

## 25 DIRECTORES DE CINE CATALANES Y UNA CANCIÓN DESESPERADA

**Matilde Obradors**  
**Universitat Pompeu Fabra**  
**matilde.obradors@upf.edu**

Los datos que a continuación se exponen referentes a la investigación sobre "El estudio de la práctica creativa en el contexto cinematográfico de la ciudad de Barcelona" realizada por la autora, ya han sido publicados en un artículo aparecido en *Quaderns del CAC* núm. 17 septiembre-diciembre 2003, pero es interesante presentarlos y ponerlos a debate en un contexto como el I Congreso Internacional sobre cine Europeo Contemporáneo, concretamente en el área de: Conceptos y líneas de desarrollo de las cinematografías nacionales (experiencias singulares o unitarias). En la actualidad el cine catalán inicia una renovación impulsada en muchos casos por los propios directores, pero no experimenta una reconversión específica global del sector. La presente comunicación añade una entrevista con Julio Fernández director de Filmax, una industria audiovisual que funciona como un estudio estadounidense y que parece ser una isla en el contexto audiovisual del país; ignorada por televisiones, líderes de opinión, voces académicas y medios de comunicación locales. No deja de ser una paradoja que en el mismo contexto catalán coexistan, ignorándose, un cine catalán que parece estar inmerso en una crisis estructural y un empresa de producción de cine con fuerte proyección internacional. La entrevista se ha hecho con el objetivo de articular una reflexión institucional y pragmática sobre la posibilidad de proyectar un espíritu de identidad de cine europeo a partir de crear una industria que sea capaz de aglutinar el cine comercial (entretenimiento) y el arte cinematográfico (teniendo en cuenta la excepcionalidad cultural) y disipar, como consecuencia, la pugna histórica entre ambos campos. Y por supuesto, conseguir que remita la colonización por parte del supermercado estadounidense.

### **1. Interpretaciones teóricas sobre la circunstancia del cine catalán**

Los análisis de autores como Balló, Espelt, Lorente (1990), Oltrà i Costa (1990), Gubern

(1995) y Riambau (1992)<sup>1</sup> muestran que el cine catalán es producto de una trayectoria histórica que lo ha llevado a no tener una identidad cultural propia, ni una calidad, y como consecuencia se ha situado en la marginalidad.

En líneas generales las causas que han llevado al cine catalán a la marginalidad, según los autores citados, son:

1. El cine catalán no formaba parte de la cultura oficial y se instaura de forma tardía en el Manifest Groc (1928) que desemboca durante la Generalitat republicana en la inauguración de Orphea (1932); pero lo que apuntaba como un arranque del cine catalán se derrumba cuando fracasa el intento de instaurar un Estatuto de Autonomía y el país entra en una dictadura interminable.
2. La marginación se consolida en el franquismo con la imposición de una fuerte censura ideológica que preserva unos dogmas religiosos e ideológicos y representa una visión de la vida pesimista y reprimida que deja pocas posibilidades para la innovación.
3. Los intelectuales de izquierdas que no están en el exilio renuncian al cine como expresión artística y los que llegan a hacer cine lo desvinculan de sus creencias políticas y se vuelcan en el experimentalismo como única vía posible en una situación de fuerte censura. La Escuela de Barcelona<sup>2</sup> sigue una situación similar.
4. El sistema de protección económica desde el Estado salvaguarda la censura. Al terminar las ayudas cae una industria que ya estaba bastante deteriorada a causa de la severidad de la censura oficial.
5. Existe una autocensura que se imponen los propios guionistas para luchar de

---

<sup>1</sup>BALLÓ, J.; ESPELT, R.; LORENTE, J *Cinema català. 1975-1986*. Barcelona: Columna, 1990.  
OLTRA I COSTA, R. *Seixanta anys de cinema català, 1390-1990*. Barcelona: Institut Català, 1990.  
GUBERN, R. *Historia del cine*. Barcelona: Lumen, 1995.  
RIAMBAU, E. "Una cierta tendencia (vanguardista) del cine catalán". *Nosferatu*. (1992), núm. 9, p 16-25.

