

ANDRÉS NOVOA, CARLOS SANTACRUZ & JAVIER POSSO
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO, COLOMBIA

MEMORIA URBANA DE BOGOTÁ – DISEÑO DE APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS DIGITALES Y CREACIÓN DE UN MUSEO URBANO VIRTUAL PARA BOGOTÁ

RESUMEN

La aplicación para dispositivos móviles y digitales de nombre BE (Bogotá Efímera) y el Museo Urbano Virtual de Bogotá (Muvbe.co) tienen como objetivo poder realizar un repositorio de las manifestaciones y expresiones de las culturas en la ciudad de Bogotá. Esta combinación de la tecnología y la cultura, es una forma de generar un producto creativo participante e incluyente que permita que las personas, puedan compartir imágenes de lo que observan, comentarlas, discutirlos, y después ingresar en un proceso curatorial para hacer parte del Museo Urbano Virtual de la Bogotá Efímera.

PALABRAS CLAVE

Lenguajes urbanos; ciudad; museo virtual; historia; cultura

URBAN MEMORY OF BOGOTÁ – APPLICATION DESIGN FOR DIGITAL DEVICES AND CREATION OF A VIRTUAL URBAN MUSEUM FOR BOGOTÁ

ABSTRACT

The aim of the application for mobile and digital devices BE (Ephemeral Bogotá) and the Virtual Urban Museum of Bogotá (Muvbe.co) is to make a repository of the manifestations and expressions of cultures in the city of Bogotá. This combination of technology and culture is a way to generate a participatory and inclusive creative product that allows people to share images of what they observe, discuss them, and then enter a curatorial process to be part of the Museum Virtual Urban of the Bogotá Efímera.

KEYWORDS

Urban languages; city; virtual museum; history; culture

INTRODUCCIÓN

Desde el punto de vista del búho, del murciélago, del bohemio y el ladrón, el crepúsculo es la hora del desayuno. La lluvia es una maldición para el turista y una buena noticia para el campesino. Desde el punto de vista del nativo, el pintoresco es el turista. Desde el punto de vista de los indios de las islas del mar Caribe, Cristóbal Colón, con su sombrero de plumas y su capa de terciopelo rojo, era un papagayo de dimensiones jamás vistas. (Galeano, 2009, p. 31)

Cada punto de vista, cada forma de asumir las imágenes y conceptos, hacen que las prácticas que realizan los individuos en las ciudades dependan de sistemas y reglas sociales, pero de maneras específicas de interpretación, de comportamientos, de dirección. Cada punto de vista es generado e idealizado, estructurado desde lo aprendido, lo vivido, lo sentido. Formas de ver e interpretar el mundo que nos rodea, porque gracias a la diversidad de personas, entornos, situaciones, realidades, y contextos, es que se forman las historias globales, grupales y/o personales, ya que es la forma en la que vemos y contamos el mundo, lo que nos pasa y cómo queda registrado oficialmente por instituciones y divulgado por los medios. Cada persona se forma sus propios conceptos dependiendo sus prácticas sociales y sus prácticas individuales, su forma de relacionarse con el mundo, sus experiencias y porque no la misma cultura, por lo cuál, decir que existe un solo punto de vista con el que se puede leer el mundo es bastante vago y por qué no, siniestro, dado que las definiciones y construcciones simbólicas todo el tiempo son dinámicas, se actualizan y se presentan dependiendo de cada sujeto en contextos determinados.

En un mundo que busca constantemente la globalización del pensamiento y de las prácticas de sus habitantes, y que está en un constante juego de validaciones sociales e institucionales, el lenguaje termina siendo parte fundamental de los individuos, que se comunican de infinitas formas que sobrepasan y superan la institucionalidad o legalidad. Así, el universo semántico sobre el cuál se estructura el lenguaje, termina siendo el mundo aprehensible sobre el cuál gira cualquier proceso de articulación, actualización y codificación por parte de los individuos.

Estos lenguajes, normalmente opuestos a la artificialidad de la institucionalización, emergen en las calles, en la cultura, en el compartir, en las redes que se estructuran a partir de la experiencia, y se instalan casi de manera natural, es decir, un proceso cognitivo casi imperceptible y puede

terminar haciendo parte de la elaboración subjetiva y simbólica dentro del cotidiano de cada sujeto. El conjunto de reglas establecidas interiorizadas por la colectividad, llamadas gramáticas en el sentido más estricto, son aquellas reglas generales sobre las cuales se construyen las nuevas propuestas, códigos y actualizaciones que se complementan con las unidades culturales asumidas, vividas, construidas y generadas a partir de la experiencia. En estas gramáticas culturales, el orden léxico es ampliado de manera significativa entendiéndolo como el repertorio de palabras que integran el lenguaje con su forma y sentido, así como el orden sintáctico que conlleva las reglas que organizan las relaciones entre palabras, es dinámico y responde a las necesidades propias de los individuos y de la cultura.

Este proyecto en sí, busca lograr encontrar los distintos puntos de vista de individuos que les gusta la ciudad como un espacio de construcción colectiva, que depende de las expresiones sociales, de la cultura y de la interactividad. El proyecto en sí mismo busca registrar y compartir por medio de un *app*, la memoria Urbana de Bogotá, para posterior a ello poder crear un museo urbano virtual que permita asumir la ciudad como una plataforma pluricódigo con una historia que se puede contar desde muchos puntos de vista, no queremos que sea la historia institucional la que perdure en este museo, sino la historia que ve cada persona que está en la calle, cada habitante de la ciudad, que quiera compartirla, que quiera contarla a su manera.

