

EXPERIENCIAS INMERSIVAS EN DARK TOURISM: APLICACIÓN DE REALIDAD AUMENTADA EN IBARRA

IMMERSIVE EXPERIENCES IN DARK TOURISM: AUGMENTED REALITY
APPLICATION IN IBARRA

Recibido: 29/08/2024 – **Aceptado:** 11/11/2024

Dennis Victoria Ortiz Cumbal

Docente en la Universidad Técnica del Norte
Ibarra – Ecuador

Máster en Dirección y Planificación del Turismo
Universidad De Oviedo

dvortiz@utn.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3682-8670>

Kimberly Lizeth Cedeño Vinces

Investigador Independiente
Ibarra – Ecuador

Licenciada en Turismo
Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

klcedeno@pucesi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0003-2562-8961>

Victoria Geovanna Ruiz Erazo

Coordinadora carrera Turismo en línea en la Universidad Técnica del Norte
Ibarra – Ecuador

Master en Desarrollo Integral de Destinos Turísticos
Universidad de las Palmas de Gran Canaria

vgruiz@utn.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0202-9352>

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43.
<https://doi.org/10.32645/26028131.1304>



Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

Resumen

La ciudad de Ibarra revela un prometedor potencial para el desarrollo de atracciones turísticas, en especial en el ámbito del “dark tourism”, y más aún al aprovechar la tecnología de realidad aumentada. Esta oportunidad se presenta como un camino claro hacia la incorporación de dicha tecnología, abarcando no solo cementerios, sino también viviendas con historias de espíritus, leyendas y lugares relacionados con experiencias paranormales. La aplicación de esta tecnología se vislumbra como un factor competitivo tanto a nivel local como nacional, lo cual abarca beneficios significativos para toda la comunidad. Por consiguiente, el presente estudio propone la conceptualización de una ruta turística que integre lo paranormal y la innovación tecnológica. Para su desarrollo, se emplearon enfoques de investigación cualitativos y cuantitativos, integrando métodos analíticos, sintéticos y deductivos. Asimismo, se llevó a cabo un exhaustivo análisis bibliográfico, investigaciones de campo y comparativas, haciendo uso de técnicas como la observación, cuadros comparativos y encuestas. La muestra, compuesta por 64 turistas y residentes de Ibarra, se seleccionó de manera no probabilística por conveniencia. Los resultados obtenidos exponen información detallada sobre el grado de interés en el dark tourism y la realidad aumentada por parte de los encuestados. Con base en estos hallazgos, se plantea la creación de un prototipo de ruta turística en Ibarra que integrará la tecnología de realidad aumentada y el turismo oscuro, con el objetivo de atraer tanto a turistas como a residentes, proporcionándoles experiencias turísticas vanguardistas y fuera de lo común.

Palabras Clave: Turismo oscuro, Realidad aumentada, Ruta, Ibarra

Abstract

The city of Ibarra reveals a promising potential for the development of tourist attractions, especially in the field of “dark tourism” and even more so by taking advantage of augmented reality technology. This opportunity is presented as a clear path towards the incorporation of such technology, covering not only cemeteries, but also homes with stories of spirits, legends and places related to paranormal experiences. The application of this technology is seen as a competitive factor both locally and nationally, which encompasses significant benefits for the entire community. Therefore, the present study proposes the conceptualization of a tourist route that integrates the paranormal and the technological innovation. For its development, qualitative and quantitative research approaches were employed, integrating analytical, synthetic, and deductive methods. Likewise, and end exhaustive bibliographic analysis, field and comparative research were carried out, making use of techniques such as observation, comparative tables, and surveys. The sample, composed of 64 tourist and residents of Ibarra, was a non-probabilistically for convenience. The results obtained expose detailed information on the degree of interest in dark tourism and augmented reality by the participants. Based in these findings, the creation of a prototype of a tourist route in Ibarra that integrates augmented reality and dark tourism is proposed, with the aim of attracting both tourists and residents, providing them with avant-garde and unusual tourist experiences.

Kew Words: Dark tourism, Augmented reality, Route, Ibarra

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

Introducción

Dark Tourism traducido literalmente como Turismo Negro del anglicismo, es un término que tiene varios puntos de vista y distintos conceptos, Lennon y Foley fueron los primeros en definir el concepto de Dark Tourism, describiéndolo como la práctica turística que consiste en visitar sitios asociados a tragedias o desastres a gran escala. Desde entonces, este término ha evolucionado y abarca una amplia gama de experiencias, desde monumentos conmemorativos hasta museos históricos que recuerdan eventos traumáticos (Smith & Hartmann, 2022). Esta práctica turística recibe otras denominaciones en la literatura como “thanatourism”, “morbid tourism”, “disaster tourism”, “grief tourism”, “black spot tourism” y “phoenix tourism” (Körössy & Andrade de Lima, 2018). A pesar de que la muerte siempre despertó el interés de la humanidad a lo largo de la historia, su transformación en producto turístico caracteriza a la sociedad contemporánea. Las denominaciones anteriores atribuyen características distintivas a los atractivos principales de este tipo de turismo haciendo hincapié en el sufrimiento o nivel de violencia de los acontecimientos que allí sucedieron. De manera general se puede afirmar que el “Dark tourism significa visitar lugares relacionados con la muerte, desastres y el sufrimiento humano” (Iliev, 2021, p. 265), sin embargo, el hecho de estar vinculado con la muerte abre la puerta a la creencia de que este tipo de turismo se orienta más hacia un enfoque morboso, impulsado por intereses ocultos o sádicos, enfocado en satisfacer los aspectos más oscuros de la naturaleza humana.

