

Documento 2 : Tipo Bac

Campaña para reforzar la imagen de España en el extranjero

Paella, toros, flamenco, alcohol, playa, fiesta, siesta... estos han sido hasta ahora los reclamos del turismo español, ¿y ahora? Ahora aún siguen siendo las claves principales para que muchos extranjeros se acerquen al país.

- Desde hace 25 años, el turismo de España tiene un logo muy especial. Conocido como el Sol de Miró, este pintor supo reflejar calidad, belleza y un sol brillante en un dibujo sencillo con trazos rápidos y descuidados. Efectivamente supo reflejar el país del momento, pero ¿refleja el país actual?

Más allá de esta cuestión este logotipo ha sido fácilmente reconocible y asociado a la marca España como destino turístico y esto es lo que el Ministerio de Turismo, Industria y Comercio quiere reconocer también con esta nueva campaña.

- “25 years going beyond¹ the sun” este es el lema que se puede leer en las gráficas que se insertarán en los diarios² de 13 países europeos.

En las piezas podemos ver antiguas fotos de turistas de hace 25 años sobre imágenes del país actual, con el fin de ver la evolución del turismo en España.

<http://miraloqueveo.com>,
20 de octubre de 2008.



¹ beyond *au-delà de*

² los diarios = los periódicos

1. ¿De qué tipo de documento se trata ? ¿Cuál es su objetivo ?
2. ¿Qué evocan para ti las palabras paella, toros, flamenco, alcohol, playa, fiesta, siesta ?
3. El texto se refiere a un artista español. ¿Por qué ?
4. ¿Por qué el Ministerio de Turismo español decidió al final elegir este logotipo ?
5. ¿Por qué el eslogan de la campaña (« 25 years going beyond the sun ») está en inglés ?
6. ¿Cuál es el objetivo de esta campaña ? Justifica citando una frase del texto.