

# Índice

Resumen .....	4
Introducción .....	4
Objetivos.....	6
Objetivos específicos .....	6
Metodología.....	6
1.    Capítulo 1: Marco Teórico.....	8
1.1 Turismo Cinematográfico .....	8
1.2 Cinematografía y Marketing.....	12
1.2.1 Promoción de un Destino.....	12
1.2.2 City Placement – Film Commissions.....	15
1.2.3 Imagen Positiva del Destino.....	20
1.2.4 Imagen Negativa del Destino .....	25
1.3 Cinematografía y Geografía .....	27
1.3.1 Espacio Fílmico y Espacio Real .....	27
1.3.2 Suplantación y Distorsión de Territorios.....	30
1.3.3 Estereotipos socioculturales.....	33
2.    Capítulo 2: Contexto cinematográfico .....	39
2.1 Contexto Cinematográfico internacional .....	39
2.1.1 Tecnología y Comunicación .....	39
2.1.2 Hollywood: hegemonía global .....	44
2.1.3 Producción, distribución y consumo cinematográfico .....	46
2.2 Contexto Cinematográfico argentino .....	54
2.2.1 Cinematografía a nivel nacional .....	54
2.2.2 Presencia Internacional de la Industria Cinematográfica argentina .....	59
3.    Capítulo 3: Análisis de estudio de caso .....	62
3.1 Decisiones metodológicas de análisis .....	62
3.2 Análisis de largometrajes .....	62
3.2.1 Largometrajes en los cuales se menciona a Argentina: .....	131
3.3 Entrevistas .....	133
Conclusiones .....	137
Futuras Líneas de Investigación.....	141
Bibliografía.....	143