

La OMT y Netflix se asocian para repensar el turismo de pantalla

Madrid (España), 1 de octubre de 2021 - La OMT y Netflix se han asociado para publicar un informe que analiza cómo el cine y las series impulsan el turismo y la afinidad cultural. *El Global Report on Cultural Affinity and Screen Tourism (Informe global sobre afinidad cultural y turismo en la pantalla)* explora el afecto creciente que se siente hacia un país o una cultura concreta que aparece en la pantalla.

Las conclusiones de la investigación se presentaron en Madrid en el marco de Iberseries Platino Industria, el mayor evento internacional para profesionales vinculados a la industria audiovisual en español y portugués.

El objetivo último del informe es brindar apoyo a los responsables políticos y a los principales agentes del sector turístico para que apliquen políticas que hagan que sus destinos sean atractivos para los productores audiovisuales. Al mismo tiempo, pretende ayudar en la formulación de estrategias enfocadas a promover el turismo y el consumo de cultura local, invirtiendo en habilidades y formación para desarrollar el sector cinematográfico y las industrias creativas locales a fin de asegurar un alto nivel de talento, infraestructura y capacidad de producción, así como integrando el turismo y mostrando la cultura en los festivales de cine para que el público global pueda conocerla más a fondo.

El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, afirma: "Tanto el turismo como el sector audiovisual celebran y promueven la cultura, apoyan el empleo y ofrecen oportunidades en diversos lugares. El trabajo conjunto de la OMT y Netflix ayudará a los destinos a aprovechar los beneficios potenciales del turismo de pantalla".

Dean Garfield, vicepresidente de Políticas Públicas de Netflix, explicó: "Como se destaca en esta investigación, hemos podido demostrar de forma concluyente lo que instintivamente ya pensábamos, que es que además de incentivar el deseo de viajar y visitar destinos, la exposición a contenidos en la pantalla también conduce a un mayor interés por el patrimonio, la cultura, el idioma y la creación de relaciones interpersonales. El estudio demuestra que las industrias creativas, el intercambio cultural, la narración de historias y el turismo están interrelacionados y pueden transformar la percepción que tienen unas comunidades de otras y cómo se conectan entre sí".

Tras la presentación del informe global, expertos en turismo y en la industria audiovisual compartieron sus conocimientos y puntos de vista sobre las tendencias cambiantes del turismo de pantalla, sus impactos positivos en el fortalecimiento de la afinidad cultural y el papel de los servicios de streaming en la promoción del turismo y la afinidad cultural entre las personas, las culturas y los países, en consonancia con la Agenda 2030. El evento también sirvió para subrayar que la colaboración público-privada puede ayudar a los destinos a promocionarse como lugares atractivos para los productores audiovisuales.

Related Links:

[UNWTO and Netflix: Cultural Affinity and Screen Tourism](#)

[Informe mundial sobre la afinidad cultural y el turismo de pantalla](#)

[Panel de expertos en turismo de pantalla y presentación del Informe mundial sobre afinidad cultural y turismo de pantalla](#)