



Andrés Caicedo aún camina por Cali: narrativas inmersivas e interactivas para los actuales transeúntes de la Sucursal del Cielo

Víctor Hugo Valencia Giraldo

<https://orcid.org/0000-0003-2780-0211>

Marisol Castillo Palacio

<https://orcid.org/0000-0003-0982-1190>

César Gómez López

<https://orcid.org/0000-0002-1566-6572>

Andrés Adolfo Navarro Newball

<https://orcid.org/0000-0002-4231-8661>

David Sebastián Baldeón Padilla

<https://orcid.org/0000-0001-9540-2528>

Profesorado, Pontificia Universidad Javeriana Cali

Artículo recibido: 22/08/2024. Revisado: 08/10/2024. Aceptado: 30/10/2024

Resumen: La literatura de Andrés Caicedo Estela (Cali, 1951-1977) sigue encontrando lectores desde su redescubrimiento a partir de los años 80 del s. XX. Aborda los resultados de un proyecto de I+C que implicó el diseño, prototipado y creación de una aplicación (APP) que permite transitar la ciudad que inspiró sus obras, haciendo uso de las narrativas inmersivas e interactivas para generar experiencias virtuales envolventes a través de realidad aumentada, sobreposición de planos y exploración pospantalla (Cizek, 2016), entre interesadas/os en la obra o el autor, guiándoles por recorridos por Cali, conocida como la “Sucursal del Cielo”. Según los resultados, se concluye que es importante crear experiencias similares, con otros/as creadores/as o narradores, enriqueciendo la oferta turística y cultural de la ciudad.

Palabras clave: Narrativas inmersivas; arte interactivo; turismo cultural; Andrés Caicedo; Cali/Colombia.

Andrés Caicedo still walks through Cali: Immersive Narratives and Interactives for Current Passersby of the Branch of Heaven

Abstract: The literature of Andrés Caicedo Estela (Cali, 1951-1977) continues to find readers since its rediscovery in the 1980s. It addresses the results of an I+C project that involved the design, prototyping and creation of an application (APP) that allows to travel through the city that inspired his works, making use of immersive and interactive narratives to generate immersive virtual experiences through augmented reality, overlapping planes and post-screen exploration (Cizek, 2016), among those interested in the work or the author, guiding them through tours of Cali, known as the ‘Sucursal del Cielo’ (Heaven’s Branch). According to the results, it is important to create similar experiences with other creators or storytellers, enriching the tourist and cultural offer of the city.

Keywords: Immersive narratives; interactive art; cultural tourism; Andrés Caicedo; Cali/Colombia.



1. Introducción

El proyecto que dio origen al presente artículo (desarrollado en 2023) propuso tomar como referente piloto para diseñar rutas de un tour virtual y real por Cali (Colombia) algunas menciones que sobre esta ciudad aparecen en algunos escritos —publicados e inéditos— del escritor Andrés Caicedo Estela. Dichos escritos se relacionan con la propia experiencia de recorrer la ciudad por parte del autor durante las décadas en las que él la habitó (sesenta y setenta del siglo XX). De ahí que el objetivo del proyecto fuese la realización de un prototipo tecnológico (APP) que a través de narrativas inmersivas, realidades expandidas y arte interactivo pudiera hacer que sus usuarios (turistas y estudiantes caleños, principalmente) reconocieran hoy la ciudad vivida y habitada por el escritor Andrés Caicedo Estela a fin de estimular formas diversas de recorrer la ciudad.

La idea ha sido agregar a los espacios descritos en las obras de Caicedo Estela una capa de contenido interactivo con el mundo real que le permita a turistas, estudiantes o a cualquier persona que disponga de un smartphone conocer (sobre espa-

cialidades físicas concretas) las historias, acontecimientos, situaciones y demás elementos relacionados con esos entornos que involucran a los personajes protagonistas de la literatura de Caicedo Estela con los actuales transeuntes de la “sucursal del cielo”.

Cabe señalar que el turismo es un importante rubro económico para Cali, y que tras la pandemia del Covid 19 este sector ha comenzado a normalizar sus flujos. Según el Boletín de Datos y Cifras Turísticas (enero-febrero de 2024), la ciudad había recibido 46.098 visitantes extranjeros, quienes indicaron que esta sería su ciudad de hospedaje. Estas cifras muestran una recuperación cercana al 51% respecto al mismo periodo de 2019 (prepandemia). Asimismo, el Sistema de Información Turística SITUR Valle —en su Medición de Turismo Receptivo y Puntos Turísticos de 2023— afirma que los visitantes a esta ciudad tienen como principal actividad a realizar “recorrer calles” (22.22%), lo que reafirma la necesidad de contar con recorridos virtualizados atractivos.

