

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN APLICADAS AL TURISMO CULTURAL

CARLOS ALBERTO JIMÉNEZ JIMÉNEZ¹



¹ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Comunicación Social, Coordinación Nacional de Innovación y Calidad, <http://www.conaculta.gob.mx/>.

RESUMEN

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) han sido una plataforma en la que información, dispositivos y canales de comunicación convergen para satisfacer las necesidades de un mayor número de personas. Dentro de las TIC encontramos tecnologías cuyo objetivo es la prestación de servicios digitales a la sociedad, como portales web y aplicaciones móviles.

Dos proyectos de TIC, coordinados por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y en conjunto con otras organizaciones, procuran difundir la cultura de México y, por consiguiente, incentivar la afluencia de turismo cultural, nacional e internacional: México es Cultura, una plataforma multicanal de comunicación cuyo objetivo es difundir la información de las actividades y los recintos culturales de la República Mexicana, logrando vincular a la sociedad con la cultura a través de un geoportal, una línea telefónica gratuita (01 800 CULTURA), descarga de aplicaciones móviles para *i-Phone*, *i-Pad*, *Blackberry*, *Android* y el uso de las redes sociales *Facebook* y *Twitter*; y Museos Interactivos, donde el CONACULTA, el INBA y el INAH suman esfuerzos para desarrollar portales web de cada museo presentando, de forma dinámica, la información del recinto, todo lo que el visitante necesita saber, colecciones, exposiciones, actividades culturales y —dentro de la sección Museo Digital—, recursos multimedia e interactivos como son recorridos en 3D y vistas de 360 grados, fotografías de alta resolución y aplicaciones de realidad aumentada.

ABSTRACT

ICT has been a platform where information, devices and communication channels converge to provide access to a larger number people, achieving the satisfaction of their needs. Within the ICT we find technologies that provide digital services to the society, such as Web portals and mobile applications.

This is the case of two ICT projects coordinated by CONACULTA, which work together with other organizations, the objective is to spread the culture of Mexico and, therefore, encourage the influx of cultural tourism, national and international. México es Cultura project is a multichannel platform of communication which aims to spread information of cultural activities and precincts of Mexico by connecting people to culture, through a geo-portal, a toll-free telephone number 01 800 CULTURA, mobile applications for i-Phone, i-Pad, Blackberry, Android and the social networks Facebook and Twitter. The second project is Interactive Museums, in this, CONACULTA, INBA and INAH join forces to develop Websites of each museum presenting, dynamically, the information of the precinct, collections, exhibitions, cultural activities and, within the Digital Museum section, multimedia resources such as 3D tours and 360 degree views, high-resolution photos and augmented reality applications.

Palabras clave: TIC, Turismo cultural, México es Cultura, Museos Interactivos, Conaculta.

Key Words: ICT, Cultural Tourism, México es Cultura, Interactive Museums Conaculta.

ANTECEDENTES

El CONACULTA es un organismo creado para coordinar las políticas e instituciones de carácter cultural y artístico. Asimismo, se encarga de preservar de forma integral el patrimonio cultural de la Nación en sus diversas manifestaciones artísticas y culturales, así como de estimular los programas orientados a la creación, desarrollo y esparcimiento de las mismas. Las acciones del CONACULTA están encaminadas a mantener un compromiso profesional que beneficie a toda la sociedad mexicana con la promoción y la difusión de todo el sector cultural y artístico.²

Actualmente el CONACULTA está constituido por 21 unidades administrativas (Dirección General de Bibliotecas, Dirección General del Centro Nacional de las Artes, Dirección General del Centro Cultural Helénico, Festival Internacional Cervantino, etc.), coordina 10 entidades públicas (Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Bellas Artes, Cineteca Nacional, Canal 22, Radio Educación, etc.) y participa como mandante en los esquemas tripartitos del Auditorio Nacional y el Antiguo Colegio de San Ildefonso.³

El patrimonio cultural de México es uno de los más vastos y diversos del mundo. Nuestro país ocupa, junto con India y el Reino Unido, el sexto lugar (y primero en América) en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, sólo después de Italia, España, China, Alemania y Francia. Con 27 sitios inscritos, posee 3.2% del total mundial, que asciende a 851 sitios. Algunos de estos sitios, en muchos casos emblemáticos en el ámbito mundial, son parte de las 173 zonas arqueológicas abiertas en 27 estados de la República y el Distrito Federal.

Desde el punto de vista de los acervos que resguardan, los museos constituyen otra vertiente de infraestructura de patrimonio cultural. En México hay 1,107 museos, entre los que se cuentan los 113 a cargo del Instituto Nacional de Antropología e Historia y los 18 que opera el Instituto Nacional de Bellas Artes. Las zonas arqueológicas y los museos son los espacios culturales que más visitantes reciben en el país.

La riqueza patrimonial de México está también diseminada en las calles de sus ciudades y poblaciones y en numerosos espacios de la geografía nacional. Más de 113,000 monumentos con valor histórico de los siglos XVI al XIX y más de 16,000

² Sitio Web Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, en www.conaculta.gob.mx/acerca_de.php. Recuperado en septiembre 1 de 2011.