Durante mucho tiempo, fue objeto de debate la creencia de que el Dark Tourism solo atrae a un público adulto debido a su mayor nivel de madurez. Sin embargo, en el artículo “Dark Tourism: Understanding the Concept and the Demand of New Experiences”, publicado por Khaydarova y Isheryakova (2022) en la Universidad Estatal de Bukhara, se afirma lo siguiente: Los viajeros interesados en experiencias de turismo oscuro provienen de varios grupos de edad, incluidos adultos mayores y jóvenes estudiantes. Algunos de ellos se sienten atraídos por los aspectos culturales e históricos de los lugares, otros buscan información más relacionada con la naturaleza. (p. 61)

En cuanto a los sitios emblemáticos de este tipo de turismo, se puede encontrar una gran diversidad de lugares, fenómenos y tradiciones que a menudo pasan desapercibidos, ya que están profundamente integrados en la identidad de una comunidad. De hecho, según los autores López y Broeck (2018) el Día de Muertos celebrado en México es un claro ejemplo de que el turismo negro no implica una práctica desagradable o enfermiza, sino más bien un homenaje y tributo a aquello que no comprendemos: la muerte. Además, esta tradición es considerada patrimonio oral e intangible.

Es importante señalar que muchas de las costumbres que se practican alrededor del mundo resultan extrañas para los visitantes, lo que genera especulaciones y debates sobre su pertinencia. Un ejemplo es el festival Vudú en Benín, África, como señala Jones (2021) “es un evento colorido y simbólico que enfrenta controversias debido a la asociación del vudú con la brujería maligna.” No obstante, muchos argumentan que no es tan dañino como se cree y que simplemente refleja la forma en que la comunidad interpreta los fenómenos sobrenaturales.

En 2015, el profesor e investigador Maximiliano Korstanje de la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina, planteó dos interesantes preguntas en su reseña titulada Turismo Negro y Crimen: “¿Es la curiosidad por estos sitios parte del sadismo propio del consumidor postmoderno? o ¿se trata simplemente de una nueva forma de comprender a la muerte?” (párr.

1). El objetivo de esta investigación fue comprender la fascinación por el turismo en lugares que expresan dolor y sufrimiento humano. Por otro lado, el profesor Derek Dalton, autor del libro *Dark Tourism and Crime* publicado en 2023, critica todo lo relacionado con este tema y sostiene que la curiosidad humana por la muerte es algo natural, y que el interés por comprender se manifiesta en diferentes formas. Aunque el libro se centra en los crímenes perpetrados por el hombre, como genocidios, torturas y masacres, también explora datos significativos desde una perspectiva psicológica sobre el entendimiento e interés por visitar estos lugares.

Además, la oferta de los destinos turísticos es muy variada y cada uno tiene características distintas, no todos se centran en visitas guiadas a lugares donde ocurrieron desastres naturales, castillos embrujados o rutas de guerra. Por lo tanto, los autores Pereira et al. (2022) destacan que “se ha propuesto y examinado una variedad de motivaciones de turismo oscuro, basadas en varios lugares de muerte y desastre, y diferentes perspectivas en la literatura previa” (p. 4). Al igual que en cualquier destino turístico convencional, en el Dark Tourism requiere investigaciones para crear nuevas experiencias basadas en sucesos, mitos, leyendas o costumbres. Aunque es posible que se puede monopolizar la atracción de los sitios, no se puede fabricar una desde cero, al menos no en la actualidad. Por lo tanto, es esencial explorar los sitios que generan mayor interés en la demanda para descubrir qué impulsa al turista y por qué algunos atractivos son más famosos que otros, a pesar de tener una naturaleza similar.

En cuanto al segundo tema de importancia, es fundamental comprender “el mundo de la realidad aumentada y en como esta nueva forma revolucionaria de ver el mundo aporta beneficios en la actualidad” (Rigueros, 2017, p. 142). En relación con el uso y los beneficios de la realidad aumentada (AR), un estudio reciente de Luviano-Cruz et al. (2023) proporciona una revisión sistemática sobre los problemas, desafíos y beneficios de la implementación de AR en educación, industria, marketing, medicina y entretenimiento. Este estudio destaca que la AR tiene aplicaciones prometedoras en diversas disciplinas, mejorando el aprendizaje colaborativo, la motivación y la retención de conocimiento, aunque enfrenta desafíos como problemas técnicos y costos elevados.

El desarrollo de aplicaciones en este campo resulta complicado y es crucial tener en cuenta los costos asociados. Las aplicaciones gratuitas suelen incluir publicidad que resulta molesta y que puede afectar la experiencia de disfrutar plenamente de los beneficios de la realidad aumentada. Por otro lado, las aplicaciones de pago a menudo no son adquiridas por aquellos que consideran que gastar dinero en ellas es innecesario. Es decir, es primordial prestar atención a este punto en particular.

De igual manera, existen personas que sostiene que las nuevas tecnologías son perjudiciales, violentas y se limitan al mero entretenimiento y ocio. Sin embargo, esta percepción dista mucho de la realidad, ya que estas herramientas pueden ser aprovechadas de diversas formas. De hecho, muchas aplicaciones y programas estimulan nuestros sentidos. Rubio-Navarro (2021) explica que “se considera la posibilidad de que, lejos de aislar a las personas, los dispositivos móviles y la RA favorezcan el aprendizaje colaborativo y el disfrute conjunto de experiencias educativas” (p. 34). La realidad aumentada tiene un gran potencial en el ámbito educativo, brindando una experiencia única y llena de sorpresas. Por supuesto, es vital utilizarla de manera responsable y con propósitos productivos.

En muchas investigaciones, es necesario realizar una clasificación previa, y lo mismo sucede con el Dark Tourism, que abarca una amplia variedad de atracciones. Con este propósito,

Guevara y Marcillo (2016) desarrollaron un método eficaz basado en los criterios previamente establecidos por Stone y complementados con sus propias consideraciones. Este enfoque utiliza una ficha que proporciona información sobre la atracción, su ubicación y características. De esta manera, se logra un ordenamiento de los sitios teniendo en cuenta la razón por la cual forman parte del Dark Tourism. Además, se enfoca la información según los acontecimientos ocurridos en dichos lugares. Es importante destacar que estas clasificaciones también se emplean en otros países con el fin de obtener información organizada y clasificada de manera precisa.