En anteriores publicaciones se ha discutido el uso de la simulación interactiva de rutas turísticas para modelar

nuevas experiencias inmersivas en itinerarios o senderos interpretativos urbanos o rurales (Fabbroni, 2020). También se advierte del uso de las narrativas inmersivas y la gamificación para la enseñanza, pues permiten la construcción de mundos narrativos con base en contenidos curriculares (Rogovsky, C. y Arréquez, S. 2022). Finalmente, es importante considerar lo anotado por Fernández, C. (2012: 50-51) en relación a la presencia cada vez mayor de las denominadas media arts en los asuntos humanos, por lo que sugiere —tomando en cuenta lo anotado por autores como M. McLuhan, B. Nevitt o A. Toeffler— cómo el consumidor se convertiría en productor, anticipando de este modo al actual proceso de mass customization por el que el cliente participa activamente en el resultado final de aquello que va a consumir.

De ahí que haya sido vital en el desarrollo de esta fase de la propuesta el trabajo transdisciplinario. Los campos de conocimiento que se involucraron directamente con el desarrollo tecnológico, y que facilitarían la experiencia del usuario una vez se supere la etapa de prototipado y se empiece a gestionar la descarga de la app, son la Comunicación (vital para enlazar la historia cultural de Cali, la literatura de Caicedo Estela y las narrativas inmersivas, pues está en la base de la creación de significado de la ruta por sus usuarios), el Diseño Visual (a cargo de los desarrollos artísticos interactivos, lo que logra la ampliación de los sentidos y un sinnúmero de efectos estéticos), el Turismo Cultural y, por último, la Ingeniería (que aporta el desarrollo de la app, basada en la experiencia de uso de las tecnologías del continuo virtual —realidad aumentada, mezclada y virtual—, que, soportadas por otras tecnologías de computación, conforman la base de las realidades expandidas).

Pero no son solo estos los campos de conocimiento integrados en todo el proyecto. Porque el uso de la gamificación (definida como un proceso de diseño de juegos que se integran a sistemas formales) permite que los usuarios interactúen lúdicamente a través de microjuegos durante la ruta, motivándoles a realizar retos, competencias y progresos puntuados a fin de obtener incentivos o recompensas en especie (descuentos en almacenes y/o restaurantes, entradas gratuitas a sitios de interés turístico, asistencia a obras de teatro, etc). Asimismo, el diseño de elementos gráficos propios de la estética popular caleña (asociado con el cartelismo y

el lettering encontrado en una de las paradas emblemáticas de la ruta: Carteles La Linterna) ha sido fundamental para generar un branding de la ruta relacionado con la ciudad (Ver Fig. 1).



Figura 1- Diseño de la marca inspirado en la gráfica popular (Elaboración propia)

1.1 Sobre la gráfica popular en el diseño de marca

Para Chaparro (Chaparro Cardozo, 2011), la gráfica popular aparece como un acto de resistencia que subvierte el orden social, ya que transforma las maneras de relacionarse o apropiarse del espacio urbano, generando nuevos discursos y lenguajes. La complementa afirmando que la identidad de un lugar entra en convergencia con los elementos gráficos que la componen. La gráfica popular germina en los paisajes de la calle y de las interacciones con el transeúnte produce formas de construir imagen de ciudad. El mismo Chaparro (2013) ha entendido la Gráfica Popular como un conjunto de artefactos socioculturales asociados a piezas gráficas plasmadas en espacios predominantemente urbanos y públicos. Y lo complementa citando a Checa y Castro (2009), quienes indican que la gráfica popular es una forma de expresión especialmente admitida por las clases populares, con estilo y criterios propios.

Por su parte, Guerrero y Rodríguez (Guerrero Nieto & Rodríguez, 2018) afirman que la gráfica popular es una forma de proyección visual de estos imaginarios urbanos, por lo que la gráfica popular sería una expresión física del imaginario que

encierra las relaciones visuales que el habitante establece con la ciudad.

Teniendo en cuenta lo anterior, más que una tendencia meramente estilística, la intención al elegir elementos asociados a la gráfica popular caleña (tipografías mano alzada, elementos gráficos propios de la ciudad y mezclas de colores cálidos) responde a la necesidad de generar vínculos emotivos más profundos con el público al que se dirige el producto, que para el caso aquí presentado serían personas relacionadas por identidad o por curiosidad con la cultura popular de la ciudad de Cali.

