



STRAVALProject

“...for the promotion of local societies in latin america.”

Tecnologías, Personas y Valorización del Patrimonio

Gabriel H. Tolosa
tolosoft@unlu.edu.ar



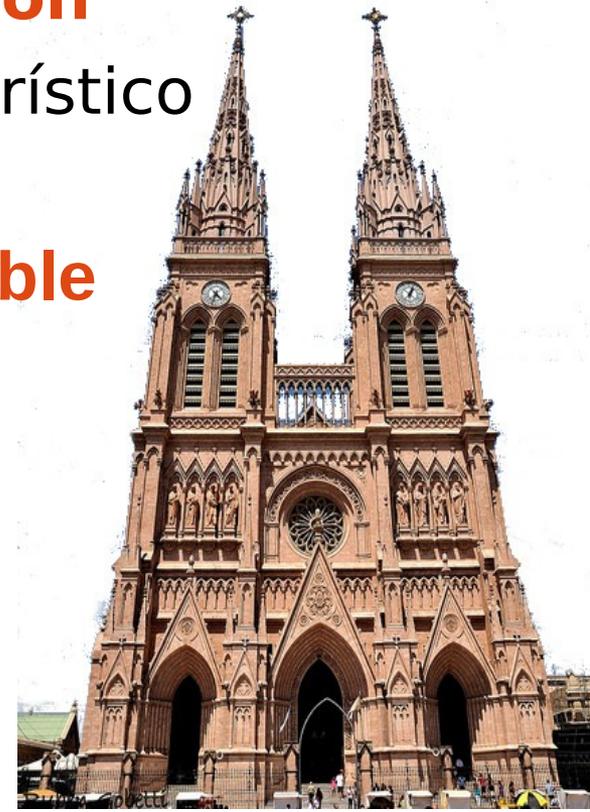
- Junio de 2013 -

» Patrimonio cultural/monumental

- Tiene un rol fundamental en la **identidad/historia** de un lugar
- Es un centro de **cultura** y **educación**
- Representa también un **recurso** turístico

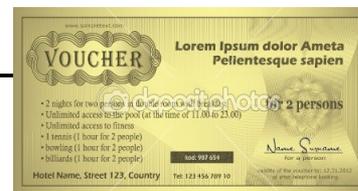
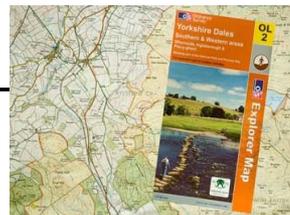
Por lo tanto, tiene que estar disponible y ser accesible para todos!

Incluso, con servicios
“agregados” y/o **“aumentados”**



» Servicios necesarios

- Los más importantes tienen que ver con la **completitud** y **amplitud** de la información provista
- Otros también son necesarios:
 - Tickets, reservas, vouchers, programas, navegación (mapas), publicidad...
- En general, las visitas a monumentos, ciudades, sitios arqueológicos... deben ser **informativas** y **estimulantes**.



» Un caso...

