATRIA”

Sergio Arce García ,Fátima Vila Márquez 273

EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN E IMPLANTACIÓN DE COMPETENCIAS EN EL TÍTULO SUPERIOR EN DIRECCIÓN DE MARKETING GLOBAL DE ESIC

Ruben Nicolas-Sans, Javier Bustos Días, Jesús Álvarez Valdes 293

UNA MIRADA A LOS MEDIOS SOCIALES DE LOS MUSEOS DE CUBA: UN ANÁLISIS EXPLORATORIO

Camilo Mauricio Grillo Torres..... 311

ELEMENTOS HEDÓNICOS Y UTILITARIOS PRESENTES EN WEBS DE COMPRA ONLINE: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA NEUROCIENCIA DEL CONSUMIDOR

Luis-Alberto Casado-Aranda 327

FAKE NEWS SOBRE COSMÉTICA ONCOLÓGICA EN EL ENTORNO DIGITAL

Carmen Llorente Barroso, Nuria Cuenca Octavio, Francisco García García..... 339

EL ENGAGEMENT GENERADO POR LOS INFLUENCERS GASTRONÓMICOS: EL CASO DE INSTAGRAM

Marián Navarro-Beltrá, Laura Herrero Ruiz..... 357

EL ROL DE LAS REDES SOCIALES EN LA CONSOLIDACIÓN DE UN DESTINO DARK TOURISM EN UN ENTORNO RURAL

Mariona Visa Barbosa, Daniel Paül Agustí, Teresa Serés Seuma..... 375

LA COMUNIDAD FAN DE LA SERIE DARK EN INSTAGRAM: ESTUDIO DE CASO DEL HASHTAG #DARKNETFLIX

Mª Isabel Rodríguez Fidalgo, Adriana Paíno Ambrosio, Yanira Ruiz Paz 389

LOS TUIITS SOBRE EL ALCOHOL DE LOS NUTRICIONISTAS ESPAÑOLES: ENGAGEMENT Y ENFOQUES

Flora Marín Murillo , José Ignacio Armentia Vizuetze, María del Mar Rodríguez González , Iñigo Marauri Castillo..... 413

CUSTOMER ENGAGEMENT WITH LUXURY FASHION BRANDS ON INSTAGRAM: AN EMPIRICAL COMPARATIVE ANALYSIS

María del Rocío Bonilla Quijada, José Luis del Olmo Arriaga David Andreu Domingo , Joan Ripoll Alcón 437

LA FINANCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN ESPAÑA

Jesús Prieto Sacristán 455

LOS INFLUENCERS EN INSTAGRAM, LA CARA VISIBLE DE LAS MARCAS. LA CREACIÓN DE CONTENIDO PUBLICITARIO Y SU ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Inmaculada Sánchez-Labela Martín..... 471

MARCAS PAÍS DE LA UNIÓN EUROPEA Y SU PRESENCIA EN REDES SOCIALES.UN ESTADO DE LA CUESTIÓN

Aitor González Bengoechea, Francisco García García..... 489

ESTUDIO DE LOS MENSAJES EMITIDOS EN INSTAGRAM POR LVMH DURANTE LA CRISIS DEL COVID-19. COMUNICAR LUJO EN TIEMPOS DE PANDEMIA.

Marina Rodríguez Hernández, Isabel A. Vázquez Sacristán Sheila Liberal Ormaechea 515

PADLET EN LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS MAESTROS: ANÁLISIS CRÍTICO DE LA INFORMACIÓN Y PRÁCTICAS COMUNICATIVAS ASOCIADAS

María Isabel de Vicente-Yagüe Jara..... 537

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DE LA DEFENSA ESPAÑOLA EN TWITTER: ENGAGEMENT, POLARIDAD Y OBJETIVIDAD

Rafael Carrasco Polaino, Javier Jaspe Nieto 557

REDES SOCIAIS ONLINE, EXPOSIÇÃO DIGITAL E CYBERBULLYING: PERFIS DE VULNERABILIDADE DE UNIVERSITÁRIOS DE CABO VERDE

João Carlos Sousa , Paula Lopes 573

REDES SOCIALES Y RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ONG: RECAUDACIÓN DE FONDOS EN LÍNEA COMO ESTRATEGIA DE FINANCIACIÓN EN TIEMPOS DE PAZ

Beatriz Eugenia Quiceno-Castañeda, Ana Catalina Quirós-Ramírez 595

EFFECTO DEL CIBERACOSO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA POR INTERNET EN LA POBLACIÓN MEXICANA

Francisco Quiñonez-Tapia, María de Lourdes Vargas-Garduño..... 613

SKAM ESPAÑA: REDES SOCIALES Y NARRATIVA TRANSMEDIA	
Rocío Gago Gelado, Nicolás Grijalba de la Calle, Andy Tavárez Pérez, Marta Saavedra Llamas	633
LE CORBUSIER Y LAS REDES SOCIALES. ANÁLISIS DE LA DIFUSIÓN DE SU LEGADO URBANÍSTICO	
Juan-Andrés Rodríguez-Lora, Daniel Navas-Carrillo, María-Teresa Pérez-Cano..	653
GESTIÓN DE UN PROYECTO DE ANÁLISIS DE CONTENIDO COMO UN SISTEMA DE INFORMACIÓN. EL CASO DEL OCITV	
Rafael Díaz Arias, Joaquín Sotelo González, Laura Montero Carretero, José Luis Gallardo Bueno	669
THE COVID-19 PANDEMIC IN CHINA AND THE ENTERTAINMENT EDUCATION AS COMUNICATIVE STRATEGY AGAINST THE MISINFORMATION	
Yiheng Wang, Víctor Manuel Marí Sáez	693
THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN THE CREATIVE IDENTITY FRAMEWORK OF SOCIAL MOVEMENTS IN INTERNATIONAL RELATIONS. COMPARATIVE ANALYSIS OF BLACK LIVES MATTER, WHITE LIVES MATTER AND ALL LIVES MATTER	
Sonia Valle de Frutos, Gloria Caballero Roca	717
LAS REDES SOCIALES COMO ESPACIOS DE COSIFICACIÓN DEL CUERPO: UNA MIRADA FILOSÓFICA A LAS NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN	
Jorge Goenaga Robles.....	735
LA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA DE LOS CANDIDATOS POLÍTICOS EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE COLOMBIA 2018	
Fátima Martínez Gutiérrez, Julieth Johana Gómez Barriga.....	753
TWITTER Y COMUNICACIÓN POLÍTICA: MODELOS DE COMPORTAMIENTO. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES Y PORTUGUESES	
Alejandro Tapia-Frade.....	771
REALIDAD VIRTUAL, AUMENTADA E INMERSIVA EN LOS VIDEOJUEGOS DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA	
Inés Martín-de-Santos.....	785
PERCEPCIÓN CIUDADANA DEL USO DE RRSS POR LOS PARTIDOS EN ESPAÑA EN CAMPAÑA ELECTORAL	
Ana Beriain Bañares, Raquel Crisóstomo Gálvez, Ismael Pascual Chiva Molina	803
REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE UNIVERSITARIOS DE MANIZALES, COLOMBIA	
Yoiver Giraldo Quintero, Carlos Eduardo García Cortés	827