1.2 El turismo cultural y las artes visuales

Las artes visuales y el turismo cultural tienen una conexión profunda y entrelazada que ha evolucionado a lo largo del tiempo. La manera en que los visitantes perciben y experimentan los destinos ha sido significativamente influenciada por la cultura visual, que ha contribuido a la creación de imagen de destinos y mitos sobre lugares (Young, 2022). Las artes visuales, que incluyen pintura, instalaciones, arte público y escultura, se han considerado atractivos para el turismo (Nigel y Long, 2004). El poder de los estímulos visuales en la configuración de las experiencias turísticas y las percepciones del destino se resalta en esta relación entre el turismo cultural y las artes visuales (Nigel y Long, 2004). De esta manera, las artes visuales también cumplen un papel fundamental en la preservación y exhibición del patrimonio cultural en el turismo y enriquecen las experiencias turísticas (Becattini et al., 2023). En este mismo sentido, otros autores resaltan el importante papel que juegan los medios visuales en la comunicación relacionada con el arte y el patrimonio cultural, por lo que actualmente se consideran elementos esenciales en la comunicación y difusión (Scopigno, 2011; Adamopoulos y Rinaudo, 2019), pero más complejos y sofisticados, entre otras cosas porque para su funcionamiento es necesaria la formación del usuario y empleo de dispositivos digitales particulares. Asimismo, Scopigno (2021) manifiesta que las nuevas modalidades de los medios visuales incluyen diversos elementos interactivos.

Como es ya sabido, desde la incorporación y masificación de las tecnologías digitales, en el espacio urbano se han fusionado variados universos narrativos que les permite a los transeúntes, flaneurs o cualquier otro tipo de “lector extradiagético, “in-

troducirse en los relatos internos por pasadizos secretos, por disimuladas barreras; saliendo de ellas, inclusive, por otras, y evadiéndose del texto junto con los personajes, para deambular en su compañía (hacia adelante o en reversa) por la realidad de la vida, donde se codea con otros personajes...” (Beristáin Díaz, 1993: 235). El recurso más común para lograr este efecto han sido las llamadas narrativas transmedia, entendidas como un proceso mediante el cual los elementos integrales de una historia son distribuidos en múltiples canales para crear experiencias (de entretenimiento, educativas, inmersivas, etcétera) unificadas, articuladas y coordinadas; posibilitándole a cada medio (textual, sonoro, gráfico, audiovisual) contribuir en el desarrollo de dicha historia (Jenkins, 2003).

2. Diseño y Método

La metodología I+C fue la utilizada para desarrollar el prototipo de app que sería sometido a la evaluación de los futuros usuarios. Como es bien sabido (Delgado, et. al. 2015), los procesos de creación artística generan nuevo conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación transferible al sector social, cultural y productivo (especialmente al de las industrias creativas y culturales); y al igual que cualquier otra investigación, tienen estructuras disciplinadas y planificadas en las que la experimentación juega un rol importante en la consecución del producto final, estableciendo una plataforma de innovación y relacionamiento con diferentes áreas de conocimiento. De ahí que se propusiera un trabajo de I+C procesual, que se describe detalladamente a continuación.

Tomando en cuenta los públicos de interés de la propuesta, turistas y estudiantes, se llevaron a cabo procesos metodológicos que involucraron diseño, planeación, desarrollo y evaluación del producto (prototipo). Aunque no se puede decir que la ejecución del proyecto se hiciera por etapas, sí se respetaron los momentos propios de cada fase creativa y de diseño.

2.1 El proceso de ideación/creación

Partiendo de una investigación anterior que había recabado información de archivo sobre la obra del escritor Andrés Caicedo (AUTOR, 2018), se comenzaron a planear las narrativas inmersivas y los recorridos que tuvieran vinculación y sincronización con las obras más conocidas del escritor en un proceso de mapeo de la ciudad en el que se tuvo en cuenta los entornos físicos y los lugares icónicos que

aparecen mencionados en dichas obras, siempre teniendo en cuenta las transformaciones y cambios históricos acaecidos en la ciudad habitada por Caicedo.

