

## Gustavo Ferrada: «El público apoya las series españolas más que el cine»

*Canarias7*, Carmen Delia Aranda (29/02/2016)



Gustavo Ferrada imparte estos días un taller sobre producción cinematográfica. El empresario compartirá con sus alumnos las claves de dos décadas de trabajo en las que ha sacado adelante numerosos proyectos audiovisuales, desde Futbolín, de Campanella, a El milagro de P. Tinto, de Fesser.

Gustavo Ferrada Lavall sostiene que la mayor parte de la gente no sabe a qué se dedica realmente un productor de cine. «Buscar dinero es una de las partes del trabajo, pero el dinero solo no sirve para nada», comenta el responsable de la productora Convoy Films, que desde hoy y hasta el viernes imparte un curso en Gran Canaria Espacio Digital.

En el taller, titulado *Producir cine y no morir en el intento*, Ferrada intentará convencer a los futuros empresarios audiovisuales canarios de que «el productor es alguien que está en este negocio para vivir y generar riqueza alrededor de él, como un agente inmobiliario o un comerciante de frutas». Ello implica un trabajo complejo que va más allá de buscar la financiación para el proyecto: «decidir qué producto se va a hacer y su diseño, buscar los medios más adecuados para realizarlo, venderlo correctamente, coordinar el marketing y la publicidad y hacer un seguimiento de la explotación en distintas ventanas: vídeo, salas, sitios on line, canales de televisión y mercados internacionales...»

El objetivo afirma es que el producto llegue al máximo público posible. «Si no lo ve nadie, no existe. Las películas solo existen en los ojos de las personas que las ven. Si no las ve nadie, es imposible que tengan éxito. El éxito es tener la capacidad de que los espectadores las vean, las disfruten y las recomienden», comenta acerca de la finalidad de su trabajo.

Para conseguirlo una de las condiciones básicas es que el producto tenga calidad. «Conocí a un vendedor que me dijo: Soy tan bueno vendiendo como el producto. Si el producto es bueno, soy fenomenal. Con un producto malo, soy un pésimo vendedor. Lo fundamental es la decisión de en qué proyecto te metes y el encaje de ese proyecto dentro de un mecanismo económico», explica Ferrada.

En este sentido, destacó la importante participación de las cadenas televisivas españolas en la producción audiovisual. Una implicación que, en su opinión, está cambiando el panorama audiovisual español con producciones «muy bien diseñadas y comunicadas» que están encontrando un público masivo. Ferrada considera que esta participación no supone una amenaza para la diversidad creativa del cine español. «Que se vaya estabilizando el sector y que se pueda pensar a medio plazo es bueno para el cine español», comenta.

En este sentido, cree que estas campañas masivas de películas como *Ocho apellidos vascos* o *El niño* han recuperado a cierto público para el cine patrio. «Las series españolas son un producto que el público consume con alegría y orgullo, mientras que el cine español, estando producido por la misma gente y equipos, no tiene esa percepción entre los espectadores españoles. El cine español es percibido de una forma y las series, de otra», apunta.