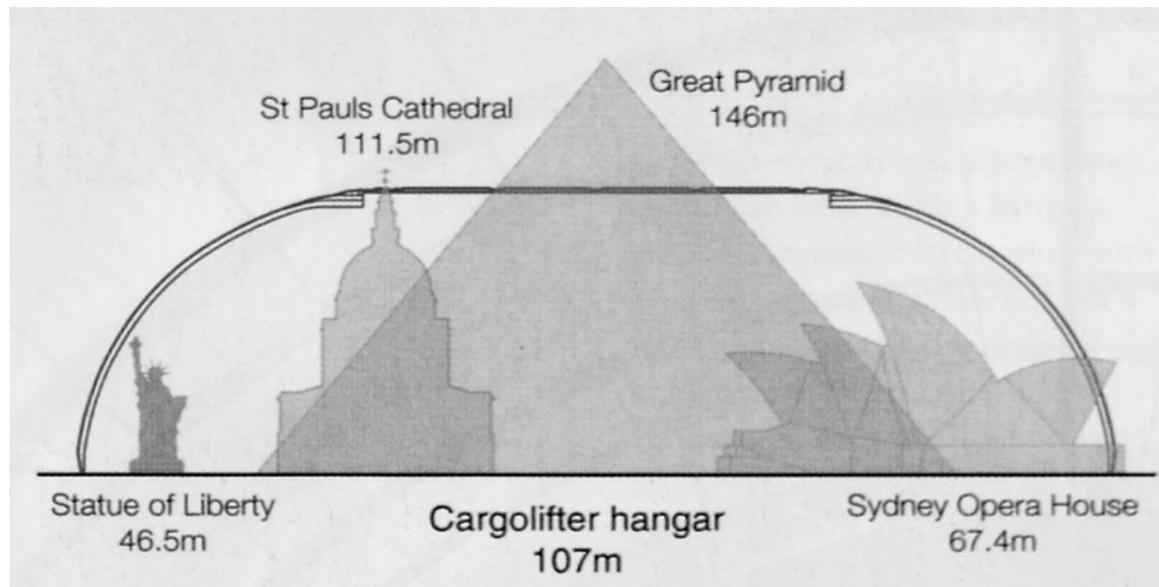
- Ciertas veces, los monumentos u objetos de interés están “**incompletos**”



- O resulta muy interesante poder verlos en su “**contexto original**” (por ejemplo, histórico)

» Por ejemplo...

- Tal vez, permitir comparaciones con otros “similares” (in situ)



» Por ejemplo...

Frente a un monumento u objeto de interés cultural es deseable contar con información **“asociada”** y **“personalizada”**, sin importar tiempo o espacio.



Para brindar estos servicios, las TIC ofrecen herramientas adecuadas en cada caso...

» Además...

- Los visitantes de un lugar turístico
 - Desean aprovechar su visita lo mejor posible
 - En promedio, están acostumbrado al manejo de “cierta” tecnología

Pero... que las **cosas** no sean “demasiado complicadas”

Se requieren interfaces universales y bien conocidas...



» Algunas ideas...



- Teléfono móvil
- Códigos QR
- Bluetooth
- IPTV
- “Superficies” interactivas
- Wi-fi Area
- Realidad Aumentada



El concepto/uso de la audioguía (estática) está superado desde hace mucho tiempo, pero...

» Una tecnología “al dedo”

- **Realidad Aumentada**

Una visión directa o indirecta de un entorno físico del **mundo real**, combinada con **elementos virtuales** para la creación de una **realidad mixta en tiempo real**.