<sup>2</sup> La Escuela de Barcelona no fue una escuela de cine, sino un colectivo con inquietudes cinematográficas que se auto denominaron así. Una frase de Joaquim Jordá ha servido para definir repetidamente la EdB: "Ja que no poden fer Víctor Hugo, fem Mallarmé", dado que en aquel contexto franquista no se podía hacer un cierto "realismo" buscaban la trasgresión, la modernidad. (García Ferrer, Rom, 2001:73).

antemano con la censura.

6. Los productores y los empresarios han hecho cine como negocio, sin que primaran los aspectos culturales. A lo largo de un periodo de sesenta años de cine (1930-1990), afirma Oltra i Costa<sup>3</sup>, cada vez que se abren nuevos caminos o nuevas temáticas los empresarios acaban haciendo productos de baja calidad.

## **2. Objetivos, Metodología y Muestra de la investigación: "Estudio de la práctica creativa en el contexto cinematográfico de la ciudad de Barcelona"**

### **2.1. Objetivos y Metodología de la investigación**

El objetivo del estudio es conocer cuál es la concepción que tienen de su trabajo, de su proceso creativo, los directores de cine de Barcelona. Conocer la conceptualización que hacen los directores de cine de Barcelona de sus procesos de trabajo, qué valores y objetivos poseen y qué estereotipos incorporan, nos proporcionará datos respecto al cine que se ven abocados a hacer, así como sobre las posibilidades y las limitaciones que tienen.

Asimismo, y como consecuencia de lo anteriormente expuesto, se trabajará sobre el supuesto de que el estudio de la práctica creativa y la concepción que tienen de su trabajo los profesionales de un campo concreto, revela una serie de síntomas que permiten hacer un diagnóstico de dicho campo.

Al *corpus* teórico estrictamente relacionado con la Psicología de la Creatividad<sup>4</sup>, se han añadido:

- a) El vaciado de bibliografía correspondiente a los escritores que a lo largo de la historia han explicado la génesis de su trabajo con el objetivo de facilitar el desarrollo de las preguntas que constituyen el protocolo de las entrevistas
- b) El examen de la bibliografía de los directores de cine considerados "notables" y que han sido citados en las entrevistas como referentes claros, con el fin de aumentar la comprensión de las declaraciones de los entrevistados.
- c) Perspectivas de autores como Mircea Eliade (1981) y Gilbert Durand (1981)<sup>5</sup> sobre lo "Imaginario" tal y como lo entienden dichos autores, es decir como el conjunto de todas

---

<sup>3</sup> Oltra i Costa, op. cit.

<sup>4</sup> El corpus teórico referente a la Psicología de la Creatividad está constituido por autores como: Boden, Csikszentmihalyi, Gardner y Sternberg. Las referencias completas aparecen en la bibliografía al final del trabajo.

<sup>5</sup> ELIADE, M. *Aspectos del mito*. Barcelona: Piadós, 2000.

DURAND, G. *Las estructuras antropológicas de lo imaginario*. Madrid: Taurus, 1981.

las imágenes mentales y visuales posibles, por medio de las cuales los individuos y la sociedad en general interpretan el mundo y se relacionan con el entorno. Esta bibliografía complementaria ha sido de utilidad, porque ha permitido visualizar:

1. Los mitos que se establecen en torno a la práctica artística (sirva como ejemplo el mito de que la razón es lo contrario de las emociones o de que sólo se encuentra lo que no se busca, que junto a otra serie de mitos que proponen los autores mencionados operan en la manera de pensar y en la manera de actuar de los individuos).
2. Los mitos que sobre el cine predominan en nuestra sociedad, mitos manifiestos y codificados, marcados por una trayectoria concreta que es la del cine catalán y los otros cines que han ejercido influencia en el mismo.

## **2.2. Muestra de la investigación**

Se ha trabajado en base al listado de directores de cine asociados al Col·legi de Directors de Cinema de Barcelona. De un total de cien directores colegiados se ha escogido una muestra de 25, lo cual supone una representatividad de la muestra de un 25% que de hecho representaría más de un 25% debido a que hay límites muy difusos por lo que respecta a la dedicación profesional.

En algunos casos ha sido imposible llevar a cabo las entrevistas por cuestiones de rodaje y promociones de películas, de manera que no podían precisar la fecha de la entrevista. Se incluían directores como Francesc Bellmunt, Isabel Coixet, Antonio Chavarrías, Gerardo Gormezano, Lluís M<sup>a</sup> Güell, Bigas Luna, Josep Antoni Salgot, Cesc Gay.

