



Jornades de Foment de la Investigació

**“APROXIMACIÓN  
AL DEBATE DE LA  
EXCEPCIÓN CUL-  
TURAL DESDE LAS  
NUEVAS TECNO-  
LOGÍAS: POSIBILI-  
DADES DE LA DIGI-  
TALIZACIÓN EN  
LA COMERCIALI-  
ZACIÓN DEL CINE  
ESPAÑOL”**

Autora  
Jessica IZQUIERDO CASTILLO

## 1. INTRODUCCIÓN

La industria cinematográfica española se encuentra en la actualidad en un contexto marcado por dos factores principalmente. Por un lado, la prolongación del debate acerca de la categoría de “excepción cultural” aplicada al cine como elemento constituyente del patrimonio artístico y cultural de un país, que dura ya diez años. Por otro lado, la indiscutible hegemonía del cine norteamericano en la cartelera española, con un discreto y protegido segundo plano relegado a la filmografía propia. En este sentido, la presente comunicación tratará en primer lugar, de esbozar la posición secundaria de la cinematografía española en el desarrollo del mercado nacional frente a la indiscutible predominancia del cine norteamericano, para abordar la cuestión de la “excepcionalidad” y “diversidad” que califican a los cines integrantes del bautizado como “cine europeo”. Este es el marco que se perfila en el momento en que entra en escena la revolución tecnológica más importante que ha acuciado al cine en sus poco más de cien años de historia: la digitalización.

Con el debate vertido en la idoneidad y conveniencia de fomentar la protección del cine bajo las auspicias de la “excepcionalidad” y la alarmante situación del cine español denunciada por los profesionales españoles del cine, principalmente por los sectores relacionados con la producción, la revolución digital debe ser tenida también en cuenta más allá de su aplicación en *software* de edición y efectos especiales. Los canales que sirven para la comercialización del cine, es decir, los sectores de distribución y exhibición cinematográfica, son dos elementos susceptibles que experimentar la transición tecnológica en un futuro próximo. El objetivo de la presente comunicación es acercarse a las formas en que la digitalización en la transmisión de la señal digital de la película y su exhibición en espacio público puede afectar a la comercialización del cine español, en la medida en que una transformación en la estructura comercial cinematográfica puede afectar al producto objeto de intercambio.

## 2. LA HEGEMONÍA DEL CINE ESTADOUNIDENSE

El cine estadounidense ocupa una posición privilegiada dentro del mercado cinematográfico mundial. En el mercado español, el cine proveniente de *Hollywood* goza del mayor número de títulos estrenados y las tres cuartas partes de la recaudación total. Así queda reflejado en la siguiente tabla<sup>1</sup>:

### Cuota de mercado de películas de la Unión Europea y Estados Unidos 1 de enero a 30 de diciembre de 2004

País	Películas	%	Espectadores	%	Recaudación	%
ALEMANIA	245	13,65	756.451	0,53	3.286.866,59	0,48
BELGICA	8	0,45	2.052	0,00	6.050,50	0,00
DINAMARCA	13	0,72	254.845	0,18	1.258.580,50	0,18
ESPAÑA	356	19,83	19.282.967	13,40	92.875.293,96	13,43
FINLANDIA	2	0,11	335	0,00	972,50	0,00
FRANCIA	135	7,52	2.118.08	1,47	10.288.403,31	1,49
GRECIA	2	0,11	122.307	0,08	573.970,09	0,09
HOLANDA	1	0,06	47	0,00	94,00	0,00
IRLANDA	3	0,17	118.665	0,08	573.970,09	0,08

<sup>1</sup> Datos obtenidos del Informe del ICAA (Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales), organismo dependiente del Ministerio de Cultura.

