



ANDRÉS VICENTE GÓMEZ

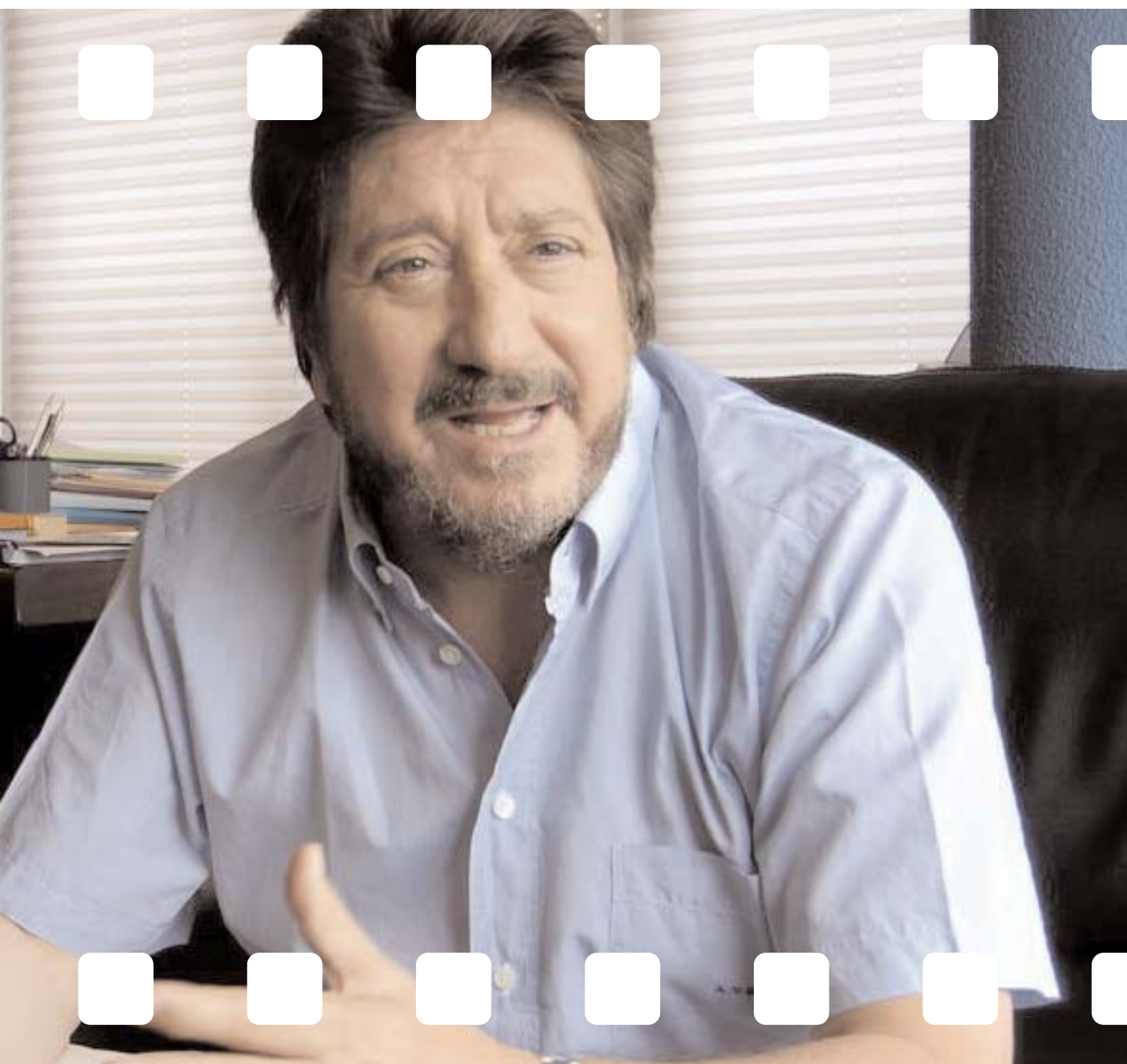
PRODUCTOR
DE CINE

10
■

“He hecho películas artísticas y comerciales, pero nunca haré una de la que no me sienta orgulloso”

“De todas las profesiones que intervienen en una película, la función del productor es tal vez la más desconocida, o mejor dicho, la peor conocida. Al productor le persigue una imagen de hombre obeso pegado a un puro, que viaja en un coche grande y maneja mucho dinero, cuando en realidad es un profesional que ejerce un oficio dentro del engranaje de la industria del cine”. Esta definición se la debemos a Andrés Vicente Gómez, responsable de Lolafilms, una de las productoras más importantes del cine español.