INFLUENCIA DEL NIVEL EDUCATIVO Y DE LA OCUPACIÓN EN LA ADICCIÓN A REDES SOCIALES Y EL BIENESTAR PSICOLÓGICO

Mario Del Líbano Miralles, Juan Pablo Pizarro-Ruiz, Nuria Ordóñez-Camblor, Miguel Corbí Santamaría 857

JOKER (2019): EL MAGNETISMO DEL ANTIHÉROE EN SU MARKETING

Carlos Álvarez Barroso..... 869

VIOLENCE, MISOGYNY, AND RACISM: YOUNG ADULTS' PERCEPTIONS OF ONLINE HATE SPEECH

Inês Amaral ,Rita Basílio Simões..... 887

RELACIONES PROFESIONALES, REDES SOCIALES, DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, A LA INTIMIDAD Y A LA PROPIA IMAGEN

Cristina Paredes Serrano , Eduardo Gismera Tierno, Jesús Labrador Fernández 901

“UN HOMBRE SABE LO QUE QUIERE”: COMERCIALES QUE DIBUJAN LA REPRESENTACIÓN SOCIAL MACHISTA DE LAS MUJERES

Cira Yakelaine Alvarez, Virginia Romero Plana..... 921

LA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA Y ACADÉMICA EN LA ERA DIGITAL: LAS REDES SOCIALES PARA LOS CONTACTOS PROFESIONALES

Elena Kóreneva 937

LA IDENTIDAD TRASTOCADA. LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO ARTÍSTICO Y VEHÍCULO DE DIFUSIÓN

María Victoria Esgueva López..... 947

GESTIÓN DE TWITTER POR PARTE DE UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS EN TIEMPOS DE CRISIS DE LA COVID-19: EL COMIENZO DEL CURSO 2020-21

Ingrid Gil Sanromán..... 967

¿LA POLÍTICA ESPAÑOLA HACIA EL MAINSTREAM? EL FENÓMENO TIKTOK

Pablo Gómez-Iniesta , Juan-Ignacio Cantero-de-Julián 995

LA COMUNICACIÓN BASADA EN RESULTADOS: EFICACIA DEL MODELO COSTE POR LEAD (CPL)

Luz Martínez Martínez , Juan Carlos López Quintero , Carolina Bengochea González 1013

EL TRANSMEDIA COMO RECURSO DE DIFUSIÓN PATRIMONIAL EN ECUADOR Y COLOMBIA.

Laddy-Liset Quezada-Tello, Sebastián-Alberto Longhi-Heredia 1033

TIKTOK, UNA APROXIMACIÓN DE LOS TIKTOKERS ADOLESCENTES ESPAÑOLES Y BRITÁNICOS

Rebeca SUÁREZ-ÁLVAREZ, Antonio GARCÍA-JIMÉNEZ 1055

ESTRATEGIA PEDAGÓGICA EN EL USO DE REDES SOCIALES QUE APOYAN LA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EXTERNA DE EMPRESAS AGRÍCOLAS

Harvey Yesid Montilla Buitrago , Lira Isis Valencia Quecano 1069

DE LOS MUROS DE POMPEYA A LOS MUROS DE LAS REDES SOCIALES. UN EJERCICIO DE ARQUEOLOGÍA DE LAS REDES SOCIALES

José María Peláez Marqués, Eduardo Fernández..... 1079

REDES Y PROSUMERS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD: EL CASO #BLACKLIVESMATTER

Laura Picazo Sánchez, Alfonso Gutiérrez Martín 1097

DANZA E INSTAGRAM: PRESENCIA, ENGAGEMENT Y CONTENIDO DE COMPAÑÍAS DE DANZA EN LA RED SOCIAL

Carlos Linares Ávila 1121

TWITTER Y FACEBOOK, IMPACTO EN JÓVENES DE BOGOTÁ

Mireya Baron Pulido, Frederick Mendoza Lozano, Wilmar Quintero Peña, Alvaro Duque Soto 1141

¿SEGUIMOS CONFIANDO EN LAS REDES SOCIALES? UN ESTUDIO SOBRE LA VALORACIÓN DE LAS REDES Y SU PUBLICIDAD.

Belinda de Frutos Torres, Ana Pastor Rodríguez 1159

LA OBRA PICTÓRICA DE PETER HALLEY: NUEVOS PARADIGMAS PLÁSTICOS A PARTIR DE LAS REDES DE COMUNICACIÓN

Julio Cesar Ortega Solano 1177

THE BOOST OF FAKE NEWS ON FACEBOOK BY THE DEVELOPMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Andrea del Barco i Palomares , Juan Francisco Jiménez Jacinto 1193

PRESENCIA Y ESTRATEGIAS DE MARCA EN REDES SOCIALES DE LA AEROLÍNEA BINTER

Sandro Arrufat Martín 1215

SYNDEMY AND THERAPY. SOCIAL MEDIA STRATEGIES FO FIGHT INFORMATION DISORDER DURING COVID-19 ERA

Clara Almeida Santos, Catarina Magalhães, Inês Moura, João Magalhães, Mariana Costa, Mariana Rosa 1235

LE CORBUSIER Y LAS REDES SOCIALES. ANÁLISIS DE LA DIFUSIÓN DE SU LEGADO URBANÍSTICO

Juan-Andrés Rodríguez-Lora
Daniel Navas-Carrillo
María-Teresa Pérez-Cano
Universidad de Sevilla

Investigación que surge a partir del desarrollo de la tesis doctoral del primer autor en el marco de un Contrato Predoctoral (FPU17/03701) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España y el apoyo de la Universidad de Sevilla

RESUMEN

Le Corbusier es una figura notable del siglo XX cuya influencia llega hasta la actualidad. Creador polifacético, a través de la “Síntesis de las Artes” abordó disciplinas como la arquitectura, el urbanismo o las artes plásticas, además de una notable producción de textos teóricos. Su obra tiene un alcance internacional, cuestión por la cual proliferan publicaciones en diversas redes sociales. La investigación propone cuestionar cómo su faceta de urbanista aparece representada respecto a las demás.