³ Programa Nacional de Cultura 2007-2012, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, en www.conaculta.gob.mx/wp-content/uploads/2008/09/pnc2007_20121.pdf pp. 24-26. Recuperado en septiembre 1 de 2011.

con valor artístico del siglo XX conforman zonas monumentales, áreas históricas y fisonomías urbanas de una gran diversidad y marcado carácter propio.⁴

El Sistema de Información Cultural de CONACULTA tiene registrados 1,773 casas de cultura y centros culturales, 556 teatros y 7,211 bibliotecas de la Red Nacional en México. El país cuenta, por otro lado, con 1,251 librerías y puntos de venta de libros, la red más grande de librerías es la que opera EDUCAL, empresa adscrita al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, que cuenta con 82 sucursales en todo el territorio nacional.⁵

Respecto a la producción de portales web, CONACULTA cuenta con más de 100 sitios, de los cuales 35 presentan una cartelera propia de actividades culturales, 14 recorridos virtuales, 25 tienen acceso a videos y audios diversos como conciertos, programas de radio, entrevistas, videos de películas o fotografías, y 23 corresponden a museos.⁶

Del 2005 al 2010, los usuarios de Internet en México se incrementaron de 18 a 34.9 millones.⁷ En cuanto a la distribución de usuarios de Internet por grupos de edad, para 2010 se tiene: 10% para niños de 6 a 11 años, 27% para 12 a 17 años, 23% para 18 a 24 años, 17% para 25 a 34 años, 12% para 35 a 44 años, 7% para 45 a 54 años y 4% más de 55 años.⁸ Finalmente, los dispositivos más utilizados por los internautas mexicanos para conectarse a Internet son: PC (68%), laptop (67%), Smartphones (26%), teléfonos celulares (19%), dispositivos móviles (12%) y el resto a través de consolas de videojuego, tabletas, aparatos electrónicos y otros dispositivos (25%).⁹

ESTRATEGIA

Retomando algunas de las funciones esenciales del CONACULTA, podemos destacar la preservación del patrimonio cultural de la Nación y la promoción y difusión del sector cultural y artístico. A través del turismo cultural se logrará impulsar y alcanzar la realización de las tareas del Consejo, lo cual implica generar en las personas una experiencia educativa placentera o contacto con el tejido social de la región y las peculiaridades de su patrimonio. Ello debe posicionar al componente cultural cada vez más en la actividad y los proyectos de las entidades generadoras de productos turísticos.¹⁰

⁴ *Idem*, p. 38.

⁵ *Idem*, p. 63.

⁶ Fuente: elaboración propia.

⁷ Fuente: Cifras calculadas por COFETEL al mes de diciembre 2010, con base en información de INEGI. Recuperado en 2011, de: <http://www.amipci.org.mx/temp/Habitos2011AMIPCI-VersionEjecutiva-000834300130679434IOB.pdf>

⁸ Fuente: INEGI-Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH), 2010. Recuperado en septiembre 2 de 2011, de: <http://www.amipci.org.mx/temp/Habitos2011AMIPCI-VersionEjecutiva-000834300130679434IOB.pdf>

⁹ Fuente: Elogia, sobre una base de 1149 entrevistados. Recuperado en septiembre 2 de 2011, de: <http://www.amipci.org.mx/temp/Habitos2011AMIPCI-VersionEjecutiva-000834300130679434IOB.pdf>

¹⁰ Programa Nacional de Cultura 2007-2012, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, p. 147. Recuperado en septiembre 1 de 2011, de: http://www.conaculta.gob.mx/wp-content/uploads/2008/09/pnc2007_20121.pdf

Uno de los principales instrumentos en que los organismos del Consejo han basado su estrategia de difusión y promoción son los portales electrónicos o sitios web, que por su dinamismo, alcance y bajo costo han logrado acaparar buena parte de esta labor. El Consejo cuenta con más de 100 sitios que ofrecen contenidos diversos, destacando la información de carteleras culturales y los recintos donde se llevan a cabo, cuya consulta generalmente se hace en la página propia de cada institución. Pero si quisiéramos crear una modalidad distinta de consulta, donde el usuario tuviera acceso a toda la información de actividades y recintos desde un solo portal, con una sola base de datos, podríamos aprovechar modalidades de búsqueda como son: por palabra clave, por tema, por institución, etc. Además lograríamos estandarizar la forma de registro para todas las instituciones, complementado el contenido con recursos multimedia como fotografías, audios, videos, aplicaciones interactivas, o modelos 3D. Todo esto a través de un Sistema Administrador de Contenidos (CMS) en el que cada institución podría integrar su información bajo lineamientos perfectamente establecidos.

Para el caso de los sitios web de museos, se podría retomar la idea de organizar y homogeneizar la información. Es importante que todos los portales muestren la información de sus secciones de manera estructurada y ordenada, a fin de lograr que los visitantes tengan una identificación clara de los contenidos y sea más fácil realizar una consulta, sin perder —por supuesto— la identidad de cada uno de ellos. Con un diseño común, lograríamos crear una identidad institucional para los museos del CONACULTA, INAH e INBA, mostrando el trabajo coordinado, organizado, incluyente y ordenado.