MARCO TEÓRICO

Ver la comunicación en la actualidad sugiere una serie de cambios a los que los individuos han ido amoldándose, haciendo necesario entender de la forma en que estos se relacionan con los espacios, los objetos, las imágenes y también con otros individuos, es decir con el mundo, para entender estas nuevas dinámicas y procesos comunicativos a los que están expuestos. La tecnología y sus artefactos (dispositivos) han traído una serie de posibilidades y dinámicas que obligan a replantear los tipos de discursos, las prácticas y el flujo de información que está presente en la sociedad. Los individuos, por medio de la tecnología y sus artefactos, los nuevos medios, las redes virtuales, y la relación que tienen con las mismas, han accedido a la “globalización de la información”, en la cual los medios

¹ Globalización de la información entendida como el acceso que tiene un usuario, por medio de las tecnologías actuales a la información expuesta en los medios.

permiten que los individuos tengan un acceso “ilimitado” a la información, problematizando así la noción del límite, y de la también la noción de realidad, las cuales se actualizan en las mismas dinámicas que los individuos proponen y que el sistema mismo ha generado; la virtualización, las experiencias y la individualización de los objetos, personalizando los usos, y los objetivos, como es el caso de las aplicaciones digitales, que terminaron convirtiéndose en una herramienta cambiante, constante, que genera redes y que permite a los usuarios un complejo pero adaptable desarrollo de sus capacidades.

Estas nuevas formas de comunicación, que construyen discursos, con diferentes tipos de códigos y sistemas, con inmersiones de orden pragmático, cultural, político y social, que inciden en las nuevas generaciones; la tecnología, y los diferentes dispositivos de control de la época, la interacción entre individuos, y las actualizaciones de procesos comunicativos a los que constantemente están expuestos.

Esta relación significativa, a permitido un nuevo estilo de prácticas y comportamientos en los individuos, que al tener la posibilidad de acceder y compartir información, verbal y no verbal, utilizando códigos y actualizaciones constantes, su experiencia empieza a poner en evidencia la necesidad de conocer el mundo por medio de otras tecnologías. Hoy en día, los dispositivos digitales, posibilitan las dinámicas discursivas de orden aleatorio, actualizado y contextualizado, generando una multifuncionalidad en los usuarios que son capaces de entender, interactuar, construir, opinar y desarrollar nuevas formas de comunicación.

Allí se encuentra una variable que condiciona los procesos comunicativos, la generación de enunciados, y la forma en que individuos proponen sus discursos, y esta variable es la tecnología. Esta trae consigo una serie de elementos que deben analizarse profundamente. Estos elementos van desde la propuesta de nuevos escenarios comunicativos (internet, nuevos medios de comunicación, etc.), como la segmentación generacional marcada, y la producción de enunciados que se va acomodando a las características propias de los medios que se usan.

Searle, en el libro *La construcción de la realidad social* lo propone de la siguiente manera:

una razón por la que podemos soportar esa carga es que la compleja estructura de la realidad social resulta, por así decirlo, ingravida e invisible. El niño crece en una cultura en la que la realidad social le es, sencillamente, dada. Aprendemos a percibir y a usar automóviles, bañeras,

casas, dinero, restaurantes y escuelas sin pararnos a pensar en los rasgos especiales de su ontología y sin tomar consciencia de que tienen una ontología especial. Nos resultan tan naturales como las piedras, el agua y los árboles. (Searle, 1997, p. 22)

Nuestra relación de experiencia con los contextos, nos permite incorporar a nuestro cotidiano, prácticas y códigos precisos para construir la realidad. Por supuesto los niños cuentan con mayor propensión a ello, dado que su mundo aun está por descubrir. Es por ello, que las nuevas generaciones tienen una interacción con estos artefactos casi natural, a diferencia de personas de otras épocas, quienes tienen que enfrentarse a las estructuras ya construidas, para empezar a generar actualizaciones que en muchas de las oportunidades son forzadas y no funcionan de la mejor manera. Es por ello que un pequeño, se vincula de inmediato con la tecnología, mientras una persona mayor debe romper aquellas estructuras ya establecidas para intentar relacionarse con aquellos artefactos, sus usos, sus formas, sus microestructuras, sus procesos comunicativos, etc.

Y entonces, ¿Cuáles serían los rasgos que configuran los nuevos lenguajes emergentes de la tecnología, las redes virtuales, y los nuevos medios?

Cuando se intenta describir la importancia de los artefactos en los procesos comunicativos, se debe tener en cuenta que han generado una cantidad de lenguajes que se van incorporando casi que instintivamente, y se suman a las formas de comunicación que las nuevas generaciones asumen en sus prácticas digitales, y allí ingresa el concepto de las aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas que inundaron un nuevo mercado virtual, en dónde se busca satisfacer por medio de herramientas las necesidades de muchos individuos. Así, el contacto con las personas se presenta por un mediador que en este caso es la tecnología que permite una conexión del individuo con otros individuos, generando redes infinitas en dónde las opciones son múltiples, así como las herramientas para compartir, y los lenguajes no oficiales validados por la práctica y actualizado constantemente por los usuarios.

Estas estructuras gramaticales y de comunicación compartidas, cambiantes, actualizadas a cada momento, responden a la necesidad de ligereza y rapidez con la cual se mueve la comunicación en la época actual. Con la utilización de mediadores tecnológicos que influyen en la comunicación, más allá que se pueda hablar de una discretización del código, como aparecen nuevas formas, y actualizaciones constantes, los individuos incorporan

rápidamente lo que en un momento determinado pueden utilizar, y desechan lo que entienden puede no servirles en sus procesos comunicativos.

Además de las reglas compartidas entre los usuarios de estas redes, se pueden crear reglas particularizadas entre individuos, con códigos casi exclusivos, y de un entendimiento limitado entre los participantes. Se podría decir, casi de forma arriesgada, y totalmente discutible, que cada conversación puede tener una lengua diferente, en el momento en el que se particulariza a tal punto los códigos entre individuos. Aquí se puede decir, tal como lo plantea Chomsky en respuesta a la variedad, que lo que es innato es el dispositivo de adquisición del lenguaje, para el caso de lo que se presenta en el ensayo, los códigos y sistemas que permiten el manejo y comprensión de la red. Más allá que la tecnología, los nuevos medios y las redes virtuales ofrecen muchas posibilidades de comunicación, los ritmos los propone cada individuo y sus conversaciones, cada intencionalidad del mensaje, o de la serie de mensajes, la interacción propone una serie de tiempos y de variables que son dominadas por los usuarios, ya que se pueden desconectar en el momento que les parezca, sin necesidad de estar en frente de la otra persona, lo que implica una serie de dinámicas totalmente diferentes a los de la comunicación tradicional. De esta manera se puede decir que es la tecnología determinante en los procesos comunicativos, la generación de enunciados y la forma en que se proponen los discursos en la época actual.