La propuesta aborda el análisis de las publicaciones en Facebook de la Fundación Le Corbusier durante el año 2020, con el fin de evidenciar el peso real que el perfil urbanista de Le Corbusier tiene en la difusión de toda su obra. Este análisis se ha llevado a cabo mediante una revisión cuantitativa y cualitativa de las mencionadas publicaciones, atendiendo especialmente al contenido visual que las componen.

Señalar que de las 96 publicaciones específicas para la difusión del legado corbuseriano, dentro de un total de 161 detectadas a lo largo de 2020, únicamente 5 de ellas (5%) se centran en sus proyectos de ciudad. Lo que evidencia la infrarrepresentación del urbanismo respecto a las otras disciplinas en las que trabajó el autor.

Palabras clave

Facebook, Fundación Le Corbusier, Movimiento Moderno, Siglo XX, Urbanismo Contemporáneo.

1. INTRODUCCIÓN

Charles-Édouard Jeanneret-Gris, Le Corbusier (1887-1965), autor de obras de diversa naturaleza y disciplinas, alcanzaría notables cotas de popularidad e importancia a lo largo del siglo XX, llegando su influencia hasta la actualidad. Su producción arquitectónica ha sido reconocida como legado cultural a través de la inclusión de 17 de sus obras en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO (2016). Con ello se ratifica el alcance internacional de su trabajo, su singularidad y peso histórico junto a otras importantes figuras de la pasada centuria.

Como en este caso, del conjunto de realizaciones de Le Corbusier ha trascendido principalmente su obra arquitectónica. Sin embargo, la diversidad de disciplinas abordadas es mucho más amplia, quedando aglutinada bajo el concepto de “Síntesis de las Artes” (Calatrava *et al.*, 2020: 7).

La *Fondation* Le Corbusier es la organización que alberga el mayor archivo del maestro franco-suizo. Además de poner a disposición de investigadores los documentos desarrollados a lo largo de su carrera, se dedica a la difusión de su legado por diversas vías. El germen desde el que surge dicha fundación parte del propio Le Corbusier. Así, de manera previa a su muerte, ya se encontraba diseñando y poniendo los cimientos del organismo que custodiaría los documentos generados en su atelier parisino, tal como se indica en el texto que resume la historia de la propia fundación (Fondation Le Corbusier, s. f. a).

Las diferentes facetas de Le Corbusier, toda su actividad desarrollada durante el siglo XX, la *Fondation* las divide y sintetiza en cuatro grandes bloques. Estos son: arquitectura, artes plásticas, mobiliario y libros (Fondation Le Corbusier, s. f. b).

Resulta pertinente destacar la ausencia de la disciplina urbanística entre las grandes agrupaciones señaladas previamente. Si buscamos, sus proyectos urbanos repartidos por todo el mundo se encuentran insertos en la categoría “arquitectura”. El hecho de no disponer de un apartado propio, al igual que tiene el “mobiliario”, elementos indispensables en sus proyectos arquitectónicos, no hace más que presagiar una invisibilización de su perfil urbanista. De este modo, su faceta de urbanista aparece oculta respecto a la de arquitecto o artista plástico.

Buscando las causas, parece que la menor dimensión de su reconocimiento como urbanista se debe, entre otras razones, al rechazo generalizado que parte de la crítica especializada ha manifestado hacia el urbanismo moderno funcionalista. Siendo especialmente reseñable la vertida en torno a la Carta de Atenas de 1933, de la cual fue promotor junto a sus contemporáneos.

Igualmente, la producción científica sobre sus proyectos urbanos respecto a los arquitectónicos es también menor. Aunque solo llegara a construirse la ciudad

de Chandigarh (India), a lo largo de su trayectoria realizaría más de una veintena de planes urbanos de diversas escalas (Rodríguez-Lora, 2020). Todo un conjunto caracterizado por la variedad propositiva, cuyo estudio y análisis completan perfiles parciales e ideas preconcebidas que rodean su perfil como urbanista.

A pesar de la prolífica producción, las numerosas investigaciones y publicaciones que llegan hasta la actualidad centran principalmente la atención en el Plan Voisin de 1925 para París (Colmenares, 2019: 67; Kunzig, 2019: 27; Sennett, 2019). Suele ser recurrente el uso unitario de este plan con el fin de sintetizar su aportación al urbanismo moderno. En el mejor de los casos se incluyen algunos de sus primeros modelos urbanos: la *Ville Contemporaine* o la *Ville Radieuse*, o bien, en ocasiones se completan con los conceptos manejados en la Carta de Atenas (Le Corbusier, 1943). Es por ello que el estudio de su obra urbana se caracteriza por la carencia de un análisis completo, siendo la publicación *La gran máquina. La ciudad en Le Corbusier* (Monteys, 1996) la única excepción reseñable.

Le Corbusier era plenamente consciente de la importancia de la difusión de su obra y de los postulados modernos manejados por el mismo. De este modo utilizaría los distintos medios de divulgación que tenía a su alcance. En una época aún lejos de las cotas de difusión disponibles en la actualidad, gracias a herramientas como internet y especialmente a las redes sociales.

Así, entre otros, las conferencias públicas realizadas en foros y universidades a nivel internacional, las publicaciones, tanto en revistas especializadas como libros, o su participación en los Congresos Internacionales de Arquitectura Moderna (CIAM), supusieron los medios fundamentales para la difusión de la arquitectura, el urbanismo y, en general, de las ideas y propuestas modernas que caracterizaban su obra.

