

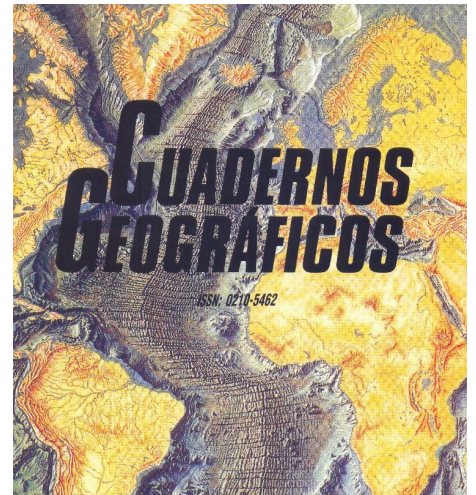


La UGR publica un estudio sobre la demanda de turismo cinematográfico

29/09/2017

Cultura

Con especial atención al Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, el trabajo de investigación, realizado por David Flores Ruiz, Celia Sánchez López, y María de la O Barroso González, ha visto la luz en el volumen 56, n.º 2, de “Cuadernos Geográficos”, que publica la UGR



“La demanda de turismo cinematográfico de festivales. El caso del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva” es el título del estudio realizado por los profesores del Departamento de Economía General y

Estadística de la Universidad de Huelva David Flores Ruiz, Celia Sánchez López, y María de la O Barroso González, que ha visto la luz en el volumen 56, n.º 2, de “Cuadernos Geográficos”, que publica la UGR.

La organización de festivales culturales en general, y de cine en particular, viene adquiriendo en los últimos años especial importancia, tanto a la hora de mejorar el nivel y acceso a la cultura de la población local, como para contribuir a desarrollar el turismo. Este trabajo de investigación pretende, según los autores, “caracterizar a la demanda de turismo cinematográfico y de festivales de cine, prestando especial atención a la del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva (España), diferenciándola de la demanda de la población local, con objeto de mejorar la organización y gestión de este evento, adaptándolo a las necesidades de la población local y de los visitantes”.

Turismo y cine

<http://www.ugr.es/>

Se muestran convencidos los autores de este estudio de que el turismo y el cine son dos actividades que han estado ligadas desde siempre. No en vano, el cine, al igual que el turismo, permite “acercar” al espectador a nuevos lugares, descubrir nuevos rincones e inducirle a visitarlos y conocerlos. De tal forma que, en innumerables ocasiones, las imágenes cinematográficas han sido utilizadas con finalidades turísticas. “Así –señalan los autores del estudio–, ya en 1925 el gobierno español de entonces comunicó a todos los ayuntamientos, gobiernos civiles, cabildos, etc., que apoyaran a las empresas cinematográficas que confeccionaran películas industriales y de propaganda para su proyección en el extranjero (Sandoval Martín, 1998). Posteriormente, con la creación del Patronato Nacional de Turismo, este fomento, por provincias, se incrementaría aún más. Sin embargo, a pesar de ello, el turismo cinematográfico es un concepto relativamente nuevo, que apenas comienza a estudiarse desde diferentes ámbitos, como la Sociología, la Psicología, la Economía, etc.; y que los destinos turísticos empiezan a considerarlo entre sus estrategias de desarrollo a la hora de promocionarse y diversificar su oferta”.

[Seguir leyendo](#)