

TIPO DE ESPACIO AL QUE CORRESPONDE EL PLAN ORIENTACIÓN TURISMO
NOMBRE DEL ESPACIO: TALLER DE TURISMO - NIVEL 3
NOMBRE DEL PLAN: TALLER DIARIOS DE VIAJE
DURACIÓN 1 BIMESTRE
UBICACIÓN TEMPORAL DEL PLAN: 2° CUATRIMESTRE - 1° BIMESTRE
SINOPSIS: A lo largo de este taller vas a conocer algunos conceptos y estrategias de comunicación turística. En las próximas semanas vas a explorar cómo se construye la imagen de una ciudad, cómo se comunican los destinos turísticos y cómo influyen los mensajes en la forma en que las personas imaginan y viven los lugares. A partir de algunos recorridos por la ciudad y del análisis de producciones de comunicación turística, vas a crear tu propio diario de viaje sobre la Ciudad de Buenos Aires, combinando diferentes recursos. Este proceso te permitirá no solo conocer mejor tu entorno, sino también desarrollar tu mirada, tu creatividad y tu capacidad de comunicar tus experiencias a otros.
CONTENIDOS: <i>Productos esperados al finalizar el taller: - Producción de diarios de viaje y audiovisuales vinculados al patrimonio cultural de la CABA y creación de espacios para su presentación, lectura, proyección y reflexión compartida.</i> A lo largo de este plan aprenderás: TURISMO Y COMUNICACIÓN - Proceso de comunicación, comunicación interpersonal, relaciones públicas y protocolo, comunicación intercultural, comunitaria e institucional. Negociación, información y divulgación. - Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la actividad turística. TIC y gestión del conocimiento. Sistemas de gestión y comercialización. - Diarios de viaje: producción en comunicación aplicada a la actividad turística: gráfica (periódicos y revistas institucionales o comunitarias), radial (guiones, programas para una radio local o para ser subidos a Internet), audiovisual. - Producción audiovisual (guiones, diversos géneros: noticiero, magazine, espectáculo deportivo, ficciones, animaciones, documentales, etcétera), fotográfica (documental, artística y/o periodística), publicitarias, multimedial y digital (desarrollo de páginas web, blogs, etcétera), textos de distintos géneros vinculados al campo del turismo (crónicas, noticias, ensayos, afiches, guiones, Entrevistas, editoriales, notas de opinión, entre otros).

TURISMO Y SOCIEDAD

- Concepto de patrimonio. Preservación y conservación del patrimonio para el turismo. Valoración y revitalización del patrimonio, símbolos, bienes patrimoniales y lugares de memoria en la Argentina y en la Ciudad de Buenos Aires.

SERVICIOS TURÍSTICOS

- Aspectos distintivos de la historia, situación actual e identidad de la Ciudad de Buenos Aires, su patrimonio urbano y cultural. Ubicación y características de los valores patrimoniales de la Ciudad. Medidas de protección patrimonial.

- Ubicación, historia y características identitarias del espacio público turístico de la ciudad, plazas, parques, plazoletas, paseos y jardines; ubicación general y nociones de la conformación de los barrios de Buenos Aires, espacios verdes y reservas.

OBJETIVOS: Se espera que logres:

- Reconocer y analizar las características del proceso de comunicación y sus efectos en las relaciones interpersonales e institucionales.
- Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y valorar la comunicación intercultural en entornos turísticos.
- Reconocer las TIC en la gestión, promoción y comercialización de destinos y servicios turísticos.
- Producir diarios de viaje en formatos diversos (gráfica, radial, audiovisual), integrando creatividad y contenido relevante al ámbito turístico.
- Redactar artículos para periódicos y revistas comunitarias o institucionales que promuevan destinos y experiencias turísticas.

PUNTO DE PARTIDA

En esta primera etapa vas a comenzar a explorar cómo se construye la imagen de una ciudad a partir de relatos, experiencias y observaciones personales. A través del análisis de ejemplos y un recorrido por tu entorno, vas a empezar a mirar Buenos Aires con ojos de viajero, registrando lo que ves, sentís y pensás para luego transformarlo en un relato propio.

DURACIÓN ESTIMADA DE LA ETAPA 1 semana (3 clases)

RECURSOS

- Textos breves sobre comunicación
- Ejemplos de diarios de viaje (blogs, revistas, redes sociales, videos)
- Publicidades turísticas (videos, afiches, redes sociales)
- Celulares con cámara
- Computadoras con acceso a internet
- Proyector
- Herramientas digitales: Canva, Google Docs, Padlet (opcional)
- Cuaderno o carpeta de clase

ACTIVIDADES

Semana 1: ¿Cómo se cuenta una ciudad?

1. Buenos Aires contada por otros

Duración: 1 clase

1. Relatos sobre Buenos Aires: entre todos analicen los siguientes relatos sobre Buenos Aires de Roberto Arlt en su libro *Aguafuertes porteñas* (1933)

La calle Florida

He hablado tanto de las calles canallas, con sus mansardas asomadas al sol y sus tiestos de geranios que riega casi siempre una muchachita vestida de percal, que hoy, día decorado de nubes, con un crepúsculo que antorchan letreros luminosos, maravilla de lo pálido verde, de lo pálido azul y amarillo, siento necesidad de hablar de la calle Florida. De la calle Florida y de sus petimetres; de la calle donde siempre hay «un día convaleciente» de claridad, con sus vidrieras que retuercen de deseos el alma de las mujeres, y con sus mujeres que se llevan los ojos de los hombres que pasan en busca del amor inesperado. Multitud de gente bien vestida. Los desdichados evitan esta calle; los miserables que albergan un proyecto, la eluden; los soñadores que llevan un mundo adentro, la esquivan; todos aquellos que necesitan de la calle para desparramar su angustia o para recogerla en un ovillo nervioso, no entran en esta, que es el escaparate vivo del lujo, de las mujeres que cuestan mucho dinero y de la vida que pasa vertiginosamente. (Roberto Arlt en su libro *Aguafuertes porteñas*, 1933=