Resulta destacable el papel fundamental que jugó en sus inicios la revista *L'esprit Nouveau* en la difusión del purismo propugnado por Le Corbusier y el artista plástico Amedée Ozenfant a través de diferentes expresiones artísticas: pintura, arquitectura, literatura, mobiliario, moda, etc. Publicación que, aunque dirigida oficialmente por Paul Dermée, a efectos prácticos lo sería por Ozenfant y Le Corbusier (Calatrava et al., 2020: 7). En este sentido, supondría un escaparate editorial y de un alcance idóneo tanto para mostrar su obra en sus diversas expresiones, como para propiciar debates entre las élites (Moreno Moreno, 2015: 1508).

Habida cuenta de que, en la actualidad, las labores de difusión de su obra recaen fundamentalmente sobre la *Fondation Le Corbusier*, el objetivo principal de la presente investigación es preguntarnos por la atención y difusión en redes sociales, entre otros foros, que tiene el perfil urbanista de Le Corbusier. Son sus proyectos arquitectónicos los que gozan de una mayor divulgación entre la sociedad en detrimento de sus planes y propuestas de ciudad.

Con esta cuestión se pretende poner en valor su legado urbanístico, superando las lecturas parciales e imprecisas que en numerosas ocasiones se han realizado desde la crítica historiográfica. Destaca principalmente la crítica al Plan Voisin o al urbanismo funcionalista a raíz de las consecuencias negativas de su puesta en práctica en nuestras ciudades con aplicaciones imprecisas de la Carta de Atenas (González Cubero, 1991: 89).

Finalmente, se busca avanzar en el reconocimiento de su perfil como urbanista a través de investigaciones sobre su obra, así como, abogar por una mayor y mejor difusión de estas a través de los medios actuales de comunicación.

2. DISEÑO Y MÉTODO

La *Fondation Le Corbusier* ha ido creando perfiles propios de manera progresiva, siendo el de mayor antigüedad Facebook, seguido del perfil de Twitter y, finalmente, el de Instagram (Tabla 1). Sin embargo, la antigüedad de cada perfil no se corresponde con el número de seguidores que en la actualidad tiene en cada red social. En cualquier caso, desde la página oficial de la fundación tan solo facilitan el acceso a la página creada en Facebook, como perfil en el que realizan una mayor difusión.

<i>Red social</i>	<i>Fecha de creación</i>	<i>Seguidores</i>
<i>Facebook</i>	<i>14/03/2012</i>	<i>19.897</i>
<i>Twitter</i>	<i>¿?/03/2014</i>	<i>1.878</i>
<i>Instagram</i>	<i>23/05/2018</i>	<i>24.900</i>

Tabla 1. Información básica de las redes sociales con perfil de la *Fondation Le Corbusier*. Fecha de consulta: 01/02/2021. Fuente: Elaboración propia a partir de Facebook, Twitter e Instagram.

Si en el ámbito español, Facebook es la segunda página web en audiencia, solo tras Youtube (Estudio General de Medios, 2020; 2021: 64), a nivel mundial sigue en cabeza como la red social con mayor número de usuarios (We are social y Hootsuite, 2020). Es por ello que en la presente investigación se ha abordado la actividad de difusión llevada a cabo por la *Fondation* en la red social Facebook, por ser la de mayor implantación a nivel general, además de abarcar un mayor espectro de edades.

De este modo, el estudio se plantea de manera cuantitativa, analizando los datos obtenidos desde la red social Facebook en base a unas variables o agrupaciones predefinidas en base a aquellas disciplinas o aspectos abordados por Le Corbusier a lo largo de su carrera y con estrecha relación con los bloques predefinidos por la propia *Fondation*.

Tras un primer acercamiento a las publicaciones realizadas por la *Fondation* en Facebook, desde 2021 hacia años previos, se evidencian ciertas tendencias en el contenido publicado. Estas han servido para delimitar la muestra de estudio de manera que los resultados obtenidos no quedaran desvirtuados.

De este modo, en los dos años inmediatamente anteriores a 2020 destaca desde cierta presencia en 2019 a la ausencia casi total de difusión explícita en 2018, con publicaciones específicas del legado de Le Corbusier (Tabla 2). Estas centran mayormente la atención en cuestiones como información de aperturas y cierre de la sede de la *Fondation*, las visitas a la *Ville La Roche* o el apartamento-atelier de Le Corbusier, además de otros edificios obra de Le Corbusier gestionados por otras organizaciones. Igualmente, destacan las publicaciones compartidas a partir de otros organismos a propósito de exposiciones, conferencias o coloquios centrados en la figura y obra del maestro franco-suizo. Si bien todo ello abunda en el reconocimiento y difusión de la importancia y legado de Le Corbusier, no se han considerado como publicaciones realizadas *ex profeso* para la difusión guiada de su obra.

Año	Publicaciones totales	Específicas dedicadas a su legado	
		publicaciones	% del total
2020	161	92	57,14
2019	130	20	15,40
2018	100	5	5,00

Tabla 2. Publicaciones totales y dedicadas a difundir su obra en los años 2018, 2019 y 2020.
Fuente: Elaboración propia a partir del perfil oficial de la *Fondation Le Corbusier* en Facebook.

Sin embargo, esta trayectoria se vería modificada a partir de 2020 (Figura 1), especialmente a partir de marzo a propósito del cierre de la *Fondation* por la pandemia (publicaciones de cierre los días 13 y 16 de marzo), momento en que se aprecia un notable crecimiento de las publicaciones especializadas en difundir proyectos y obras. Así, una vez delimitado el espacio temporal de estudio al año 2020 completo, a partir de la recogida de datos de las publicaciones se concreta una muestra de 161 publicaciones en total.

Para el estudio pormenorizado de las publicaciones y con el fin de agrupar según temática, se ha partido de los bloques definidos por la fundación: arquitectura, mobiliario, artes plásticas y libros, a los que se ha añadido “urbanismo” y se han modificado “mobiliario” albergándolo sobre uno más amplio: “diseño interior”, al igual que “libros” que pasaría a ser “teoría” para recoger, junto a los mismos, citas de Le Corbusier. Por tanto, las variables serían las siguientes: arquitectura, urbanismo, diseño interior, arte y teoría. El uso de las mismas ha servido para mostrar el peso que ha tenido cada una en la difusión de su obra a lo largo de 2020.