ACERCA DE LAS TIC

Se denomina Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de información, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética. El concepto de TIC surge como convergencia tecnológica de la electrónica, el software y las infraestructuras de telecomunicaciones.¹¹

¹¹ Grupo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Universidad Politécnica de Madrid, España, en www.gtictic.ssr.upm.es/demo/curtic/1tl101.htm. Recuperado

Las TIC ocupan un lugar indispensable en la sociedad y en la economía, son la plataforma sobre la cual información, dispositivos y canales de comunicación convergen en un punto en el cual cada vez más personas tienen acceso a la información, y es a través de Internet que es posible la comunicación entre personas de una misma localidad o pertenecientes a diferentes países, logrando con ello facilitar la vida de la gente.

El uso y el acceso a la información son el objetivo principal de las TIC. El manejo de la información es cada vez más dependiente de la tecnología, ya que los crecientes volúmenes que se manejan y su carácter claramente multimedia obligan a un tratamiento con medios cada vez más sofisticados.¹² Los dispositivos más utilizados en México con accesibilidad a Internet han sido las PC, *laptops*, *Smartphones* y teléfonos móviles. Derivado de esto, podemos deducir que si deseamos crear *software* (aplicaciones) que proporcione servicios de TIC, que utilice como medio de transmisión el Internet, debemos enfocarlo a estos dispositivos para que la cultura llegue al mayor número de personas posible. Otro factor que debemos tomar en cuenta es el *target* o perfil de las personas que lo utilizan, considerar que son niños de 12 años hasta adultos de 44 años principalmente, y que año con año se incrementa de manera significativa el número de usuarios con acceso a Internet.

EL CASO DE MÉXICO ES CULTURA

México es Cultura es una plataforma multicanal de comunicación cuyo objetivo es difundir la información de las actividades y los recintos culturales de la República Mexicana. La primera etapa consistió en revisar todos los portales web de CONACULTA y sus organismos coordinados para definir los campos de información que se presentaban en todas las carteleras de actividades e información de recintos culturales, a fin de elaborar la estructura de la base de datos y definir la forma en que la información se ingresaría a través del CMS (tal estructura contempló la integración de los materiales multimedia). Posteriormente se desarrolló el CMS con personal propio de CONACULTA, y en forma paralela, el portal web público. El mismo CMS es capaz de nutrir de información al portal web y a los dispositivos móviles mediante el uso de *Web-*

¹² *Ibidem*, septiembre 10 de 2011.

services, los cuales son scripts que operan de forma automática y proporcionan la información requerida para cada dispositivo. La carga inicial de información estuvo enfocada a la integración de actividades y recintos de la Ciudad de México. El primer reto consistió en coordinar el trabajo de las organizaciones para lograr la integración de sus contenidos a través del CMS, lo que implicó realizar un trabajo de campo para dar a conocer los objetivos del servicio, describir claramente la operación del CMS, y capacitar a los usuarios para su utilización. Al final se logró el objetivo: gracias a un gran trabajo en equipo, se logró vincular la cultura con la sociedad empleando nuevas tecnologías. El siguiente paso fue incluir a instituciones culturales ajenas a CONACULTA tanto de la Ciudad de México como de otras ciudades de la República Mexicana. Hoy se tienen: Ciudad de México, Guanajuato, Mérida, Mexicali, Puebla, Querétaro, Tepetzotlán y Tijuana (véase Figura 1).



Figura 1. Portal México es Cultura (www.mexicoescultura.com)

La estructura del sitio es la de un Geoportal. Las actividades culturales se presentan en un esquema tradicional, como listado, mientras que los recintos se presentan en un mapa con cada elemento georreferenciado, es decir, con coordenadas geográficas, ambos en una misma pantalla (véase Figura 2). Al entrar al sitio inicialmente se selecciona la ciudad que se desea consultar, y a continuación se pueden realizar búsquedas por palabra clave, mediante la selección de un tema o categoría (cine, danza, exposiciones, museos, teatros, etc.), o bien, por un calendario. Adicionalmente se mostrarán de forma periódica recomendaciones de actividades culturales en el home y páginas interiores del sitio.



Figura 2. Presentación de Geoportal con listado de actividades culturales y mapa en una misma pantalla (www.mexicoescultura.com).

El sitio web se desarrolló para que fuera accesible a todo público en idiomas español e inglés, y desde cualquier navegador web. Se puede ver con mayor detalle una ficha de la actividad cultural seleccionada con información como fechas, horarios, precios, reseña, informes, fotos, etc. (véase Figura 3) y del lado del mapa se puede consultar: ubicación geográfica y foto del recinto,

Actividad cultural Información del recinto

Lola Álvarez Bravo y la fotografía de una época

Información general

Me gusta 4 Compartir Twitter 0

Categoría: Fotografía, Exposiciones

Recinto: **Museo Casa Estudio Diego Rivera y Frida Kahlo**
Diego Rivera 2 , Esquina con Altavista
Col. San Angel Inn
C.P. 1060, Deleg. Alvaro Obregón
Distrito Federal, México

Informes: (55) 5550 1518 y 5550 1189 / medr.difusion@inba.gob.mx

Público: General


Autor:
Director:
Reparto:

Horarios y precios: De martes a domingo, del 13 de octubre de 2011 al 17 de febrero de 2012, 10:00 - 18:00 hrs.
\$11 Entrada general, \$30 Costo adicional por uso de cámara fotográfica, Entrada libre a estudiantes, maestros y miembros del INAPAM con credencial vigente.