Palermo

En menos de 20 minutos, dirección este, llegué al límite con Palermo, con un rollo mucho más bohemio y el sitio, donde me dijeron, sale todo el mundo a tomarse una pinta (caña) y bailar en algún boliche (discoteca). Recorrí un par de calles, disfrutando del maravilloso arte callejero, hasta el Mercado de las Pulgas. Una suerte de rastro a caballo entre un anticuario y un desguace, donde venden toda una colección de muebles antiguos, recuerdos, objetos de decoración, máquinas de escribir y cualquier cosa con la que soñarían todos los amantes de lo vintage. Yo caí inmediatamente rendido a sus pies, hubiera podido pasarme toda la mañana rebuscando entre aquellos cachivaches y documentándolo todo con mi cámara, aunque sospecho que se me habría acabado el carrete en menos de media hora (la mía es digital pero quedaba mejor con la historia). (Albert Sarabia en su blog www.myworldinonepic.com 2019)

2. Reflexión en pequeños grupos: discutan acerca de qué es un diario de viajes guiados por las siguientes preguntas:

- Identificá los elementos del relato (quién cuenta, qué cuenta, cómo lo cuenta)
- Escribí las conclusiones de la discusión grupal
- Elabora una definición propia y clara sobre el concepto de relato de viajes.

2. La ciudad nos habla

Duración: 1 clase

No solo con los relatos, sino a través de sus edificios, calles, carteles, con su gente, sus olores, movimientos y colores **la ciudad nos habla**. Pero también con nuestras actividades cotidianas, habitando la ciudad, nosotros **la hacemos hablar**. La imagen de una ciudad se construye no sólo a través de nuestras actividades cotidianas, sino que también se puede planificar mediante el diseño urbano, vial, arquitectónico, o implementando servicios como la limpieza e iluminación. La imagen de un destino como una ciudad o un espacio natural es clave para la actividad turística.

Escritura individual: ¿cuál es tu propia imagen de la ciudad de Buenos Aires?

Pensá en diferentes momentos en los que transitás por la ciudad, cuando vas en el colectivo y mirás por la ventana o caminás por la calle; cuando vas a la escuela, al club, o a visitar a un amigo: ¿qué ves? ¿Qué olores sentís? ¿Qué sentís? ¿Qué recuerdos te trae? Imaginate que sos un observador del espectáculo de la ciudad, pero a la vez estás encima del escenario con los demás participantes.

Escribí un breve párrafo contando lo que ves, oís, olés, sentís y describí las emociones y pensamientos que te trae.

3. Recorremos la ciudad

Duración: 2 clases

Reconocimiento del patrimonio turístico: entre todos y con la ayuda del docente reflexionen acerca de qué es el patrimonio. Realicen una síntesis en el pizarrón y registren las conclusiones en sus carpetas. Luego lean el siguiente párrafo y completen la reflexión agregando ejemplos:

*Gran parte de la literatura que aborda la relación entre turismo y patrimonio acuerda en definir patrimonio como un conjunto de bienes o elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales. Se considera que el concepto de patrimonio incluye más elementos que los designados oficialmente, concibiendo de esta forma a **todos aquellos elementos o manifestaciones materiales o inmateriales que constituyen el acervo de las sociedades.***

(Texto adaptado de Troncoso y Almirón, 2005)

Recorrido por el barrio o la ciudad: en esta actividad van a hacer un breve recorrido por el barrio o la ciudad para identificar bienes o elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales que consideren tienen valor para ustedes y que a la vez pueden ser atractivos para el turismo.

Antes de salirasegurate de tener: lápiz y papel para tomar nota, hacer croquis o realizar dibujos; teléfono o cámara de fotos para tomar registro de lo que vas viendo y agua por si tenés sed. En tu bloc de notas o

cuaderno de registro anotate esta consigna para no olvidar nada:

Registro individual: registrá tu visita al lugar como si fueras un cronista de viaje a través de la producción de:

- El título del lugar
- La ubicación (barrio, calles)
- Un registro breve describiendo el lugar (individual)
- 3 observaciones del lugar (aquello que llama la atención o te parece importante de ver)
- 1 foto o dibujo
- Una frase que invite a visitarlo
- Opcional: grabar un audio corto describiendo el lugar.

De a pares: en la clase y luego del recorrido elijan los bienes o elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales, que identificaron en el recorrido y que para ustedes tengan valor patrimonial. Imaginen que van a recorrerlos con un amigo/turista que visita la ciudad. Uno de ustedes asume el rol del guía y el otro el del turista. ¿Qué le contarían? Escriban un párrafo contando qué le dirían, guiados por las siguientes preguntas:

- ¿Qué bienes o elementos eligieron y por qué?
- ¿Qué les parece interesante de ellos?
- ¿Dónde están?

Cierre reflexivo grupal: reflexionen entre todos y con la ayuda del docente acerca del patrimonio que identificaron. Realicen una síntesis en el pizarrón. Retomen el concepto de patrimonio discutido al principio de la actividad, ajusten, agreguen o completen lo que consideren necesario y registren en sus carpetas:

- ¿Qué fue fácil y qué fue difícil al describir un lugar?
- ¿Qué hace que un lugar resulte interesante para otros?
- ¿Qué tipo de información necesita un turista?

Reflexión sobre el aprendizaje

Al finalizar la semana reflexiona sobre tus saberes y ubicalos en la siguiente rúbrica:

Rúbrica de evaluación: Imagen de destino y patrimonio

Criterio

Inicial

En proceso

Logrado

Identificación de elementos en la construcción de la imagen de un destino

Reconoce pocos elementos o lo hace de forma confusa o incompleta.

Identifica varios elementos relevantes, aunque con algunas imprecisiones o sin profundizar.

Identifica de manera clara y completa diversos elementos (naturales, culturales, sociales, simbólicos) que construyen la imagen de un destino.

Identificación y justificación de un bien patrimonial

Identifica un elemento, pero sin justificar su valor o con justificación poco clara.

Identifica un bien natural o cultural y ofrece una justificación básica de su valor.