La clasificación, no obstante, puede ser amplia y causar confusión, lo que lleva a muchos turistas a no sentir la necesidad de conocer el subtipo de turismo que se están experimentando, a menos que se sumerjan realmente en la experiencia o sean especialistas en el tema. Sin embargo, varios autores han investigado la percepción general de la población sobre sitios considerados como turismo negro y cuánto saben de ellos. Por ejemplo, Cuaichar (2019) afirma que “mediante las encuestas se pudo identificar que la mayor parte de atractivos dentro del Centro Histórico de Quito son valoradas turísticamente para la práctica del turismo oscuro tal como las iglesias y museos” (p. 30).

Se destaca además el potencial que la oferta de este tipo de turismo aporta a la comunidad local, dada su capacidad para atraer visitantes. Por esta razón, existen investigaciones en curso que analizan cómo promocionar adecuadamente un destino turístico. Es fundamental comenzar con un enfoque sostenible y tener en cuenta el posible impacto de la llegada masiva de turistas a una determinada área, así como cualquier efecto negativo o desventaja potencial. No obstante, es importante considerar el siguiente escenario, donde se aclara que el turismo dark dentro de la ciudad de Guayaquil, podría convertirse en esa oferta diferenciadora e innovadora, para empezar, se necesita generar conocimiento en la población sobre esta nueva tendencia, la cual puede ser beneficiosa en el ámbito económico ya que las personas tendrán la curiosidad de conocer estos espacios que se relacionan con tragedias, memoriales y muerte, y pagar por los mismos. (Cevallos y Pineda, 2018, p. 6)

Aunque la ciudad de Guayaquil sirve como ejemplo de cómo se puede implementar esta oferta, no implica necesariamente que no sea aplicable para otras ciudades, incluso las más pequeñas. Sin embargo, en estos casos es fundamental adaptarla según el número de habitantes y considerando diversos factores como el medioambiental, económico y social.

La “Ciudad de Blanca”, también reconocida como la “Ciudad a la que siempre se vuelve”, son los apodos con el que conocen a la ciudad de Ibarra, famosa por sus majestuosas y numerosas lagunas, es el lugar ideal para realizar turismo y entre ellas un tipo de turismo no convencional. El tanatoturismo ha capturado la atención de aquellos que se encuentran intrigados por su misterioso concepto. La idea de explorar destinos relacionados con la muerte, el duelo y la memoria ha despertado un interés creciente, razón por la cual busca ser aprovechado en Ibarra, tal y como lo explica Hernández (2019) el Tanatoturismo como alternativa de desarrollo turístico llama mucho la atención de quienes oyen hablar de él. Considerando que este término deriva de un turismo histórico cultural se puede señalar que su implementación atraería visitantes con la motivación de conocer la historia y cultura de un lugar. (p. 104)

La incorporación de destinos turísticos en el ámbito del turismo oscuro representa una gran oportunidad para ampliar el mercado local y, al mismo tiempo, promocionar la ciudad de una manera única y cautivadora. El impacto en la economía local como uno de sus impactos positivas, además de la difusión de la cultura para su posterior preservación logrando que la

historia de la ciudad se mantenga por generaciones. Aprovechar y desarrollar estos recursos de manera responsable puede convertirse en un factor diferenciador para la ciudad.

Sin embargo, a pesar de sus cualidades, existen ciertas carencias que obstaculizan la promoción del producto turística. En ese sentido, Adelmann y Urbina (2023) exponen la “[...] deficiencia de rutas relacionadas con el turismo cultural y por ende con el tanatoturismo en la provincia de Imbabura, teniendo ciertas opciones para dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros” (p. 16). Es crucial abordar esta deficiencia y desarrollar rutas y demás actividades turísticas con el fin de impulsar el turismo local, y de esa manera aprovechar su potencial.

La “Ciudad de Blanca”, también reconocida como la “Ciudad a la que siempre se vuelve”, son los apodos con el que conocen a la ciudad de Ibarra, famosa por sus majestuosas y numerosas lagunas, es el lugar ideal para realizar turismo y entre ellas un tipo de turismo no convencional. El tanatoturismo ha capturado la atención de aquellos que se encuentran intrigados por su misterioso concepto. La idea de explorar destinos relacionados con la muerte, el duelo y la memoria ha despertado un interés creciente, razón por la cual busca ser aprovechado en Ibarra, tal y como lo explica Hernández (2019) el Tanatoturismo como alternativa de desarrollo turístico llama mucho la atención de quienes oyen hablar de él. Considerando que este término deriva de un turismo histórico cultural se puede señalar que su implementación atraería visitantes con la motivación de conocer la historia y cultura de un lugar. (p. 104)

La incorporación de destinos turísticos en el ámbito del turismo oscuro representa una gran oportunidad para ampliar el mercado local y, al mismo tiempo, promocionar la ciudad de una manera única y cautivadora. El impacto en la economía local como uno de sus impactos positivas, además de la difusión de la cultura para su posterior preservación logrando que la historia de la ciudad se mantenga por generaciones. Aprovechar y desarrollar estos recursos de manera responsable puede convertirse en un factor diferenciador para la ciudad.

Sin embargo, a pesar de sus cualidades, existen ciertas carencias que obstaculizan la promoción del producto turística. En ese sentido, Adelmann & Urbina (2023) exponen la “[...] deficiencia de rutas relacionadas con el turismo cultural y por ende con el tanatoturismo en la provincia de Imbabura, teniendo ciertas opciones para dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros” (p. 16). Es crucial abordar esta deficiencia y desarrollar rutas y demás actividades turísticas con el fin de impulsar el turismo local, y de esa manera aprovechar su potencial.