Ir al sitio Web

La muestra ofrece una revisión del trabajo artístico de Lola Álvarez Bravo; desde sus inicios, pasando por la clara influencia que ejerció sobre ella, su esposo Manuel Álvarez Bravo; sus aportaciones en el periodo en que se desarrolló como profesora de fotografía y la influencia que ejerció en sus alumnos. Se advierte de manera destacada el caso de Raúl Abarca y Mariana Yampolsky.

Se exhibirán fotografías de Lola y Manuel Álvarez Bravo. Así como de Mariana Yampolsky, Raúl Abarca y Raúl Conde, entre otros.



Agenda actividades al registrarte

Fechas y horarios disponibles:

Selecciona una fecha

Agendar

- Boletines de prensa
 - Retrospectiva sobre Lola Álvarez Bravo revisa su devenir creativo en la fotografía

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta)

Figura 3. Ficha de la exposición *Lola Álvarez Bravo y la fotografía de una época* (www.mexicoescultura.com).

domicilio, *Street View* de Google, información de contacto, fechas, horarios, precios, servicios, recorrido virtual e información general; es posible utilizar la funcionalidad de un GPS y obtener la traza de las mejores rutas en coche (véase Figura 4); los usuarios pueden crear su agenda personalizada de actividades culturales y organizar las fechas y horarios en los que acudirá, y podrán elegir la opción de enviarse la información a su correo electrónico.

El servicio Web está respaldado por una línea telefónica gratuita 01 800 CULTURA (01 800 285 88 72). Esta opción intenta, además de ofrecer mayor accesibilidad y una alternativa distinta, captar al público no familiarizado con el uso de páginas web y/o que se encuentra de paseo en la calle. Este servicio es atendido por “guías culturales” encargados de —en español o en inglés— orientar al ciudadano acerca de la oferta cultural que se tiene en México es Cultura.



Figura 5. Vínculo para descarga de aplicaciones móviles (www.mexicoescultura.com)

Un aspecto importante de mencionar es que el logotipo de México es Cultura utiliza el logotipo de “México” como Marca / País, iniciativa propuesta por el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) en el año 2005, el cual busca reforzar la posición de México ante el mundo, evolucionando su imagen gráfica en busca de una mayor proyección entre las naciones (véanse figuras 6 y 7). La idea es desarrollar una identidad de marca que comunique la actualidad de nuestro país, que evoque de forma sencilla nuestra fortaleza y que rompa estereotipos ante el mundo.¹³ El concepto de la Marca México busca proyectar la inmensa diversidad de nuestro país en términos de riqueza, calidez y alegría¹⁴; se busca renovar la imagen de la Marca México como destino turístico para proyectar una cualidad distintiva, apropiada y relevante al mercado nacional e internacional y representar la oferta global del país de forma consistente y unificada.¹⁵



Figura 6. Logotipo de México es Cultura (www.mexicoescultura.com)

¹³ CPTM, *Guía breve de uso de Marca México / País*, Consejo de Promoción Turística de México, p. 1, en www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/6589/4/Guia_basica_MEXICO.pdf. Recuperado en septiembre 10 de 2011.

¹⁴ *Idem*, p. 5

¹⁵ *Idem*, p. 3

¹⁶ Sitio Web Secretaría de la Función Pública, México, en http://portal.funcionpublica.gob.mx:8080/wb3/wb/SFP/pmg_gobierno_digital. Recuperado en septiembre 10 de 2011.

El reforzamiento de Marca / País por parte de CONACULTA a través de México es Cultura se focaliza en preservar, promover y difundir la cultura, haciendo uso de la estrategia del Gobierno Electrónico o Gobierno Digital, el cual plantea el uso de las TIC para mejorar los procesos administrativos y de entrega de servicios públicos.¹⁶ Con México es Cultura se ha desarrollado una estrategia para difundir y acercar la información de las actividades y recintos culturales al usuario nacional y extranjero con el uso de las nuevas tecnologías, de una manera efectiva y eficiente.