Identifica un bien natural o cultural relevante y justifica claramente su valor patrimonial con argumentos sólidos.

Registro de observación en territorio

El registro es incompleto, desordenado o poco descriptivo.

El registro presenta información relevante, aunque con escaso detalle o cierta desorganización.

El registro es claro, detallado y organizado, incluyendo observaciones pertinentes del recorrido en territorio.

Articulación con la siguiente etapa

A lo largo de este bimestre vamos a crear diarios de viaje sobre el patrimonio cultural de nuestro barrio o de la Ciudad de Buenos Aires. Vamos a elegir algún lugar del barrio o de la ciudad que nos parezca relevante para mostrar a un visitante. Decidiremos qué lugares queremos mostrar, a quiénes y cómo. Para eso vamos a producir diarios de viaje. En el camino vamos a aprender sobre los procesos de comunicación turística, la producción en distintos medios y el uso de las TIC para difusión.



Buenos Aires Ciudad



INDAGACIÓN

En la etapa de indagación abordaremos el concepto de comunicación y analizaremos distintos modelos y formas de comunicarnos. Reflexionaremos sobre la comunicación turística, como un área de las ciencias de la comunicación que estudia las interacciones humanas en el ámbito del turismo. En particular vamos a focalizar en el concepto de diarios de viaje, como una forma narrativa y descriptiva autobiográfica que a medida que construye la imagen del sujeto, configura también un imaginario del territorio desconocido a través del cual se dejan ver los paradigmas culturales subyacentes a la representación de la identidad y la alteridad.

DURACIÓN ESTIMADA DE LA ETAPA: 3 semanas (1 actividad central por semana)

RECURSOS

- Textos breves sobre comunicación
- Ejemplos de diarios de viaje (blogs, revistas, videos)
- Publicidades turísticas (videos, afiches, redes sociales)
- Celulares con cámara
- Computadoras con acceso a internet
- Proyector
- Herramientas digitales: Canva, Google Docs, Padlet (opcional)
- Cuaderno o carpeta de clase

ACTIVIDADES

Semana 2 – ¿La comunicación está en todos lados?

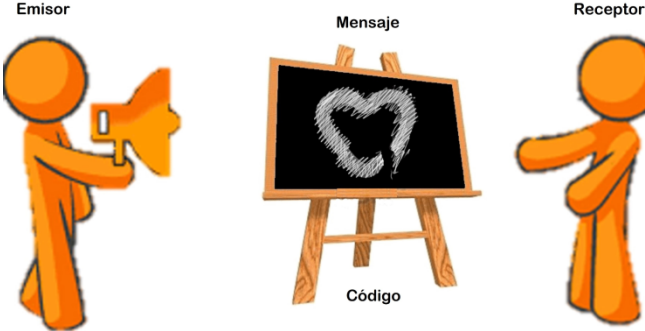
En esta etapa vas a investigar cómo funciona la comunicación en el turismo y cómo se construyen mensajes que invitan a conocer un lugar. Vas a analizar ejemplos reales, explorar distintos formatos (texto, imagen, audio y audiovisual) y aprender herramientas que luego usarás para crear tu propio diario de viaje sobre la Ciudad de Buenos Aires.

1. Lectura compartida y análisis de casos (grupal)

El término **comunicación** se origina en el latín “comunicatio” que significa formar parte, participar en algo común. Tiene su raíz en la palabra “comunis” que hace referencia a la comunión, la unión, la puesta en relación y al compartir algo. Hoy en día la comunicación puede ser entendida como la interacción con otras personas, y también como un sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales. En general se diferencian tres tipos de comunicación:

- **La comunicación intrapersonal:** la conversación con uno mismo.
- **La comunicación interpersonal:** es la que establecemos con otros sujetos y nos permite establecer acuerdos y diferencias con los demás. La forma tradicional de establecer vínculos con otras personas es el diálogo, que implica una conversación, ida y vuelta.
- **La comunicación masiva:** busca que el mismo mensaje llegue al mismo tiempo a muchos sujetos, denominados público. La televisión, la radio y las redes sociales son ejemplos de comunicación masiva.

Comunicación interpersonal

	El proceso de comunicación puede representarse de manera lineal como si fuera un telégrafo (modelo de Shannon), donde se pueden distinguir los siguientes elementos: • Emisor: el sujeto que emite el mensaje. • Receptor: quien recibe el mensaje. • Mensaje: ideas, sensaciones, afectos, conceptos, contenido de la comunicación. • Canal: el medio a través del que se transmite el mensaje (el aire, un cable, el pizarrón, una nota, el teléfono, internet, etc.)
	Otra forma de concebir a la comunicación es mediante la metáfora de una orquesta (modelo de la escuela de Palo Alto): la melodía sólo puede comprenderse cuando escuchamos a todos los instrumentos, ya que cada uno está aportando información. Así, en cualquier intercambio comunicativo cuentan el contexto, la vestimenta, las relaciones entre las personas, los gestos, la arquitectura del lugar, etc.

Fuentes: Textos adaptados de Com, S. L (2011) y Calzado, M. (2011).

“Como disciplina científica las **Ciencias de la Comunicación** están aún en discusión y constituyen un área de conocimiento que se ocupa del estudio de las cuestiones comunicacionales intrapersonales, interpersonales y masivas. Abarca también los medios tecnológicos que se emplean para su difusión y el conjunto de códigos, signos y símbolos que estos utilizan para construir, organizar y transmitir mensajes.

La comunicación es casi tan antigua como la humanidad misma. A lo largo de la historia los seres humanos fueron modificando las maneras de relacionarse, producir bienes para su subsistencia, la forma de concebirse como sujetos y como sociedades, su relación con el entorno; dentro de estas transformaciones también fueron modificando las maneras de comunicarse.