El propósito de este trabajo fue explorar y potenciar el turismo oscuro (Dark Tourism) en la ciudad de Ibarra mediante el uso de tecnologías innovadoras como la Realidad Aumentada. Este estudio busca identificar atractivos turísticos con potencial para este tipo de turismo, medir el interés de los posibles visitantes y desarrollar una propuesta de producto turístico que integre estos elementos con herramientas de Realidad Aumentada. El objetivo principal es diseñar una propuesta de producto turístico basada en el dark tourism, utilizando la Realidad Aumentada, que incluya los atractivos turísticos seleccionados en Ibarra. Este objetivo se logrará a través de la identificación y análisis de dichos atractivos, la medición del interés de las personas en practicar dark Tourism en la ciudad y la determinación de la herramienta adecuada para la aplicación de Realidad Aumentada.

Además, este estudio es relevante en el ámbito de la investigación turística por varias razones: al incorporar la Realidad Aumentada en el desarrollo de productos turísticos, se ofrece una experiencia enriquecida y moderna a los visitantes, lo cual puede incrementar el atractivo de Ibarra como destino turístico; la medición del nivel de interés de las personas en

practicar dark tourism permite identificar nuevas oportunidades de mercado y adaptar la oferta turística a las demandas y preferencias actuales; el enfoque en el dark tourism proporciona una alternativa a las formas tradicionales de turismo, diversificando la oferta y contribuyendo al desarrollo sostenible del sector turístico en la región; y a través de la revisión bibliográfica y la investigación de campo, se contribuye al cuerpo de conocimiento existente sobre el dark tourism y su aplicación práctica en destinos específicos, en este caso, Ibarra.

Materiales y métodos

La presente investigación se desarrolló utilizando un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. La metodología aplicada se desarrolló en tres fases, cada una enfocada en los objetivos planteados. En primer lugar, para la identificación de atractivos turísticos potenciales para el ejercicio del Dark Tourism, se llevó a cabo una revisión bibliográfica inicial y una investigación de campo para identificar relatos como leyendas, mitos o hechos relacionados con el Dark Tourism. Para ello, se utilizaron fichas de observación, que recopilaron datos como: datos generales, ubicación del atractivo, características, accesibilidad y aplicación de realidad aumentada las cuales permitieron registrar la actividad turística en diferentes puntos de interés.

En segundo lugar, para identificar el nivel de interés de las personas en practicar Dark Tourism, se diseñaron y aplicaron encuestas a turistas y residentes de la ciudad de Ibarra con el objetivo de medir su nivel de conocimiento sobre el turismo negro y la realidad aumentada, así como sus criterios sobre el impacto y aportes de esta práctica turística. Las variables utilizadas en la encuesta incluyeron diversos aspectos clave, se consideraron el género y el rango de edad de los participantes, así como el tipo de turismo realizado con frecuencia y el impacto del turismo en el aprendizaje. Además, se evaluó el conocimiento sobre el Dark Tourism y el medio a través del cual los participantes adquirieron dicho conocimiento.

Entre los criterios de análisis también se incluyeron las opiniones positivas, el nivel de conocimiento sobre la realidad aumentada, y los medios de conocimiento de esta tecnología. Se examinaron los resultados de la aplicación de la realidad aumentada en el Dark Tourism y su aporte a la experiencia turística. Asimismo, se identificaron los lugares de interés con temática oscura, las actividades preferidas dentro del Dark Tourism que incluyen realidad aumentada, y finalmente, el costo que los participantes estarían dispuestos a pagar por estas experiencias.

Con la finalidad de determinar la herramienta adecuada para la implementación de realidad aumentada, se realizó un estudio comparativo para determinar la herramienta de realidad aumentada más adecuada para la aplicación en los atractivos turísticos identificados. Para ello, se elaboró un cuadro comparativo que evaluó las diferentes opciones tecnológicas disponibles, tomando en cuenta criterios de adaptabilidad y funcionalidad en el contexto turístico. Las fuentes de información incluyeron observación directa y revisiones de estudios sobre el uso de estas herramientas.

Resultados y discusión

Los resultados obtenidos a partir de las fichas de observación reflejan las características particulares de cuatro atractivos turísticos en la ciudad de Ibarra, identificados como potenciales para la práctica del Dark tourism, y se destacan sus posibilidades para la implementación de realidad aumentada. En primer lugar, la Laguna de Yahuarcocha, un ambiente lacustre natural

en la parroquia La Dolorosa del Priorato, se clasifica como un atractivo tanto cultural como natural. A pesar de su buen estado de conservación y su fácil accesibilidad, la contaminación de la laguna representa un obstáculo significativo para desarrollar actividades interactivas basadas en realidad aumentada, aunque existe una alta probabilidad de implementar visitas guiadas y recreaciones históricas.

En segundo lugar, el Cementerio San Miguel de Ibarra, un espacio público de gran valor arquitectónico ubicado en la parroquia El Sagrario, ofrece un entorno urbano ideal para actividades tétricas como visualizaciones de fantasmas, con una alta factibilidad para aplicar tecnología de realidad aumentada en recreaciones de eventos paranormales e históricos. A pesar de su buen estado de conservación, se sugiere mejorar su infraestructura para atraer a más visitantes. La Cruz Verde, también en la parroquia El Sagrario, es otro espacio cultural relevante, vinculado a la famosa leyenda de la Caja Ronca, lo cual presenta una oportunidad ideal para recreaciones a través de realidad aumentada, especialmente en eventos que rememoran el desfile mencionado en la leyenda.