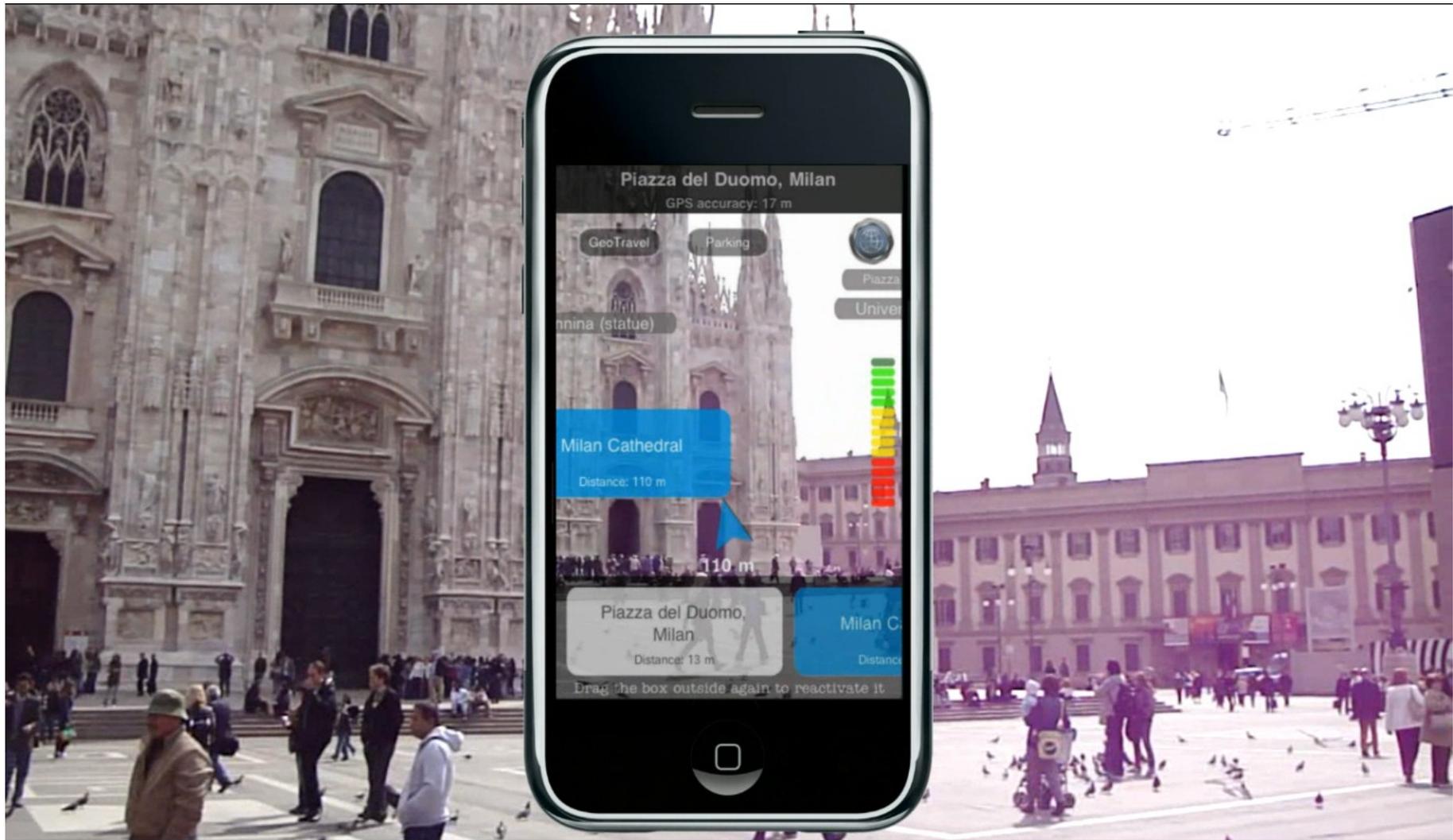


» Realidad Aumentada

Aplicada al turismo, enriquece la **experiencia** del visitante mejorando la visión del mundo a través de **información suplementaria** e **imágenes superpuestas**



» Un ejemplo



» Otro ejemplo



» Otro ejemplo



» Interfaces

- Display de mano (ej., teléfono móvil)
- Accesorio corporal (ej., anteojos)
- Display espacial (2D simple)



» Volviendo...



- Teléfono móvil
- Códigos QR
- Bluetooth
- IPTV
- “Superficies” interactivas
- Wi-fi Area
- Realidad Aumentada



Existen desafíos técnicos (menos) y de desarrollo económico/social



» Como Area de Investigación

- Búsquedas semánticas multiligüe
- Sistemas de recomendación sensibles al contexto
- Algoritmos para RI personalizada
- Modelización de usuarios y dominios
- Personalización de contenidos y presentación de resultados
- Fuentes de información externas
- Metodologías de evaluación
- Extracción de Información, Minería de Datos y Procesamiento del Lenguaje Natural
- Análisis de redes sociales

Exploration, Navigation and Retrieval
of Information in Cultural Heritage
ENRICH 2013 Workshop
1 August 2013





» Finalizando...

- En parte, la valoración del patrimonio depende de la **información** que se ofrece.
- Los enfoques actuales se basan en **personalización** y **contexto**.
- Como hemos visto, podemos “*aumentar*” la vista de un lugar, mejorando la percepción.
- Los desafíos principales no son técnicos.
- Las TIC son el medio para implementar nuevas ideas/servicios.
- Y colaborar con el slogan de STRAVAL:

“...for the promotion of local societies in latin america.”