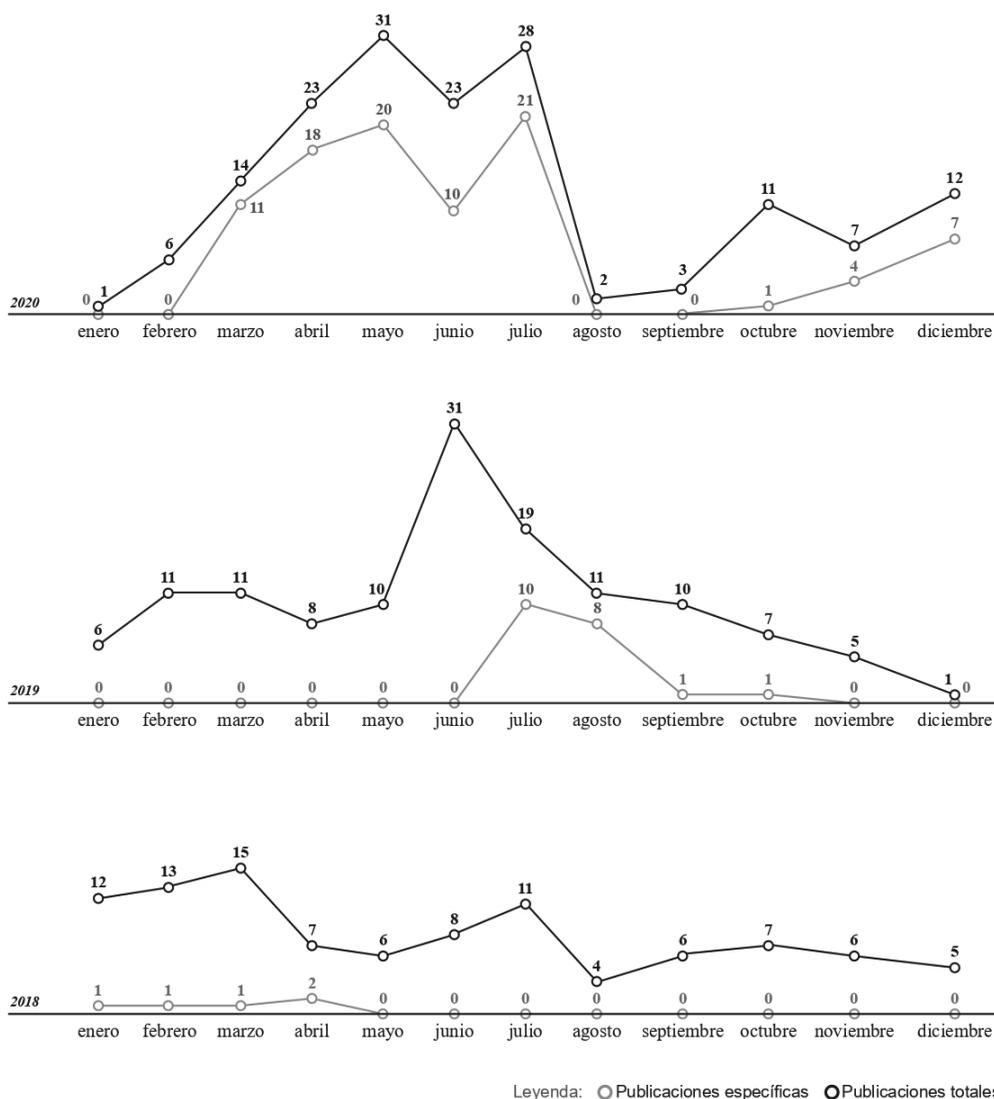


Figura 1. Gráficos lineales de las publicaciones totales de la Fondation Le Corbusier en Facebook y las dedicadas específicamente a la difusión de su legado durante los años 2018, 2019 y 2020. Fuente: Elaboración propia a partir del perfil oficial de la Fondation Le Corbusier en Facebook

3. ANÁLISIS DE DATOS

La recogida de datos se llevó a cabo a lo largo del mes de enero de 2021, fijando como límite el día 1 de febrero de 2021. De modo que se ha caracterizado el nivel de seguimiento que tiene cada perfil en las redes sociales hasta dicha fecha, además

de evidenciar la tendencia, detectada en el uso del perfil de Facebook desde 2018 hasta el pasado 2020, en torno a la difusión de la obra de Le Corbusier.

Así, una vez elegida la red social Facebook como objeto de análisis, se procedió a la revisión publicación a publicación de manera temporal inversa, iniciándose en diciembre de 2020 y llegando hasta enero de 2018. A partir de esta revisión y en base a las cinco variables previamente definidas se determinaron subdivisiones dentro de cada una, reflejando la posibilidad de que se dan casos de publicaciones en los que las imágenes hacen referencia a dos de los bloques principales (Figura 2).

Arquitectura	Arquitectura
	+ Arquitectura / Urbanismo
Urbanismo	Urbanismo
Diseño interior	Interiorismo Mobiliario Modulor
Arte	Dibujo - Pintura - Escultura
	+ Frase / Dibujo
Teoría	Frase de Le Corbusier Libros

Figura 2. Cuadro resumen con los cinco bloques principales y las variables únicas o compartidas en cada caso. Fuente: Elaboración propia.

Una vez definidas se fue generando una base de datos en una hoja de cálculo para el análisis pormenorizado y sintético de las tres anualidades seleccionadas.

Para la agrupación de cada una de las publicaciones se analizaron las diversas partes de las que consta cada una de ellas, tanto el texto principal como el contenido que lo acompaña, encontrando cuatro casos diferenciados en el caso de la *Fondation Le Corbusier*:

- Texto
- Texto + imagen/es
- Texto + vídeo
- Texto + GIF

Cabe destacar que las publicaciones no siempre parten de la fundación o tienen la intención de compartir su obra de manera directa, sino que habría que sumar las entradas en las que se comparten publicaciones de otros organismos. A estas se deben añadir los anuncios relativos a la apertura y cierre de la propia sede, las visitas a determinados edificios o sobre eventos relacionados con Le Corbusier, desde conferencias a exposiciones o coloquios. En el proceso de toma de datos, todos los casos de esta naturaleza no se han atendido, considerando que son ajenos a la difusión especializada de su obra. En el caso de que dichas publicaciones vayan acompañadas de alguna imagen de la obra de Le Corbusier, pero no son el propósito principal de la misma, se han incluido dentro de una agrupación distinta a las señaladas previamente: “otros”.

