

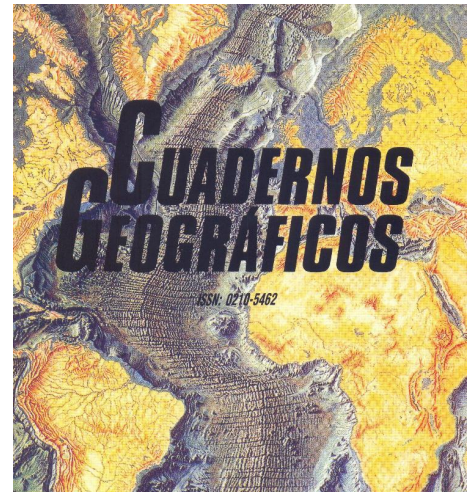


## La UGR publica un estudio sobre la demanda de turismo cinematográfico

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

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](#)

[Compartir en](#)