El hecho de comunicarse implica que haya dos o más personas y que una le transmita un mensaje a la otra por algún medio. Esto puede hacerse de diversas maneras y por diferentes canales:

- **La comunicación oral:** el medio en que se desarrolla la comunicación es el aire, en tanto sonido, las palabras se transportan a través del aire desde el emisor al receptor. La comunicación oral constituye un vínculo, un lazo entre los sujetos que puede ser directa o mediada por dispositivos como el teléfono y se establece a través del lenguaje.
- **La comunicación escrita:** no requiere el contacto entre el emisor y el receptor y puede llegar a infinitos lectores a lo largo del tiempo. Las primeras civilizaciones en utilizar la escritura fueron la china, la egipcia y la mesopotámica, hace más de 6.000 o 7.000 años aC.
- **La comunicación gestual:** puede ser un complemento de la comunicación oral, aportando señales informativas, como por ejemplo los movimientos de las manos cuando hablamos, o también puede

pensarse como un lenguaje en sí mismo, como el lenguaje de señas.

- **La comunicación icónica:** esta forma de comunicación comenzó a utilizarse como una copia de la vida real. El arte rupestre, por ejemplo, fue la primera forma de comunicación icónica. En la actualidad la representación icónica incluye dibujos, fotografías, televisión, mapas y cine. Las señales universales son una forma de comunicación icónica, entre las cuales las señales de tránsito son las más conocidas. Las señales de tránsito no permiten diferentes interpretaciones, sino que se reconocen de manera universal. Esto nos lleva a señalar la diferencia entre signo y señal.

Las diferentes formas de comunicación no están separadas, pueden aparecer dos, tres, o las cuatro en una misma situación. Habitualmente esto es lo que sucede en nuestra vida cotidiana.

Después de leer el texto, retomá los ejemplos analizados en el apartado Buenos Aires contada por otros del punto de partida y completá en tu carpeta las siguientes consignas:

- Representá mediante iconos el proceso de comunicación identificando emisores, receptores, canal y contexto.
- Escribí el mensaje principal.
- ¿Qué forma de comunicación utilizan los emisores?
- ¿Por qué canales circulan los mensajes?
- Los ejemplos analizados forman parte de la comunicación turística. ¿Por qué? Fundamentá tu respuesta.

2. Relatos de viajes

La **comunicación turística** es una rama de las ciencias de la comunicación que se especializa en la comunicación en el ámbito del turismo. En general se concentra en la construcción de la imagen de un destino, y el diseño, promoción y comercialización de productos turísticos. Sin embargo, concebida en su sentido más amplio, la comunicación turística abarca el conjunto de las comunicaciones que tienen lugar en el ámbito turístico.

De acuerdo con una revista española Hosteltur, dirigida a profesionales del turismo *“la comunicación turística es un proceso fundamental en el sector turístico que se enfoca en la difusión de información y mensajes para atraer a turistas y persuadirlos a visitar un lugar específico. Abarca diversos canales y estrategias para construir una imagen positiva y generar interés en los destinos y servicios turísticos. Su objetivo es influenciar la percepción y actitud de los turistas, generando interés en el destino y sus ofertas, para ello adaptarse a las tendencias y necesidades cambiantes del mercado.*

(Fuente: <https://www.hosteltur.com/hosteltur-responde/comunicacion-turistica>)

Una forma de comunicar turismo es **contando historias de viajes**. Buscá en redes sociales, youtube, plataformas y publicaciones gráficas tres ejemplos de historias de viaje y organizá la información en el siguiente cuadro:

Categorías de análisis	Ejemplo 1	Ejemplo 2	Ejemplo 3
Destino del viaje			
Tipo de relato (personal, informativo, promocional, etc.)			
Imagen del destino que			

se construye			
Emociones o experiencias transmitidas			
Atractivos mencionados			
Público al que parece dirigido: edad, nacionalidad, tipo de viajero (experimentado o aficionado).			
Opinión/valoración del narrador (le gusta/no le gusta, le interesa/recomienda)			

3. Puesta en común (grupal): discutan y consensúen entre todos las respuestas a los siguientes interrogantes:

- ¿Todos los mensajes muestran la misma ciudad?
- ¿Qué cambia según el público o el medio?

4.Cierre reflexivo(individual)

Responde brevemente en tu carpeta ¿Por qué es importante pensar en el receptor cuando se comunica un destino turístico?

Semana 3 – ¿Qué es un diario de viaje y cómo se construye?

1. **Lectura compartida:** entre todos y con la ayuda del docente lean y analicen el siguiente texto:

Los **relatos de viaje, las cartas y los archivos personales** constituyen una valiosa fuente de investigación histórica para el turismo porque permiten analizar las relaciones entre los viajes, el turismo y el contexto socio histórico más amplio en el que tienen lugar. Revelan aspectos como el perfil de los viajeros, los motivos de los viajes, los itinerarios, los destinos, los servicios utilizados, las impresiones sobre el lugar visitado y la mirada de los viajeros. Proporcionan información sobre los hábitos, los bienes materiales, los saberes y culturas de los lugares visitados, así como de los visitantes. Brindan datos sobre los significados sociales de los viajes y sobre algunas consecuencias económicas, sociales y culturales de ese proceso.

El **diario de viajes** es un escrito autobiográfico, en el que se mezclan el discurso narrativo y el descriptivo y en el que el autor o la autora deja constancia de los acontecimientos, relativos a su persona y a su entorno, ocurridos en cada jornada, a lo largo de un determinado período de su vida, durante el cual realiza

un recorrido que resulta de interés para los lectores. Puede ser reflejo de un trayecto histórico real o completamente ficticio.

Como género literario el **diario de viaje** tiene determinadas características:

- **Desde el punto de vista de la temporalidad:** el diario narra un acontecer temporal muy pequeño (lo ocurrido en un día o en parte de un día): una anécdota, una observación, una impresión o la combinación de estas, un recuerdo, un proyecto, un descubrimiento, una curiosidad, una reflexión, etc. La división del diario en jornadas da cuenta de esa temporalidad.
- **Desde el punto de vista de la enunciación:** es uno de los géneros del *yo*, es decir, escrito en primera persona, que se combinan con los deícticos espacio temporales del *aquí* y el *ahora*.
- **Suponen un destinatario** (nadie escribe sólo para sí mismo), y ese futuro lector será quien reciba y aprecie el testimonio del yo.