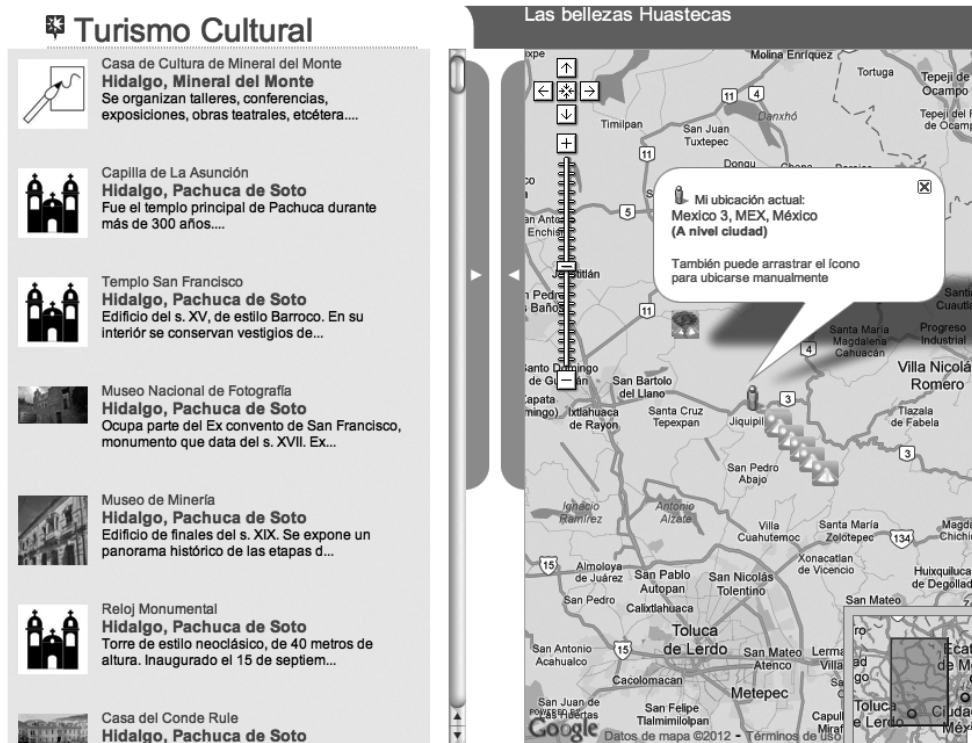


Figura 7. Turismo cultural en México es Cultura (www.mexicoescultura.com)

México es Cultura cuenta con una sección de “Turismo Cultural”, que nace con el propósito de complementar las Rutas de México (producto diseñado por la Secretaría de Turismo),¹⁷ y descubrir el turismo cultural de México en esas 10 rutas, mediante el uso de los mapas interactivos y de los servicios que México es Cultura ofrece. Se puede visualizar sobre el mapa el trazado de cada ruta cultural y conocer su ubicación. Además se puede consultar una ficha descriptiva de todos los espacios culturales contenidos en cada ruta (véase Figura 7).

MUSEOS INTERACTIVOS

Museos Interactivos es una iniciativa que busca hacer llegar la cultura a un mayor número de mexicanos a través de sitios web y nuevas tecnologías. CONACULTA, INAH e INBA suman esfuerzos para la creación de una red de museos interactivos a través de portales homogéneos, con identidad e imagen institucional. En cada portal se presenta información del recinto, información para los visitantes, colecciones, exposiciones, actividades culturales y, dentro de la sección Museo Digital, recursos multimedia e interactivos como recorridos en 3D y vistas 360 grados, fotografías de alta resolución y aplicaciones de realidad aumentada (véase Figura 8).¹⁸

¹⁷ En <http://rutasdemexico.visitmexico.com/wb2/>

¹⁸ “Conaculta presenta Museos Interactivos. Comunicado de prensa No. 1352”, México, 6 de Julio de 2011, en www.conaculta.gob.mx/sala_prensa_detalle.php?id=14398. Recuperado en 11 de septiembre de 2011.

Figura 8. Fotografía de alta resolución tomada de la exposición Metáforas de Luna: tradición y modernidad en el arte indígena (www.museoculturaspopulares.gob.mx)



El diseño e imagen de Museos Interactivos consistió en una plantilla formada por elementos comunes en todos los sitios; un encabezado dividido en tres partes, arriba los logotipos de CONACULTA, INAH, INBA y el de “Museos”, en la parte media el logotipo y nombre del museo, y en la parte baja un collage de imágenes que muestra las fotografías más representativas del museo a fin de que los visitantes tengan una vista rápida de lo que pueden encontrar. En la parte central o de contenido tenemos un menú base con opciones idénticas:

- Acerca del museo.
- Información al visitante.
- Colecciones.
- Exposiciones.
- Museo digital.

Pueden existir más opciones definidas de acuerdo con las características y perfil de cada museo, por ejemplo:

- Vida académica.
- Sala de prensa.
- Biblioteca.
- Otros espacios.

También en la zona de contenidos se pueden colocar actividades o piezas destacadas del museo a fin de darle dinamismo a la página; se pueden encontrar enlaces a redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube, y —finalmente— el pie de página contiene la dirección e información de contacto del museo.

El objetivo de utilizar la plantilla es lograr una imagen institucional, crear en los usuarios una sensación de familiaridad en todos los sitios y, facilitar la navegación. En algunas secciones será flexible, esto para adaptarse a la imagen propia que el museo quiere dar al exterior.