Estos cambios paradigmáticos de la comunicación se van dando en la medida en que la tecnología crece a pasos agigantados, generando a cada instante nuevos y mejores productos (dispositivos), con nuevas sistemas que permiten su funcionamiento (software); estos cambios paradigmáticos dependen en gran medida de la capacidad de la época dado el contexto histórico en el cuál nos encontramos, en el cuál cada vez es más fácil acceder al mundo que nos rodea, debido a la rapidez con que se desarrollan los avances tecnológicos.

A continuación se presenta un diagnóstico que intentará dar cuenta del contexto en el que los individuos se contactan con el mundo en la época actual. Igualmente a esto se le debe sumar que las condiciones espacio temporales, también determinan el contexto, así como toda la información que sepan los individuos acerca de una situación. Hoy en día, metafóricamente se podría plantear que el tiempo es más acelerado, diciendo específicamente que el ritmo de las prácticas cada vez es más acelerado debido al cambio paradigmático en el cuál nos encontramos.

Desde la revolución industrial, el mundo a estado expuesto a cambios cada vez más rápidos y más drásticos, la sociedad industrializada proponía

educar cuerpos dóciles disciplinados que apuntaban a imitar a las máquinas en pro de un objetivo general, en donde los individuos por medio de una ortopedia social, estaban al servicio del capitalismo industrial. Luego de muchas evoluciones en dinámicas y conceptos, se podría decir con los cambios a los que la sociedad ha estado expuesta, que nos encontramos en la “revolución de la información”, una época en donde la virtualidad toma un papel relevante en el cotidiano de los individuos, y genera dinámicas relacionales propias de la obsolescencia material. Las nuevas tecnologías, y el Internet, los esfuerzos digitales y el procesamiento de información hacen parte de esta “revolución de la información”, en donde se generan nuevos mecanismos de control por medio de bases de datos estructuradas, perfiles de consumo definidos, y todos los datos extraíbles necesarios para el sistema actual.

Con todos estos cambios que van generando nuevas estructuras discursivas, ¿sobre qué noción de realidad nos debemos desenvolver?; ¿se podría definir una noción de realidad cuando todos los días se presentan actualizaciones de la misma? La forma en que la tecnología influye en las sociedades, y el impacto que tiene sobre las dinámicas que los individuos generan, dificulta encontrar una noción propia de realidad. La tecnología ha permitido que la sociedad avance en términos de tiempo a velocidades inimaginables, ahora todo es más rápido, más avanzado, más “light”, ya que la posibilidad de cambio está todos los días, a todo momento. La tecnología y la forma en que es manejada en la época actual trae consigo esta dinámica, en la cual las actualizaciones son necesarias en cuanto a las estructuras (que ya no son tan sólidas), los procesos comunicativos, y la forma en que los individuos se relacionan con el mundo. La tecnología ha hecho que la historia del mundo en los últimos 100 años, cambie a pasos agigantados, desde la máquina, hasta las últimas tecnologías digitales.

Se ha pasado de escenarios palpables a escenarios virtuales, en donde la información representa uno de los mecanismos de poder más preponderantes, y en donde lo material se presenta como algo que va cayendo en una obsolescencia, también la tecnología busca convertir todo en información, algo más manejable, es el caso por ejemplo del desciframiento del genoma humano que también convierte en datos a los individuos, que a su vez pasan a ser información, creando para las nuevas generaciones, una nueva percepción del mundo, que se vive de manera diferente, en la cual las interacciones se componen de otro tipo de dinámicas.

Se ha mutado de la era del *hardware* en donde lo material y el contacto con el otro y con el mundo era determinante, generando una percepción

del mundo diferente, a la era del *software*, en donde lo material genera límites, y la información y la combinación de datos componen las dinámicas que sustentan a las sociedades.

Estos cambios también plantean una resignificación de los conceptos sobre los cuales giran no solo los individuos sino sociedades, culturas y sistemas. La aparición del internet, y la digitalización de la vida de los individuos (espacios, objetos, información, perfiles, etc.) ha dado como resultado un mundo abierto con total acceso a la información desde lo digital, a cada variable que compone esta “gran aldea virtual”. El uso de las nuevas tecnologías, abiertas a los individuos, y con ellas, el acceso “ilimitado” a la información que propone esta nueva red, ha hecho que los individuos conozcan y compartan información desde lo digital, un ejemplo de ello, es que hoy en día se puede conocer cualquier lugar del mundo y se puede acceder a más espacios antes reservados para pocos, a partir de escenarios tridimensionales que se asemejan a lo que se percibe, un individuo puede conocer países, museos, ciudades, restaurantes, etc., en la red, y es el individuo quien decide hasta donde quiere avanzar, o que procesos quiere plantear en el conocimiento y aprendizaje de estos escenarios virtuales.

Así, los procesos cognitivos están sujetos a la tecnología, a los artefactos que esta trae, y a las dinámicas que se generan a partir de estos elementos. Esa creación compartida está expuesta a modificaciones y actualizaciones constantes, y así la intersubjetividad se presenta como el resultado de un proceso histórico de transformación en el cual las relaciones humanas cambian con cada proceso, con las nuevas propuestas de interacción social y mediáticas. El proceso de entendimiento que está sustentado en los conocimientos e interpretaciones transmitidas por la cultura y que se han ido construyendo en la mente, van variando dependiendo la época, y el lugar en que residan.