Los 25 directores de cine entrevistados que han sido informantes del discurso que se entabla alrededor del propio proceso de generación de ideas, son los que a continuación se detallan:

Jaume Balagueró. Marta Balletbò-Coll. Jordi Cadena. Jaime Camino. Judith Colell. Manuel Cussó. Manuel Esteban. Héctor Fáver. Jesús Garay. José Luis Guerín. Manuel Hueriga. Ricardo Iscar. Joaquím Jordá. Isaki Lacuesta. Manuel Lombardero. José M<sup>a</sup> Nunes. Antonio Padrós. Ventura Pons. Pera Portabella. Jesús Ramos. Marc Recha. María Ripoll. Rosa Vergés. Agustí Villaronga. Lidia Zimmerman.

## **3. Conclusiones de la investigación**

La investigación en el contexto cinematográfico catalán sobre la conceptualización que los directores de cine hacen de su proceso creativo, nos revelan una serie de síntomas que nos llevan a las siguientes conclusiones:

- Al afrontar los procesos de generación de ideas y concretamente respecto al hecho de crear efectos en el espectador, descubrimos que está demasiado presente la pugna entre lo

profundo y lo superficial; el arte y el espectáculo; el pensamiento y el entretenimiento, dualidades, todas ellas, que dificultan la innovación.

- Son excesivamente conscientes de lo que cuesta una película, de que el espectador no se puede aburrir, de que algunos directores tienen campo libre, mientras otros no se pueden permitir hacer la película que quieren hacer...; desarrollan un discurso de desaliento. (Se vive con el síndrome de la obra maestra, a la vez que se trabaja de forma rudimentaria con gestos *amateur*, bajo el síndrome de eternos aprendices).

- Considerando la existencia de una interacción entre los productos creativos y el entorno en el que estos se generan, diremos que en el caso del cine catalán es mayor la influencia del entorno sobre el proceso, que la del trabajo del “creador” sobre el entorno. Así, el proceso creativo que siguen los directores entrevistados está claramente influenciado por un entorno poco definido que no transmite seguridad y no legitima su trabajo, lo cual imposibilita a que los productos resultantes rompan la inercia, sean claramente innovadores y como consecuencia logren transformar el campo y el ámbito. La poca entidad que como colectivo se confiere a los cineastas catalanes es lo que provoca la falta de asunción de su papel como creadores.

- Históricamente el cine catalán no ha plasmado una identidad propia, el cineasta catalán no ha sido portador del alma colectiva. “La necesidad anímica del pueblo” (a la que se refiere Jung, 1994)<sup>6</sup> no es satisfecha en la filmografía del cine catalán. Cabría pensar que los catalanes no somos buenos contadores de historias, sin embargo es evidente que existe una capacidad narrativa que está centralizada en el teatro. Hasta ahora el público catalán no se ha visto identificado con las películas que se hacen en este país. Es lícito pues, que la mayor parte de los directores de cine entrevistados en la presente investigación, denuncien ese modelo cinematográfico repetitivo que es caballo ganador porque entre otras cosas está dirigido a un público que cada vez está más acostumbrado a que se lo den todo mascado y a que lo entretengan.

- La trayectoria histórica que se ha expuesto del cine catalán nos muestra que el colectivo cinematográfico catalán es un colectivo abatido que experimenta una recuperación lenta. El sector está inmerso en un círculo vicioso que impide la puesta en práctica de estrategias que requieren un cierto tiempo para obtener resultados. Cada uno parece actuar por su lado, existe un cortocircuito entre los diferentes artífices del proceso cinematográfico.

---

<sup>6</sup> JUNG, C. *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Piados, 1994.

- El llamado documental de creación establece un nuevo vínculo de las imágenes con la realidad, es otra forma de hacer cine; su proceso de creación implica menos tensión y estimula y dinamiza el sector cinematográfico catalán porque representa otra forma de producir que parece más viable para los productores. Documentales como *Monas como Becky* y *En construcción* abren nuevos caminos creativos. Como sostiene Balló (2001): “hay que tener en cuenta esta nueva forma de hacer cine ya que la sala de cine es una estrategia creativa, no únicamente una forma de financiación. (...) Y el documental nos da la oportunidad de demostrar que se puede hacer cine popular y rentable, sin necesidad de ser comercial”.<sup>7</sup>

Como conclusión general cabría decir que hay que superar los dos posicionamientos que adoptan los directores catalanes (cine de la deconstrucción, cine de narrativa clásica), pero sobre todo hay que superar el hecho de hacer productos que se generan con el propósito (aunque inconsciente) de demostrar que somos capaces de seguir correctamente un modelo. Una vez que de forma colectiva se haya superado el estadio de tener que demostrar que sabemos hacer cine, el cine en Cataluña podrá desarrollarse con identidad propia.

