Colombia se inspira en ‘Cien años de Soledad’ para impulsar el turismo

El Gobierno colombiano lanzó ‘Macondo, inspirado en el país de la belleza’, una iniciativa que coincide con el estreno de ‘Cien años de soledad’, la serie de Netflix basada en la novela del mismo nombre, para impulsar el turismo en el país de Gabriel García Márquez.

La campaña incluye una docuserie sobre los destinos que inspiraron ‘Cien Años de Soledad’, publicidad en Netflix Ads, y acciones creativas en mercados clave como Estados Unidos, Francia, España y Argentina.

Entre las acciones destacan instalaciones inspiradas en los «pescaditos de oro» de ‘Cien años de Soledad’ en Francia, España y México, acompañadas de postales que invitar a descubrir «el país de la belleza» junto con promociones especiales con la compañía aérea Avianca.

Además, ProColombia identificó experiencias turísticas basadas en el realismo mágico que conectan a los visitantes con los escenarios que inspiraron la obra maestra del Nobel, desde los mágicos paisajes del Caribe hasta pueblos llenos de historia que permiten ampliar el turismo literario en el país.

«La estrategia busca no solo atraer a viajeros internacionales, que es uno de los propósitos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, sino también consolidar a Colombia como un destino ideal para grandes producciones audiovisuales, demostrando su capacidad para ofrecer experiencias únicas e infraestructura de clase mundial», afirmó el jefe de esa cartera, Luis Carlos Reyes.

En este sentido, el lanzamiento de la nueva serie de Netflix inspirada en la obra del Premio Nobel de Literatura de 1982 reafirma el potencial de Colombia como un escenario ideal para producciones internacionales.

«Desde su diversidad geográfica hasta su talento humano y facilidades logísticas, el país continúa atrayendo a grandes industrias creativas que buscan lugares únicos para sus proyectos», aseguró ProColombia.

Este lanzamiento supone «una oportunidad excepcional para

mostrarle al mundo cómo nuestra riqueza cultural, la diversidad de nuestros paisajes y el talento de nuestra gente son un motor para el turismo y las industrias creativas», concluyó la presidenta de ProColombia, Carmen Caballero.

Con información de Revista Ronda