ITALIA	41	2,28	248.636	0,17	1.253.313,78	0,18
LUXEMBURGO	2	0,11	427	0,00	1.638,00	0,00
PORTUGAL	3	0,17	45.300	0,03	229.386,94	0,03
REINO UNIDO	110	6,13	16.204.967	11,26	77.707.077,68	11,24
SUECIA	12	0,67	7.617	0,01	223.286,30	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>933</b>	<b>51,98</b>	<b>39.162.924</b>	<b>27,21</b>	<b>188.123.629,02</b>	<b>27,20</b>

*Información relativa a películas norteamericanas*

ESTADOS UNIDOS	711	39,61	100.376.160	69,74	482.322.712,26	69,74
----------------	-----	-------	-------------	-------	----------------	-------

Del total de películas estrenadas en un año en los cines españoles, casi la mitad un 40 % son producciones norteamericanas, una cifra que supera a cualquier otra cinematografía, incluida la española (con casi un 19%). Una segunda conclusión extraída de los datos de la tabla es que además de ostentar casi el 40 % de cuota de pantalla<sup>2</sup>, el cine norteamericano recibe prácticamente el 70 % de la recaudación total.

Tomando en consideración la condición cultural del cine, la hegemonía que el cine estadounidense ostenta en el mercado cinematográfico traspasa las fronteras comerciales para situarse en la configuración de un imaginario cinematográfico que repercute en la cultura de cada país. En la siguiente tabla<sup>3</sup> se muestra la clasificación de las 25 películas que obtuvieron durante el ejercicio 2004 una mayor recaudación en las salas españolas:

**Películas con mayor recaudación  
1 de enero a 30 DE DICIEMBRE de 2004**

	<b>Película</b>	<b>País</b>	<b>Distribuidora</b>	<b>Recaudación</b>
1	Shrek 2	EEUU	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	28.778.510,78
2	Troya	EEUU	WARNER SOGEFILMS A.I.E.	20.549.205,52
3	<b>MAR ADENTRO</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>WARNER SOGEFILMS A.I.E.</b>	<b>19.353.426,58</b>
4	El último samurai	EEUU	WARNER SOGEFILMS A.I.E.	18.652.300,26
5	los INCREÍBLES	eeuu	the walt disney company iberia, s.l.	16.915.519,18
6	Harry Potter y el prisionero de Azkaban	REINO UNIDO	WARNER SOGEFILMS A.I.E.	16.298.400,46
7	Spider-Man 2	EEUU	COLUMBIA TRISTAR FILMS DE ESPAÑA S.A.	15.591.345,96
8	YO, ROBOT	EEUU	HISPANO FOXFILM S.A.E.	14.554.622,29
9	El día de mañana	EEUU	HISPANO FILMS S.A.E.	14.501.959,40
10	El Señor de los anillos: el retorno del rey	NUEVA ZELANDA	AURUM PRODUCCIONES S.A.	12.586.447,49

<sup>2</sup> Entendemos aquí “cuota de pantalla” como circunstancia de una película de ser exhibida en sala cinematográfica.

<sup>3</sup> Datos obtenidos del Informe del ICAA (Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales), organismo dependiente del Ministerio de Cultura.

11	La pasión de Cristo	EEUU	AURUM PRODUCCIONES S.A.	11.651.298,18
12	EL REY ARTURO	EEUU	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	10.321.676,61
13	EL BOSQUE (the VILLAGE)	EEUU	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	10.157.009,52
14	VAN HELSING	EEUU	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	10.032.793,62
15	LA BUSQUEDA (NATIONAL TREASURE)	EEUU	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	9.646.308,21
16	SCARY MOVIE 3	EEUU	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA S.L.	8.931.166,07
17	GARFIELD	EEUU	HISPANO FOXFILM S.A.E.	8.649.444,88
18	CUANDO MENOS TE LO ESPERAS... SOMETHING'S GOTTA GI	EEUU	WARNER SOGEFIMS A.I.E.	8.498.589,87
19	EL ESPANTATIBURONES	EEUU	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	8.440.998,30
20	DISNEY'S HERMANO OSO	EEUU	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	7.903.256,70
21	BRIDGET JONES: SOBREVIVIRE	REINO UNIDO	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	7.743.596,40
22	ISI & DISI	ESPAÑA	LOLAFILMS DISTRIBUCIÓN S.A.	7.362.347,17
23	EL LOBO	ESPAÑA	SOC. GRAL DE DERECHOS AUDIOVISUALES S.A.	7.070.792,63
24	OCEAN'S TWELVE UNO MAS ENTRA EN JUEGO	EEUU	WARNER SOGEFILMS A.I.E.	6.734.128,20
25	GOTHIKA	EEUU	COLUMBIA TRI-STAR FILMS DE ESPAÑA S.A.	6.647.943,02