Los que realizan un retorno al cine “bien hecho” (Hollywood; aún teniendo como referentes cinematográficos a directores como Welles, Dreyer, Bergman), son los “niños buenos”, mientras que los que retornan al modelo del cine de la deconstrucción (Godard, Resnais, Tarkovski...), son los “niños malos” (son dos academias con cánones rígidos)<sup>8</sup>, pero sea como sea, ambos cargan sobre sus espaldas con la regeneración del cine en este país. Actualmente estamos asistiendo al inicio de una renovación del cine catalán impulsada en muchos casos por los propios directores y ocasionalmente por algunos productores excepcionales (véase el caso de Paco Poch, por ejemplo), pero en definitiva, no se trata de una reconversión específica global del sector.

#### **4. La industria audiovisual catalana. Un estudio de caso: FILMAX**

---

<sup>7</sup> BALLO, J. “Le llamamos documental”. *areavisual.com*. Noviembre (2001), núm. 21, p 1.

<sup>8</sup> Respecto a la cuestión de que el cine que lucha contra la narrativa clásica de Hollywood y sus cánones, también impone unas limitaciones y establece unos preceptos, ver artículo de Masson: “Un cinéma inamerican?”. En: *Positif*, 1999, núm. 458, p 69-71.

La entrevista con Julio Fernández director de Filmax nos proporciona, entre otros, los datos que a continuación se detallan:

4.1. Cómo se constituyó la empresa.

4.2. Directores de cine con los que la empresa a trabajado y a los que ha apoyado

4.3. Cómo ve el sector audiovisual/ subvenciones/ excepcionalidad cultural / cine de autor

4.4. Resultados

#### **4.1. Cómo se constituyó la empresa**

Hace 23 años Julio Fernández llega a Hollywood a comprar un estudio, su idea era tener un estudio de cine. Su gran reflexión ha sido siempre: "por qué trabajar para seis millones de personas pudiendo trabajar para todo el mundo". En ese momento pensó "que con los "gringos" es muy difícil competir", pero desde el mundo hispano pensó "que se podía hacer fuerte algún día ya que hace veinte años no había en todo el mundo ninguna compañía latina de referencia". A partir de esta cuestión fue fabricando en su empresa la integración en todas las áreas del audiovisual:

1º. Una buena red comercial / 2º Especialización en el tema de video /3º Producción de ficción / 4º Producción de animación / 5º La factoría de 3D (Otro hueco de mercado que dice haber encontrado Fernández es el cine fantástico y de terror y asegura que es un mundo que le gusta y a partir de ahí es cuando monta: 6º La factoría de cine fantástico

"traigo especialistas técnicos de un lado y del otro los mezclo con catalanes con gallegos... todo abierto y entonces esto se convierte en un auténtico vivero de talento. Aquí hay italianos, aquí hay americanos, catalanes, madrileños abiertos a todo, me da lo mismo y ahí ponemos ya en marcha lo que es una auténtica plataforma de ese auténtico vivero de talento para desarrollar ideas, para desarrollar proyectos y ahí empieza lo que digamos es nuestro crecimiento a nivel internacional"

7º Montan la distribución de venta a nivel mundial / 8º Entran en tecnología: (Efectos digitales. Robótica. Especialización en todo tipo de maquillaje) / 9º Con Filmtel tienen unidades móviles y cinco platós en Madrid; y crecen en el área de postproducción, de hecho ya han vendido películas de EU que vienen aquí a hacer la postproducción.

#### **4.2. Directores de cine con los que la empresa a trabajado y a los que ha apoyado**

En los últimos cinco años han trabajado con más de veinte directores que han tenido su primera oportunidad (Jaime Balagueró, Paco Plaza, Laura Mañá, Miguel Albadalejo, Daniel Monzón, Caraballo, Ignacio Cerdá, Isabel Gardela, Judith Colell... etc.). Le

produjo la primera película a Joaquín Jordá a José M<sup>a</sup> Forn a Garay y a Camus, pero nunca han vuelto a tener contacto, no han vuelto a trabajar juntos.

