

## 5. PUBLICIDAD DE TURISMO

Elegir una publicidad turística en lengua española y analizarla desde el punto de vista de la lengua y la comunicación.



- Uno de los objetivos de las publicidades es capturar la atención del espectador. Para capturar esta atención se utilizan, en marketing y comunicación, entre otras cosas, las imágenes.

¿Y cual imagen podrían haber elegido para promover a Perú si no la de Machu Picchu, una de las siete maravillas del mundo (moderno)?

El marco de la ciudad Perdida, con sus ruinas inca en medio de las montañas, en mi opinión, se podría definir como el caballo de batalla para el turismo en Perú.

Elegirla para una publicidad podría parecer banal, pero todavía hay personas que nunca la vieron y se debe tener en cuenta que aún tiene reconocimiento de la UNESCO.

- Otro elemento para captar la atención es el sonido.

En este caso, por ejemplo, no hay audio, porque es un tweet, aunque en la página principal del sitio web que se abre con el link del tweet, está otro

para un video de youtube.

Esto para incrementar, ulteriormente, el interés del espectador y también para ofrecerle ulteriores imágenes e informaciones.

- Cada publicidad está planeada, pensada especialmente por un target. En este caso la publicidad está dirigida a todos los peruanos.

- La publicidad fue publicada en junio de 2021 después de casi dos años de pandemia y apunta a ayudar a todos los miles de peruanos que dependen del turismo local y que pasaron momentos difíciles en términos económicos.

Comprando este viaje, desde el link del tweet, los turistas pudieron ayudar a los trabajadores de la industria turística peruana.

- El medio de comunicación elegido es twitter, un social network, que utiliza frases cortas, concisa y de impacto.

Las redes sociales, también, permiten añadir link, emoji y hashtag que crean muy efecto.

- La cuenta de turismo “Y tu que planes” quiere reunir a los peruanos que aman viajar por Perú, conocer el país y también sustentar a los trabajadores.

The advertisement features a scenic view of Machu Picchu in Peru. In the foreground, a person wearing a colorful, fringed shawl is seen from behind, with their hands raised in a heart shape. The background shows the ancient stone ruins of Machu Picchu nestled in a valley, with a large mountain peak rising in the distance under a cloudy sky. The text '¡Queremos volver a verte!' is prominently displayed in white. Below it, a teal box contains the text '¡Reactivemos juntos el turismo local! Planifica tu próximo viaje en ytuqueplanes.com'. At the bottom right, it says 'Llaqta Machupicchu, Cusco'. Logos for 'Volver - A VIAJAR -', 'ytú qué planes', 'PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo', 'prom perú', 'Perú', and 'BICENTENARIO PERÚ 2021' are also present.

El lenguaje utilizado en esta publicidad se podría definir como:

- *apelativo* porque la frase más grande, la principal, “*¡Queremos volver a verte!*”, está escrita con el imperativo para llamar la atención y es un mensaje muy explícito, como un eslogan porque resume brevemente el mensaje. También el uso de la persona “tu” quiere, ulteriormente, llamar y apelarse a alguien.
- *emotivo* porque quiere provocar emociones y tocar los sentimientos de los espectadores queriendo reactivar juntos el turismo local ayudando a los trabajadores y, en general, al país entero recordando la pandemia. Además, la frase está escrita con la persona “nosotros” así que “*todos juntos, el pueblo peruano, ayudemonos y reactivemos el turismo*”. Se apela al patriotismo, a la unión, como decir: todos podemos hacer algo para ayudar a los demás (los trabajadores del turismo) y al país entero a levantarse después de la pandemia (PIB).

#### Sitografía:

1. Link para el video de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Tw1ynG2DaHs>
2. Link para comprar: [https://www.ytuqueplanes.com/volver/?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=post&utm\\_campaign=etapa0&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=post&utm\\_campaign=etapa0#/](https://www.ytuqueplanes.com/volver/?utm_source=facebook&utm_medium=post&utm_campaign=etapa0&utm_source=facebook&utm_medium=post&utm_campaign=etapa0#/)
3. Link del Tweet: <https://twitter.com/conoceelperu/status/1406643162613911555>