



DANIEL ÉCIJA Productor de 'Fuga de cerebros'

'Fuga de cerebros', 'Águila roja' y 'El internado' son tres de los títulos más seguidos por los espectadores. ¿Alguien da más? La película y las series más vistas tienen detrás el mismo nombre

«Al cine español se le paró el reloj»

L. MARTÍNEZ / Madrid
Habla con el botón *forward* (el de avance rápido) pulsado. Acaba de llegar de EE UU donde jura haberse tragado de una sola tacada 60 capítulos de series por venir: «La diferencia con España es que el piloto de *V* ha costado seis millones. Aquí, el reto es hacer lo mismo con 600.000». A la velocidad que se mueve y habla se le ve capaz. Sea como sea, Daniel Écija, nacido en Australia hace 46 años, es el hombre del momento. Todo lo que toca, cine o tele, es más que visto, devorado. Dio sus primeros pasos con *Médico de familia* y ahí sigue. Última parada: *Fuga de cerebros*, una

«¿Qué película exporta como la televisión? Con alguna serie estamos en 65 países»

película con un millón de entradas vendidas.

Pregunta.— ¿Qué tiene *Fuga de cerebros* que no tenga el resto de la producción española?

Respuesta.— *Fuga* responde a una única motivación: conectar con el público. Es lo único que sé hacer desde que empecé en 1995. La televisión es tremendamente sincera: vive del público de forma exclusiva.

P.— Quiere decir con esto que el cine español va por otro lado...

R.— Yo he oído decir a algún director de cine que a él no le preocupa la taquilla. Eso me sorprende. Que no te interese saber con cuánta gente eres capaz de conectar... No lo en-



ANTONIO HEREDIA

tiendo. Mucha gente se ha quedado muy atrás. Creen que existe la obligación de pagarle su película y que nadie se la toque. A muchos se les ha parado el reloj.

P.— ¿Por qué gusta tanto la tele española y tan poco, a juzgar por la taquilla, el cine español?

R.— Es un problema de continuidad. La tele sí ha dado una serie tras otra de éxito. Eso crea adicción. Y en el cine, por las circunstancias de la industria, eso no se ha producido. Es

necesario entrar en la memoria del público (eso es el *star system*).

P.— Pero esto no le libra de ser considerado como un intruso. *Fuera de carta* y *Fuga de cerebros* han tenido tanta taquilla como pésimas críticas.

R.— La gran distancia entre la crítica y el público es responsabilidad de la crítica. Está anclada en el principio de los noventa. Estoy convencido de que si *Fuga* estuviera dirigida por uno que se llamase Fa-

rrelly y protagonizada por Stiller, sería distinto.

P.— Es un problema sólo de crítica entonces.

R.— Son las propias estructuras del cine español las que están ancladas aún en los 90. No se han dado cuenta de lo que ha ocurrido. Los profesionales de la tele española aprendimos a ser competitivos con presupuestos 10 veces menores que los de las series americanas. Tenemos que ser 10 veces más

eficaces. Y ésa es una cantera de profesionales increíble. Y el cine no se ha enterado de esto.

P.— ¿Justifica esto la separación entre la tele y el cine?

R.— Éste es uno de nuestros grandes problemas. Gente como J.J. Abrams en Estados Unidos hace *Perdidos* y *Star Trek*. Aquí todo ocurre al revés. El cine americano, para entendernos, es el equivalente

a la tele de aquí, y al revés. Una serie española mueve alrededor de 15 millones de euros anuales que son 80 millones a lo largo de varios años. ¿Qué película española maneja estas cifras? Además, ¿qué película exporta como la tele? Con algunas de nuestras series estamos en 65 países.

P.— Digamos que la diferencia la marca la palabra cultura.

R.— El éxito de las series españolas se basa en que nosotros contamos nuestras series cultura. Probablemente si series como *Médico de familia* no hubieran tenido éxito, ahora estaríamos colonizados. Éste es el mérito de la tele, contar nuestra cultura.

P.— *Mentiras y gordas* y *Fuga de cerebros*, dos películas diferentes y varias coincidencias: gente de la tele y... taquillazo.

¿basta con poner caras conocidas?

R.— Cuidado. Salvo Penélope Cruz y Javier Bardem, no hay ningún actor que no sea de la tele. En cualquier caso, *Fuga* lleva varias semanas sin descender en taquilla y con una de las medias de espectadores más alta. Eso no ha pasado con *Mentiras*. Nosotros, por la tele, estamos muy habituados a vivir del boca a boca. La tele en este sentido, es más auténtica que el cine. El marketing no funciona en la tele.