En esta medida, los participantes de la comunicación, en cada uno de sus roles (que tengan o que quieran asumir) comparten un contexto (dado por la situación o creado virtualmente) como contenido lógico-cognitivo y/o experiencial; asimismo serán capaces de proponer y descifrar marcas presentes en los recursos verbales y/o no-verbales utilizados estando en condición de comprender los mensajes, en cada una de sus conversaciones, en cada uno de sus procesos comunicativos. Los participantes son capaces de adaptar la producción además de la recepción de enunciados y del discurso a cualquier situación comunicativa interpersonal, social, en este caso virtual. La interfaz socio-cognitiva, en este caso depende del artefacto mediador (computador), el conocimiento de las herramientas, y los

recursos que la tecnología aporta en los procesos comunicativos. Es importante tener en cuenta que a partir de las variaciones y actualizaciones que propone la comunicación actual por medio de la tecnología, el contexto es más dinámico que nunca, y las representaciones mentales están sujetas a los cambios que cada participante brinde a su proceso.

Entendiendo estas nuevas dinámicas sociales, el nuevo sistema de mercado de aplicaciones se abrió un espacio importante para la generación de experiencias por parte de los usuarios y la presencia de muchas marcas que encontraron en esta nueva forma de comunicación, nuevas y mejoradas formas de acceder no solo a información por parte de los usuarios, sino una presencia personalizada que se había disminuido en su presencia en los medios tradicionales dadas las nuevas prácticas individuales en relación con los medios de comunicación.

Las *apps*, terminan generándose constantemente por nuevos desarrolladores que buscan atender distintas necesidades de los usuarios para la generación de interacción y de nuevas dinámicas virtuales. Las *apps* permiten el acceso a información, entretenimiento, o cualquier desarrollo sin necesidad de acceder a una página web, esto permite que el acceso sea directo y que vaya específicamente a la información que se requiere.

Este ecosistema depende en su totalidad de la usabilidad que cada usuario da a las aplicaciones y de cómo esta aplicación da las herramientas para hacer de su interface un lugar en el que cada usuario se siente a gusto y quiere seguir compartiendo allí. Igualmente las aplicaciones hoy en día desde su diseño, tienen la capacidad de adaptarse a las distintas herramientas que los mismos dispositivos traen consigo, es decir, que pueden hacer uso de las aplicaciones como la cámara, el GPS de localización, los archivos guardados, etc.

El concepto de usuario se puede definir como el individuo que hace uso e interactúa con las distintas aplicaciones que están presentes tanto en su dispositivo como las que puede descargar por gusto o preferencia de los distintos mercados y ecosistemas virtuales. La facilidad con la que interactúa cada individuo, de alguna manera permite acceder a cualquier información o plataforma por medio de *apps* de una manera más fácil con mayor navegabilidad y con un sentido de personalización importante. Igualmente, los usuarios pueden acceder a estos mercados dependiendo el tipo de dispositivo que tengan, hoy en día existen dos mercados diferenciados por el sistema IOS de Mac, y el sistema Android. El mercado de Mac tiene como nombre el App Store, y el de Android es el Play Store. Estos dos mercados cuentan con millones de aplicaciones de distintas categorías gratuitas y

de pago, que se categorizan así: Para niños, juegos, quiosco, educación, catálogos, comida y bebidas, deportes, negocios, entretenimiento, estilos de vida, finanzas, fotografía y video, libros, medicina, música, navegación, noticias, productividad, redes sociales, referencia, salud y forma física, clima, utilidades y viajes.

PRÁCTICAS

La ciudad, entendida cómo un espacio dinámico de significaciones y subjetividades en donde los individuos están en constantes prácticas e hibridaciones, va construyendo todos los días mitologías que derivan en distintas ritualizaciones, que parten de la historia social y sus distintas historias individuales, y que además generan temporalidades significativas dependiendo el individuo o individuos y dependiendo el contexto social en el cuál la práctica sea desarrollada.

Durante mucho tiempo la semiótica ha sido entendida, y en gran medida ella misma se ha asumido como un método de análisis del contenido. Ingenuamente, desde adentro, o como un desafío, desde afuera, se le pedía describir *el* sentido de los textos. Y por supuesto, ella no podía hacerlo. No es por falta de instrumentos de lectura pues ella se los forjó eficazmente, sino por causa de malentendidos sobre el objeto. De hecho, incluso si se ha entendido que los textos, así como otras cosas, tienen sentido, no se sigue sin embargo que ese sentido que será el suyo – esa especie de “perfume” que parecen emanar, que nos atrapa inmediatamente y al mismo tiempo no se deja definir sino al precio de grandes esfuerzos – esté desde un principio y presente a la manera de un tesoro escondido bajo la superficie de las palabras o como la solución de un enigma disimulado detrás de las apariencias. Para que esto fuera así, el sentido tendría que ser un componente substancial de los textos o una especie de sustrato de las cosas en general, que existiría fuera de nosotros y que no esperaríamos más que nuestro paso para dejarse conocer. O, comprender no es descubrir un sentido ya hecho, sino al contrario constituirlo a partir del dato manifiesto (de orden textual o de otro orden), frecuentemente negociarlo, siempre construirlo.

En una primera aproximación, esta construcción puede implicar dos clases de manifestaciones. Las primeras ofrecen la apariencia de auténticos productos terminados, estructuralmente autosuficientes: una película, una pintura, una catedral, un informe de inspección, una carta de amor, las ruinas de una ciudad después de una batalla, un olor de flores, una sopa de cebolla, una novela. Todas las realidades que parecen dirigirnos

cada una a una totalidad de sentido potencial ofrecido a nuestro trabajo de interpretación como si se tratara de *textos*, verbales o no, pero todos por naturaleza autónomos y cerrados en sí mismos. Pero, de otra manera, en casos más interesantes desde nuestro punto de vista, las operaciones de construcción de sentido tienen también la vocación de ser efectuadas a partir de manifestaciones todavía en devenir, abiertas y dinámicas, que no se dejan captar más que en acto. Ya no se trata entonces de textos sino de procesos, de interacciones, de *prácticas*, por ejemplo, sociales, en tránsito de desarrollarse: una huelga, una crisis internacional que se anuncia o se prolonga, una nueva moda que se propaga o, sobre otro plano, la “escena doméstica” que, a fuerza de repetirse, termina por convertirse en un estilo de vida, o incluso, menos triviales tal vez, una pasión que se siente nacer o se desvanece en uno o en el otro. Aquí, no hay nada equivalente a la “clausura del texto”, sino configuraciones en movimiento cuyos efectos de sentido sólo pueden ser construidos *in vivo*, en situación, y que por tanto quisiéramos poder analizar también, tanto más en cuanto que, en lugar de ser solamente los testigos o los observadores distantes (como los turistas frente su catedral) nos vemos frecuentemente implicados directamente por aquello que puede resultar, en la medida en que hacen sentido bajo nuestra mirada, desplegándose (Landowski, 2004, p. 15).