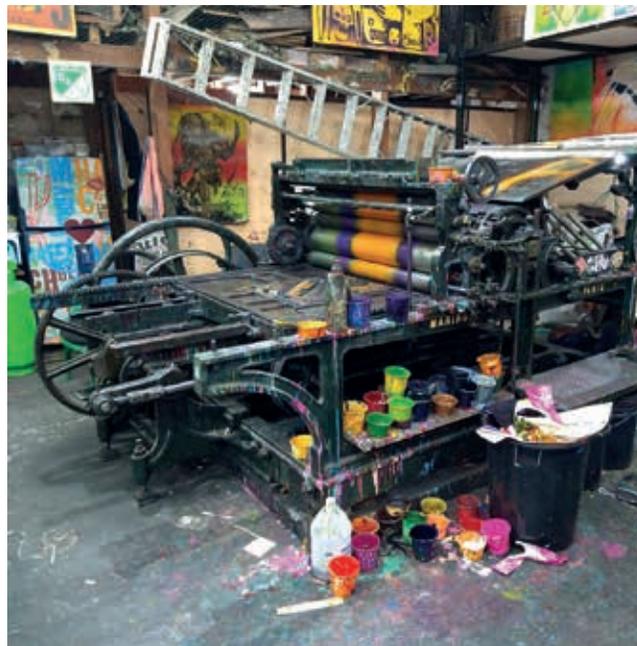
Luego se realizó con todo el equipo distintas jornadas de ideación, basadas en la espiral de pensamiento creativo de M. Resnick (2007), que consta de cinco pasos iterativos: 1) Imaginar: visualizar lo que se desea crear; 2) Crear: hacer realidad lo planteado o imaginado por medio, en nuestro caso, de prototipos; 3) Jugar: explorar, disfrutar, escuchar, tocar y utilizar todas las creaciones para identificar mejoras; 4) Compartir: validar el proyecto con otras personas; y 5) Reflexionar: retroalimentar para realizar cambios oportunos. De estas jornadas de ideación surgieron los requerimientos artísticos, técnicos y de diseño que permitieron seleccionar la ruta del Centro Histórico de Cali como la que se prototiparía en la app.

2.2 El proceso de narración/interacción

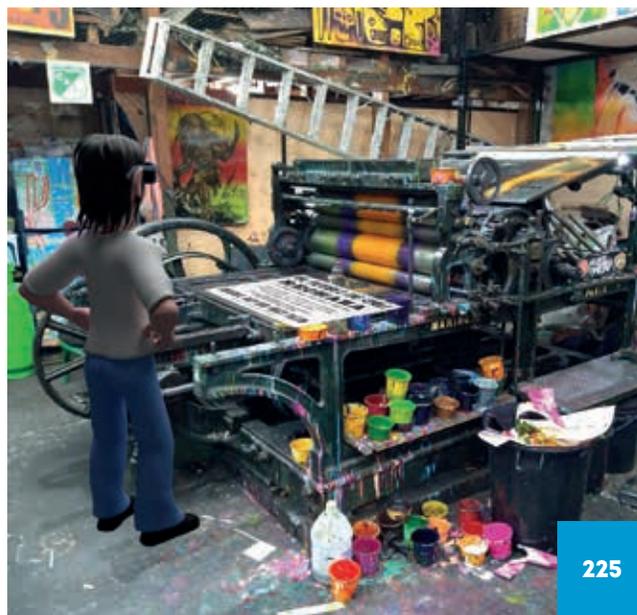
Con los textos de la ruta aprobados, y los requerimientos de imagen, audio y texto suplidos (incluso, con el diseño de las dos experiencias transmedia adelantadas: 1) en La Linterna, en la que el usuario haría un cartel con las máquinas centenarias de este colectivo de impresores, y 2) en el Teatro Experimental de Cali, en donde los usuarios asistirían al llegar al sitio a una mini obra de teatro escrita por A. Caicedo y actuada por los artistas del TEC, ambas experiencias transmedia planeadas para ser llevadas a cabo con cita previa a través de la app), se procedió a producir desde el equipo de ingeniería el código que permitiría soportar la aplicación con toda la funcionalidad necesaria (geolocalización, interfaz de navegación, mini juegos, triggers o disparadores que funcionaran automáticamente al entrar el usuario en un espacio físico con contenido aumentado en la app, etcétera), mientras el equipo artístico producía las imágenes, animaciones y demás contenido interactivo que relacionaría al usuario con la historia narrada, de manera virtual, aumentada o análoga.

Así, por ejemplo, se desarrolló una animación de Andrés Caicedo en La Linterna mientras se elaboraba un cartel muy recordado en su obra, pues el contenido textual de dicho cartel funciona como proclama en su novela *Que viva la música*, el mismo que luego es pegado en la pared de la antigua librería Signos, en donde el mismo Caicedo pegó este manifiesto vindicativo (Figs. 2, 2A-2B y 3, 3A).