Animación, aventura y fantasía son los grandes protagonistas de los *taquillazos*. Los tres tienen un elemento en común: una perspectiva del cine como evasión y entretenimiento. Esto provoca una fuerte tendencia a la homogeneización de los contenidos ofrecidos en el cine, construyendo el imaginario desde un único punto de vista, obviando el mundo multicultural en el que habitamos.

La presencia del cine español es muy escasa, y ocupa posiciones lejanas a los primeros puestos, a excepción de la película de Alejandro Amenábar que, en el contexto en el que desarrollamos nuestra investigación, sería objeto de un tema tomado en consideración de forma paralela al resto de producciones españolas. Por lo tanto, prestando atención a los otros dos únicos títulos presentes en la clasificación, observamos dos películas de temáticas antagónicas, como son *Isi & Disi: amor a lo bestia* (Chema de la Peña, 2004) y *El Lobo* (Miguel Courtois, 2004), dos trabajos totalmente antagónicos tanto en temática, estética, estilo, etc., como en política de promoción que, sin embargo, representan dos perfiles de las preferencias del espectador español.

Por lo tanto, al problema de la escasa presencia del cine nacional en las pantallas, se le suma la concentración de ventas en escasísimas películas que, habiendo encontrado la estrategia de promoción más adecuada para cada caso (y visiblemente antagónicas: el descaro de segura frente al reconocimiento internacional de Amenábar) se han hecho con el escaso mercado español.

### 3. EL DEBATE: DE LA “EXCEPCIONALIDAD” A LA “DIVERSIDAD”

El debate sobre la “excepción cultural” comienza en el seno del GATT (*General Agreement on Trade and Tariffs*), cuando, tras finalizar la II Guerra Mundial, se planteó el principal objetivo de retirar las fronteras aduaneras internacionales. Durante el transcurso de la Ronda de Uruguay (1986-1994) son introducidos como elementos de libre intercambio comercial aquellos catalogados como “servicios” y “propiedad intelectual”. De haber sido aprobada, esta ronda hubiera supuesto la “liberalización” de estos sectores en el comercio internacional. Por este motivo, Europa, encabezada por Francia, y Canadá, presentaron una firme oposición a la inclusión del cine (y la industria audiovisual en general) en el catálogo de productos “servicios”. En 1993 se abre el enfrentamiento explícito entre dos posturas claramente diferenciadas y todavía vigentes: Estados Unidos frente a Europa y Canadá.

Estados Unidos defiende una postura “librecambista”, que aboga por la supresión total de medidas de protección para todos los servicios, incluidos los productos audiovisuales. La base de su petición se encuentra en la misma concepción de cine que manejan. Para los “librecambistas” el cine tiene una base puramente industrial con un único objetivo, el del entretenimiento. No obstante, esta postura se toma desde la situación de predominio mundial del que goza el cine norteamericano. Para su industria, cualquier medida proteccionista supone un impedimento para el total desarrollo de su industria *extramuros*, que le recorta unos beneficios que, en el caso del mercado español, serían de un 20 % (porcentaje sobre el que oscila la cuota de mercado del cine español, y que supuestamente acapararía el cine de EEUU de no ser por las medidas que permiten su exhibición, según el discurso “librecambista”). La postura de EEUU denota una paradoja significativa, ya que uno de los mercados cinematográficos más blindados que existen. Estados Unidos produce prácticamente el 99 % del total de las películas que exhibe en sus cines, con una política de importación cinematográfica exigua y doblaje inexistente. Se trata, por tanto, de uno de los países que mayores medidas proteccionistas imprime en su industria y, sin embargo, el que mayor beneficio obtiene – y pretende obtener todavía más – de la supresión de medidas de otros países.