#### **4.3. Cómo ve el sector audiovisual: subvenciones/ excepcionalidad cultural / cine de autor**

Los puntos de vista de Julio Fernández respecto a estas cuestiones son los siguientes:

- Apuesta por empresas de contenido por la vía de la producción y por la vía de la distribución. Es partidario de hacer una industria fuerte y potente capaz de hacer cine comercial y otro tipo de cine: "Donde hay talento, pues adelante con los proyectos que sea".

Defiende la idea de planificar tres o cuatro proyectos fuertes de "historias muy de aquí", "historias muy locales, pero de interés universal". Y dice: "creo mucho en como lo hacen los irlandeses que están haciendo un tipo de cine que venden en todo el mundo y que es un tema fíjate desde la música pasando por las propias localizaciones y las historias muy locales y resultan ser productos muy universales". Considera que los franceses han sido capaces de compaginar el producto comercial o las grandes producciones con el cine de autor y el cine más "local".

- Más que hablar de cine catalán, prefiere referirse a industria audiovisual catalana.

- Cree que tendríamos que entrar en debates muy profundos de ver porqué tenemos tan pocos aciertos: "porque no es lógico" -defiende- "pensar en que siempre fallan los demás. Nos quedamos en el preámbulo, en la queja".

- Afirma que él es el primero en reivindicar la excepcionalidad cultural (hizo la primera película de la historia en gallego y la primera en eusquera y lleva hechas más en catalán) y un tipo de producto más de autor, pero considera que Europa no se puede permitir el lujo de hacer invertir miles de millones en un producto que no tiene interés. "Parece" - dice Fernández- "como si las televisiones, los cines, la distribución tuvieran que pagar un peaje, tuvieran una obligación. Los cines tienen que estrenar por obligación, las televisiones tienen que programar por obligación y el video se tiene que distribuir por obligación. No se pueden programar películas sabiendo que las salas estarán vacías".

- Pone de relieve que parece que a la gente le da apuro hacer productos comerciales. Y defiende que se está preparando a los jóvenes en las universidades para un mundo que no corresponde a la realidad del sector y que cuando salen de la universidad se encuentran con años difíciles de acoplación y a lo sumo logran hacer una película.

- Considera que las subvenciones no funcionan si no se piensa en una continuidad. Cree más en construir un tipo de compañía capaz y que las subvenciones sirvan para crecer,

para afianzarse como empresa, pero, afirma: “no puede ser que se entre sistemáticamente en una vía muerta que siempre acaba con un producto y que cada vez haya que empezar de nuevo”.

#### **4.4. Resultados de Filmax**

Los resultados, explica Fernández son: Tres premios Goya (“Goomer”, “El Cid” y “Pinocho 3000”). Siguen trabajando en animación con “El Quijote” y “Kisako”, la película que representará a España en la exposición de Japón de este año. “Darkness” se ha proyectado en 1714 salas de EU y ha hecho todos los record históricos de un película española. El record lo tenía “Todo sobre mi madre” con 9 millones y “Darkness” ha conseguido 25 millones, aunque, de hecho, “se trata de películas distintas que no son comparables”, afirma Fernández. Han conseguido el record mundial de película de producción catalana con “El Lobo”. Llevan cuatro años ganando premios en el Festival de Málaga. Concha de Oro en San Sebastián con “Lo qué”... Festival de Roma... Festival de Bruselas... Ahora con “Tapas” han estado en Santans. Han estado a punto de ser nominados a los Oscar con “El Maquinista”. En cinco años llevan catorce películas vendidas a EU; Estados Unidos es su primer cliente. Están compitiendo en todos los mercados del mundo, se encuentran entre las diez o doce compañías más visitadas del mundo. En definitiva, dice Fernández: “premios en todo el mundo y bueno todo esto en seis años, que alguien me diga que esto es sólo cine comercial”.