Espacio analógico



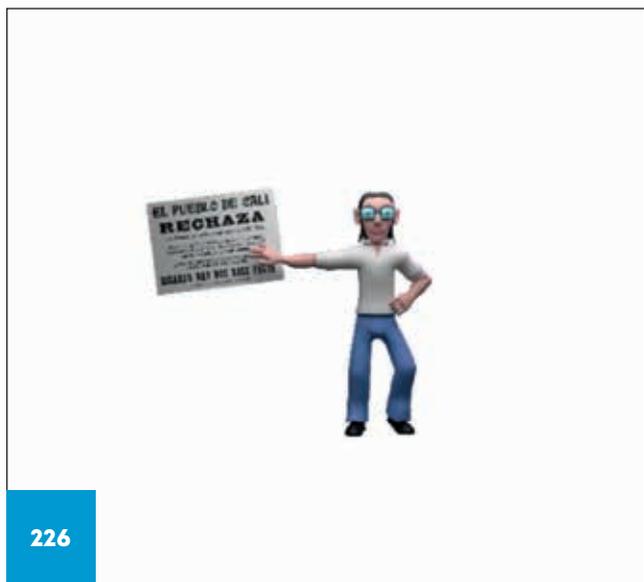
Mismo espacio con Realidad Aumentada





Figuras 2, 2A y 2B - Secuencia de imágenes de realidad aumentada sobre Taller “La Linterna” (Elaboración propia)

Imagen de Realidad Aumentada



Sobreposición en el entorno analógico



Figuras 3 y 3A - Animación en realidad aumentada de A. Caicedo pegando el cartel en muro de la antigua librería “Signos” (Elaboración propia)

Así, con el trabajo de mesa y de computador resuelto, se optó por evaluar con un grupo de estudiantes de la carrera de turismo de la PUJ Cali la navegación, empatía, interacción y demás aspectos a tener en cuenta durante las pruebas de usuario de la ruta “Viva la Sucursal”, con la historia cultural de un tramo de ciudad transitado hace más de cuatro décadas por Andrés Caicedo Estela.

3. Resultados

A finales de 2023 se llevaron a cabo dos salidas de campo con los dos segmentos de mercado definidos (turistas y estudiantes), realizando al final de cada recorrido grupo focales que cumplieran los criterios definidos por Kitzinger (1995). A continuación se describen los principales hallazgos surgidos tras la sistematización y análisis de los datos emic y etic obtenidos durante el estudio aquí presentado.

3.1 Lo visible y lo no visible en la ruta: o cómo mejorar la experiencia de usuario

Un hallazgo crucial en esta evaluación de la ruta fue la necesidad de contexto que la misma aplicación debe brindar al usuario. Un participante del grupo focal de “Turismo” afirmó que “la realidad aumentada es un punto relevante... interesante como para desviarse de la vía, pero requiere más contexto. Pues cuando es una calle donde no... pues ya no existe siquiera el mural, a diferencia de otros lugares donde hay una edificación, sí es necesario que le indiquen a uno lo que había antes” (Hombre, turista, 24 años).

En el grupo de estudiantes se les planteó lo dicho con anterioridad en el otro grupo, obteniéndose la siguiente respuesta: “Coincido con la figura que guíe... ese narrador que guíe la historia. O sea, desde el principio cuando yo escojo la ruta, que desde ahí encuentre a esa figura que me empieza a contar la historia. Digamos, la aplicación puede funcionar técnicamente, pero falta ese hilo que vaya conectando” (Mujer, estudiante, 19 años).

3.2 Lo sensorial en la ruta analógica y digital

El tiempo para transitar la ruta, en ambas salidas de validación, fue de dos horas aproximadamente. Se valoró de manera muy positiva por parte de ambos tipos de usuarios que “se parte y se termina en zonas principales de Cali, pues San Antonio y el Centro de Cali son icónicos en la ciudad” (Mujer, turista, 28 años).

Sin embargo, algunos/as estudiantes de turismo estiman que “hay que crearle un tiempo a la ruta para las actividades complementarias que se deben desarrollar... y lo otro es siempre ver en los tramos más largos, qué se va a ver mientras tanto para que el turista no se disperse ¿sí? Hacerlo más experiencial en esos espacios de recorridos largos” (Hombre, estudiante, 21 años).

Estas actividades complementarias pueden ser, según los participantes, “la parte gastronómica que es fuerte aquí en la ciudad, y la parte de naturaleza: tenemos zonas, o sea, corregimientos con la parte de avistamiento de aves, ecoturismo... otras cosas que se podrían aprovechar. Está la zona de Pance, la zona de la vía al mar que tienen más cosas que ofrecer... pero aquí, digamos, más en la ciudad está la zona del río, algo más práctico como una salida que se haga en cuestión de horas” (Hombre, estudiante, 20 años).

Un llamado a integrar a lo visual otras experiencias sensoriales, como las gustativas, olfativas o hápticas, fueron muy recurrentes en los grupos focales. Incluso algunos conectaron el sentido del oído a la ruta: “Me gusta la parte de la música, que obviamente tenía que ser música de aquella época” (Hombre, turista, 24 años).