Las reivindicaciones de EEUU son claras y directas:

- a. Principio de no discriminación: con el que solicitan un libre acceso al mercado, es decir, que se supriman las cuotas
- b. Demanda de un trato nacional: pretenden beneficiarse de las mismas ayudas que las empresas que pertenecen a la industria nacional de cada país
- c. Cláusula del país más favorecido: reclaman la concesión para todos los países de la condición más ventajosa otorgada en el pasado a algún país

La postura de Europa es radicalmente opuesta. Europa, junto con Canadá, adoptaron una defensa “excepcionista” de las industrias culturales, basándose en la consideración de cine como arte. Con esta base conceptual, el cine forma parte del patrimonio artístico de un país, por lo que debe ser objeto beneficiario de los dispositivos de soporte para las artes y la cultura, recibiendo, por lo tanto, un trato de excepción respecto al resto de industrias.

Estas peticiones tensan las relaciones entre ambos bloques, ya influidas por lo que Frau-Meigs<sup>4</sup>

<sup>4</sup> FRAU-MEIGS, D.: “‘Excepción cultural’, políticas nacionales y mundialización: factores de democratización de promoción de lo contemporáneo”, *Quaderns del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)* n° 14, septiembre-diciembre 2002: *Globalització, indústria audiovisual i diversitat*.

**“Aproximación al debate de la excepción cultural desde las nuevas tecnologías: posibilidades de la digitalización en la comercialización del cine español”**

denomina “puntos de fricción”, que son principalmente dos: la tasa francesa aplicada sobre las entradas de cine desde 1948 y las cuotas de difusión.

El debate no ha encontrado soluciones objetivas en la concreción de un acuerdo entre ambas partes. No existe un acuerdo explícito ni consenso entre los miembros, por lo que los países europeos continúan aplicando cuotas y subsidios a la cinematografía bajo políticas culturales.

Un nuevo intento de liberalización de las industrias culturales tuvo lugar en el Acuerdo Multilateral sobre la Inversión (AMI) celebrado dentro de la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico (OCDE). El AMI abría de nuevo la confrontación, y buscaba la eliminación de las situaciones ventajosas para los productos culturales, y un trato indiferenciado para cualquier empresa de cualquier nacionalidad, sin favorecer a las empresas locales. Se produjo una fuerte oposición de profesionales y fuerzas políticas que evitaron la resolución del acuerdo. De haberse producido, “las normas del AMI”, advierte Frau-Meigs, “habrían significado, por lo tanto, el final de las diferentes políticas culturales y de los mecanismos de apoyo de los Estados europeos y del Canadá”.

Resumiendo, la situación es prácticamente similar a la anterior al inicio del GATT en materia cinematográfica. El debate continúa abierto, y las partes van afianzando sus posturas. A la confrontación economía-cultura se han añadido matices de identidad cultural. La postura “excepcionista” advierte del peligro de homogeneización cultural e identitaria entre los diferentes países. Europa tiene, en este sentido, una política cuidadosa en términos de identidad, ya que se trata de países con idiosincrasia diferente agrupados bajo el estandarte general de la tradición cultural. El cine europeo, por lo tanto, se construye sobre el principio de la diversidad cultural.

### **La protección del cine español: la pervivencia de la cuota de pantalla:**

El caso concreto del cine español ha desarrollado políticas de protección en diferentes etapas. El doblaje obligatorio, la cuota de distribución y la cuota de pantalla son las medidas que, desde la guerra civil, ha ido experimentando el cine español como consecuencia de una voluntad censora y proteccionista.

Debido a la fuerte crisis que el cine español viene sufriendo desde hace décadas, el poder ejecutivo ha determinado ciertas medidas de protección y fomento de la industria en los diferentes sectores: producción, distribución y exhibición.