(Adaptado de Valdettaro, T. (2021) Diarios de viaje. Introducción. (Material didáctico. OEI. Buenos Aires. Argentina) y Educación Taller de Escritura.

2. Análisis grupal: organizados en pequeños grupos elijan uno de los ejemplos y respondan a las preguntas de abajo en sus carpetas:

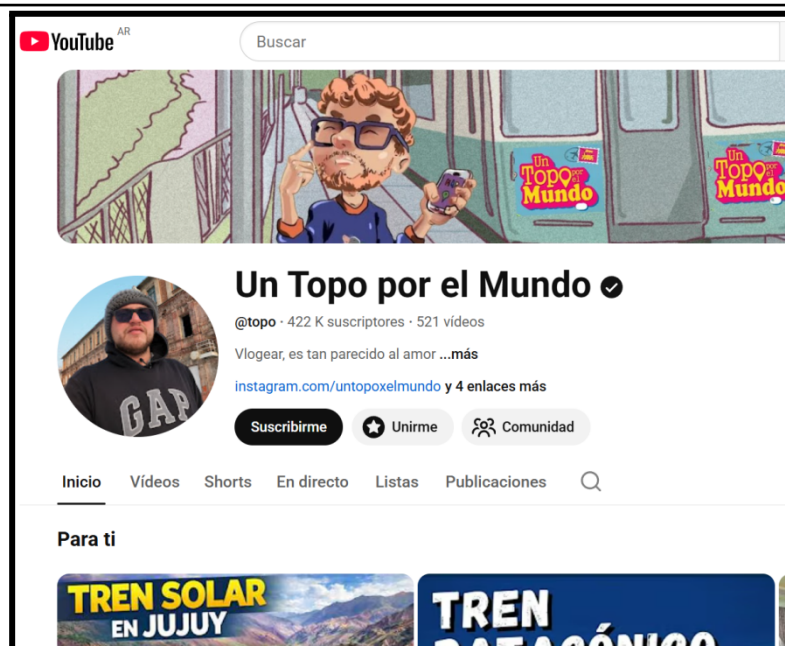
- El relato, ¿te parece real o ficticio? Fundamentá tu respuesta.
- ¿Cómo pensás que es el narrador? Describilo en detalle.
- Describí brevemente el lugar que presenta el ejemplo (dónde y cómo es).
- ¿A quién está dirigido el relato? ¿Cuál es el propósito de su publicación?
- ¿Qué recursos usa? (fotos, relatos, música, datos).

Ejemplo 1: Crónica de viaje

El viaje a las quintas suburbanas era prácticamente imposible por medio de carruajes debido al mal estado de los caminos; quienes salían en busca del aire fresco tenían que hacerlo en carretas. En sus *Memorias de mi lejana infancia*, Zelmira Garrigós recuerda que: *En 1873, a los dos meses de nacida, realicé mi primer viaje al Tigre. Hacía varios años que mi familia veraneaba allí. Muchas veces me hice contar la historia de los viajes primitivos en carretas tiradas por bueyes, en las que se colocaban sillones de paja o catres. Se llevaba también comida preparada, calentador para hacer té o mate, damajuanas de agua y todo lo que podía necesitarse en una travesía de 14 o 15 horas, cuando los caminos estaban buenos. El personal de servicio iba con el equipaje en otra carreta. Siempre se formaban caravanas de varias familias para que el recorrido fuera más agradable. Cada tanto se hacían altos en el camino para descansar. Entonces se soltaban los bueyes para que pastorearan mientras las familias, agrupadas a la sombra de algún ombú, comían, se divertían, tocaban la guitarra o echaban una siestita. En su libro, Buenos Aires desde hace setenta años atrás, José Antonio Wilde estimó que los viajes a San Isidro demoraban seis horas o más, y para ilustrar sus peripecias agregó que: En San José de Flores hizo por muchos años el servicio un renombrado Don Dalmacio, humilde propietario del partido, con una carreta tirada por un par de bueyes mansos, con los cuales atropellaba los profundos pantanos que eran el terror de los troperos.*

(Fuente: Elisa Pastoriza. Mar del Plata. Un sueño de los Argentinos. Pag. 34. 2019. Edhasa)

Ejemplo 2: Video de canal de Youtube



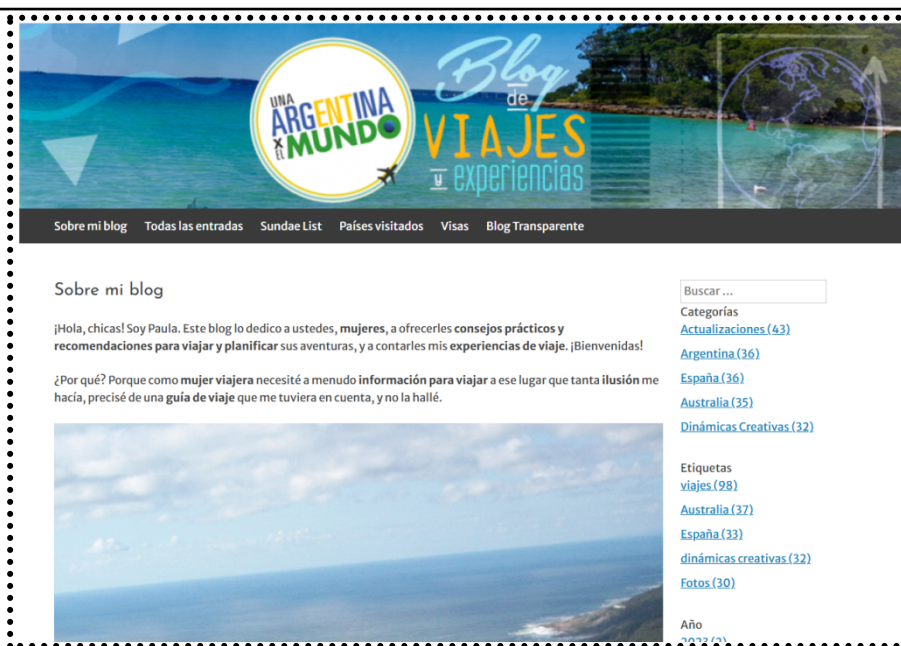
Mirar en: **Así es ir en TREN a BARILOCHE en CAMAROTE | Tren Patagónico**

Ejemplo 3: Nota periodística turística. Fuente: La Nación



Leer en: <https://surl.li/exduan>

Ejemplo 4: Publicación de Blog



Mirar en: <https://unaargentinaporelmundo.com/>

3. Construcción colectiva

Con la ayuda del docente realicen entre todos una síntesis en el pizarrón sobre las características de un diario de viaje. Registren las conclusiones en sus carpetas.