Pero igual que la mayoría de los recorridos turísticos en la ciudad, la “Ruta Andrés Caicedo” sigue en deuda en lo referente a la inclusión de personas con alguna discapacidad, tanto auditiva como visual: “...lo que comenté ahora de los subtítulos, porque puede venir una persona que no escuche... con alguna discapacidad. Entonces estaría esa ayuda de los subtítulos, que saca como la burbujita, y que se reproduzca [el audio] al mismo tiempo. Eso sí lo veo yo necesario. O que se presente la opción: que no sea automático, sino que aparezcan los subtítulos como en YouTube, que uno los activa y salen” (Mujer, turista, 25 años).

Una idea poderosa que sale de este proceso de evaluación es integrar más servicios turísticos analógicos y digitales a la ruta a través de concesionarios o vendedores ambulantes: “Se le puede poner un toque social: organizar un grupo de chontadureros o chontadureras (interrumpe hombre: “o vendedores de guarapo”) Ahhh, eso! Gente así! Qué bonito sería (interrumpe mujer: “Que eso ya no se ve...”). Nooo, uyyy, el vendedor de guarapo con el uniforme de “Viva” (la Sucursal) aquí (señala el pecho)”. (Mujer, estudiante, 21 años).

Y es que el nuevo sensorium, que según W. Benjamin ayuda a describir el cambio de la tecnología y su relación con las percepciones sociales, movilizó en usuarios distintos ideas y distintos tipos de existencia de la “obra por hacer”, aunque partiendo de lo que Souriau (2017) ha llamado un “proceso de instauración”, que es la ruta misma: los elementos fenoménicos, imaginarios y virtuales recobrados a través de esta evaluación de la Ruta Andrés Caicedo, llevaron a los/las participantes a concebir otros usos y posibilidades futuras de esta “gramática existencial”: “Yo, el sueño de esto sería que conectáramos con otra ruta de otros Narradores y nos fuéramos al Valle [del Cauca] y... y a todo lado... o sea, volver esto un entramado de rutas. Como cuando uno ve uno de esos mapas del metro que están así... es más, se podría sacar una versión de ese tipo de mapa para cuando hubiera más rutas” (Hombre, turista, 43 años).

3.3 Arte, arquitectura y diseño durante la ruta

Un hecho crucial durante el recorrido es la interacción con el entorno urbano. Es por tal motivo que a algunos/as participantes en los grupos focales les parece altamente significativo “qué se cuenta cuando la gente se está desplazando, por ejemplo, ahí tenemos un mural que les parezca interesante... así sea pararse ahí y verlo, o hablar de él: quién lo hizo o que representa esa imagen.” (Hombre, turista, 28 años).

Por eso, la arquitectura y el Street art son piezas artísticas que deben ser mejor aprovechadas en la versión final de la ruta: “En la Plaza de Caycedo se hizo un reconocimiento de varias edificaciones, entonces también sacarle provecho a eso porque hay muchísimas historias allí en la parte del centro por contar: hay diferentes estilos de arquitectura que se pueden aprovechar y también la misma plaza...” (Hombre, estudiante, 21 años). Esto se podría aprovechar para superponer otras narrativas inmersivas y otros volúmenes de interacción espacial y digital.

En términos de salvaguarda patrimonial, la ruta obtiene una muy buena valoración por parte de los/as estudiantes caleños, quienes no visitan periódicamente el centro histórico de la ciudad: “he tenido la oportunidad de venir ahora hasta el centro y creo... pues, chévere que se gesten estos proyectos por que van a cambiar esa visión que se tiene del centro [de Cali], pues no se ha trabajado ni se ha respetado ningún patrimonio, como debería ser” (Mujer, estudiante, 19 años).

Lo mismo ocurre con las nuevas expresiones artísticas: el muralismo, que ha tomado las avenidas y calles principales de la ciudad; la música, que ha reactivado el movimiento de la salsa como música insignia de Cali; y la gastronomía y las estéticas vanguardistas y populares, que hacen del centro de la ciudad un crisol de manifestaciones culturales que resignifican el espacio público, y que sorprenden a los visitantes nacionales e internacionales y a los propios caleños raizales.

3.4 Reconocimiento de A. Caicedo a partir de su Ruta

Uno de los principales hallazgos que deja el ejercicio de evaluación de la app es que no se necesita ser un fan o un seguidor acérrimo del autor que inspiró esta ruta de turismo cultural para disfrutar y conectarse genuinamente con los contenidos y

experiencias proporcionadas por el recorrido sobre la obra y persona de Andrés Caicedo: “Yo no me he leído la obra. Pero en cuanto a su ideología, siento que la ruta es muy acorde a él” (Mujer, estudiante, 18 años).