Estas *prácticas*, fluyen en un momento y en un espacio determinado, están condicionadas por distintas construcciones de realidad social y cultural que cada individuo ha ido construyendo internamente, por medio de la experiencia, el contacto con la ciudad, con otros individuos, etc. Así, más allá de que la ciudad es un sistema pluricódigo que siempre está comunicando y generando sentido, se debe hacer énfasis en que la ciudad no está compuesta solo de textos que pueden ser leídos e interpretados, se debería hablar entonces también de interacciones, procesos que están presentes de momento, en la historia contada, en la ciudad transitada, en el espacio apropiado, en la charla inesperada, en el pago de un bus, o en la compra de un producto en la calle, en el caminar, la ciudad vivida, soñada e interpretada por cada individuo, por cada grupo social, construcciones en vivo, en situación que marcan rutinas, dinámicas, *prácticas* que a fin de cuentas terminan siendo el motor de la cultura, de la interacción.

La idea de “prácticas semióticas” ha sido desarrollada también por Jacques Fontanille (2008) para quien éstas suponen el lugar pertinente para hablar de “significación en acto”, de acuerdo con el giro pragmático de la semiótica contemporánea:

el “en acto”, desafortunadamente, no se observa en las semióticas-objeto en las que uno cree reconocerlo; la significación ‘en acto’ imputable a través del análisis a un texto no puede ser rigurosamente observada y captada, de hecho y de derecho, sino en el nivel de las prácticas, y no en el de los textos-enunciados propiamente dichos. En el nivel de pertinencia de los textos, el “en acto” cae, en el mejor de los casos, en la substancia; en el peor, en la especulación animista. Es entonces la experiencia del “en acto” (de la actividad viva y vivida) la que dará lugar, por esquematización, al plano de inmanencia de las “escenas prácticas”. (Fontanille, 2008, p. 26)

CATEGORÍAS PARA EL APP

Para el desarrollo del *app*, se proponen distintas categorías aun preliminares que pueden dar una posible lectura de la ciudad, y que con ellas, podemos categorizar el trabajo en red desde la aplicación para el posterior museo urbano virtual. Ellas son:

1. los lugares: dentro de lo urbano, los lugares representan los sitios de interacción de los individuos. Son ellos quienes dan significado al espacio y así este se relaciona con ellos. Los lugares son espacios de tránsito que se estructuran con las dinámicas sociales;
2. lo divino: se puede entender lo divino como la manifestación trascendental que se trasfiere por medio de creencias sobre algo o alguien. La análisis de lo divino no puede estar anclado solamente en la religión, igualmente, el momento actual de las sociedades, hace que muchos fenómenos, objetos y representaciones sean divinizados convirtiéndolos en culto;
3. lo popular: lo popular dentro de lo urbano se entiende como todas las dinámicas sociales que surgen de la necesidad que tienen los individuos de interactuar. Allí se puede analizar lo que es la gráfica popular Urbana, las expresiones como el arte urbano y todas las nuevas manifestaciones en donde la publicidad a empezado a impactar socialmente;
4. los personajes: siendo Latinoamérica un lugar “pintoresco” los personajes que se destacan dentro de lo urbano se presentan como individuos característicos de las culturas, personajes famosos que son líderes de opinión, o personajes que se instauran en las ciudades y hacen parte de sus dinámicas, el embolador, el payaso de restaurante,

el vendedor de semáforo o cualquier individuo que genere un impacto relacionado con la cultura;

5. los objetos: los objetos son elementos característicos de los individuos que viven dentro de una ciudad, elementos que los caracterizan como pertenecientes a un grupo, o que simplemente han heredado de dinámicas sociales que se han construido en el tiempo, objetos y productos que trascienden en la cultura;
6. las expresiones: en la ciudad, al estar monopolizados los medios de comunicación, los individuos y colectivos buscan nuevas formas de comunicarse, por medio de expresiones tales como el graffiti, el estencil, el cartel, entre otras, que dejan una marca vital en la ciudad como medio alternativo.

ESTADO DEL ARTE

Teniendo en cuenta la naturaleza del proyecto, y entendiendo que se quiere realizar un *app* que permita registrar distintas categorías de la ciudad generando una red para posteriormente realizar el Museo urbano virtual de la ciudad de Bogotá, se deben hacer algunas precisiones. En primer lugar, en el año 2008, se crea la sublínea de investigación Lenguajes Urbanos en el programa de publicidad, debido al interés de estudiar la ciudad como un foco de la cultura en donde los individuos desarrollan sus prácticas. De esta manera, los proyectos desarrollados estuvieron enfocados todo el tiempo al estudio de las distintas expresiones urbanas y su relación con la publicidad. En el año 2009, surge el proyecto “La Gramática Publicitaria Urbana”, desarrollado por los profesores Andrés Novoa Montoya y Vladimir Sánchez Riaño, quienes propusieron desde una perspectiva semiótica por medio de un trabajo etnográfico, una serie de gramáticas que pretendían establecer las reglas sobre las cuales algunas marcas podrían estar en las calles haciendo uso de las expresiones urbanas. Esto a su vez generó distintos artículos y publicaciones que enriquecieron el proceso de la sublínea y del proyecto. Igualmente, surge también el semillero Lenguajes Urbanos sobre el cuál se han desarrollado distintos trabajos de grado de pregrado en Publicidad, Especialización en Gerencia de Publicidad, y Maestría en Publicidad. También, a partir del estudio de la ciudad, se han incluido dentro de contenidos de materias de pregrado los hallazgos de la sublínea a si como la creación del seminario para la especialización de nombre “Representaciones de ciudad” y la materia de Maestría de nombre “Lenguajes

Urbanos”. Igualmente, con el semillero y la sublínea, se han realizado ponencias a nivel nacional e internacional, que han enriquecido el trabajo de la dicha sublínea y el semillero.

