

Tecnología 8° básico / Unidad 4 / OA3;4;5;6 / Actividad 2

Actividad

El o la docente solicita a sus estudiantes que investiguen sobre los diversos tipos de turismo y, de acuerdo a sus características, definan cuáles son los nexos que pueden establecer con otros tipos de turismo, en función de potenciar las características locales de la zona de Chile seleccionada.

Para retomar el concepto central de la campaña publicitaria, basada en el turismo cultural, las y los estudiantes investigan en diversos soportes, impresos o digitales, el contexto sociocultural de este tipo de actividad y cómo se desarrolla en diversos países de América Latina. El o la docente puede recomendarles visitar alguno de los siguientes enlaces:

- › <http://www.cultura.gob.cl/patrimonio/turismo-cultural/>
- › <http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>
- › <http://www.sernatur.cl/turismo-cultural-2/turismo-cultural>
- › <http://www.visitmexico.com/es/turismo-cultural-en-mexico>
- › <http://www.camino-inca.co/turismo-lima/>

Después que recopilan la información, las y los estudiantes identifican el público objetivo de su campaña y sus características empleando criterios de usabilidad de la información, tales como edad, sexo, raza o etnia, instancia de viaje, presupuesto, expectativas y turismo cultural, entre otros.

A partir de esta información, elaboran una encuesta de satisfacción de usuarios que les permita revisar y reorientar tanto las características de los soportes publicitarios como la información contenida en la campaña.

® **Historia, Geografía y Ciencias Sociales.**

® **Lengua y Literatura.**

® **Artes Visuales.**