Dentro de la sección “Museo Digital” se reúnen todos los recursos multimedia e interactivos que se vayan generando de las colecciones, exposiciones temporales y otros materiales propios del recinto, con la intención de poder apreciar estos materiales desde otra perspectiva y mejorando la experiencia del usuario. Los visitantes podrán recorrer las salas o espacios del museo con vistas panorámicas en 360 grados; ver fotografías en alta resolución de obras con la opción de poder realizar acercamientos y apreciarlas con gran detalle; recorrer los espacios de museos y sus obras vistas en un ambiente de realidad virtual, como si estuviera caminando en el museo (y con la opción de estar viendo fotografías o videos, y escauchando audios); finalmente, se cuenta con el recurso de visualizar aplicaciones de realidad aumentada, que por medio de una webcam y un código impreso permite visualizar y manipular piezas del museo en 3D (véanse figuras 10 y 11).



Figura 10. Recorrido en 360 grados del vestíbulo del Museo Casa de Carranza (www.museocasadecarranza.gob.mx)



Figura 11. Recorrido virtual en 3D del ferrocarril 650 del Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos (www.museoferrocarrilesmexicanos.gob.mx)

Los Museos Interactivos desarrollados al momento son:

- Museo Nacional de Culturas Populares
www.museoculturaspopulares.gob.mx (véase Figura 12).
- Museo del Palacio de Bellas Artes
www.museopalaciodebellasartes.gob.mx.
- Museo Casa de Carranza
www.museocasadecarranza.gob.mx.
- Museo Nacional de los Ferrocarriles Mexicanos (véase Figura 13)
www.museoferrocarrilesmexicanos.gob.mx.

The screenshot shows the website interface for the Museo Nacional de Culturas Populares. At the top, there are logos for 'museos', 'Instituto Nacional de Bellas Artes', 'Instituto Nacional de Antropología e Historia', and 'CONACULTA'. The main header reads 'MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES'. Below this is a horizontal strip of images showing museum exhibits and architecture. The page is organized into several columns and sections:

- Left Sidebar:** A vertical menu with options like 'INICIO', 'ACERCA DEL MUSEO', 'INFORMACIÓN AL VISITANTE', 'COLECCIONES', 'EXPOSICIONES DEL MUSEO', 'VIDA ACADÉMICA', 'SALA DE PRENSA', 'MUSEO DIGITAL', and 'DIRECTORIO'. Below this is a 'CONACULTA' logo and 'Actividades FEBRERO 2012'.
- Top Navigation:** Social media links for Facebook (60 likes), Twitter (13 tweets), and a 'Compartir' (Share) button with various icons.
- PIEZA DEL MES (Piece of the Month):** Features a 'Prendedor para cabello' (hair comb) by an unknown author, made of silver and plastic, from a particular collection. Credit: Photograph by Michel Zabé.
- MUSEO DIGITAL:** Promotes an exhibition titled 'Metáforas de luna. Tradición y modernidad en el arte indígena'.
- ¿QUÉ HACER HOY? (What to do today?):** Lists events such as 'Dibujo cultural' at the Museo Nacional de Culturas Populares and 'Orquesta Típica de la Ciudad de México'.
- RECORRIDOS VIRTUALES (Virtual Tours):** Offers virtual tours like 'Los Tenangos' (recognition of a community) and 'Grafitti-Mural' (a graffiti tour).
- ACTIVIDAD CULTURAL (Cultural Activity):** Promotes an exhibition 'LAS PERLAS DE LA VIRGEN Y TUS LABIOS DE CORAL' (The Pearls of the Virgin and Your Lips of Coral) featuring indigenous adornments.

Figura 12. Portal Web del Museo Nacional de Culturas Populares (<http://museoculturaspopulares.gob.mx>).

¿QUÉ SIGUE?

Para el proyecto México es Cultura seguiremos buscando la participación de más ciudades e instituciones, integraremos materiales multimedia como fotogalerías, audios y videos, y lanzaremos la aplicación móvil para Windows Phone 7; dentro de “Turismo Cultural” integraremos las Rutas Gastronómicas. Dado que los contenidos se han ido incrementando, agregaremos un nuevo filtro de búsqueda para la ubicación (ciudad, municipio, delegación); desarrollaremos una aplicación móvil de realidad aumentada para poder saber qué recintos culturales están cerca de donde el usuario está ubicado, con la posibilidad de consultar sus actividades culturales.

En los Museos Interactivos se está trabajando en el desarrollo de cuatro museos más: Museo de Arte Carrillo Gil, Museo de El Carmen, Museo Mural Diego Rivera y Museo Nacional de Arte. Para el año 2012 la meta es desarrollar 10 museos más y la inclusión de más contenidos sobre todo para la sección de Museo Digital.

ATLAS TURÍSTICO-CULTURAL DE PATRIMONIO INMATERIAL DE LA REGIÓN SUR

NORMA LILÍ CÁRDENAS ZURITA ¹



¹Instituto Estatal de Cultura de Tabasco. Para mayor información sobre el Instituto, consultar www.iec.tabasco.gob.mx.