La oscarizada *Belle Époque*, las muy populares *Torrente* y *El Día de la Bestia*, la exquisita *Remando al viento* y otras muchas, como *Jamón Jamón*, *Soldados de Salamina*, *La Comunidad*, *El año de las luces*, *Beltenebros...* son algunos de



los títulos más destacados de su curriculum. Las han escrito guionistas de la talla de Rafael Azcona, las han dirigido autores tan prestigiosos como Fernando Trueba, Pilar Miró, Alex de la Iglesia, Gonzalo Suárez o Bigas Luna, y han abordado géneros como drama, comedia, suspense... Son películas muy diferentes tanto en intención como en presupuesto, pero comparten un denominador común: su productor es Andrés Vicente Gómez.

¿En qué consiste su oficio?

El productor es la persona que tiene una idea, surgida de la lectura de una novela, del visionado de un corto o inspirada en una noticia. La quiere llevar al cine y para ello encarga a un guionista la escritura del relato cinematográfico y busca un director, que se responsabilizará

del rodaje, con todo lo que ello implica: no sólo dirigir, también hacer la selección final de los actores, de los equipos, de los exteriores, del montaje... Este primer proceso puede estar financiado por el productor y a partir de ahí, si el proyecto sigue adelante, tratará de obtener los créditos bancarios y las colaboraciones de las empresas que quieran participar en la película.

¿Por qué se ha dedicado a este oficio?

El destino de las personas suele estar marcado por un hecho accidental. El mío ocurrió al terminar el Bachillerato. Tenía dos opciones: trabajar en un banco o en un hotel. En contra de los deseos de mis padres, yo me incliné por lo segundo, y a los tres meses de empezar, un productor de cine extranjero que vivía en el hotel donde

trabajaba me invitó a participar en un proyecto que comenzó siendo una pequeña oficina de representación de actores.

Aquello me gustó, así que me fui a Inglaterra a aprender bien inglés, una obligación si quería dedicarme al cine. Al cabo de un tiempo, el productor me llamó para invitarme a trabajar con él y empecé como ayudante. Surgió la oportunidad de viajar a París para incorporarme al equipo de la familia Salkind y aquello fue mi Sorbona particular. Volví y produce *Comanche Blanco*, con Joseph Cotten, un western rodado en Madrid. Puse yo el dinero, echando mano de mis ahorros y de una indemnización que me dieron por un accidente de coche que tuve en Finlandia. Y así comenzó todo.

Lolafilms es la productora más importante del cine español. Algún secreto habrá.

He procurado entender el negocio del cine como un algo global en el que el productor tiene que disponer de conocimientos en todos los procesos de una película, y sumarle a esto una sensibilidad sobre lo que el público demanda o lo que puede interesar a un segmento del público que va al cine. En mis manos está el saber adaptar el proyecto a la película, porque nada tiene que ver un filme estadounidense de 150 millones de dólares distribuido en centros comerciales de todo el mundo con una película especializada dirigida a un nicho de público cuyos valores están basados en la visión del cine como arte y no como espectáculo. Y no puedo olvidarme de la distribución, una fase clave, en la que, además, te quedas solo. Cuando acaba un rodaje, quienes han participado en la película se marchan a otra cosa y la obra queda nuevamente en manos de quien la comenzó. De él depende que vaya creciendo, que se estrene, se vea, que llegue a las televisiones, que esté en los festivales y que se proyecte en otros países.

Con tanto trajín, ¿le da tiempo a ver otro cine que no sea el suyo?

Es parte de mi trabajo. Recibo en torno a las 120 películas al año que me remiten las tres academias de cine a las que pertenezco: la americana, la europea y la española, y así dispongo en mi casa de casi toda la producción mundial de estrenos importantes e incluso de otros que no lo son tanto. Además, asisto a festivales en los que tengo la oportunidad de ver lo que no me llega hasta aquí. También voy con mis hijos y mis sobrinos a ver estrenos que de otra forma no haría. Y me dejo guiar por revistas especializadas de varios países.

¿Hace caso de los críticos?

Contrariamente a lo que piensan algunos y pese a lo arbitrarios que son, suelen tener razón. Su visión es la de un público y sirve como referencia, al margen de influencias o intereses. Además, como en todo, el juicio de valor es responsabilidad del lector. Una película iraní puede obtener muy buenas críticas, ser una obra cinematográfica importante, pero las loas estarán motivadas por características que nada que tienen que ver con una película hecha para centros comerciales. Ésta otra película recibirá críticas negativas en cuanto a su valor como obra artística, pero cumplirá su cometido de llenar salas y entretener a un público que busca pagarse una diversión, con lo que cumple con los valores que impulsaron a que la película se hiciera.

¿Se trata de hacer cine o de llenar salas?