Por último, el Parque Pedro Moncayo, un espacio urbano en muy buen estado de conservación, se perfila como un sitio adecuado para la aplicación de actividades interactivas basadas en realidad aumentada, como visitas guiadas y juegos de aventura, debido a su alta accesibilidad y su ubicación en un entorno urbano cultural. En todos los casos, la señalización regular y la necesidad de mejorar ciertos aspectos de la infraestructura destacan como áreas clave para optimizar la experiencia turística y maximizar el impacto de las tecnologías innovadoras propuestas.

Las encuestas se dirigieron a residentes y turistas de la ciudad de Ibarra, realizadas en áreas de alta afluencia como la Laguna de Yahuarcocha, el parque Ciudad de Ibarra y la calle Simón Bolívar. Estas encuestas se llevaron a cabo de manera presencial en febrero de 2024, con el objetivo de profundizar en la información recopilada. Este enfoque permitió agilizar el proceso de recolección de datos, logrando encuestar a un total de 64 personas. Los resultados se presentan de manera organizada en la Tabla 1, exponiendo los datos estadísticos de forma clara y concisa.

Tabla 1.

Resultados encuestas

Pregunta	Variable	Datos Estadísticos
Género	Hombres	(60.9%)
	Mujeres	(39.1%)
Rango de Edad	15-20 años	(18.8%)
	20-25 años	(51.6%)
	25-30 años	(25.0%)
	30 años en adelante	(4.7%)
Tipo de Turismo Realizado con Frecuencia	Turismo de naturaleza	(64.1%)

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

Turismo de sol y playa	(17.2%)
Turismo cultural	(17.2%)
Turismo negro	(1.6%)
Impacto del Turismo en el Aprendizaje	Historia (29.7%)
	Cultura y patrimonio (57.8%)
	Geografía (12.5%)
Conocimiento del Dark Tourism	Sí (21.9%)
	No (78.1%)
Medio de Conocimiento del Dark Tourism	Revistas/Periódicos (0%)
	Redes sociales (78.6%)
	Televisión (7.1%)
	Amigo/Familiar (14.3%)
Criterios Positivos sobre el Dark Tourism	Concientizar la población (31.3%)
	Promover la comprensión histórica (50.0%)
	Expandir el desarrollo económico (9.4%)
	Mejorar la calidad de vida (9.4%)
Conocimiento de la Realidad Aumentada	Sí (66.7%)
	No (33.3%)
Medio de Conocimiento de la Realidad Aumentada	Revistas/Periódicos (5.0%)
	Redes sociales (72.5%)
	Televisión (15.0%)
	Amigo/Familiar (15.0%)
Resultado de la Realidad Aumentada en el Dark Tourism	Innovadora (64.1%)
	Emocionante (35.9%)
Aporte de la Realidad Aumentada en la Experiencia Turística	Experiencias interactivas (53.3%)
	Información significativa (21.7%)
	Enriquecimiento cultural (21.7%)
Lugares de Interés con Temática Oscura	Museos (42.2%)
	Cementerios (14.1%)
	Casas embrujadas (18.8%)

	Cárceles	(25.0%)
Actividades de Preferencia en Dark Tourism con Realidad Aumentada	Visitas guiadas	(22.2%)
	Exposiciones	(14.3%)
	Recorridos virtuales	(25.4%)
	Recreaciones de eventos	(20.6%)
	Juegos de aventura	(19.0%)
Costo Dispuesto a Pagar	5-10 dólares	(39.1%)
	10-15 dólares	(37.5%)
	15-20 dólares	(10.9%)
	20-30 dólares	(12.5%)

Según los datos recopilados, la mayoría de las personas optan por el turismo de naturaleza (64.1%), incluyendo el ecoturismo y el turismo rural. Otros mencionaron su preferencia por la playa o por visitar lugares de interés cultural (17.2%), mientras que solo una persona mostró interés por el *dark tourism*. A pesar de las preferencias individuales, es importante destacar que la cultura y el patrimonio desempeñan un papel fundamental en la experiencia turística, enriqueciendo el aprendizaje de los visitantes. Con relación al conocimiento de las personas sobre el *dark tourism*, se demostró que la mayoría el 78.1% desconoce su significado, mientras que solo unos pocos, principalmente los más jóvenes, están familiarizados con este término debido a su seguimiento de las redes sociales y su interés por temas de actualidad. Una vez se explicó su significado, se procedió a calcular la importancia que tiene esta forma de turismo en fomentar una comprensión más profunda de la historia y generar conciencia en la población.

Por otro lado, la realidad aumentada goza de un amplio reconocimiento (66.7%), y despierta un gran interés en su aplicación en el turismo, siendo considerada una experiencia innovadora y emocionante. El combinar elementos virtuales con el entorno real, se ofrece una oportunidad única para enriquecer la experiencia turística, permitiendo a los visitantes explorar un destino de manera inmersiva y significativa.

Los resultados de la encuesta revelaron que la realidad aumentada abre las puertas a la creación de experiencias inolvidables e interactivas. Entre los diversos destinos mencionados, se destacaron los museos (42.2%), las casas embrujadas (18.8%), y las cárceles (25%), como los lugares que despertaron mayor interés. Sin embargo, hubo una minoría que manifestó su preferencia por visitar cementerios, especialmente si la visita se lleva a cabo durante la noche. Estos hallazgos demuestran el potencial de la realidad aumentada para enriquecer la forma en que las personas experimentan y exploran distintos entornos, desde los culturalmente enriquecedores hasta los más misteriosos y desafiantes.

Entre las actividades que más despertaron el interés de los encuestados, se encuentran los recorridos virtuales (25.4%), que transportan a los usuarios a lugares remotos y desconocidos. Además, las visitas guiadas (22.2%), en realidad aumentada brindan una oportunidad única para explorar museos, sitios históricos y lugares emblemáticos con una perspectiva totalmente nueva. A través de hologramas y guías virtuales, los usuarios pueden sumergirse en el pasado y presenciar eventos históricos con una claridad sorprendente. Al recrear eventos históricos los usuarios pueden revivir el pasado, desde batallas legendarias hasta momentos clave en la historia.