Sin embargo, parece necesario regresar al contexto, pues aunque Caicedo fue un creador de textos narrativos (literarios, teatrales, cinematográficos), no necesariamente es conocido por la mayoría de personas que habita o visita la ciudad que narró y plasmó en sus obras: “¿Cómo le damos contexto a las personas de quién era [A. Caicedo] sin necesidad de que se leyera alguna obra? Porque va a haber gente que por el solo hecho de que la ruta está va a decir ‘¡La hago!’, pero hay mucha juventud que no conoce todo eso... porque la verdad a mí me interesa, me parece... pero... [soy] totalmente ajeno a mucho contexto” (Hombre, turista, 28 años).

Por esto es necesario, según los/las usuarios/as, activar la ruta tanto digital como analógicamente, pues los aliados en el camino (establecimientos, personas o autoridades de turismo de la ciudad) son los mejores contextualizadores en cada parada prevista u ocasional que encuentre un transeúnte embebido en el recorrido.

4. Conclusiones y discusión

Las aporías de los tiempos y los espacios idos son hoy por hoy, gracias a las artes y magias de las tecnologías inmersivas y virtuales, cada vez menos hipotéticas, más habituales y mejor habitadas por nuevas hordas de transeúntes ciudadanos contemporáneos. Este proyecto, llevado a cabo en Cali-Colombia, ha intentado entrar a esa ciudad textual narrada por Andrés Caicedo, pero sabiendo que esos lugares referidos por él —ya por demolición o por deconstrucción— ahora son otros. Aunque se haya perdido el referente físico en una de sus especificidades de “realidad”, es posible reconstruir nuevos atributos mediante otras formas de realidad: las narrativas inmersivas y el arte interactivo es una manera conveniente y sugerente de hacer vivir a flâneurs actuales la ciudad relatada por Caicedo en sus cuentos, novelas, dramas teatrales y demás obra literaria, sean o no conocedores o seguidores de dicha producción artística.

Las nuevas formas de representar la experiencia vital y creativa del escritor/narrador en la Ruta Andrés Caicedo ya no acude al convencionalismo del guion turístico o de la clase magistral: la aplicación, que está en su etapa de desa-



rollo beta, pretende que sus usuarios recorran a su propio aire y con una pléyade de posibilidades futuras (entrecruces con otras rutas virtualizadas de otras/os narradoras/es caleñas/os relacionadas/os con las artes, las letras, el diseño, la música, la arquitectura, la fotografía...) las geografías de la ciudad contemporánea, con “capas” de realidad (aumentada y virtual) extemporáneas. El pasado cobrará vida ante los ojos de quienes la visiten a través del celular, pero con la posibilidad de hacerlo en el futuro próximo con gafas de realidad virtual, como las recientes Apple Vision Pro. Este desarrollo, cuya masificación y mayor usabilidad no se avizora lejana, permitirá articular narrativas inmersivas en formatos trans e hipermediales: la spreadability (expansión) y la drillability (perforación); la continuidad y coherencia de los mundos narrativos; la Inmmersion y la Extractability. El Worldbuilding, entre otros principios propuestos por H. Jenkins (según Scolarì, 2010), hace ya bastante tiempo como para comprender la profundidad que tiene lo digital en las metrópolis de hoy.

No se debe pasar por alto que el trabajo que aquí se presenta es una pequeña muestra de lo que se espera llevar a cabo en adelante: la cocreación del arte comprometido con las comunidades (Mat M.-F., Saidon, 2023) es un referente digno de ser explorado en el futuro. Tampoco se puede olvidar que el programa en el que se ha desarrollado la aplicación “Viva la Sucursal” fue elaborado en código abierto, por lo que se consideró la opción de incluir contenidos adicionales —tras un proceso riguroso de curaduría— a las rutas en ella alojadas, creados por otros/as usuarios/as y seguidores del escritor caleño y, más adelante, de cualquier otro narrador de las rutas en ella contenidas. Por eso, la creación desde su forma interactiva no será únicamente entre productores y usuarios, sino entre coproductores colectivos de las anécdotas, historias y experiencias culturales asociadas a la trashumancia por Cali, de la mano y con la compañía cómplice de un tal Andrés Caicedo.

Referencias

Adamopoulos, E., & Rinaudo, F. (2019). 3D interpretation and fusion of multidisciplinary data for heritage science: A review. *The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 42, 17-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.5194/isprs-archives-XLII-2-W15-17-2019>

Becattini, F., Bongini, P., Bulla, L., Bimbo, A. D., Marinucci, L., Mongiovi, M., & Presutti, V. (2023). VISCOUNTH: a large-scale multilingual visual question answering dataset for cultural heritage. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications and Applications*, 19(6), 1-20. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/3590773>

Beristáin Díaz, H. (1993). Enclaves, encastres, traslapes, espejos, dilataciones (la seducción de los abismos). *Acta Poética* Vol. 14 Núm. 1 Pág. 235-273

Boletín de datos y cifras turísticas de la ciudad de Cali, 2024. Volumen 1 / Número 1. Disponible en: <https://www.cali.gov.co/turismo/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=85072>

Boletín Puntos Turísticos – Septiembre a Noviembre 2023. Disponible en: <https://www.cali.gov.co/turismo/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=82030>

Chaparro Cardozo, E. (2011). Itinerarios de la gráfica popular Prácticas y sentidos en el espacio urbano. *Educación y Ciencia* Numero 14, 77-95.

