

03

**Virtual birding:
La democratización
del aviturismo. Una
propuesta desde el
diseño social**

Juan Pablo Pérez, Nicolás
Guatibonza, Juan Camilo
Moreno

Estudiantes de Diseño de la
Universidad de Los Andes,
Bogotá.

Introducción

Esta propuesta de diseño, se derivó de un concepto inicial basado en la democratización del avistamiento de aves y turismo científico para comunidades que no han tenido acceso a esta clase de experiencias. El aviturismo es entendido aquí como “la observación e identificación de aves en sus hábitats naturales” (Ministerio de Comercio, 2017). Este ha tenido en Colombia múltiples dificultades de carácter social, educativa y comunicativa que han impedido una aproximación experiencial del grueso de la población al aviturismo.

Un claro ejemplo, es el caso de las comunidades que viven en zonas aledañas a la Universidad de los Andes, como por ejemplo colegios. El proyecto en cuestión inició con la invitación de dichas comunidades a las instalaciones de una selección de campus universitarios y espacios de gran biodiversidad en Bogotá, con dos metas en particular. En primer lugar, potencialmente formar futuros guías turísticos locales. Por otro lado, se trataba de un esfuerzo por inculcar la idea de que existen más tipos de turismo en la ciudad que solo visitar museos.

El grupo de trabajo Virtual Birding posterior a identificar esta oportunidad, debió iniciar su aproximación al concepto de In-house Tourism a partir de la coyuntura dada del Covid 19 en marzo de 2020 y el confinamiento obligatorio de las personas a través de su comparación con varios modelos turísticos tradicionales. Ya en esta situación, se trató de aprovechar las herramientas presentes en el turismo para innovar desde la condición de cuarentena. A continuación, explicaremos el proceso realizado, además de los modelos utilizados para la argumentación sostenible y social de la propuesta.

Un modelo turístico

En primera instancia, se relacionó la propuesta directamente con el modelo denominado como todo incluido. De acuerdo con Jean Max Tavares y Metin Kozak (2015), el todo incluido es un mismo espacio que es utilizado para múltiples actividades, aprovechando sus características espaciales y materiales para maximizar la experiencia de los huéspedes. Un ejemplo común se puede ver en los hoteles costeros donde espacios como canchas de deportes, pueden servir también como lugares para hacer fogatas, espectáculos infantiles y otras actividades de ocio.

Asimismo, nos remitimos a algunas de las bases del producto turístico descritas en el Manual paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrados (Sernatur, 2015). Ideas como, por ejemplo, la elasticidad. Dicho término plantea que el turista planea sus

Juan Pablo
Pérez, Nicolás
Guatibonza,
Juan Camilo
Moreno

259

Virtual birding: La democratización del aviturismo. Una propuesta desde el diseño social

vacaciones basándose en sus intereses y capacidades económicas. En este sentido, desde el turismo in-house se tendría que formular una serie de criterios que otorguen esa autonomía de elección al usuario.

A modo de tercer criterio, el in-house tourism lo vinculamos con las tendencias de mercado encontradas en este manual con el fin de que estas primeras se pudieran visibilizar habitualmente en una experiencia turística. En concreto, las tendencias con mayor relación fueron las de: Segmentación de mercado, ya que es claro que aunque estemos en un entorno de confinamiento y distanciamiento, seguimos siendo muy plurales en gustos y hobbies; la tendencia del uso de nuevas tecnologías, que según el manual “facilita el acceso del usuario a los productos y destinos turísticos”. Este último elemento es de suma importancia en el contexto actual de aislamiento social, por lo que una solución de experiencia inmersiva inmediata puede hallarse en lo tecnológico y, sobre todo, en lo virtual.

De esta manera, se tomó como enfoque para el proyecto un modelo experiencial de turismo con realidad aumentada. Este planteamiento buscó resignificar en colectivo con nuestras familias, los espacios y contenidos de casa y conectarlos con localizaciones que tenían un alto valor para posibles usuarios objetivo.

Aviturismo y realidad aumentada

Una vez diseñada la herramienta que se utilizaría como medio para construir el proyecto, nos ocupamos de la actividad inicialmente estudiada en el proceso, esto es, el aviturismo. Al estar en espacios reducidos que imposibilitan la actividad de avistamiento de aves al cien por ciento, encontramos un alto valor en el hecho de trasladar una experiencia tradicionalmente física y tangible, en una nueva versión de experiencia virtual, que además se destacara por ser educativa y entretenida.

