**Más de cuatro millones de europeos han visto los vídeos de Canarias contra los bulos en Internet**

* **En solo una semana se contabilizan más de cinco millones y medio de reproducciones en Facebook, Instagram y Twitter**
* **La Consejería de Turismo ha registrado más de 80.000 reacciones y comentarios mayoritariamente positivos sobre las Islas en sus perfiles sociales**

Los videos de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias contra los bulos en Internet sobre la situación por coronavirus en las zonas turísticas de las Islas que han sido difundidos a través de Facebook, Instagram y Twitter, han sido vistos por 4.386.385 de usuarios únicos entre el 28 de febrero y el 6 de marzo. En total se ha alcanzado un número de reproducciones superior a los cinco millones y medio (5.608.057) en la Península, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Suiza, Austria, Bélgica, Holanda, Italia, Noruega, Suecia, Polonia y Francia.

El objetivo de esta iniciativa promocional es transmitir un mensaje de tranquilidad a aquellos turistas que están en sus países de origen pendientes de la evolución del coronavirus en el Archipiélago para saber qué decisión tomar antes de reservar. Los testimonios reales de viajeros disfrutando de un destino seguro han sido grabados en español, alemán, inglés, holandés, italiano, francés, sueco y polaco, y el resultado alcanzado es muy positivo también por el número de reacciones y comentarios que han generado. Así, se han registrado 81.392 `me gusta´ y comentarios y un elevado número de usuarios los han compartido.

La repercusión lograda, mayor de la habitual con acciones de promoción similares, muestra la relevancia que el coronavirus y todas sus consecuencias están teniendo a nivel global pero también la gran notoriedad y fuerte conexión de la marca Islas Canarias y de sus destinos insulares con la audiencia europea. Una conexión de carácter positivo que se pone de manifiesto en los muchos comentarios con referencias a la seguridad de su sistema sanitario o a la decisión de mantener sus vacaciones programadas en las Islas tomando las precauciones necesarias junto a comentarios sobre que “el virus está en todos lados y hay que disfrutar de la vida” o las críticas al tratamiento de la información en los medios. En este sentido, los usuarios han mostrado su satisfacción por estar informados con veracidad y en su idioma. Una de las nacionalidades que más ha reaccionado es la británica, que no ha dejado de mostrar interés en el devenir de los contagios en Tenerife, con muchas muestras de ánimo desde el principio. Se trata de un comportamiento que indica la especial relación que sienten los turistas de Reino Unido por Tenerife y por Canarias.

Durante estos días, el foco de la promoción turística de Canarias está puesto en transmitir que las Islas siguen siendo un lugar seguro para disfrutar de unas vacaciones con menores riesgos que en cualquier otro lugar del mundo, incluso en un escenario como el actual. Y que sus servicios sanitarios están preparados para cualquier eventualidad. De esta manera, se está combinando información de medidas de prevención realistas y eficaces para los visitantes en las Islas y mensajes, con difusión orgánica y pagada, de tranquilidad en el exterior. El objetivo final es tanto atenuar las posibles repercusiones negativas que se produzcan respecto a reservas para el corto plazo como establecer una dinámica positiva de comunicación para cuando se supere esta crisis y la situación vuelva a la normalidad.