En cuanto a las aplicaciones digitales, se encuentran algunas que pueden dar cuenta de la importancia de generar un registro de las expresiones urbanas y que no existe de manera particular para la ciudad de Bogotá. Estas son:

- **Street Art Istanbul²**
Es una aplicación para Google Play y App Store. Creada en Turquía en el año 2013 para mostrar el arte urbano de una de sus ciudad más artísticas, Estambul. Su plataforma se compone de una galería la cual tiene todas las artes que han subido los usuarios y la misma aplicación. Al darle clic a una de ella, se podrá ver la fotografía del grafiti y su breve explicación, más su ubicación en la ciudad de Estambul. Luego tiene una opción de mapa, para buscar artes cerca a la locación en la que uno se encuentra. Su plataforma a diferencia de otras tiene una opción almacenamiento y memoria de likes, para si poder ver luego los que más le gusto al usuario. Finalmente, trae la opción de subir un arte, un grafiti y ubicarlo en el mapa añadiéndole una descripción. Hoy en día suben grafitis de todo el mundo, ya que la aplicación se amplio. Aunque su pagina de internet solamente muestra los mejores y los más renqueados en la ciudad de Estambul. A la vez tiene un blog en el cual comparten todos los buenos momentos de la aplicación;
- **Street Art Brazil**
Es una aplicación para Google Play y App Store, La cual fue publicada para la exhibición del arte brasilero en Frankfurt, Alemania del 5 de septiembre hasta el 27 de octubre del 2013. Sus editores fueron Max Hollein y Carolin Köchling. Consiste en explorar todo el graffiti brasilero en la ciudad de Frankfurt. La aplicación no tiene web. No obstante muestra donde están las principales obras por medio de un mapa de Google. También habla sobre los principales artistas brasileros que plasmaron su arte en las calles de Frankfurt. Sin embargo todas ellas estuvieron en el Shirn Kunsthalle Frankfurt, lo cual es una institución de exhibiciones de todo el mundo. Muestra a la vez, agradecimiento desde Brasil por medio de grafitis, los cuales se pueden descargar;
- **Flicker³**
Almacena, ordena, busca y vende fotografías y videos de los usuarios Yahoo.
Cada usuario puede entrar o por cuenta en Yahoo o Facebook. Al

² Disponible en <http://www.streetart-istanbul.com/>

³ Disponible en <https://www.flickr.com/>

iniciar entra a su propio perfil ya creado, en cual puede sincronizar todos los archivos del celular o simplemente subir una autofoto o foto normal usando la cámara del celular o archivo del mismo. Al tener varias fotos, se podrá organizarlas en álbumes, asimismo socializarla con las demás personas. Además tiene para arreglar las fotos con sus determinados filtros y agregar una descripción.

- **Pinterest**

Es una red social para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, y hobbies. Los usuarios pueden buscar otros pinboards, “re-pin” imágenes para sus propias colecciones o darles “me gusta”. La misión de Pinterest es “conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes”. Fundada por Ben Silbermann, Paul Sciarra y Evan Sharp, el sitio es manejado por Cold Brew Labs y financiado por un pequeño grupo de empresarios e inversores. Las categorías populares son viajes, coches, películas, humor, diseño para el hogar, deportes, moda y arte. Su desarrollo comenzó en diciembre del 2009 y fue lanzado como beta privada, nueve meses después del lanzamiento, la página web tenía 10.000 usuarios.

El lanzamiento de una aplicación para el iPhone a principios de marzo del 2011, trajo un número más de lo esperado en descargas. La mayoría de los usuarios del sitio son mujeres. Además, la aplicación Pinterest para Android y iPad también se lanzó el 14 de agosto de 2012. La aplicación Android fue diseñado para los teléfonos Android y tabletas de diferente precio, velocidad y tamaño, mientras que la aplicación para iPad es descrita como “la mejor experiencia Pinterest hasta ahora”.

En octubre de 2012, Pinterest anunció una nueva característica que permitiría a los usuarios reportar a otros por actividad negativa y ofensiva o bloquearlos si no quieren ver su contenido. Pinterest dijo que quieren mantener su comunidad “positiva y respetuosa”.

- **Urbacolors⁴**

Fue creado por Matthieu “Le Geek” y Aurélien “Le Hipster”, echo como un mapa, galería y comunidad. Los administradores de la aplicación son Sarah Roy, Marouf Tsetung, Matthieu Olivier, Aurélien Michaud. Fundada en el 22 de agosto de 2011. Urbacolors no se limita a sólo Francia - hay fotos cargadas de lugares tan lejanos como Islandia, Argentina, Tailandia y que bonito país conocido como América. Aproximadamente tiene 2.000 seguidores;

⁴ Disponible en <http://www.urbacolors.com/> ; <https://www.facebook.com/Urbacolors/timeline>

- **Geo Street Art**⁵

A finales de julio en el 2011 se fundó GSA, con casa en Reino Unido, Londres. En la actualidad, están enfocados en el arte urbano (*grafitti*) en las ciudades de New York y Londres, esto gracias a su trabajo con sus principales aliados, Street Art NYC, London Street Art, pero con gran ambición y buscando expandirse, en su página anuncian como próximos aliados a BM Street Art y Nuart Festival entre otros. Además, Estas alianzas sirven para nutrir de noticias e información de interés su plataforma.

GSA solo trabaja con artistas y fotógrafos, como dice su portal, apasionados y comprometidos por el arte urbano, a quienes invitan a sugerir ideas, opinar sobre lo que les parece bien o mal, e invitan a unirse a la labor a quienes estén en otras ciudades y deseen ser parte y colaborar por la causa, pero esto se limita a profesionales, los amateurs y aficionados son bienvenidos a usar la *app*, opinar y compartir por medio de redes sociales o email. La *app* tiene una interfaz muy llamativa, imágenes de alta definición, un mapa para localizar o descubrir el arte urbano, ya sea por ciudad o por artista

En conjunto con la aplicación, le sacan provecho a Facebook (7000 likes, Google+ (400 en circles), Twitter (500 seguidores), donde publican y virilizan contenidos, y posicionan la *app*; además de darle provecho a un blog virtual donde publican entrevistas propias y novedades. GSA está solo disponible en el AppStore de forma gratuita.