4. RESULTADOS

A lo largo de los 366 días del pasado año 2020, la *Fondation* Le Corbusier compartió un total de 161 publicaciones, de las cuales 92 eran específicas de difusión de su legado de la más distinta naturaleza. La agrupación en torno a los bloques y subbloques definidos en la investigación evidencia el equilibrio existente entre disciplinas. Los resultados han sido recogidos en las Tablas 3 y 4, siendo representados en las Figuras 3 y 4.

En el apartado de Arquitectura, siendo el subbloque más representativo sobresale la importancia que tuvo la inclusión de 17 elementos o conjuntos edificatorios de Le Corbusier en la lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO. En consecuencia, de las 39 publicaciones totales de este subbloque 29 (74,36%) se corresponden a la difusión de estas obras con reconocimiento mundial. A propósito del tercer aniversario de esta inclusión, ratificada el 17 de julio de 2016, la *Fondation* comenzaría a compartir publicación a publicación las 17 obras durante el mes de julio, hecho que se repetiría en 2020 con la inclusión de vídeos de los proyectos construidos. A finales de 2020 se habían publicado 29 videos dedicados a estas obras.

El único caso en que se combinan arquitectura y urbanismo sería para el caso del Complejo del Capitolio de Chandigarh (Patrimonio Mundial), donde junto a planos e imágenes arquitectónicas aparece el plano urbano para la ciudad *ex novo* de mediados del siglo XX, planteado por Le Corbusier junto a Pierre Jeanneret, Jane Drew y Maxwell Fry. Aunque la publicación no está dedicada explícitamente al plan urbanístico, sino al Capitolio, su presencia en la publicación es notable, siendo la imagen principal de la publicación.

En lo que respecta a lo eminentemente urbanístico, se produce un descenso notable de publicaciones respecto a las de arquitectura. Así, las incursiones sobre

sus proyectos de ciudad se ven representadas por la previamente mencionada Chandigarh, junto a Río de Janeiro, Buenos Aires y São Paulo. A excepción de la urbe india finalmente construida, el resto se basan exclusivamente en croquis y dibujos iniciales derivados de sus viajes por América, sin que tome protagonismo la ingente planimetría desarrollada en su atelier.

Por otro lado, en unos niveles similares al urbanismo, se encontraría lo relativo al diseño interior. Bloque subdivido a su vez en tres: interiorismo, como la cocina de la Unité d'Habitations de Marsella junto a Charlotte Perriand; mobiliario, el de mayor presencia del grupo, con iconos como el Chaise longue, o el apartado específico dedicado a "El Modulor" (Le Corbusier, 1953). Este último desarrollado teóricamente como ensayo centrado en la escala del ser humano y que tendría especial desarrollo al aplicarlo a la hora de dimensionar su arquitectura interior. La importancia que el Modulor tendría para Le Corbusier quedaría atestiguada en su representación impresa sobre el hormigón de diversos de sus edificios, entre ellos la previamente citada Unité de Marsella.

Dentro de su faceta artística destacan diversos ámbitos que van desde los dibujos y bocetos para diferentes proyectos, a pinturas vinculadas inicialmente al cubismo y posteriores expresiones, hasta esculturas. Además de los conocidos diseños gráficos para las portadas de sus propios libros, destaca el diseño de la portada del disco "La joie est la clef du bonheur" publicado por su hermano Albert Jeanneret en 1963. Estas obras artísticas supondrán un salto cuantitativo en cuanto a publicaciones respecto a las dos previamente reseñadas.

En este punto, resulta pertinente señalar la notable dedicación en las publicaciones a mostrar citas célebres de Le Corbusier, mostrando su pensamiento y perfil más teórico, junto a sus dibujos. De este modo, se evidencia la pluralidad de disciplinas presentes y que confluyen en Le Corbusier a la hora de expresar sus ideas. Así, las publicaciones que a lo largo de 2020 combinaron frases con dibujos, supusieron un 18% de la muestra (Tabla 3) (Figura 3).

Por otro lado, centrandó la atención en las publicaciones dedicadas exclusivamente a la teoría desarrollada por Le Corbusier, se aprecia nuevamente una mayor atención a citas cortas en detrimento de publicaciones completas en forma de libro, tales como *Vers une architecture* (Le Corbusier, 1923) o *Ronchamp* (Le Corbusier, 1957). Entre las causas, encontramos claramente la inmediatez y brevedad de los mensajes difundidos a través de las redes sociales.

Bloque	Subbloque	Publicaciones
Arquitectura	Arquitectura	39
	Arquitectura + Urbanismo	1
Urbanismo	Urbanismo	4
Diseño interior	Interiorismo	2
	Mobiliario	4
	Modular	1
Arte	Dibujo – Pintura – Escultura	14
	Frase + Dibujo	16
Teoría	Frase de Le Corbusier	9
	Libros	2
Total		92

Tabla 3. Publicaciones específicas de cada subbloque. Fuente: Elaboración propia.

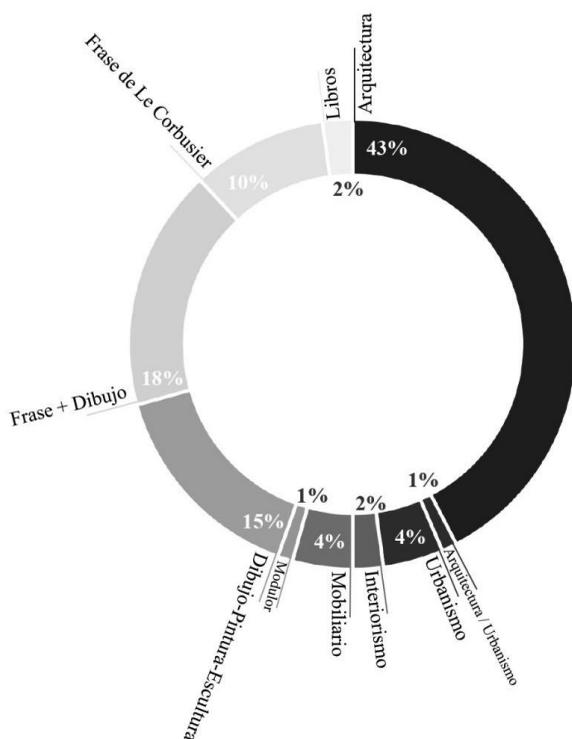


Figura 3. Porcentaje de publicaciones por subbloque. Fuente: Elaboración propia.