RESUMEN

El Atlas Turístico-Cultural de Patrimonio Inmaterial de la Región Sur es una plataforma web que permite identificar los festivales, fiestas populares, gastronomía, artesanías, música, danza y medicina tradicional de la región sur de México. Es un inventario confiable y al día de los recursos culturales inmateriales de interés turístico de los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

ABSTRACT

The document presents the Turisitic-cultural of heritage of the southern region Atlas, a web platform that allows to identify the festivals, popular parties, gastronomy, crafts, music, dance and traditional medicine in the southern region of Mexico as a reliable and uptaded inventory of cultural resources of tourist interest of the States of Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz and Yucatán.

Palabras clave: atlas, patrimonio, sureste.

Key words: Atlas, heritage, Southeast.

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de comprender a cabalidad el tema que nos ocupa, consideramos pertinente referirnos a las definiciones formales que han realizado ya organismos como el Centro de Estudios Superiores de Turismo y la propia Secretaría de Turismo, en el sentido de que el turismo cultural es “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

Por otro lado, sabemos bien que el concepto de turismo ha ido transformándose con el paso del tiempo y así, junto al tradicional turismo de sol y playa o turismo de masas, nacen otros conceptos como el de ecoturismo y el ya mencionado turismo cultural.

Por ello, la diversidad de culturas que conforman a la sociedad mexicana convierte a nuestro país en un destino atractivo para aquellos visitantes cuyas actividades relacionadas con el conocimiento del patrimonio cultural, en todas sus manifestaciones, resultan el elemento principal de su viaje.

Recordemos también que el Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, refleja que las actividades relacionadas con el patrimonio tangible representan 48 por ciento del total de actividades practicadas por el turismo nacional y 63 por ciento de los internacionales.

Por su parte, los elementos culturales intangibles son, por su propia naturaleza, más difíciles de identificar aunque su influencia se manifieste en un sentido general de impregnación del turista en la cultura visitada.

Por ejemplo, las zonas arqueológicas y los monumentos arquitectónicos resultan los principales atractivos entre los turistas motivados especialmente por la cultura, dejando en segundo plano aquellas relacionadas con el conocimiento de los usos y costumbres de la localidad, destacando la asistencia a las actividades en las que la degustación de la gastronomía regional constituye el elemento principal.

Las fiestas populares, las artesanías, los festivales, conciertos y espectáculos artísticos significan apenas un porcentaje menor entre los motivos considerados por el turista en la planeación de su viaje, lo que no significa necesaria-

mente una falta de interés, sino que refleja una falta de difusión y promoción de estas actividades.

Es decir, la información juega un papel importante en todo el proceso invertido por el visitante antes y durante su viaje; sin embargo, en la mayoría de las ocasiones la principal fuente de información es la recomendación de familiares y amigos.

Por otra parte, la creación de programas que articulen el trabajo de las dependencias y organizaciones responsables del turismo y la cultura de nuestro país se ha visto obstaculizada por un sentido ortodoxo de nuestro quehacer desde cada una de nuestras áreas.

De manera esquemática digamos que el sector turístico tiene como objetivo el desarrollo económico a partir de la generación de ingresos con base en la promoción del patrimonio cultural, mientras que los gestores y promotores culturales encaminamos nuestro trabajo a su conservación.

Por lo anterior, resulta de suma importancia unir esfuerzos para generar políticas públicas y programas de trabajo que permitan el aprovechamiento del patrimonio cultural en el ámbito del turismo, obteniendo los recursos para su conservación y desarrollo, sin dejar de lado su promoción y disfrute.

El Programa Nacional de Cultura 2007-2012, implementado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), incluye el “Eje 7. Cultura y Turismo”, teniendo entre sus objetivos el de “fomentar el turismo cultural como un instrumento detonador del desarrollo regional, que preserve el patrimonio, genere inversiones y contribuya a combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos”.

ATLAS TURÍSTICO-CULTURAL DE PATRIMONIO INMATERIAL DE LA REGIÓN SUR

En el marco del Fondo Regional de la Zona Sur que opera en coordinación con la Dirección General de Vinculación Cultural del Conaculta, los estados que integramos dicha región hemos desarrollado el proyecto Atlas turístico-cultural de patrimonio inmaterial de la Región Sur.

Este atlas es un producto de matiz turístico cultural, permite identificar los festivales, fiestas populares, gastronomía, arte popular, artesanías, música, danza y medicina tradicional de la región sur como un inventario confiable,

completo y al día de los recursos culturales inmateriales de interés turístico de los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Muestra de lo dicho son los Pueblos Mágicos reconocidos en nuestra región: Palizada en Campeche, San Cristóbal de las Casas en Chiapas, Bacalar en Quintana Roo, Tapijulapa en Tabasco, Coatepec en Veracruz e Izamal en Yucatán.

Además, la celebración de la Virgen de la Candelaria en Tlacotalpan, la Fiesta Grande y los Parachicos de Chiapa de Corzo, la Ceremonia de la Pesca de la Sardina en Tabasco, y la Travesía Sagrada Maya en honor a la diosa Ixchel, en Quintana Roo, son apenas una muestra de la riqueza de expresiones artísticas y culturales que se llevan a cabo en nuestra región.

