

CREACIÓN DE RECORRIDOS VIRTUALES 360 ORIENTADOS AL TURISMO

Omar Nieva García, Patricia Luna González, Jesús Arellano Pimentel

RESUMEN

Se muestra la obtención de recorridos virtuales como mecanismo de promoción turística, a través de una metodología de tres etapas (recolección, preprocesamiento y procesamiento de datos). Así mismo, mediante el uso de hardware y software de bajo costo se ejemplifica el desarrollo de un recorrido virtual 360, que permite situar al usuario en el centro de diversos lugares turísticos y desplazarse como si físicamente estuviera en el lugar a través de dispositivos como celulares, tabletas y computadoras conectados a internet.

PALABRAS CLAVE:

Recorrido virtual, Fotografía 360, Turismo virtual

INTRODUCCIÓN

El turismo virtual es aquel que haciendo uso de la tecnología permite el acercamiento a posibles destinos como museos, zonas arqueológicas, sitios históricos, entre otros, despertando el interés de posibles visitantes.

Entre las tecnologías que permiten la promoción turística virtual se encuentran los Recorridos Virtuales de 360° (RV360), que han sido impulsados y desarrollados en años recientes por aplicaciones tecnológicas como Google Street View y Google Arts & Culture¹.

JUSTIFICACIÓN

Utilizar tecnologías ofertadas por empresas orientadas al desarrollo de RV360 puede ser prohibitiva por razones de costo de hospedaje, de licencias de aplicaciones y la compatibilidad del hardware.

Este trabajo ofrece una alternativa de bajo costo para el diseño, desarrollo y puesta en marcha de un RV360 con fines de promoción turística a través de la virtualidad.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Plantear una alternativa tecnológica para el desarrollo de RV360 orientados al turismo

Objetivos específicos:

- Identificar una metodología que guíe el desarrollo de un RV360
- Analizar opciones de software para la creación de un RV360
- Desarrollar un prototipo RV360 orientado al turismo

Referencias

- 1) Reigosa Lombao, C. (2021). Google Arts & Culture y los museos virtuales: nuevas herramientas de difusión del patrimonio cultural. En I Simposio anual de Patrimonio Natural y Cultural ICOMOS España. Editorial Universitat Politècnica de València. 157-162. <https://doi.org/10.4995/icomos2019.2020.11703>
- 2) Osten Bang Ping Mah, "Generating a virtual tour for the preservation of the (in)tangible cultural heritage of Tampines Chinese Temple in Singapore," Journal of Cultural Heritage, vol. 39, pp. 202–211, Septiembre 2019
- 3) Nieva García, O., Luna González, P., & Arellano Pimentel, J. (2022). Comparativa de características de software para la creación de recorridos virtuales 360 en Web. Revista De Investigación En Tecnologías De La Información, 9(19), 109–117. <https://doi.org/10.36825/RITI.09.19.009>

METODOLOGÍA

El trabajo desarrollado es de tipo cuantitativo, identificando metodologías orientadas al desarrollo de RV360 para al turismo (Fig.1), evaluando diversas plataformas de software para el diseño y despliegue de RV360 (Fig.2), y comparando opciones de cámaras digitales para capturar imágenes panorámicas para los recorridos virtuales (Fig.3).

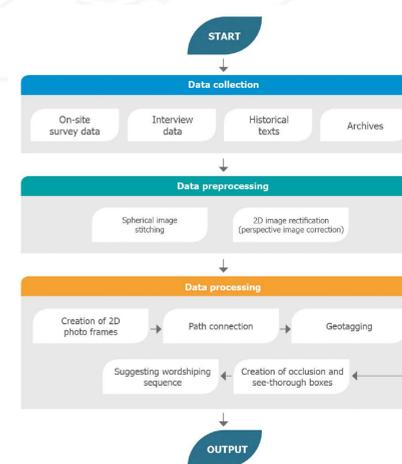


Fig. 1. Metodología seleccionada²

Cloud Pano	https://www.cloudpano.com
Divein.studio	https://www.divein.studio
Lapentor	https://lapentor.com
Marzipano	https://www.marzipano.net
VR-easy	https://vr-easy.com/platform/

Fig. 2. Plataformas para RV360³



Fig. 3. Cámaras digitales 360°

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con la metodología seleccionada se pueden crear RV360 orientados al turismo en tres fases:

Primera.- Recolección de información a desplegar dentro del RV360 (documentos, imágenes, videos).

Segunda.- Identificación de las áreas para la toma de imágenes panorámicas (Insta 360 X).

Tercera.- Reunión de los elementos anteriores en un RV360 a través de un software (Marzipano) para su visualización a través de internet (Fig. 4).

Puede consultarse el prototipo obtenido en:



Fig.4. Fases 1-2-3 del proceso RV360

CONCLUSIÓN

Aplicando la metodología seleccionada, así como el software y hardware de bajo costo, se ha obtenido un RV360 para la promoción turística a través de la virtualidad. Este recorrido permite destacar diversas ubicaciones de nuestro caso de estudio, así como información relevante que busca despertar el interés de futuros visitantes con acceso a internet mediante el uso de un celular, tableta o computadora. La propuesta aquí presentada puede adaptarse a diversas áreas de la industria turística tales como hoteles, sitios históricos, museos, etc.