- **Street Art NYC (New York City)**⁶

Esta aplicación se fundamenta en el *grafitti* urbano y fue puesta en línea a mediados del 2012. Pese a que su página principal tiene el formato de blog, con información sobre obras artísticas y la opción de suscribirse a un newsletter. En redes sociales, la *app* cuenta con una amplia cantidad de seguidores; Twitter (62000 followers), Facebook (32.000 likes), Pinterest (1.200 followers) Google+ (62.000 en circles). La página cuenta con una interfaz fácil de navegar y con una estética muy agradable, donde se puede filtrar el arte, a través del GPS, por artista o por zonas de la ciudad, resaltar los artistas favoritos, reseñas sobre ellos, noticias y entrevistas. La aplicación está disponible para el AppStore y tiene un costo de \$2.99 (US Dollars); además de estar disponible tanto en inglés, como alemán.

- **Paris Street Art**

Paris Street Art, es una aplicación creada por Melissa Azaiche & Timothée Baschet, para referenciar y localizar el arte efímero de las calles de la ciudad Parisina, por medio de videos y fotografías, capturadas con dispositivos móviles; en donde cada participante crea

⁵ Disponible en <http://geostreetart.com/mission/> ; <http://geostreetart.com/theblog/>

⁶ Disponible en <https://www.facebook.com/StreetArtNYC/info>; <http://streetartnyc.org/>; <https://itunes.apple.com/us/app/street-art-nyc-geo-street-art>

un perfil y puede tomar fotografías del arte que encuentra en la calle, adjuntarlo en una galería y ubicar la información en un mapa para que los próximos participantes puedan ver lo que se ha publicado y poder compartirlo. Como su nombre lo indica, sólo se puede usar en Paris, y no tiene relación alguna con las demás redes sociales. Cuenta con una página web www.paris-streetart.com en la cual se encuentra el mapa localizando cada uno de las fotografías y una respectiva galería de las mismas. Solo está disponible para AppStore.

- **All City Street Art**

La aplicación All City Street Art, fue creada por Marcus Blanco y Kayce Thompson-Russ en Bushwick, Brooklyn en el 2009, con el fin de que artistas y amantes del graffiti pudieran compartir su obra de arte y la que les rodea. La aplicación permite a las personas buscar el graffiti y el Street art del artista de su preferencia y la ubicación del mismo. Cada usuario puede tomar fotografías de lo que encuentra en las calles, adjuntarle la fecha y clasificación de la obra, además de poder compartir y comentar cada una de las piezas. All City también permite que el usuario pueda ingresar a los sitios web de los artistas y páginas de Flickr dentro de la misma aplicación, además posee una vinculación con las demás redes sociales, incluyendo Wordpress. Tiene un identificador sonoro relativo al sonido de una lata de pintura, que suena al momento de iniciar la aplicación o capturar una fotografía. Existe una página⁷ que permite a los usuarios que no tienen la aplicación en su celular poder visualizar el contenido que se maneja en esta. Solo está disponible para App Store.

- **Penang Street Art⁸**

Es una aplicación creada como guía para los visitantes de Georgetown, donde pueden encontrar un recorrido turístico del arte callejero de la zona con una breve descripción de cada pieza; en donde el usuario también puede retroalimentar la aplicación, actualizándola con fotos y ubicación de las mismas. El usuario puede acceder por medio de dos categorías: Escultura y Graffiti. Posee una página web⁹ en la cual cada uno de los usuarios puede ingresar y observar el contenido de la aplicación, esta página no es exclusiva de la aplicación, sino que abarca todo lo relacionado con Penang, por ende resulta poco atractiva.

- **Instagram**

Fundado por Kevin Systrom y Mike Krieger y lanzado el 6 de Octubre del 2010, logró captar un millón de seguidores en un año a nivel mundial (mientras Twitter y Foursquare necesitaron dos años). Para

⁷ Disponible en web www.allcitystreetart.com

⁸ Disponible en <http://www.tourismpenang.net.my/pdf/street-art-brochure.pdf>

⁹ Disponible en <http://www.penang.ws/penang-attractions/penang-street-art.htm>

Enero del 2014, Instagram contaba con 16 billones de fotos publicadas, 1.2 billones de likes diarios y 150 millones de usuarios. Fue creado con el ideal de permitir al usuario compartir fotos y localización, y ha evolucionado permitiendo compartir videos, aplicar diferentes filtros creativos, hacer ediciones básicas a la fotografía (tales como brillo, saturación, contraste...). Cuenta con un interfaz dinámico y fluido, fácil de usar y entender. El 90% de sus usuarios son menores de 35 años y el 68% son mujeres.

- **Tumblr**

Fundado en Febrero del 2007 por David Karp, cuenta con 71.486.704 publicaciones a la fecha y se encuentra disponible en 13 idiomas distintos. Ha sido creado para “compartir cualquier cosa de manera sencilla. Publica texto, fotos, citas, links, música y videos desde tu computador, celular, portátil, email o desde donde sea que te encuentres. Puedes modificar y personalizar todo, desde colores hasta los temas que deseas ver en HTML”. El 66% de los visitantes se encuentran por debajo de los 35 años de edad. Fue adquirido por Yahoo en Mayo del 2013. Sólo el 9% de las visitas ocurren desde un dispositivo móvil. Funciona similar a los blogs y tiene un interfaz colorido y fácil de usar. Soporta imágenes en formato GIF.