Por otra parte, las muestras de arte contemporáneo en todas sus disciplinas cuentan con foros de expresión y difusión en los festivales que se realizan con proyección nacional e internacional; ejemplo de ello son las muestras nacionales de teatro que se llevan a cabo en Veracruz y Campeche, el Festival Internacional de Marimbistas en Chiapas, el Festival del Centro Histórico en Campeche, el Festival del Caribe en Quintana Roo, y el Encuentro Iberoamericano de Poesía Carlos Pellicer Cámara en Tabasco.

Volviendo al Atlas Turístico-Cultural de Patrimonio Inmaterial de la Región Sur, en esta primera etapa ofrece información relativa a fiestas tradicionales y culturales, tiene la particularidad de ser un producto concertado y trabajado diagonalmente más allá de estados e instituciones de una amplia región, y se plantea como una herramienta que sustente otros productos de orientación tanto a turistas como a estudiosos del patrimonio inmaterial de la zona.

Es un sitio web de fácil acceso en el que el usuario encuentra un lenguaje claro y preciso que le permite una rápida comprensión del contenido a través de elementos gráficos y multimedia incorporados para su consulta.

COMPONENTES DEL ATLAS

En el portal www.atlasregionsur.mx podemos encontrar de manera rápida y accesible el menú “Fiestas tradicionales y festivales”, de cada uno de los estados. En su portada podemos encontrar de manera inmediata y como elemento principal un banner interactivo desde cuya pestaña podemos ir al sitio anunciado.

Hemos instalado un mapa interactivo de Google Earth que nos ubica de manera directa en la localidad que queremos visitar direccionándonos al menú de “Fiestas y festivales”. Por ejemplo, vamos a Quintana Roo, al apartado de “Festivales”, podemos buscar el Festival del Caribe y encontramos la descripción de las actividades que se desarrollan, los datos de contacto y organizadores, fechas y lugares de realización.

Como se comprenderá, es indispensable contar con información complementaria que nos permita conocer el estado del tiempo del lugar que queremos visitar, así como información general de la localidad, por lo cual podemos conocer el estado del clima de los próximos cinco días en cada una de las localidades.

Desde el apartado “Atlas cultural” podemos consultar esta información, además de contar con banners que nos remiten a las dependencias de turismo estatales que permite a los visitantes contar con la herramienta de búsqueda de la infraestructura turística necesaria para su viaje.

El sitio cuenta con un buscador interno que detecta palabras y frases remitiéndonos de manera directa a la información que necesitamos; por ejemplo, si buscamos “junio musical”, nos remite al Festival Internacional Junio Musical en Xalapa, Veracruz. Además, desde el “Calendario” podemos tener una visión diaria, semanal y/o mensual de las actividades que se realizan en cada uno de los estados.

Para enriquecerlo se han instalado complementos multimedia como el de audio, con el que podemos transmitir programas de radio, cápsulas informativas o programas en vivo desde cada estado. “Atlas TV” ofrece la oportunidad de transmitir en vivo y en tiempo real los eventos que cada estado desea destacar, transmisiones que se pueden compartir a través de las redes sociales conocidas. Además cuenta con un espacio de sitios de interés, desde el cual podemos tener acceso a las dependencias de cultura y turismo estatales y federales, teniendo la oportunidad de incluir todas aquellas que coadyuvan en el quehacer de la cultura y el turismo, mientras que la utilización de aplicaciones de redes sociales, tales como *Facebook* y *Twitter* resultan ser un modo vanguardista de difusión, utilizado como un método estratégico de promoción de un sinnúmero de información.

Desde la portada podemos encontrar un contador que nos permite llevar un seguimiento y evaluar el número de visitantes a la página, además de tener una herramienta de suscripción que ofrece a los usuarios recibir en su correo electrónico la nueva información incluida en el Atlas.

Conocer las inquietudes de los visitantes para responder a sus dudas y solicitudes, constituye un quehacer diario para el beneficio del portal, por lo que desde “Escríbenos” tendremos la oportunidad de hacer llegar nuestros comentarios de manera directa a las páginas oficiales de las dependencias de cultura en cada estado.

La mejor manera de disfrutar del Atlas Turístico-Cultural de Patrimonio Inmaterial de la Región Sur es estando en él, por lo que los invitamos a que naveguen en nuestra página www.atlasregionsur.mx.

CONCLUSIÓN

La Región Sur de México no sólo cuenta con los destinos de playa más visitados, sino que es reconocida por su diversidad cultural y su quehacer artístico, ya que somos poseedores de una de las herencias más importantes del mundo: la cultura maya, que nos unifica y convierte la zona en un destino regional único.

Somos una región con una misma raíz cultural, pero al mismo tiempo con identidad propia en cada uno de nuestros estados e incluso en cada una de nuestras comunidades, por lo que festejamos la posibilidad de ofrecer este proyecto que tiene como fin el reconocimiento de nuestras identidades a través de la difusión respetuosa y ordenada de las manifestaciones culturales.