Con el fin de proteger la producción nacional frente a la vorágine de películas extranjeras (con una mayoría abrumadora de Norteamérica) la ley establece una cuota de pantalla que deben cumplir las distribuidoras y exhibidoras para con el cine español:

#### **Ley 15/2001, de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual.**

##### **Artículo 7. Cuota de pantalla.**

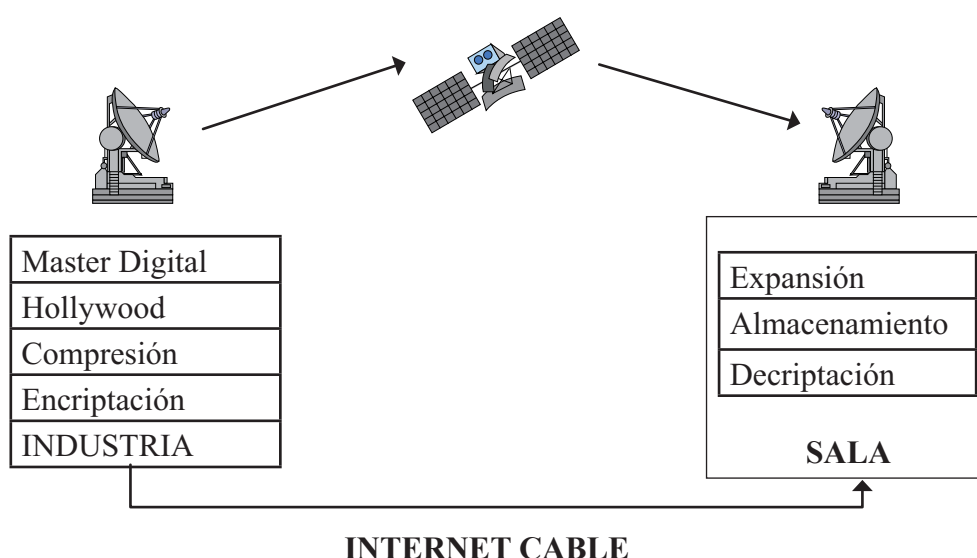
7.1. Las salas de exhibición cinematográfica estarán obligadas a programar dentro de cada año natural obras cinematográficas de estados miembros de la unión europea en versión original o dobladas, en forma tal que al concluir cada año natural se haya observado la proporción de un día como mínimo de obra cinematográfica comunitaria por cada tres días de exhibición de películas de terceros países en versión doblada a cualquier lengua oficial española.

**“Aproximación al debate de la excepción cultural desde las nuevas tecnologías: posibilidades de la digitalización en la comercialización del cine español”**

El incumplimiento de esta ley en porcentaje igual o inferior al 30 % es considerado por esta misma ley como falta leve, y la sanción no supera los 3.000 euros. no es extraño, pues, que la cuota de pantalla sea generalmente incumplida. Además, protege a las películas comunitarias, y no sólo a las nacionales.

Podemos extraer algunas conclusiones acerca de los resultados que ha experimentado el cine español como consecuencia del desarrollo de una política proteccionista. En el momento de su aparición en los años 40, la hegemonía norteamericana en las carteleras españolas se debía en gran medida a una cinematografía nacional debilitada por los años de la Guerra Civil. La carencia de material filmico abrió las puertas de entrada de par en par a las películas de *Hollywood*, y se sentaron unas condiciones cada vez menos favorables para el desarrollo de una industria propia. Las medidas de protección sobre la cuota de pantalla intentaba dar salida a las producciones que prácticamente eran viables gracias a las ventajas fiscales y las subvenciones directas a la producción. Por otro lado, las licencias de doblaje no exigían un mínimo cualitativo en las producciones que se “canjeaban” por licencias para películas extranjeras, con las que el cine español no salió muy beneficiado de la medida. La calidad comenzó a ser tomada en consideración para la concesión de ayudas ya en los años 50, sin embargo, no se ha conseguido mejorar la situación del cine español dentro de su propio mercado interior de forma considerable. Esto nos hace plantear la cuestión de si una actitud proteccionista, aunque sea bajo la denominación de “excepción”, puede ayudar a mejorar la situación económica del cine.