Visto a modo de síntesis, y tendiendo a las agrupaciones de mayor entidad definidas como bloques, se aprecia el mayor peso en la difusión que aglutina el de Arquitectura, seguido de Arte y Teoría, tomando, de este modo, un menor peso tanto el bloque de Urbanismo como el de Diseño interior (Tabla 4 y Figura 4).

Bloque	Publicaciones
Arquitectura	40
Urbanismo	5
Diseño interior	7
Arte	30
Teoría	27
Total	92

Tabla 4. Publicaciones específicas de cada bloque. Fuente: Elaboración propia.

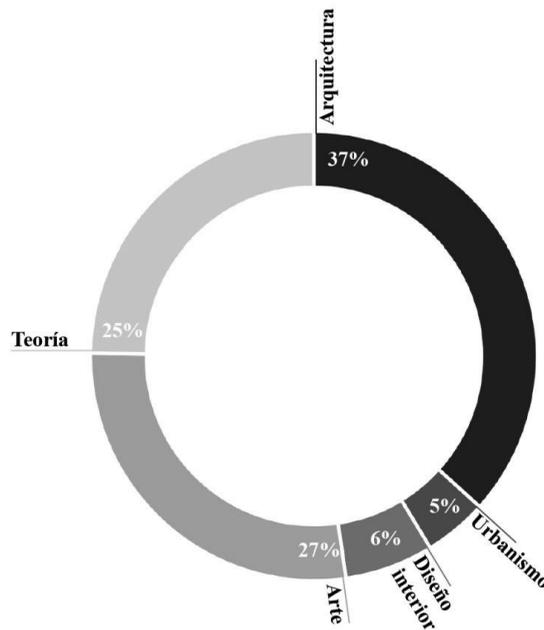


Figura 4. Porcentaje de publicaciones por bloque. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, a pesar de no formar parte de la investigación comparada con años anteriores, por no ser una anualidad completa, en el mes de enero de 2021 se confirma la consolidación de la difusión expresa de la obra de Le Corbusier en Facebook por parte de la *Fondation*. Así, de las 15 publicaciones, 14 (93%) estaban dedicadas a divulgar su legado. En cualquier caso, la única que no cumple con estos parámetros fijados en la investigación es la dedicada a concienciar de la importancia de conservar el legado patrimonial contemporáneo, unos bienes culturales generalmente menos reconocidos y protegidos que los de mayor recorrido histórico (Rodríguez-Lora, Navas-Carrillo y Pérez-Cano, 2021a: 17). En este caso sería a propósito de las necesidades de restauración de la esclusa de Kembs-

Niffer en la que se encuentran dos edificios de Le Corbusier, la torre y el edificio de oficinas de aduana y navegación (Boesiger, 1969: 44-47).

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Del análisis y acercamiento a la obra de Le Corbusier se desprende una menor atención de sus proyectos de ciudad respecto a otras de las disciplinas que desarrolla. Esto viene sucediendo tanto en el ámbito científico como en la difusión por parte de su fundación en las distintas plataformas y redes sociales en las que se encuentra parte de su actividad.

El auge del uso de las redes sociales permite el empleo de nuevas vías de comunicación y de divulgación de información de la más diversa índole. En este sentido, la *Fondation* Le Corbusier, principal encargada de la difusión y puesta en valor del legado del maestro franco-suizo, ha desarrollado una mayor actividad y presencia en las redes sociales a lo largo de los últimos años. Es por ello que, desde su creación en 1968, a partir de 2012 cuando desembarca en estas plataformas a través de la generación de un perfil a modo de página en la red social Facebook. La popularidad y consolidación de otras redes sociales hacen que en 2014 se cree el perfil en Twitter y, posteriormente, ya en 2018, el de Instagram. Precisamente en esta última plataforma es donde, a pesar del menor recorrido en la misma respecto a las anteriores, aglutina un mayor número de seguidores.

Pero la mayor presencia de la fundación en redes sociales no se evidencia únicamente por la apertura de nuevos perfiles, sino también a través del análisis de las publicaciones realizadas a lo largo de los años en estos medios, siendo Facebook la que muestra un mayor número de publicaciones. Se dibuja, así, una tendencia ascendente que, partiendo en 2018 de 100, se ve incrementada llegando a las 130 en 2019 y hasta las 161 en 2020.

Paralelamente, cabe destacar que el incremento de publicaciones no es únicamente cuantitativo, sino que, desde el punto de vista de la difusión de la obra de Le Corbusier, el salto experimentado es cualitativo. De este modo, se produce un notable incremento de publicaciones dedicadas a la difusión expresa de su legado partiendo de un 5% en 2018, seguido de un 15,40% en 2019, hasta llegar al 57,14% en 2020.

A partir del análisis de estos datos, sobresale la creciente atención que desde la *Fondation* vienen prestando a las redes sociales como canal de difusión del legado corbuseriano. Incrementos que se han visto agudizados principalmente a partir de la pandemia, momento en el que ascendió el consumo de medios de comunicación en sus distintas formas y, especialmente, el uso de las redes sociales debido al confinamiento domiciliario en multitud de países. Así, la gráfica resultante del

análisis anual (Figura 1) muestra un repunte a partir del 16 de marzo de 2020, momento en que la *Fondation* publica en Facebook el cierre de la fundación hasta nuevo aviso a partir de la publicación de la Orden publicada por el gobierno francés (Ministère des Solidarités et de la Santé, 2020) que decretaba el cierre de centros de documentación. Todo ello se ha traducido en una mayor promoción y presencia en las redes sociales, especialmente en Facebook.

A la vista de la menor incidencia existente en torno al perfil urbanista de Le Corbusier, la hipótesis de partida de la investigación es que, al igual que sucede con la bibliografía consultada, la difusión que realiza la *Fondation* sobre los proyectos de ciudad es menor que otros aspectos de la obra de Le Corbusier. Cuestión por la cual retroalimenta el menor conocimiento y la supervivencia de determinados prejuicios sobre su faceta como urbanista.