### **1 REFLEXIÓN**

Todo lo expuesto hace pensar en que se están manteniendo unas posturas ideológicas que impiden que se dinamice la industria. Se sostienen posiciones “autárquicas” y políticas de subvención que requieren una reflexión urgente. Cabría contemplar la posibilidad de proyectar un espíritu de identidad de cine europeo a partir de crear una industria que sea capaz de aglutinar el cine comercial (entretenimiento) y el arte cinematográfico (teniendo en cuenta la excepcionalidad cultural) y disipar, como consecuencia, la pugna histórica entre ambos campos. La propuesta que aquí se expone no está tan lejos de lo que defendía John Ford: “Si un tema me interesa tomo parte también en el guión, pero si no es así me contento con hacer mi trabajo al gusto de todos. **Lo importante es hacer films que tengan éxito comercial para tener el derecho y la oportunidad de hacer otros más arriesgados comercialmente, pero más valiosos.**” J. Ford (1993:217)

## **BIBLIOGRAFÍA**

BALLO, J. “Le llamamos documental”. *areavisual.com*. Noviembre (2001), núm 21, p 1.

BALLÓ, J.; ESPELT, R.; LORENTE, J *Cinema català. 1975-1986*. Barcelona: Columna, 1990.

ISBN 84-7809-020-7

BODEN, M. A. *La mente creativa. Mitos y mecanismos*. Barcelona: Gedisa, 1994.

ISBN 84-74325005

CSIKSZENTMIHALYI, M. *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Piados, 1998.

ISBN 84-493-0510-1

DURAND, G. *Las estructuras antropológicas de lo imaginario*. Madrid: Taurus, 1981.

ISBN 84-306-1202-5

*De la mitocrítica al mitoanàlisi. Figuras míticas y aspectos de la obra.* Barcelona: Anthropos, 1993.

ISBN 84-7658-380-X

ELIADE, M. *Aspectos del mito.* Barcelona: Piadós, 2000.

ISBN 84-493-0847-X

GARCÍA FERRER, J.M.; ROM, M. *Joaquín Jordá.* Barcelona: Associació d'Enginyers Industrials de Catalunya, 2001.

ISBN 84-88167-78-4

GARDNER, H. *Mentes creativas.* Barcelona: Piadós, 1995.

ISBN 84-493-0592-6

GUBERN, R. *Historia del cine.* Barcelona: Lumen, 1995.

ISBN 84-264-1179-7

GIFREU, J. *Estructura de la comunicació pública.* Barcelona: Pòrtic, 1996.

ISBN 84-7306442-9

JUNG, C. *Arquetipos e inconsciente colectivo.* Barcelona: Piados, 1994.

ISBN 84-7509-121-0

MASSON, A. "Un cinéma inamerican". En: *Positif*, 1999, núm 458, p69-71

OBRADORS, M. *Los procesos de generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en el contexto cinematográfico de la ciudad de Barcelona.* Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Tesis doctoral defendida en Junio del 2003.

"Una aproximació al cinema català des de l'estudi del seu procés creatiu". *Quaderns del CAC.* Barcelona, (2003), núm 17, p 67-75.

OLTRA I COSTA, R. *Seixanta anys de cinema català, 1390-1990.* Barcelona: Institut Català, 1990.

RIAMBAU, E., TORREIRO, C. *La Escuela de Barcelona: el cine de la "gauche divine"*.  
Barcelona: Anagrama, 1999.

ISBN 84-339-2538-5

RIAMBAU, E. "Una cierta tendencia (vanguardista) del cine catalán". *Nosferatu*. (1992),  
núm. 9, p 16-25.

STERNBERG, R.J. (1988): *The nature of creativity. Contemporary psychological  
perspectives*. Cambridge, Cambridge University Press.

ISBN 0521 33892 1

STERNBERG, R.J.; LUBART, T.I.

*The nature of insight*. Cambridge: Mass Mitt Press, 1995.

*La creatividad en una cultura conformista*. Barcelona: Piadós, 1997.

ISBN 84-493-0340-0

UPDIKE, J. *Memorias de la administración Ford*. Barcelona: Tusquets, 1993.

VILLAIN, D. *El montaje*. Madrid: Cátedra, 1994.

ISBN 84-376-1234-9

- *La industria del cinema a Catalunya. Estructura, Evolució i Elements per a la seva  
planificació*. Barcelona: Centre d'Estudis de Planificació, Generalitat de Catalunya,  
Departament de Cultura, 1989. B.21.664-1989.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.