No son cosas contradictorias. En el cine, sólo una de cada diez veces se logra el éxito y nosotros intentamos evitar las otras nueve, porque queremos que todo lo que rodamos se vea. Nunca he insistido en hacer películas de las llamadas de autor, aunque he trabajado con Saura, con Eri-ce, con Maura y con Vicente Aranda. Pero también he hecho

películas muy comerciales porque entiendo el cine como una industria cultural que es un negocio.

¿Y dónde está la frontera entre lo cultural y el negocio?

Mi límite es no hacer una película que considere vergonzosa. De hecho, estoy orgulloso de todo lo que he producido. En un 80% de ellas me apasionó el proyecto, el otro 20% fueron películas para cubrir una coyuntura o que consideré que al público le apetecería ver, pero que si no hubieran sido comerciales no las habría hecho. En cambio, sí he hecho muchas películas sabiendo que no eran comerciales.

“AL CINE NO HAY QUE FINANCIARLO PORQUE SEA UNA EXPRESIÓN ARTÍSTICA, SINO PORQUE ES UNA INDUSTRIA CULTURAL DEFICITARIA”

Es quizá este el momento en que más procede preguntarnos si el cine es industria basada en el espectáculo o un arte.

El cine es una industria, y muy importante, que mueve mucho dinero y da trabajo a miles de personas. Hay un cine que es arte, de hecho es el movimiento artístico por excelencia del siglo XX. Jugando a imaginar, podríamos asegurar que Goya, de haber vivido en el pasado siglo, hubiera sido cineasta. Pero no todo cine es arte, aunque si todo el cine tiene una identidad cultural. Películas malas, regulares o buenas son una representación simbólica que nace de una interpretación particular del mundo. Por poner un ejemplo: películas horribles

de los 60 nos ayudan a revisar una época, son testimonio de lo que sucedía, desde cómo vestían las personas hasta cómo se relacionaban, en qué creían y en qué no...

¿Y eso justifica que el cine esté subvencionado? La pintura también es expresión cultural y en pocos casos recibe ayuda del dinero público.

No creo que al cine se le deba subvencionar como factor cultural o expresión artística, sino por su condición de industria, en este caso deficitaria. Los productos

considerar importante la ejecución de autopistas, ha de ofrecer ayudas. Igual que hiciera con la prensa, a la que subvencionaba el papel. Se puede cuestionar el interés del Estado en el cine, pero no su papel financiador. No menos de 80 países financian su cine, lo que sucede aquí no es tan raro como se pinta.

Con el propósito de ampliar mercado y para universalizar el producto, se discute la conveniencia de rodar en inglés. Es un debate abierto hace ya mucho tiempo, pero sólo estaría

amortizar. Pero hasta que no se estrene no sabré si he acertado o no.

¿Por qué surgen las dudas?

En taquilla funciona el gran espectáculo, la comedia gamberra y la de zombis. Son los géneros que gustan a la gente que va al cine. Hay excepciones, películas más profundas que triunfan pero tampoco esto nos puede llevar a engaño. Por poner un ejemplo, *Solas* fue una película que levantó voces pidiendo más producciones de este tipo, cuando en realidad, al cabo del año se hacen 50 filmes del tipo de *Solas*, lo único que no todas consiguen eso que las hace mágicas y les permite llegar al gran público.



tienen un costo muy grande, y en el caso del cine español, difícil de amortizar por lo limitado de su mercado. Eso de los 300 millones de hispanohablantes es una falacia, precisamente por la dimensión cultural. No vale sólo hablar la misma lengua, hay que compartir una cultura, y sin duda, la de España es diferente a la ecuatoriana, por ejemplo. Además, el valor como mercado de América Latina es insignificante. Por tanto, si el gobierno considera importante que exista el cine español, como puede

justificado en películas de alto presupuesto. Con una película más modesta llegarás al público que realmente te diriges.

Decidir a cuál de los dos grupos pertenece un proyecto es una decisión clave, en la que constantemente cometemos errores.

Acabo de hacer una película basada en la novela de Vargas Llosa, *La Fiesta del Chivo*, y la he rodado en inglés porque me costaba 8 millones de euros, y cualquier película que cueste más de 6 millones es muy difícil de

Entonces, ¿es el espectador tan poco exigente como lo describen algunos críticos o muy listo por percibir la magia en los escasos momentos en que se produce?

El gran público va al cine a entretenerse, a consumir un producto de ocio. Otro público minoritario quiere enriquecerse con aquello que ve. Este último, en ocasiones, ve una película de grandes almacenes, mientras que los primeros nunca ven una obra artística. Pero esto sucede en todos los órdenes. Está quien compra una revista del corazón y el que escoge una de ciencia. Está quien va al cine a divertirse, y el que va a disfrutar pensando. Dos posturas igual de respetables. ◀