Los resultados obtenidos en la presente investigación confirman la hipótesis principal de partida. La cual estaba fundamentada en la menor difusión de la faceta como urbanista de Le Corbusier y de sus proyectos para ciudades con el fin de redibujar su perfil de manera más certera a la desarrollada hasta el momento. En este sentido, cabe destacar que, dentro de los cinco bloques definidos en la investigación, la obra de carácter urbanístico de Le Corbusier queda relegada a la disciplina menos difundida, suponiendo un 5% del total de las publicaciones realizadas en Facebook. Igualmente, se confirma que la obra arquitectónica de Le Corbusier es la que goza de mayores cotas de difusión y, por ende, de reconocimiento dentro de la sociedad, un perfil auspiciado, además, por la declaración de 17 de sus obras como Patrimonio Mundial por la UNESCO.

Esta casuística no hace más que avanzar en el menor reconocimiento de sus aportaciones como urbanista, así como, en la proliferación y consolidación de prejuicios basados en numerosas ocasiones en una ausencia de construcción del contexto (Rodríguez-Lora, Navas-Carrillo y Pérez-Cano, 2021b: 2) en que se desarrollaron las propuestas, o en el rechazo a la Carta de Atenas la cual no siempre sería correctamente aplicada.

En este sentido, se aboga por señalar la necesidad de que la propia *Fondation*, además de fomentar el desarrollo de investigaciones científicas especializadas en su urbanismo, incremente la presencia de esta disciplina dentro de la difusión que viene realizando de la obra de Le Corbusier. Cuanto más en un escenario como el actual, de aumento de actividad dentro de las redes sociales, vía para interactuar con la sociedad a nivel global.

6. REFERENCIAS

Boesiger, W. (1969). *Le Corbusier. Les dernières Oeuvres. Volume 8 des Oeuvres complètes*. Zurich: Les Editions d'Architecture Artemis Zurich.

Calatrava, J., Dercelles, A., Torres Cueco, J. (2020). Editorial. *LC. Revue de Recherches sur Le Corbusier, n° 1*, 4-8.

Colmenares, S., 2019. De la “tabula rasa” al “terrain vague”. El vacío como comienzo. *Rita, n° 11*, 66-73.

Estudio General de Medios (2020). *Resumen General 3ª ola 2020*. Madrid: AIMC Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 4 de febrero 2020, de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/internet>

Estudio General de Medios (2021). *Marco General de los medios en España 2021*. Madrid: AIMC – Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 4 de febrero 2020, de <https://www.aimc.es/a1mc-cOnt3nt/uploads/2021/02/marco2021.pdf>

Fondation Le Corbusier (s. f. a). *Historie*. Paris: Fondation Le Corbusier. Recuperado el 4 de febrero 2020, de <http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=19&IrisObjectId=7778&sysLanguage=fr-fr&itemPos=1&sysParentId=19&clearQuery=1>

Fondation Le Corbusier (s. f. b). *Oeuvre*. Paris: Fondation Le Corbusier. Recuperado el 4 de febrero 2020, de <http://www.fondationlecorbusier.fr/corbuweb/morpheus.aspx?sysId=16&IrisObjectId=7146&sysLanguage=fr-fr&itemPos=1&sysParentId=16&clearQuery=1>

González Cubero, J. (1991). La «promenade architecturale» y la ciudad. *Anales de Arquitectura, n°3*, 89-102.

Kunzig, R. (2019). Reinventando las ciudades. *National Geographic. Especial Ciudades: Ideas para un futuro esperanzador, n° 4*, 14-39.

Le Corbusier (1923). *Vers une architecture*. París: Éditions Crès, Collection de “L'Esprit Nouveau”.

Le Corbusier (1943). *La Charte d'Athènes. Urbanisme des C.I.A.M. avec un discours liminaire de Jean Giraudoux*. Boulogne-sur-Seine: Éditions de l'Architecture d'Aujourd'hui, Collection de l'équipement de la civilisation machiniste.

Le Corbusier (1953). *El Modulor*. Buenos Aires: Editorial Poseidón.

Le Corbusier (1957). *Ronchamp*. Zurich: Éditions Girsberger, Les Carnets de la recherche patiente 2.

Ministère des Solidarités et de la Santé (2020). Arrêté du 14 mars 2020 portant diverses mesures relatives à la lutte contre la propagation du virus covid-19. En *Journal officiel de la République Française*, 15 mars 2020, Texte 16 sur 81.

Monteys, X. (1996). *La gran máquina. La ciudad en Le Corbusier*. Barcelona: Demarcación de Barcelona del Colegio de Arquitectos de Cataluña. Ediciones Serbal.

Moreno Moreno, M. P. (2015). L'Architecture Vivante y Le Corbusier. *Le Corbusier, 50 years later. International Congress*. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 1506-1524.

Rodríguez Lora, J. A. (2020). El urbanismo de Le Corbusier. Caracterización de sus propuestas para ciudades de interior [Trabajo Fin de Máster]. Universidad de Sevilla, Sevilla.

Rodríguez-Lora, J. A., Navas-Carrillo, D., Pérez-Cano, M. T. (2021a). El patrimonio contemporáneo en la ciudad histórica de Sevilla. La protección del Movimiento Moderno (1925-1975) desde el planeamiento urbanístico. *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 13, e20200153. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.012.e20200153>

Rodríguez-Lora, J. A., Navas-Carrillo, D., Pérez-Cano, M. T. (2021b). Los posicionamientos de Le Corbusier en sus intervenciones sobre la ciudad histórica. Un análisis urbano-patrimonial. En *Historia, arte y patrimonio cultural. Estudios, propuestas, experiencias educativas y debates desde la perspectiva interdisciplinar de las humanidades en la era digital*. Madrid: Editorial Dykinson.

UNESCO (2016). The Architectural Work of Le Corbusier, an Outstanding Contribution to the Modern Movement. Recuperado el 4 de febrero de 2020, de <https://whc.unesco.org/en/list/1321>

We are social y Hootsuite (2020). *Digital 2020 Global Overview Report*. Recuperado el 4 de febrero de 2020, de <https://wearesocial.com/digital-2020>