4. Relato de la experiencia (individual)

Retomar el punto Recorremos la ciudad, recuperar el recorrido realizado, los sitios identificados y relatar la experiencia asegurando cubrir los siguientes criterios:

- narración en primera persona
- descripción de lugares
- inclusión de experiencias
- combinación de información + opinión
- uso de distintos soportes (texto, imagen, audio)

Agregar:

- una breve anécdota o sensación personal
- un dato interesante del lugar
- una recomendación para el visitante

5. Cierre

Pregunta disparadora:

¿Qué diferencia hay entre informar sobre un lugar y contar una experiencia?

Reflexión sobre el aprendizaje

Revisá tu producción hasta este punto de acuerdo con los niveles de logro expresados en la tabla. Si estás en la etapa inicial o en proceso es una oportunidad para que repases o completes lo que sea necesario.

Criterio	Inicial	En proceso	Logrado
Identificación de los elementos del proceso de comunicación	Reconoce algunos elementos (emisor, receptor, mensaje, canal, contexto) de manera parcial o con errores.	Identifica la mayoría de los elementos correctamente, aunque presenta algunas imprecisiones.	Identifica de manera completa y correcta todos los elementos del proceso de comunicación en distintos ejemplos.
Aplicación del proceso de comunicación a casos turísticos	Presenta dificultades para aplicar los conceptos a ejemplos concretos de comunicación turística.	Aplica los conceptos a casos reales con cierta coherencia, aunque con ayuda o algunas imprecisiones.	Aplica de manera autónoma y precisa los conceptos a diversos casos de comunicación turística, estableciendo relaciones claras.
Comprensión de estrategias de comunicación turística	Reconoce de forma limitada los recursos o estrategias utilizados en mensajes turísticos.	Identifica algunas estrategias (imágenes, emociones, público, medios), aunque sin profundizar.	Analiza y explica claramente las estrategias utilizadas para construir mensajes turísticos y atraer públicos.
Reconocimiento del rol de las TIC en turismo	Identifica de manera superficial o confusa el uso de TIC.	Reconoce algunas TIC utilizadas en la comunicación turística, con ejemplos básicos.	Reconoce y explica el rol de las TIC en la producción, difusión y consumo de mensajes turísticos con ejemplos pertinentes.
Producción inicial de mensajes con intención comunicativa	Produce mensajes poco claros o sin considerar el destinatario o el propósito.	Produce mensajes comprensibles, aunque con escasa adecuación al público o intención comunicativa.	Produce mensajes claros, coherentes y adecuados al público, evidenciando intención comunicativa definida.
Criterio	Inicial	En proceso	Logrado
Identificación de los elementos del proceso de comunicación	Reconoce algunos elementos (emisor, receptor, mensaje, canal, contexto) de manera parcial o con errores.	Identifica la mayoría de los elementos correctamente, aunque presenta algunas imprecisiones.	Identifica de manera completa y correcta todos los elementos del proceso de comunicación en distintos ejemplos.
Aplicación del proceso de comunicación a casos turísticos	Presenta dificultades para aplicar los conceptos a ejemplos concretos de comunicación turística.	Aplica los conceptos a casos reales con cierta coherencia, aunque con ayuda o algunas imprecisiones.	Aplica de manera autónoma y precisa los conceptos a diversos casos de comunicación turística, estableciendo relaciones claras.

Comprensión de estrategias de comunicación turística	Reconoce de forma limitada los recursos o estrategias utilizados en mensajes turísticos.	Identifica algunas estrategias (imágenes, emociones, público, medios), aunque sin profundizar.	Analiza y explica claramente las estrategias utilizadas para construir mensajes turísticos y atraer públicos.
---	--	--	---

Articulación con la etapa de producción

En esta etapa analizamos el proceso de comunicación, entre otras cosas las nociones de emisor y receptor, canales y contexto. También nos ocupamos de analizar textos de cierta complejidad, planificar contenidos, elegir formatos (radio, audiovisual, gráfico) y trabajar con intención comunicativa, todos elementos clave para tomar decisiones para la producción de tus propios diarios de viaje.

PRODUCCIÓN

En la etapa anterior estudiamos los procesos de comunicación y los distintos modos de pensar la comunicación en el ámbito del turismo. Exploramos algunas maneras de construir la imagen de un destino. Profundizamos en el concepto de diario de viaje como un relato en primera persona que aporta información sobre el sujeto que escribe el relato, sus concepciones sobre lo propio y lo ajeno, su identidad y la de otros, lo local y lo extranjero, la propia cultura y la que aparece como extraña. En definitiva el relato te aporta mucha información acerca de la sociedad en la que se produce el propio relato. Ahora te invitamos a producir tu propio diario de viaje sobre el sitio que elegiste en la Ciudad de Buenos Aires, utilizando distintos lenguajes (texto, imagen, audio o audiovisual) y pensando para quien escribirás ese diario de viajes, es decir a qué lector diriges tu relato.