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

de la humanidad. Y, los juegos de aventura (19%), al estilo detective en realidad aumentada combinan intriga, enigmas y acertijos con la capacidad de interactuar con el entorno real.

De igual manera los encuestados dieron a conocer su disposición a invertir una cantidad que oscila entre cinco y quince dólares para experimentar realidad aumentada en el contexto del *dark tourism*. Sin embargo, hay quienes fueron más allá y están dispuestos a pagar hasta treinta dólares (39.1%), y afirmaron hacerlo con gusto debido a que consideran que esta experiencia realmente vale la pena y es imperdible. Es evidente que la posibilidad de sumergirse en un mundo aumentado y descubrir los aspectos históricos y culturales del *dark tourism* generaron un gran valor en los interesados, quienes están dispuestos a invertir más para obtener una experiencia aún más enriquecedora y memorable. Los conceptos de *dark tourism* y realidad aumentada representan oportunidades y los jóvenes especialmente se muestran interesados y dispuestos a vivir una experiencia turística que combine ambos términos.

Las aplicaciones que hacen uso de la realidad aumentada son abundantes y suelen estar disponibles en diferentes idiomas. Sin embargo, es importante destacar que la mayoría de estas aplicaciones se encuentran principalmente en inglés, lo que significa que tener conocimientos en este idioma puede abrir muchas puertas y brindar oportunidades. Al explorar varias páginas de recomendaciones de herramientas se encontraron, lamentablemente se evidenció que muchas de ellas están desactualizadas o fuera de servicio. Después de hacer una exhaustiva investigación se seleccionaron tres herramientas, siendo las siguientes, Wintor, Metaverse y finalmente Sketchfab.

Tabla 2.

Comparación de aplicaciones de Realidad Aumentada

Aplicaciones	Wintor	Metaverse	Sketchfab
Característica	Es una aplicación especializada en la creación de tours.	La plataforma ofrece herramientas dentro del aprendizaje.	En esta aplicación se publican modelos y se puede descargar o comprar.
Idiomas disponibles	Inglés, francés, holandés, húngaro y español	Inglés y español	Inglés y español
Costo	Suscripción mensual de \$7	Gratis	Varía según modelo
Sistema Operativo	Android, Windows, iOS y Mac OS	Android, Windows, iOS y Mac OS	Windows y Mac OS

Ventajas	Existen tutoriales que explican cómo utilizar la aplicación.	Cuenta con blogs, fórmulas y tutoriales.	La aplicación es vasta en modelos 2D y 3D.
	Dispone de una prueba gratuita de 14 días.	Se puede integrar otras aplicaciones compatibles.	Facilidad de uso por lo que no es necesario de tutoriales.
	Se debe suscribir mensualmente para acceder a los beneficios.	Limitación para crear experiencias virtuales.	Algunos modelos no están disponibles para descargar.
Desventajas	En ocasiones, la creación de la ruta demora más de lo estimado.	Prototipos 3D poco llamativos	El precio de ciertos prototipos llega a costar hasta 300 dólares.

Este cuadro comparativo analizó varios aspectos de las tres herramientas en cuestión. Uno de los puntos considerados es la funcionalidad y su fácil uso sin necesidad de ser un programador profesional. Además, la compatibilidad con sistemas operativos, estas herramientas son versátiles y pueden utilizarse tanto en Android como en iOS. Se observó de igual manera que también es posible utilizarlas en computadoras para editar y subir archivos, mientras que en dispositivos móviles se pueden apreciar los resultados, lo cual sugiere que las aplicaciones están diseñadas para adaptarse a cualquier tipo de software.

Los costos asociados, sin embargo, plantean un desafío para los usuarios, ya que, aunque algunas ofrecen funciones gratuitas que suelen estar limitadas o dependen de ingresos publicitarios resultando en molestos o incluso maliciosos. Para acceder a un conjunto más amplio de funciones, se ofrece una suscripción mensual, pero lamentablemente estas suelen ser costosas. Normalmente la responsabilidad de pagar recae únicamente en el creador de la aplicación, sin embargo, existe una alternativa para recuperar esos gastos y es por medio de la prestación de servicios turísticos.

Estas tres herramientas son muy útiles y versátiles, ya que cada una de ellas puede ser empleada de acuerdo con la actividad que se vaya a realizar. Por ejemplo: Wintor se destacó por su excelencia en la creación de tours turísticos. Además, su facilidad de uso hace que esté al alcance de cualesquiera personas, sin necesidad de ser un programador profesional.

Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación revelan que, en la ciudad de Ibarra, los jóvenes son particularmente atraídos por este tipo de experiencia, superando en interés a otros grupos demográficos, como los adultos. Sin embargo, es importante destacar que muchos adultos también manifiestan cierto grado de atracción hacia estas experiencias, aunque en menor medida que los jóvenes. Según las autoras Khaydarova y Isheryakova (2022), la edad no parece ser un factor determinante, ya que “algunos de ellos se sienten atraídos por los aspectos culturales e

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

históricos de los lugares, otros buscan información más relacionada con la naturaleza” (p. 61). Estos hallazgos se respaldan mediante el análisis de las encuestas realizadas, consolidando aún más la validez de las afirmaciones.

Es importante destacar que cuando no se conoce el término *dark tourism*, las opciones de los viajeros se ven limitadas y no se considera el hecho de que muchos de ellos, sin darse cuenta, han manifestado interés o han visitado lugares de este carácter. El escritor Derek Dalton (2015) señala que el interés por visitar estos lugares se manifiesta de diversas formas y que, “es a través de la creación de un aura rica y auténtica del pasado que un sitio de turismo oscuro engendra empatía en un visitante” (p. 6). Es necesario comprender que la visita a estos sitios no solo brinda una experiencia emocionante, sino que también permite explorar aspectos históricos y culturales relacionados con ellos.

