



Módulo de aprendizaje 28

Tema: Análisis de la publicidad asociada al Turismo Cultural

Objetivo: Analizar los recursos publicitarios utilizados en el Turismo Cultural

Ejemplificación:

Tuvimos un amplio paseo por los conceptos asociados al Turismo Cultural, 40 en total con algunas derivadas como las derivadas del producto turístico tales como la Vivencial, Emocional y Físico, conceptos que demarcan las diferencias. En este país, Chile, existe un creciente Turismo asociado a lo Cultural, lo cual como vimos, es bastante amplio y diverso

Ejercitación:

Para hacernos una idea de cuál es la oferta, te invito a revisar un par de documentos atinentes al tema, los cuales encontrarás en:

Patrimonio y turismo cultural en Chile

<http://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/turismo-cultural-sernatur.pdf>

Conoce los atractivos turísticos que puedes visitar en las zonas norte, centro y sur de Chile

<https://www.sernatur.cl/conoce-los-atractivos-turisticos-que-puedes-visitar-en-la-zona-centro-y-sur-de-chile/>

La idea básica es hacer una reflexión acerca de los recursos publicitarios asociados al Turismo Cultural, para lo cual, planteamos las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Has visto publicidad asociada al Turismo en Chile?
- 2.- Los lugares que te gustaría visitar, ¿has tenido conocimiento o referencias de ellos por medios de comunicación, redes sociales o por "datos" de conocidos?
- 3.- ¿Dónde te parece debería haber publicidad asociada al Turismo Cultural?

Los comentarios podemos compartirlos luego, pero lo importante es que reflexiones acerca de la importancia y presencia o ausencia de una red publicitaria que ponga en relieve el Turismo Cultural.