

Mujer joven con estudios, renta media e interés por la naturaleza: Así es el perfil del nuevo turista cinematográfico

Un estudio de la UCO analiza las nuevas tendencias del viajero que busca actividades de ocio en ubicaciones y paisajes vinculados al séptimo arte

Quién no ha querido visitar Nueva Zelanda tras ver 'El Señor de los Anillos' o dejarse caer por San Juan de Gaztelugatxe (País Vasco) después de visionar la afamada serie de 'Juego de Tronos'. Si a la hora de programar tu agenda turística te influye lo que aparezca en pantalla, entras en la definición del turista cinematográfico, un viajero interesado en disfrutar de actividades de ocio en localizaciones vinculadas con el mundo del séptimo arte.

Con la finalidad de dar respuesta a este grupo cada vez más numeroso de turistas, el Grupo de Investigación "Economía del Turismo" de la Universidad de Córdoba ha realizado una investigación, coordinada por Minerva Aguilar Rivero, para conocer las opiniones y percepciones de las personas que viajan con la motivación principal o secundaria de visitar un lugar donde se grabó una película o una serie de televisión.

El estudio, realizado entre diciembre de 2020 y marzo de 2021 a partir de más de medio millar de encuestas, pone sobre la mesa el perfil socio demográfico del nuevo turista cinematográfico, y que responde, mayoritariamente, al de una mujer joven, con una edad comprendida entre los 18 y 40 años, con estudios universitarios y con un nivel de renta medio o medio-alto.

Los resultados obtenidos muestran una clara motivación paisajística de estos turistas, que buscan disfrutar de la naturaleza y cuyas razones para viajar también se fundamentan en el entretenimiento, la experiencia cultural, el escape de la rutina diaria y las atracciones naturales e históricas del lugar. Por otro lado, y en cuanto a los aspectos mejorables en estos destinos, las personas

encuestadas señalan que algunas de estas ubicaciones no están correctamente identificadas y no tienen una buena accesibilidad.

"La motivación por conocer nuevos lugares, buscar una singularidad paisajística diferente y encontrar nuevas experiencias hace que este nicho de mercado sea una realidad cada vez más consolidada en un escenario tan cambiante como es el mercado turístico", señalan desde el grupo de investigación. Esta tipología de turismo, subrayan "no solo ofrece un abanico de posibilidades para el viajero, sino que también significa potenciar y reforzar la oferta turística y crear nuevas estrategias en los destinos en la época post-Covid-19."

Andalucía, destino cinematográfico

Dentro del turismo cinematográfico, Andalucía se configura como uno de los principales destinos. La serie 'Verano Azul', que popularizó la localidad malagueña de Nerja, o las películas del Spaguetti-Western, que dieron a conocer el desierto almeriense de Tabernas, son sólo algunos ejemplos de cómo la gran pantalla puede poner de moda una localización.

En este sentido, la provincia de Córdoba también ha sido lugar de grandes rodajes. Son míticas las escenas de la serie Curro Jiménez en la capital cordobesa o, mucho más reciente, el castillo de Almodóvar, que experimentó una fuerte crecida en el número de visitas tras representar a 'Altojardín', sede de una de las principales familias de 'Juego de tronos'.