Chaparro Cardozo, E. (2013). Apropiaciones de la gráfica popular urbana. *Desgnia*, 68-84.

Checa, A. M. & Castro, R. P. (2009). La gráfica popular Mexicana: Comunicación, diseño y paisaje urbano. *Gazeta de Antropología*, (24) 2, (pág.15- 45).

Cizek, K. (2016). Towards a VR Manifesto. *Immerse*. Recuperado de: <https://immerse.news/towards-a-vr-manifesto-b97aca901192> (17/6/2024)

Delgado, T. C., Beltrán, E. M., Ballesteros, M., & Salcedo, J. P. (2015). La investigación-creación como escenario de convergencia entre modos de generación de conocimiento. *Iconofacto*, 11(17), 10-28.

Fabbroni, M. (2020). Tecnologías inmersivas y destinos turísticos: diseño de experiencias interactivas. Estudio de caso: Sendero Interpretativo Parque Nacional Lanín. VI Congreso Internacional y XVII Congreso Nacional de Investigación y Servicio. Universidad Autónoma Chapingo, Texcoco/México. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/345908482_Tecnologias_inmersivas_y_destinos_turisticos_diseno_de_experiencias_interactivas_Estudio_de_caso_Sendero_Interpretativo_Parque_Nacional_Lanin

Fernández, C. (2012). La literatura en el Media Art: Instalaciones interactivas y experiencias multisensoriales.

ICONO 14, Revista de Comunicación y Tecnologías emergentes, vol. 10, núm. 2, julio-diciembre. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556580004.pdf>

Guerrero Nieto, Y., & Rodríguez, C. (2018). Aproximaciones a las nociones del territorio: ciudad, sentidos, mapas e imaginarios. *Calle 14: revista de investigación en el campo del arte*, 188-204.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review. Recuperado de: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> (29/05/2024)

Kitzinger, J. (1995). Qualitative Research: Introducing focus groups. *BMJ*, 311(7000), 299-302. <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>

Mat M.-F., Saidon H.-J., Saimon R., Aman-Leong S.-N. ., Ahmad-Zahari Z. . y Al-Nahari N.-N. (2023). Co-creation Method: The Role of Arts towards Impacting the Quality of Well-being. *Arte, Individuo y Sociedad*, 35(2), 631-646. <https://doi.org/10.5209/aris.84535>

Nigel, D. & Long, P. (2004). *Creativity, the visual arts and tourism. Tourism and the Creative Industries*. Routledge.

Resnick, M. (2007). *Learning & Leading with Technology*, December/January, ISTE (International Society for Technology in iste@iste.org, www.iste.org)

Rogovsky, C. y Arréquez, S. (2002). Gamificación y narrativas inmersivas como enfoque de enseñanza: experiencias completas y complejas en las aulas. Seminario RUEDA

2022. Mar del Plata, Argentina. Disponible en: <http://www.pent.org.ar/institucional/publicaciones/gamificacion-narrativas-inmersivas-como-enfoque-ensenanza-experiencias-c>

Scolari, C (2010). *Narrativas transmedia: 15 principios*. Recuperado el 18 de junio de 2024, de <https://hipermediaciones.com/2010/02/04/narrativas-transmedia-15/>

Scopigno, R. (2021). Mixing visual media for cultural heritage. En Maria Shehade y Theopisti Stylianou-Lambert (eds.). *Emerging Technologies and the Digital Transformation of Museums and Heritage Sites* (pp. 297-315). Springer.

Scopigno, R., Callieri, M., Cignoni, P., Corsini, M., Dellepiane, M., Ponchio, F., & Ranzuglia, G. (2011). 3D models for cultural heritage: Beyond plain visualization. *Computer*, 44(7), 48-55. DOI: <http://dx.doi.org/10.1109/MC.2011.196>

Souriau, E. (2017). *Los diferentes modos de existencia – del modo de existencia de la obra por hacer*. Editorial Cactus. CABA.

Young, P. (2022). *Tourism and visual culture*. En Eric G. E. Zuelow y Kevin J. James (eds.). *The Oxford Handbook of Tourism History*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190889555.013.13>