**4. EL MARCO DIGITAL: POSIBILIDADES EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL CINE ESPAÑOL**



La digitalización en la industria es ya un hecho en la producción, especialmente en la posproducción, donde la nueva tecnología ha demostrado unos resultados impecables que han permitido ahorrar costes y multiplicar las posibilidades en el tratamiento y manipulación de la imagen.

No obstante, el proceso de digitalización todavía es muy primitivo en los otros dos procesos de la cadena industrial del cine: distribución y exhibición. Partiendo de la premisa de la desaparición del celuloide, la película se convierte en información electrónica que se almacena y viaja a través de redes interconectadas. Al transformarse la materialidad de la película, los equipos analógicos deben ser sustituidos por sistemas de transmisión, almacenamiento y proyección digital. Para la distribución, las copias y el transporte desaparecen. En su lugar, surgen tres canales: satélite, Internet y cable; y un problema: la piratería

La señal es enviada desde la fuente de emisión (productora y/o distribuidora) a través de alguno de estos canales hacia la sala de exhibición. Para proteger convenientemente esta señal y facilitar el envío se utilizan sistemas de encriptación y compresión de la imagen. Una vez recibida en la sala, la señal se almacena en el servidor, donde se libera de los códigos de encriptación y se descomprime para ser proyectada. La fuente emisora puede controlar el número de pases y la fecha de los mismos, y las películas pueden descargarse de forma automática una vez finalizado el periodo contratado de explotación.

#### 4.1. INICIATIVAS DE DIGITALIZACIÓN EN EUROPA

En Europa se estudian medidas de carácter público bajo la concepción cultural del cine. Existen dos programas de financiación para el desarrollo de la industria, que están realizando actuaciones hacia el campo digital. Son el Programa MEDIA y EURIMAGES.

Algunos ejemplos los encontramos en Francia, donde la *Agence Européen pour Développement du Cinéma Numérique* ha propuesto el proyecto D-Cinema Europa Network, financiado el 40 % por el programa MEDIA. Otra de las iniciativas más recientes tiene lugar en el Reino Unido, donde el *UK Film Council*, ha firmado un contrato con *Arts Alliance Digital* por valor de 11 millones de libras para que se sustituyan 250 proyectores filmicos por los nuevos de tecnología digital. El número de cines es de 150 y todavía están por definir. La medida se ha adoptado para la proyección de cine británico y para películas especializadas. Mientras, en Irlanda, la compañía estadounidense Avica está instalando 500 proyectores por los cines de todo el país. En Suecia se están desarrollando una red de salas digitales entre las 267 salas cinematográficas que operan en *The National Federation of People's Park and Community Centres*.

Y en España, la experimentación con el cine digital se está llevando a cabo por iniciativas conjuntas de entidades públicas y privadas. La primera proyección de cine digital en una sala española fue en el *Teatre Grec* de Barcelona, el 6 de julio de 2000. En la actualidad, existen únicamente cuatro salas equipadas con tecnología digital capaces de proyectar en los principales circuitos de exhibición: una en los cines Cinesa Diagonal (Barcelona) y el resto en los cines Kinépolis Madrid (una sala digital en Ciudad de la Imagen) y Valencia (dos salas en Heron City, Paterna). El principal inconveniente para estas salas es la ausencia de copias digitales de películas, y Disney es de las pocas distribuidoras que ofrece en su catálogo este formato. A través de Buena Vista, la compañía ha financiado parte del proyecto de experimentación de la proyección digital en estas salas, a cambio de que se proyectasen sus películas y únicamente se exhiban otras cuando no entren en conflicto con sus estrenos. De forma paralela, Cinesa ha proyectado también contenidos alternativos como la ópera “La Traviatta” desde



el liceo de Barcelona a la sala digital, o retransmisiones deportivas (fútbol) y espectáculos musicales en directo.