DURACIÓN ESTIMADA DE LA ETAPA 3 semanas

RECURSOS

- Producciones realizadas en etapas anteriores
- Celulares (foto, audio, video)
- Computadoras con internet
- Google Docs / Drive
- Canva u otras herramientas de diseño
- Cuaderno o carpeta
- Ejemplos analizados en indagación
- Proyector

ACTIVIDADES

Semana 5 – Planificación del diario de viaje

A lo largo de esta etapa vas a convertirte en productor/a de contenidos turísticos. Tu tarea será elaborar un diario de viaje sobre un lugar de la Ciudad de Buenos Aires que hayas explorado previamente. Este diario deberá comunicar una experiencia, transmitir una imagen del lugar y estar pensado para un público específico.

Vas a crear un diario de viaje que incluya:

- Un relato en primera persona (como protagonista de la experiencia)
- La descripción del lugar elegido
- Información relevante (ubicación, características, datos interesantes)
- Tu experiencia personal (qué sentiste, qué te llamó la atención, qué recordás)
- Una recomendación para el visitante

Tu trabajo deberá:

- Estar dirigido a un público específico (por ejemplo: turistas jóvenes, familias, extranjeros, etc.)
- Tener una intención comunicativa clara (informar, recomendar, invitar, emocionar)
- Utilizar al menos dos lenguajes o formatos:
- Texto (obligatorio)
- Uno o más de los siguientes:
 - Imágenes (fotos o ilustraciones)
 - Audio (relato grabado)
 - Video
 - Formato digital (blog, presentación, etc.)

Vas a realizar el trabajo **en grupos** y deberá incluir:

- Planificación previa (qué van a contar, a quién y cómo)
- Producción del diario
- Revisión y mejora a partir de devoluciones
- Presentación final al resto de la clase

Tené en cuenta que no se trata sólo de describir un lugar, sino de **construir una mirada propia** y lograr que quien lo vea o lea tenga **ganás de conocerlo**. Para la evaluación del trabajo se va a considerar:

- Claridad del mensaje
- Coherencia con el público elegido
- Creatividad en la forma de contar
- Uso de recursos (texto, imagen, audio, etc.)
- Integración entre información y experiencia personal

1. Recuperación de lo trabajado: retomen sus producciones de las etapas anteriores del Plan de Aprendizaje.

- El sitio elegido y los registros de la salida realizados en Recorremos la ciudad
- La postal y el boceto de imagen de ciudad elaborados en La imagen de un destino
- Las características analizadas en ¿Qué es un diario de viaje?

2. Definición del proyecto: con su grupo definan el contenido de su Diario de Viajes y registren por escrito:

- ¿Qué sitios van a incluir en su diario de viajes?
- ¿Qué imagen quieren construir de ese lugar?
- ¿A qué público está dirigido? (turistas jóvenes, familias, extranjeros, etc.)
- ¿Qué formato van a usar: crónica escrita, blog, video/vlog, audio/guion radial/podcast, mixto (multimedial)

3. Guion o esquema de contenido: elaboren un plan de producción que incluya:

- título del diario de viaje
- estructura (inicio – desarrollo – cierre)
- qué van a mostrar (lugares, datos, experiencias)
- qué recursos van a usar (fotos, entrevistas, música, etc.)
- roles dentro del grupo

4. Puesta en común: cada grupo presenta su idea, da y recibe devoluciones:

- ¿Se entiende el mensaje? Fundamentá tu respuesta.
- ¿Es atractivo para el público elegido? Explicá las razones de tu respuesta.
- ¿Qué se podría mejorar? Proponé mejoras concretas.

5. Cierre individual: respondé en tu carpeta

- ¿Qué decisiones tomaste como “emisor” para comunicar mejor tu mensaje?
 - ¿Qué propuestas concretas tomaste para mejorar tu mensaje?
-

Semana 6 – Producción del diario de viaje

En esta semana vas a desarrollar el primer **borrador completo de tu diario de viaje** a partir de la planificación realizada. Vas a producir tu diario de viaje en grupos, contarlo como una experiencia personal y agregar una recomendación para el visitante. Recordá que el propósito es crear un producto comunicacional que transmita una imagen del lugar, que resulte atractivo y que deberás utilizar al menos dos lenguajes o formatos. Al finalizar deberás contar con un primer borrador completo del diario de viaje que revisarás en la siguiente clase.

1. Producción (trabajo grupal): cada grupo desarrolla su diario de viaje según lo planificado. Deberá incluir:

- ✓ Narración en primera persona
- ✓ Descripción del lugar
- ✓ Información relevante
- ✓ Experiencia personal
- ✓ Recursos comunicacionales (imágenes, audio, etc.)

2. Integración de lenguajes: recuerden que deberán incluir según el formato elegido:

- Fotografías o ilustraciones
- Audio o relato grabado
- Video
- Texto narrativo (crónica), obligatorio.
- Formato digital (blog, presentación, etc.)

3. Autoevaluación grupal: con tu grupo y la ayuda del docente revisen:

- Claridad del mensaje
- Uso del lenguaje
- Coherencia con el público
- Uso de TIC

4. Primer borrador: cada grupo entrega una versión inicial o avance.

5. Cierre reflexivo: entre todos realicen una evaluación de lo producido guiados por las siguientes preguntas:

- ¿Qué dificultades aparecieron al producir?
- ¿Qué decisiones tuvimos que tomar como grupo?
- ¿Qué cuestiones tuvieron en cuenta para producir?
- ¿Cuáles fueron los aportes más ricos?
- ¿Qué cuestiones conviene evitar en futuras producciones?

Semana 7 – Revisión, mejora y preparación de presentación

En esta semana vas a trabajar sobre tu producción para mejorarla y prepararla para su presentación final. Para eso vas a hacer una revisión entre pares, intercambiar producciones con otro grupo, leer, mirar o escuchar el trabajo recibido, y realizar devoluciones constructivas. A partir de las devoluciones recibidas, deberás realizar los ajustes correspondientes, preparar la presentación y organizar cómo van a presentar el trabajo. Tené en cuenta que todos los integrantes del grupo deben participar y que mejorar un trabajo también es aprender: revisar, ajustar y tomar decisiones forma parte del proceso de comunicar.

