

EL PAÍS

CATALUÑA

Cómo hacer frente a la crisis saltando de azotea en azotea

Un filme de bajo presupuesto llega a las salas con una campaña original

ANNA PAZOS | Barcelona | 30 OCT 2012 - 01:38 CET

Archivado en: Barcelona Cataluña Teatro España Artes escénicas Cine Espectáculos Cultura



Un fotograma de la película Terrados

Cinco treintañeros en paro matan los días deambulando aleatoriamente por las azoteas de Barcelona. No hacen nada en especial; beben cerveza, yacen, se lamentan de su situación y viven cómodamente de su seguro de desempleo. Son los protagonistas de *Terrados*, una película de bajo coste filmada en 2010 en tan solo tres semanas, que se promociona con pases —también aleatorios— por las azoteas de Madrid, Barcelona y otras ciudades españolas, con el objetivo

de hacerle un hueco en las salas comerciales. Una estrategia original, de bajo coste y fiel a la esencia del filme.

Su creador, Demian Sabini, se enfrentó al desafío de producir un largometraje profesional con solo 12.000 euros, la mitad provenientes de sus ahorros y el resto, de un crédito, sin ayudas ni subvenciones públicas. “Me dijeron cientos de veces que tirara la toalla, que me limitara a los portales de Internet”. Pero Sabini desoyó los consejos, se hizo cargo de la producción, la promoción y la distribución, y finalmente, tras meses de esfuerzos, *Terrados* se está proyectando en Barcelona (Cines Maldá) y Madrid (Pequeño Cine Estudio). Esto no impide que se sigan haciendo pases en las azoteas, que tienen gran éxito. Mediante esta estrategia colaborativa, que busca la cercanía y la complicidad del público, el equipo de *Terrados* confirma lo que sugiere el propio recorrido de la película: una sobredosis de voluntad y un plus de ingenio pueden hacer frente a la falta de oportunidades.

“Es una película pre-15M”, advierte el director, que rechaza el calificativo de representante del sentir indignado y no cree ejercer de portavoz de su tiempo. “Era 2010, no había trabajo, la gente estaba muy apalancada”, explica. Los terrados tienen, además, una dimensión simbólica; son el “sobremundo” —dice Sabini— en el que se aíslan los personajes y a la vez el círculo vicioso del que no saben salir. “Nos pareció la ambientación perfecta para la película, especialmente por lo que ahorraríamos en iluminación”, bromea.

Su director de fotografía, el neoyorquino Steve Becker, se tomó el proyecto como un reto personal. Acostumbrado a presupuestos millonarios, aceptó el desafío de arreglárselas con solo 12.000 euros. Y acabó más que satisfecho con el resultado. Los equipos artístico y técnico participaron en el proyecto de forma gratuita y colaborativa.