Paralelamente, una de las iniciativas más llamativas desarrolladas en España es la de la Asociación de Cine Digital. Se trata de un proyecto de digitalización de una red de salas para la exhibición de contenidos alternativos. Cuenta con 75 locales equipados gracias al casi 1 millón de euros que el Ministerio de Ciencia y Tecnología, dentro del proyecto ArtePymeII<sup>5</sup>, les concedió a finales de 2003. Recientemente, la asociación acaba de adquirir una subvención para ampliar el número de locales adscritos al proyecto. Este sistema contempla la instalación de un equipo técnico básico para la oferta de contenidos digitales a una audiencia que, en este contexto, quedaría sectorizada en función de unos perfiles diferenciados. Esta iniciativa está pensada como alternativa a la proyección fílmica convencional de 35 mm., por lo que contempla la convivencia de ambos sistemas de proyección, y la ampliación del catálogo de contenidos<sup>6</sup>.

Iniciativas privadas de apoyo a la transición digital se están llevando a cabo en todo el mundo. Los principales impulsores de estas iniciativas son los fabricantes de la tecnología digital. En España, las empresas de alta definición han creado el foro HD en marzo de 2005. Este foro tiene como principal objetivo la promoción y divulgación de la alta definición, y reúne a los actores involucrados en el cambio.

Estas iniciativas conviven con las medidas proteccionistas que todavía perduran, aunque su futuro se encuentra impreciso, ya que la ley actual es caduca y no existe redacción definitiva sobre una nueva regulación.

## 5. CONCLUSIÓN

La incursión del cine digital es, como vemos, más acusada cada día. En este momento es posible hablar en términos que trascienden lo hipotético, y la materialización de las salas con dispositivos digitales es un hecho considerado por todos los sectores que conforman la industria cinematográfica.

Por lo tanto, resulta inevitable pensar en términos digitales a la hora de abordar el futuro más próximo del cine. No obstante, esta transformación tecnológica conlleva no sólo la adopción de una nueva red infraestructural, sino que también adquiere de forma implícita un compromiso con el objeto de producción de la industria, es decir, con la película.

Así, el cine digital se encuentra en la intersección de dos caminos, la elección de uno de los cuales determinará el futuro desarrollo de la industria. Así, el cine digital puede convertirse en algo más que una trasposición de soportes tecnológicos de lo analógico a lo digital. La transición puede ser aprovechada por aquellas cinematografías débiles que, como en el caso del cine español, puede verse beneficiada por el amplio abanico de posibilidades que ofrece la distribución y exhibición digital: abaratamiento de costes de distribución, proyección de contenidos alternativos o no comerciales, nuevos productos audiovisuales no cinematográficos, etc. De esa forma, las redes digitales de comercialización pueden ser configuradas de forma que equilibren la desproporción existente en los diferentes mercados cinematográficos en relación al cine norteamericano. Con este objetivo, el compromiso de entidades privadas debe desarrollarse por el camino de la inversión en infraestructura y la viabilidad de unos equipos funcionales duraderos e interoperables. La actuación pública tiene varios frentes en los que poder actuar: la financiación de equipos, la regulación de la distribución de contenidos, la incorporación

<sup>5</sup> B.O.E. 261 de 31/10/03 pp.38665-38666

<sup>6</sup> Asociación Cine Digital [En línea] [www.cinedigital.es](http://www.cinedigital.es) [Consulta: marzo 2005]

---

**“Aproximación al debate de la excepción cultural desde las nuevas tecnologías: posibilidades de la digitalización en la comercialización del cine español”**

de nuevos contenidos y formatos, el fomento de las cinematografías nacionales, la estructuración de una red europea de contenidos con libre acceso en la transmisión digital, etc.

Sin embargo, la transición tecnológica conlleva un elevado riesgo de consolidación de las redes estructurales actualmente vigentes, que, de consolidar su afianzamiento en el conjunto de la industria mundial, acabarían por minimizar formas de expresión y cuotas de mercado distintas al cine norteamericano.

Por lo tanto, de la misma forma que el cine queda incluido en la consideración de “excepcionalidad” o “diversidad”, la tecnología digital también puede desarrollar aplicaciones excepcionales o diversas, alternativas a las formas convencionales, explotando las posibilidades del nuevo medio de producción, transmisión y proyección de imágenes a favor del desarrollo y fomento de cinematografías como la española.