Esta herramienta tiene su valor social en el impacto que puede generar como soporte de las agencias e instituciones turísticas a futuro. Asimismo, puede ser beneficioso para cierto sector poblacional que

haya estado desempleado durante la cuarentena, como guías turísticos locales. El valor fundamental para los usuarios de esta plataforma es la democratización de una actividad turística usualmente ligada a un tipo muy particular de usuarios. Por lo anterior, podemos observar que gracias a una plataforma así se puede fomentar el interés por esta clase de actividades desde la casa y a toda clase de usuarios, independientemente de factores económicos o sociales y con el apoyo de muchos actores clave que aseguran una experiencia precisa.

Para el proceso de formulación del modelo sostenible de negocio de la plataforma de Virtual Birding, recurrimos a dos herramientas de diseño. En primer lugar, el Social Model Canvas, el cual nos permitió generar una integración sistémica que involucrara actores de la economía local colombiana como agencias y guías turísticos, así como también a las fuentes de conocimiento técnico y académico como colegios y universidades. Lo anterior, para tener un modelo auto sostenible, que permitiera que no fuera necesario el input de energía externa para poder activar nodos de este. Por otro lado, utilizamos el Prototype Canvas. Una herramienta que se enfoca en la planeación de todos los puntos de contacto de un usuario dentro de una experiencia. Esta herramienta, fue fundamental para entender que no todos los tipos de usuario de la plataforma tienen las mismas necesidades, dependiendo de su nivel de afición y conocimiento del aviturismo. En consideración a esto, la plataforma debe ofrecer experiencias adaptables a cualquier tipo de turista (PromPerú, 2014).

Conclusiones

Como grupo, nos quedaron aprendizajes desde tres perspectivas principales: El reto del aviturismo en general; el reto del aviturismo con relación al in-house tourism; el aviturismo con relación al papel de la tecnología en el turismo. En primer lugar, la coyuntura causada por el aislamiento obligatorio, si bien es una situación que dificulta de forma alarmante al sector turístico, también es una oportunidad

Juan Pablo
Pérez, Nicolás
Guatibonza,
Juan Camilo
Moreno

Virtual birding: La
democratización
del aviturismo.
Una propuesta
desde el diseño
social

de reinención del mismo. Adaptar el turismo a contextos fuera de lo común y aprovechar herramientas tecnológicas es una buena forma de renovar la actividad. El aviturismo en el contexto de la cuarentena es una vía para fomentar la actividad turística a partir de nuevas oportunidades de aprendizaje para actores que normalmente no están involucrados de forma constante con el tema.

Finalmente, en cuanto al papel de la tecnología en el turismo en época de cuarentena, pudimos observar que son justo estas herramientas las que pueden conectar más que nunca a las personas con espacios físicos, ya sirven como un puente digital a nuevos destinos y experiencias. La realidad aumentada, pensada como una experiencia con elementos con sentido, generan un valor alto a los usuarios que la aprovechan. Hacer uso de esta herramienta para resignificar los nuevos espacios cotidianos es una excelente vía para romper la monotonía que se ha creado con la rutina de cuarentena. Para terminar, pensar en Virtual Birding como una ruta para un aviturismo más amigable con el ecosistema es también una forma de reinventar las buenas prácticas del turismo sostenible. Incluir a la población escolar infantil como perfil objetivo dentro del proyecto es una manera responsable de: fomentar y distribuir conocimiento científico y académico a los niños e incluirlos en un ambiente de aprendizaje alternativo (creando una posible metodología de aprendizaje a través del turismo virtual).

Referencias bibliográficas

- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2014). Perfil de Observadores de Aves. Recuperado de: <https://www.promperu.gob.pe/Uploads/publicaciones/1005/TC-P->
- Ministerio de Industria y Comercio. (2017). Guía de Buenas Prácticas para el Aviturismo en Colombia. Bogotá. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2aaff59c-e5b5-45c7-b0e7-e78304e362f5>

SERNATUR. (2015). Manual Paso a Paso para el Diseño de Productos Turísticos Integrales. Recuperado de: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>.

Tavarez, J. M. & Kozak, M. (2015). Tourists preferences for the all-inclusive system and its impacts on the local economy. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), pp 7-23.

Juan Pablo
Pérez, Nicolás
Guatibonza,
Juan Camilo
Moreno

263

Virtual birding: La
democratización
del aviturismo.
Una propuesta
desde el diseño
social