Por otro lado, el profesor Maximiliano Korstanje (2015) planteó una serie de cuestionamientos que exploran la complejidad de este tema, aunque intenta abordarlo desde diferentes perspectivas. Al final concluye que, a pesar de las intenciones del visitante, estos eventos “deben ser recordadas de alguna manera que permitan transmitir un mensaje claro a la sociedad.” (p. 776). A partir de estas reflexiones, los resultados obtenidos en la pregunta número cuatro demuestran que el *dark tourism*, lejos de ser una práctica enfermiza, puede generar impactos positivos en quienes lo experimentan. Entre ellos se destaca la promoción de una comprensión más profunda de la historia y la posibilidad de alcanzar un conocimiento más allá de lo convencional, a pesar de la aparente extrañeza que pueda generar.

De igual manera, resulta fundamental tener conocimiento acerca de los distintos tipos de atractivos que se promoverán con el objetivo de atraer a un mayor número de turistas, tal y como destacan los autores Cevallos y Pineda (2018) “la cual puede ser beneficiosa en el ámbito económico ya que las personas tendrán la curiosidad de conocer estos espacios que se relacionan con tragedias, memoriales y muerte, y pagar por los mismos” (p.6). Dentro de esta categoría, los museos son una opción que nunca falla en la oferta del turismo oscuro, liderando la lista de preferencias. No obstante, las cárceles, casas embrujadas y cementerios también gozan de gran popularidad entre los visitantes en busca de emociones y experiencias singulares.

Con respecto a la implementación de la realidad aumentada, gracias a los resultados obtenidos en la pregunta número seis de las encuestas, se ha demostrado que la combinación de esta tecnología con el *dark tourism* resulta en una propuesta verdaderamente innovadora y emocionante en partes iguales. La posibilidad de ofrecer al público una experiencia interactiva se presenta como una idea fascinante, respaldada por la afirmación de Rigueros (2017) de que la realidad aumentada representa una “nueva forma revolucionaria de ver el mundo” (p.142). En la actualidad, numerosos países están aprovechando esta tecnología con éxito, y es hora de que Ecuador se sume a esta tendencia. Al considerar la implementación de la realidad aumentada en el contexto del *dark tourism*, se abre un abanico de posibilidades cautivadoras para los visitantes.

Los autores Zhunio et all. (2023) afirman que “la consideración de sus diferentes componentes y actores favorece su posicionamiento como nueva alternativa turística en Ecuador” (p. 211), con respecto a la producción de tanatoturismo en el país. En ese sentido, es posible impulsar la producción turística en la ciudad de Ibarra por lo cual las fichas de observación fueron de gran ayuda al detallar información y proporcionar alternativas de *dark tourism* implementando realidad aumentada. Los turistas pueden caminar por sitios históricos y ver cómo cobran vida ante sus ojos a través de narraciones enriquecedoras y recreaciones

digitales detalladas. Esta fusión entre la realidad aumentada y el *dark tourism* no solo brinda una perspectiva emocionante para los visitantes, sino que también tiene el potencial de revitalizar la industria turística local.

Además, hay varios lugares que se consideran destinos de *dark tourism* debido a las fascinantes leyendas y mitos que los rodean. Uno de estos lugares emblemáticos es el cementerio local, que según Asís y Turturu (2017), es considerado “el lugar institucional de la muerte” (p. 281). Sumergirse en la experiencia del turismo oscuro en Ibarra implica adentrarse en un mundo lleno de misterio y narraciones cautivadoras. El cementerio, en particular, se convierte en un testigo silencioso de innumerables historias que se entrelazan con el pasado de la ciudad. Sus lápidas y mausoleos, desgastados por el paso del tiempo, cuentan las crónicas de personas que alguna vez vivieron y ahora descansan en este sagrado terreno.

Las leyendas locales a menudo envuelven a sitios o la misma ciudad en un aura de intriga y suspenso, sin olvidar que representan “tradiciones orales” tal como la manifestaba Thompson (1989). Los visitantes que se aventuran a explorar estos lugares durante la noche a menudo relatan encuentros con lo inexplicable, lo que les deja una impresión duradera y una sensación de escalofrío en la espalda.

Finalmente, el desarrollo de este proyecto resultará invaluable para las próximas generaciones que deseen incorporar la realidad aumentada en el *dark tourism* de la ciudad de Ibarra.

Conclusiones

La comprensión y análisis del potencial del *dark tourism* en el entorno urbano de la ciudad de Ibarra fueron profundizados gracias a la presente investigación. Se realizó una meticulosa exploración de lugares emblemáticos como la Laguna de Yahuarcocha, el Cementerio San Miguel de Ibarra, la Cruz Verde y el parque Pedro Moncayo, los cuales se destacaron por ser escenarios de conocidas leyendas urbanas. Sin embargo, varios factores impidieron que el potencial del *dark tourism* en Ibarra fuera plenamente aprovechado. Principalmente, en la sociedad existía una suposición errónea de que los visitantes de lugares marcados por tragedias carecían de sensibilidad y empatía. Además, el desconocimiento generalizado sobre el tema dificultó la adaptación de productos turísticos que satisfagan las necesidades del visitante, a pesar de la evidente curiosidad y el interés por este tipo de turismo.

