

Google avanza sobre el turismo: nuevos desarrollos para competirles a los guías turísticos


Google suma City Guide y Comic Postcards, funciones que utilizan IA para personalizar experiencias urbanas, rivalizando con la intermediación de guías.

Un golpe a los guías turísticos: menos visibilidad, menos demanda

Aunque estas herramientas no reemplazan la experiencia presencial de un guía turístico, sí representan un problema concreto. Al ofrecer recomendaciones personalizadas, curaduría cultural y sugerencias contextualizadas antes y durante el viaje, Google reduce el espacio de intermediación donde los guías solían captar al viajero.

En la práctica, City Guide cumple funciones que antes estaban asociadas a la labor del guía o del operador local: orientar al visitante, sugerir recorridos, destacar experiencias relevantes y jerarquizar qué vale la pena conocer. Al hacerlo desde una app masiva, con IA y dentro del ecosistema de Google, la decisión inicial del viajero se toma cada vez más sin contacto humano y con menor costo.

Esto implica que muchos guías pueden quedar relegados a una etapa posterior o directamente fuera del radar si el viajero considera que la información "es suficiente".

El avance de Google con IA vuelve a encender una alerta: quien controla la inspiración, controla la demanda. Para guías, agencias y operadores locales, el desafío ya no es solo ofrecer un buen servicio, sino lograr ser visibles en un contexto donde Google utiliza inteligencia artificial para dominar, cada vez más, el espacio donde el viajero decide. 



Google lanzó City Guide y Comic Postcards, dos nuevas funciones impulsadas por inteligencia artificial e integradas en su aplicación Google Arts & Culture. Según explicó PhocusWire, estas herramientas están diseñadas para ofrecer recomendaciones culturales y experiencias urbanas personalizadas, marcando un paso más en la utilización de IA aplicada a la actividad turística.

A diferencia de otros desarrollos enfocados en reservas o logística, estas funciones apuntan a un momento estratégico del viaje: la definición de qué hacer, qué ver y qué experiencias priorizar en una ciudad.

Es un terreno históricamen-

te ocupado por guías de turismo, agencias receptoras y operadores locales, que ahora comienza a ser intermediado directamente por Google mediante algoritmos.

Nuevas funciones de Google

City Guide utiliza inteligencia artificial para generar recomendaciones personalizadas de actividades culturales en función de los intereses del usuario y del momento del viaje, con propuestas pensadas para "hoy" o "este fin de semana".

La herramienta reorganiza la oferta cultural de una ciudad desde puntos turísticos hasta opciones menos conocidas y la presenta de manera dinámica,

priorizando relevancia y contexto por sobre listados estáticos.

En tanto, Comic Postcards incorpora IA generativa para transformar fotografías del usuario en postales ilustradas estilo cómic, ambientadas en la ciudad que se visita. Esta función suma un componente narrativo y creativo a la experiencia, reforzando el vínculo emocional con el destino y ampliando el rol de Google en la construcción del relato del viaje.

Ambas funciones son experimentales y están disponibles dentro de Google Arts & Culture, una plataforma que tradicionalmente se enfocó en museos, arte y patrimonio, pero que ahora extiende su alcance hacia la experiencia turística urbana.