Australia invita a los jóvenes viajeros a 'Be Changed'

SYDNEY, 29 de octubre de 2013 /PRNewswire/ -- Tourism Australia ha publicado un corto titulado ***'Be Changed'*** a través de YouTube que está destinado a inspirar a los jóvenes viajeros internacionales e instarles a que se embarquen en su propio trabajo de descubrimiento en Australia.

Si desea ver los activos multimedia asociados a este comunicado haga click en: http://www.multivu.com/mnr/63919-tourism-australia-invites-the-youth-traveller-to-be-changed

'Be Changed' se creó a través de Infinity Squared, y cuenta con un poema escrito y con la voz de Bravo Child tras ver un corto inspirado en la reciente competición de Tourism Australia titulada ***'Best Jobs in the World'***.

El director administrativo de Tourism Australia, Andrew McEvoy, explicó que su última película ***'Be Changed'*** estaba dirigida a amplificar su campaña 'Best Jobs in the World' al demostrar los beneficios de transformación de una joven persona en viaje de ocio y trabajo en Australia.

"Para los finalistas, y realmente también para los ganadores, creo que la experiencia 'Best Jobs' y el viaje del que han disfrutado es una forma de cambiar sus vidas. La imagen espectacular y las bellas palabras de Bravo Child capturan a la perfección la potencia de cambio de Australia, y estoy seguro que inspirarán a más gente joven de todo el mundo a seguir su estela y embarcarse en su propio viaje de auto-descubrimiento", explicó McEvoy.

El director de cine Rob Stanton-Cook comentó que deseaba crear algo realmente auténtico y único con una voz humana que estuviese alejado de la publicidad de turismo tradicional.

"Nos dirigimos a replicar el sentido único de asombro que se siente cuando se viaja y explora un nuevo país. Tiene un sentido enorme de optimismo y emoción (como de que cualquier cosa puede pasar) desde el momento en el que bajas del avión y estás rodeado de nuevas personas, una nueva cultura, nuevos sitios y sonidos", dijo Stanton-Cook.

El poeta Bravo Child fue transportado al tiempo que veía la visión al darse cuenta de que "los destinos no son solo vistas de tarjetas postales inertes; son parques para jugar vivos a los que dirigirse. Australia es una cama fértil de cultura y aventura, y una vez que entras, si realmente te atreves a formar parte, algo avanza dentro de ti".

La competición 'Best Jobs in the World' de Tourism Australia es parte de un avance de marketing internacional destacado que promociona las oportunidades de turismo proporcionadas por el programa de visados de Australia Working Holiday Maker (WHM).

McEvoy indicó que la campaña ya estaba desplegado sus resultados, incluyendo un crecimiento destacado del interés internacional y de la toma de viaje de ocio y trabajo en Australia.

CONTACTO: Leo Seaton, Tourism Australia, +61-0-447-463-197, Twitter: www.twitter.com/TourismAus