1. Revisión entre pares: intercambio de producciones entre grupos. Entre todos definan los criterios y construyan una rúbrica para evaluar los trabajos sobre la base de la siguiente guía orientativa.

- ¿Se identifica el lugar claramente?
- ¿Es atractivo para el público?
- ¿Se entiende el mensaje?
- ¿Qué emociones genera?
- ¿Qué se puede mejorar?

2. Reescritura / edición: a partir de las devoluciones aplicá junto con tu grupo los ajustes correspondientes para mejorar los textos, ajustar imágenes o sonido, reforzar la intención comunicativa y corregir errores.

3. Preparación de presentación final: cada grupo organiza la presentación de su trabajo incluyendo:

- proyección
- lectura
- audio
- exposición oral

Es imprescindible la participación activa de todos y cada uno de los participantes del grupo.

4. Ensayo breve: cada grupo lleva a cabo internamente una simulación de presentación en la que deberá asegurar:

- claridad al comunicar
- adecuado uso del tiempo
- coherencia en el relato

5. Cierre de la etapa: reflexionen entre todos y con la ayuda del docente guiados por las siguientes preguntas:

- ¿Qué aprendimos sobre comunicar un lugar?
- ¿Qué hace que un diario de viaje sea interesante?
- ¿Cómo influyen nuestras decisiones en la imagen que construimos?

Articulación con evaluación

Esta etapa deja a los estudiantes listos para presentar su producción final, justificar sus decisiones comunicativas, y evaluar las producciones propias y ajenas.

EVALUACIÓN

En esta etapa vas a compartir tu producción final: el diario de viaje. Será una oportunidad para mostrar lo que aprendiste, reflexionar sobre tu proceso y evaluar tanto tu propio trabajo como el de tus compañeros. No solo importa el producto final, sino también las decisiones que tomaste para comunicar, el trabajo en equipo y la capacidad de mejorar a partir de devoluciones.

DURACIÓN ESTIMADA DE LA ETAPA; 1 semana

RECURSOS

- Diarios de viaje producidos (formatos diversos)
- Proyector / pantalla
- Celulares o computadoras
- Rúbrica de evaluación
- Cuaderno o carpeta
- Fichas de coevaluación (opcional)

ACTIVIDADES

1. Presentación de producciones (grupal): cada grupo presenta su diario de viaje al resto de la clase. La presentación debe incluir:

- Explicación del lugar elegido
- Público destinatario
- Formato utilizado
- Decisiones comunicativas (qué mostrar y cómo)
- Proyección, lectura o reproducción del material

2. Evaluación entre pares (grupal): mientras observan las presentaciones, los estudiantes completan la guía breve de evaluación que construyeron entre todos sobre la base de los siguientes criterios:

- ¿Se entiende el mensaje?
- ¿El contenido resulta atractivo?
- ¿Se identifica claramente el lugar?
- ¿Qué emociones transmite?
- ¿Qué mejorarías?

Puesta en común: intercambio de devoluciones respetuosas y constructivas.

3. Autoevaluación (individual): a partir de las presentaciones realizadas y la reflexión sobre tu propio trabajo, respondé en tu carpeta:

- ¿Cuáles fueron mis aportes al trabajo grupal?
- ¿Qué aprendí sobre comunicación turística?
- ¿Qué haría diferente si volviera a hacerlo?
- ¿Qué fue lo más difícil? ¿Y lo más logrado?

4. Evaluación del docente: el docente evaluará las producciones utilizando la siguiente rúbrica:

Rúbrica de evaluación – Diario de viaje

Criterio	Inicial	En proceso	Logrado
Comprensión del proceso de comunicación	Presenta dificultades para identificar y aplicar los elementos del proceso de comunicación.	Identifica y aplica algunos elementos del proceso de comunicación con cierta coherencia.	Aplica de manera clara y adecuada los elementos del proceso de comunicación en la producción.
Construcción de la imagen del destino	La imagen del lugar es confusa o poco desarrollada.	La imagen del destino es reconocible pero poco profundizada.	Construye una imagen clara, atractiva y coherente del destino turístico.

Adecuación al público destinatario	No se evidencia un destinatario claro.	Se identifica un público, aunque con algunas inconsistencias.	El mensaje está claramente dirigido a un público específico y es adecuado a él.
Uso de recursos comunicacionales	Uso limitado o poco adecuado de recursos (imagen, texto, audio, etc.).	Uso de recursos pertinente pero poco variado o desarrollado.	Uso creativo, variado y adecuado de recursos comunicacionales.
Producción del diario de viaje	Producción incompleta o poco organizada.	Producción completa pero con aspectos a mejorar en claridad o coherencia.	Producción completa, organizada y coherente, integrando información y experiencia personal.
Trabajo en equipo	Participación escasa o desorganizada.	Participación adecuada con algunas dificultades en la organización.	Participación activa, organizada y colaborativa.

5. Cierre de la etapa (reflexión grupal): conversen entre todos siguiendo la presente guía:

- ¿Cómo cambió tu forma de ver la ciudad?
- ¿Qué aprendiste sobre comunicar un lugar?
- ¿Cómo influyen los medios en la imagen que tenemos de un destino?

Esta etapa permite integrar todo lo trabajado: la observación del entorno, el análisis de la comunicación y la producción de mensajes. A través del diario de viaje, cada estudiante se posiciona como productor de sentido, capaz de construir una mirada propia sobre la ciudad y compartirla con otros. ¿Crees haberlo logrado?

Referencias

- Calzado, M. (2011). *Comunicación, cultura y sociedad*. Buenos Aires: Del Aula Taller.
- Com, S. L. (2011). *Introducción a la comunicación*. Buenos Aires: Del Aula Taller.
- Lynch, K. (2008). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Valdettaro, T. (2021). *Diarios de viaje. Introducción*. Material didáctico. Buenos Aires: OEI.
- Troncoso, C. A., & Almirón, A. V. (2005). *Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones*. *Aportes y Transferencias*, 9(2), 56–70.
- Urry, J. (2018). *La mirada del turista*. *Turismo y Patrimonio*, (3), 51-66.