JUSTIFICACIÓN

La creación de una aplicación que permita descubrir distintas categorías de lectura y análisis de la ciudad, permitirá establecer una relación directa de la publicidad con las personas a las que se dirige. De esta manera, la publicidad toma un compromiso mucho más social en el cuál permea no solo a los individuos, sino las expresiones, manifestaciones y construcciones simbólicas. Así, esta aplicación termina siendo la plataforma que nos permitirá conformar un Museo Virtual Urbano de la ciudad de Bogotá, en dónde por medio de redes investigativas, se podrá generar una muestra significativa de expresiones que a veces terminan siendo efímeras en la ciudad de Bogotá.

RESULTADOS

La aplicación se desarrolló y programó bajo toda la planificación realizada por el equipo de investigadores, el grupo de creadores y el semillero de investigación. A continuación se presenta el Wimeframe de la aplicación (Figura 1).

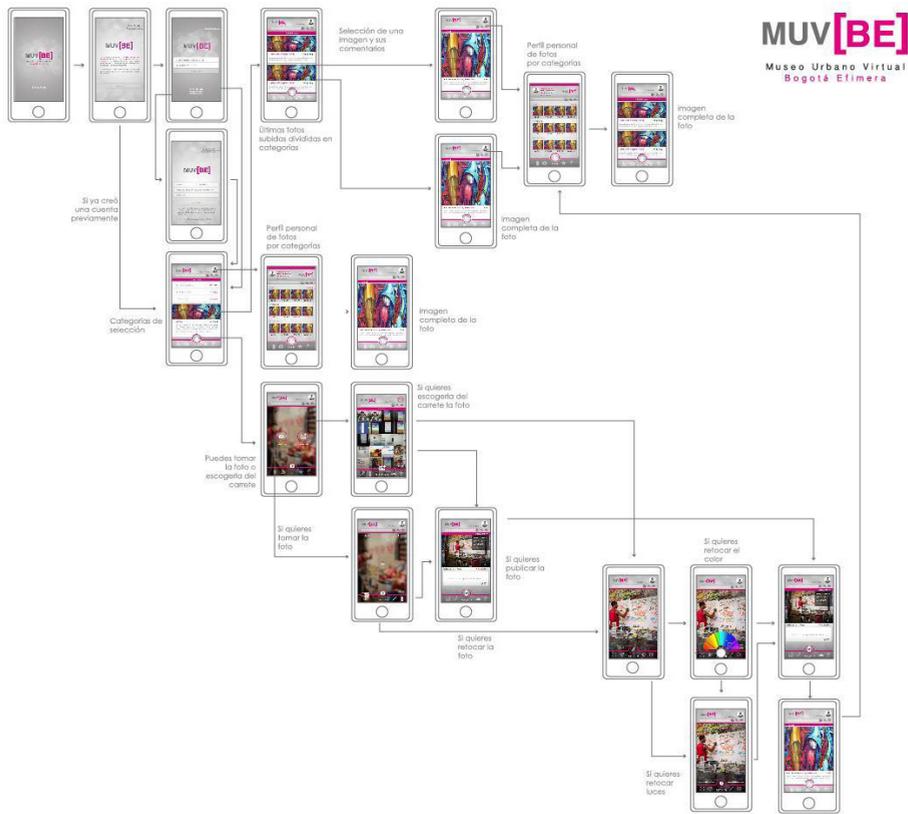


Figura 1: WimeFrame de la aplicación Bogotá Efímera
Créditos: Semillero Lenguajes Urbanos

La aplicación contó con una capacidad para 12.000 usuarios que podían compartir todo tipo de imágenes y categorizarlas, de igual manera en un proceso curatorial, que se realizaba en el enlace entre la aplicación y la página web (Muvbe.co) por parte de los estudiantes del semillero de investigación. Este es un proyecto de investigación creación que buscó desde su gestación, la generación de una red que pudiera registrar aquello que es considerado efímero dentro de una ciudad, como las expresiones y manifestaciones de la cultura.

REFERENCIAS

- Auge, M. (1997). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Baudrillard, J. (2004). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (1974). *La cuestión urbana*. México: Siglo XXI Editores.
- Fontanille, J. (2008). *Pratiques sémiotiques*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Galeano, E. (1989) *Nosotros decimos NO. Crónicas (1963/1988)*. Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A..
- Galeano, E. (2009). *Patatas arriba. La escuela del mundo al revés*. Ciudad de México: Siglo XXI de México Editores S.A..
- García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Paidós.
- Harris, M. (2000). *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. Barcelona: Editorial Crítica S.L..
- Landowski, E. (2004). *Passions sans nom: essais de Socio-Sémiotique iii*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Levi-Strauss, C. (1997). *El totemismo en la actualidad*. Bogotá: Fondo de cultura económica.
- Lipovetsky, G. (1989). *La era del vacío, ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Miles, M. (1997). *Art, space and the city. Public art and urban futures*. New York: Routledge.
- Minube. (2012). *El libro blanco de los viajes sociales. La revolución móvil*. Recuperado de <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segittur/content/galerias/descargas/documentos/Libro-blanco-de-los-viajes-sociales.pdf>
- Mobile Marketing Association. (2011). *El libro blanco de las apps. Guía de apps móviles 2011*. Recuperado de <https://mmaspain.com/wp-content/uploads/2015/09/Libro-Blanco-Apps.pdf>
- Muñoz, F. (2008) *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL..
- Novoa, A. & Sánchez, V. (2012). *Caleidoscopio. Ensayos de semiótica aplicada*. Saarbrücken, Alemania: Editorial Académica Española.
- Rhan, J. (2002). *Painting without permission*. EUA: Greenwood Publishing Group.

- Searle, J. R. (1995). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Sibilia, P. (2005). *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A..
- Silva, A. (2000). *Imaginario urbanos*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Citación:

Novoa , A., Santacruz, C. & Posso, J. (2018). Memoria urbana de Bogotá – diseño de aplicación para dispositivos digitales y creación de un museo urbano virtual para Bogotá / Urban memory of Bogotá – application design for digital devices and creation of a virtual urban museum for Bogotá. In A. D. Melo & M. Duque (Eds.), *ParticipAD – Participatory advertising: a global perspective with a Latin American focus / Publicidad participativa: una perspectiva global con un enfoque latinoamericano* (pp. 127-147). Braga: CECS.