

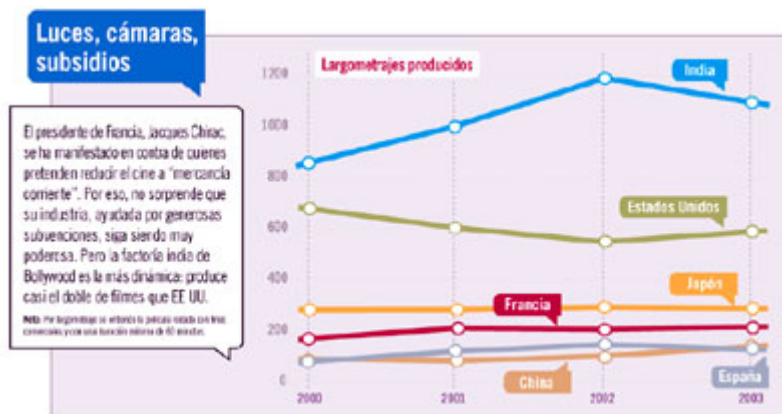
El peso de las cámaras

[David Hancock](#)

La industria cinematográfica no sólo vende entradas: transmite ideas y constituye una herramienta de influencia cultural. Por eso, algunos países hacen todo lo posible por seguir produciendo películas. Hollywood aún ocupa el primer puesto, pero otros filmes empiezan a atraer a un nutrido público.



[Descargar Imagen Ampliada](#)



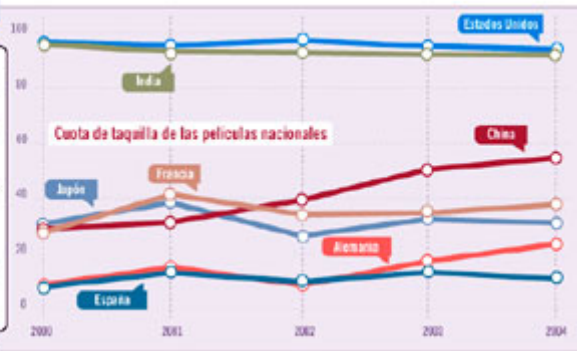
[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

Mejor en casa

Indios y estadounidenses son muy fieles al producto nacional, al menos en lo que respecta al cine. Tanto en India como en EE.UU. el público prefiere a menudo las producciones propias. En China, sus películas son siempre muy taquilleras, pero la entrada del gigante asiático en la OMC supondrá la llegada de un mayor número de películas extranjeras a las ciberletras.

Fuente: Screen Digest



[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

Trabajar para soñar

Las películas son universales, pero el precio de las entradas, no. Una noche en el cine sale barato en países con una gran industria doméstica como China o India. A los búlgaros puede que no les sobra ni para comprar palomitas.

Fuente: Screen Digest, Cinema notes

Minutos de trabajo para poder comprar una entrada (Según salario neto por hora)



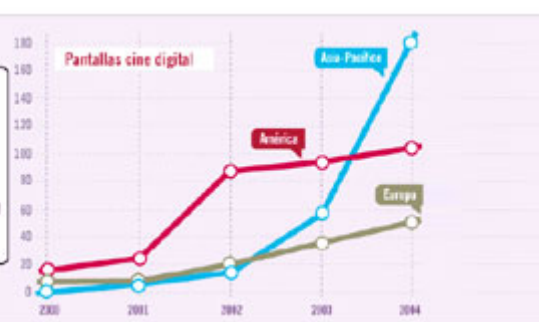
[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

Drama digital

Las películas digitales son el futuro del séptimo arte, pero no siempre se exhiben en los salas más cercanas. Si bien es cierto que los cines acústicos están muy adelantados en lo que a tecnología digital se refiere, las salas cinematográficas y los estudios de EE.UU. y Europa siguen retrasando la transición al formato digital.

Fuente: Screen Digest



David Hancock es analista cinematográfico en Screen Digest.

[Descargar](#)

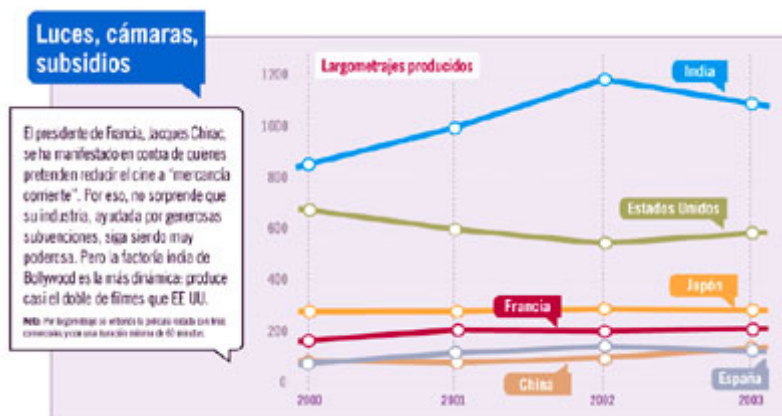
[Imagen Ampliada](#)

La industria cinematográfica no sólo vende entradas:

transmite ideas y constituye una herramienta de influencia cultural. Por eso, algunos países hacen todo lo posible por seguir produciendo películas. Hollywood aún ocupa el primer puesto, pero otros filmes empiezan a atraer a un nutrido público. [David Hancock](#)



[Descargar Imagen Ampliada](#)



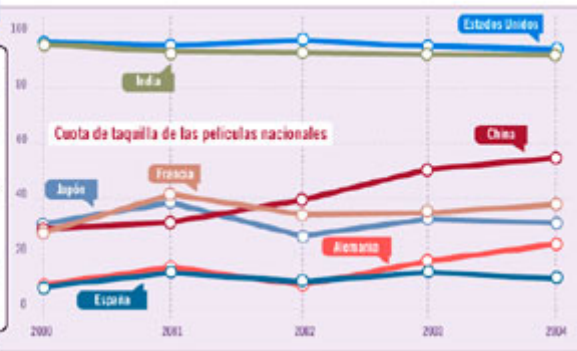
[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

Mejor en casa

Indios y estadounidenses son muy fieles al producto nacional, al menos en lo que respecta al cine. Tanto en India como en EE.UU. el público prefiere a menudo las producciones propias. En China, sus películas son siempre muy taquilleras, pero la entrada del gigante asiático en la OMC supondrá la llegada de un mayor número de películas extranjeras a las ciberletras.

Fuente: Screen Digest



[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

Trabajar para soñar

Las películas son universales, pero el precio de las entradas, no. Una noche en el cine sale barato en países con una gran industria doméstica como China o India. A los búlgaros puede que no les sobra ni para comprar palomitas.

Minutos de trabajo para poder comprar una entrada (Según salario neto por hora)



[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

Drama digital

Las películas digitales son el futuro del séptimo arte, pero no siempre se exhiben en los cines más cercanos. Si bien es cierto que los cines asiáticos están muy adelantados en lo que a tecnología digital se refiere, las salas cinematográficas y los estudios de EE.UU. y Europa siguen retrasando la transición al formato digital.

Fuente: Screen Digest

David Hancock es analista cinematográfico en Screen Digest.



[Descargar](#)

[Imagen Ampliada](#)

David Hancock es analista cinematográfico
en Screen Digest.

Fecha de creación
6 septiembre, 2007