La realidad aumentada emergió como una tecnología prominente, atrayendo especialmente a la comunidad joven y progresista. La propuesta de esta investigación se centró en este nicho de mercado, integrando experiencias paranormales con realidad aumentada como un enfoque estratégico. Esta fusión entre misterio y tecnología buscó atraer a turistas ávidos de nuevas sensaciones. Para el desarrollo de la propuesta, se utilizaron herramientas tecnológicas como *Wintor*, *Sketchfab* y *Metaverse*, destacadas por su facilidad de uso y disponibilidad tanto en dispositivos Android como iOS. Estas aplicaciones, especializadas en la creación de rutas turísticas y modelos tridimensionales, maximizaron el alcance del proyecto, aunque también presentaron desafíos económicos.

Esta investigación representó un avance significativo en el conocimiento y aplicación del *dark tourism* en Ibarra, destacando el uso de tecnologías emergentes para enriquecer la experiencia turística. A futuro, se sugirió que las aplicaciones de la realidad aumentada en

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

diferentes contextos turísticos continúen siendo exploradas y que las percepciones sociales negativas asociadas al *dark tourism* sean abordadas para facilitar su aceptación y desarrollo.

Recomendaciones

A partir de las conclusiones sobre el *dark tourism* en Ibarra, surgen múltiples vías para futuras investigaciones, como el estudio del impacto social y cultural en las comunidades locales, el desarrollo de estrategias para cambiar las percepciones negativas sobre este tipo de turismo, y el análisis del perfil de los visitantes. También se podrían explorar enfoques alternativos, como un análisis comparativo internacional con otras ciudades, un abordaje desde la psicología del turismo, o la integración de tecnologías inmersivas como la realidad virtual para enriquecer las experiencias turísticas.

Además, es vital continuar investigando la aplicación de la realidad aumentada en otros tipos de turismo especializado, así como el potencial económico del *dark tourism* en ciudades emergentes. Este campo desafía las concepciones tradicionales del turismo y, al integrar la tecnología y la cultura local, ofrece oportunidades para innovar y expandir los horizontes turísticos, promoviendo un turismo más consciente y respetuoso hacia las comunidades.

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

Referencias

- Adelmann Acosta, K. L. & Urbina Aguilera, M. M. (2023). Operadora turística especializada en tanatoturismo, Ibarra, Imbabura, Ecuador. Universidad Técnica de Ibarra.
- Alzahrani, N. M. (2020). Augmented Reality: A Systematic Review of Its Benefits and Challenges in E-learning Contexts. *Applied Sciences*, 10(16), 5660. <https://doi.org/10.3390/app10165660>
- Cevallos, R. & Pineda, A. (2018). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Facultad de Especialidades Empresariales TEMA: Propuesta de segmentación y uso de atractivos dark para la diversificación de la oferta turística de Guayaquil AUTORES.
- Cuaichar Luis. (2019). Diagnóstico del Potencial Turístico del Centro Histórico de Quito, como Alternativa de Destino Turístico Oscuro. <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2039/1/UISRAEL-EC-MASTER-TURIS-378.242-2019-005.pdf>
- Dalton, D. (2014). Dark tourism and crime. Routledge.
- Guevara, J., & Marcillo, L. (2016). Clasificación y metodología en el Dark Tourism: Un enfoque basado en criterios de Stone. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 125-138.
- Hernández Arteaga, J. S. (2019). Gestión turística de los recursos potenciales para la implementación del tanatoturismo en el cantón Ibarra. Universidad Técnica del Norte.
- Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5–6), 963–984. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1722215>
- Jones, M. (2021). Cultural Tourism and Misconceptions: Understanding Local Beliefs. Cambridge University Press.
- Khaydarova, Laylo Isheryakova, J. (2022). View of Dark Tourism Understanding the concept and the demand of new experiences. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*. <https://gejournal.net/index.php/APJMMR/article/view/200/174>
- Korstanje, M. E. (2015). Turismo negro y crimen. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 776-779.
- Körössy, Nathália, Araújo de Holand, Luciana, & Andrade de Lima Moraes, Isabela. (2018). La oferta turística dark en Recife (Pernambuco - Brasil): ¿Una nueva forma de practicar el turismo urbano?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 355-374. Recuperado en 30 de julio de 2024, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000200009&lng=es&tlng=es.
- Lennon, J., & Foley, M. (1996). Dark tourism: The attraction of death and disaster. London: Continuum.
- Luviano-Cruz, D., Pérez-Domínguez, L. A., Méndez-González, L. C., & García-Luna, F. (2023). Applications Analyses, Challenges and Development of Augmented Reality in Education, Industry, Marketing, Medicine, and Entertainment. *Applied Sciences*, 13(5), 2766. <https://doi.org/10.3390/app13052766>

Cómo citar este artículo:

Ortiz, D., Cedeño, K. & Ruiz, V., (Enero – Diciembre 2024). Experiencias inmersivas en dark tourism: aplicación de realidad aumentada en Ibarra. *Tierra Infinita* (10), 26-43. <https://doi.org/10.32645/26028131.1304>

- Pereira, T., Pereira, M. & Limberger, P. (2022). Dark tourism: analysis of the relationship between motivations, experiences, and benefits of visitors at Recoleta Cemetery, Argentina Chatbot: Possible factors to influence the empathy perceptions View project Avaliação da Imagem dos Destinos Turísticos C. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 16(e-2493), 20. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2493>
- Rubio-Navarro, A. (2021). Vista de Reseña de Augmented Reality in Tourism, Museums and Heritage: A New Technology to Inform and Entertain. <https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/clio/article/view/6123/5176>
- Smith, R., & Hartmann, R. (2022). Dark Tourism and Heritage: Critical Insights and Approaches. Routledge.
- Ulker-Demirel, E. & Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 209–219. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2020.04.003>
- Zhunio Armas, B., Herrera Díaz, S., Cadena Echeverría, G. & Samaniego Garrido, R. (2023). Revisión bibliográfica sobre el Tanatoturismo como nueva alternativa turística en Ecuador. *Revista Conrado*, 19(91). <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2943/2842>