

Tecnología 8° básico / Unidad 4 / OA3;4;5;6 / Actividad 1

Actividad

Las y los estudiantes analizan el siguiente problema como hilo conductor de su memoria técnica.

Planteamiento del problema - determinación de necesidad

Patrimonio y turismo

El patrimonio de un país es una construcción social que depende del valor que la comunidad le atribuye, en un momento histórico, a los bienes materiales e inmateriales que considera importantes de proteger y conservar para darse identidad y —al mismo tiempo— permitir su valoración por las futuras generaciones.

El patrimonio es resguardado en todo el mundo, y la variedad de patrimonios en un destino aumenta su atracción para las visitas. Por consiguiente, no se puede concebir el turismo de un país sin el patrimonio histórico-cultural: el rescate de las especies naturales autóctonas, nuestras etnias, personas y comunidades portadoras de tradición cultural local. Al mismo tiempo, el patrimonio no se puede conservar sin los recursos del turismo.

Chile, según un informe de SERNATUR (2014), es considerado un destino turístico prioritario para Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México), Sudamérica (Brasil, Argentina, Colombia y Perú), Europa (España, Alemania y Reino Unido) y países lejanos (Australia), y genera un significativo aporte de divisas a la economía del país, junto con un intercambio de experiencias interculturales que contribuyen a la sustentabilidad del turismo, basado en la reactivación, conservación y puesta en valor del patrimonio sociocultural del país.

Un tipo de turismo posible de potenciar, tanto en nuestro país como a nivel del mundo, es el turismo cultural (SERNATUR, 2014). Este concepto puede estudiarse por medio de la investigación, el desarrollo de productos y la puesta en escena del patrimonio como un ámbito de progreso. El propósito de este tipo de turismo es preservar lo que nos distingue y reconocer su valor, mediante la creatividad y la capacidad de gestionar y desarrollar los componentes del pasado, las tradiciones, la gastronomía y la artesanía, entre otras actividades relacionadas con el patrimonio.

Todo lo anterior hace necesaria una propuesta para el uso sustentable del patrimonio asociado al turismo cultural, el cual traería por defecto para la comunidad de que se trate la mejora en la calidad de vida de sus habitantes y de aquellos que la visitan.

A continuación, las y los docentes responden y discuten las siguientes preguntas, considerando su contexto local:

- > ¿Qué soluciones tecnológicas se han implementado para potenciar el turismo cultural?
- > ¿Qué experiencias chilenas se han planteado en los últimos años para potenciar el turismo cultural?
- > ¿Qué factores se debe considerar para plantear una ruta turística u otra iniciativa que potencie el turismo cultural de una localidad?
- > ¿Cómo han funcionado? ¿Qué mejoras se pueden incorporar?

Posteriormente, el o la docente invita a sus estudiantes a recordar las etapas del proceso de identificación del problema, diseño y elaboración de una campaña publicitaria para incentivar el turismo cultural de diversas zonas de Chile. En una puesta en común, los incentiva a que evalúen las fortalezas y debilidades que encuentran en las diferentes etapas del trabajo.

Luego, ven juntos el video *¿Por qué los turistas extranjeros eligen Chile?*, disponible en: <http://www.chilevision.cl/noticias/chvnoticias/reportaje-a-fondo/extranjeros-revelan-sus-razones-para-venir-de-vacaciones-a-chile/2015-01-25/222303.html>.

Apartir de este ejemplo, les solicita que reconozcan las características generales del video informativo, identifiquen las fortalezas y debilidades del tipo de turismo presentado y analicen la propuesta según los siguientes criterios:

- > Mensaje.
- > Público objetivo.
- > Recursos de persuasión utilizados.
- > Duración.
- > Producción multimedial: imágenes, sonido, textos.
- > Edición.
- > Posibilidades de viralización en redes sociales.

Finalmente, les solicita a sus estudiantes que reintegren los grupos de trabajo, respondan según los criterios propuestos y generen tres sugerencias para sus creadores, con el fin de mejorar o dar un nuevo enfoque al reportaje analizado. Para guiar esta actividad, se sugiere que el o la docente presente a sus estudiantes los siguientes indicadores pertinentes a una campaña publicitaria y les pida que, considerando sus propuestas, revisen el estado de avance y de logro de las actividades que han desarrollado en las unidades 1, 2 y 3.



- ® **Historia, Geografía y Ciencias Sociales.**
- ® **Lengua y Literatura.**
- ® **Artes Visuales.**

Observaciones a la o el docente

Para profundizar en las campañas publicitarias, se sugiere visitar enlaces como los siguientes:

- > <http://www.altonivel.com.mx/47456-como-hacer-una-campana-publicitaria-paso-a-paso.html>
- > <http://www.soyentrepreneur.com/claves-para-hacer-una-campana-publicitaria.html>
- > <http://www.monografias.com/trabajos11/campu/campu.shtml>
- > <http://chiletourism.travel/quienes-somos/campanas/>