

# ENTREVISTA A GABRIEL MASSA

POR MARIANA AMIEVA

## Es necesario generar políticas de mediano plazo

**E**n un contexto tan pequeño como el del sector audiovisual uruguayo, no hay persona que no se haya cruzado en algún momento con Gabriel Massa, que participa del mundo del cine desde los años noventa. Primero trabajó en el mítico Video Club Imagen (VIC), espacio creado por el no menos mítico Ronald Melzer.<sup>1</sup> Junto a Ronny se inició en la distribución de filmes y en estos momentos es la cara más visible de la distribución independiente en Uruguay. También programa la Sala B del SODRE y coordina la Mediateca Ronald Melzer (Montevideo Audiovisual /Intendencia de Montevideo). Gabriel ha sido un gran aliado para las personas y grupos que desde la actividad académica buscan expandir las actividades y acceder a nuevos espacios y públicos. Su conocimiento sobre los problemas de la distribución y la llegada de las obras al público desde hace dos décadas lo convierten en un referente ineludible para hablar de estas cuestiones. Recomendamos leer esta entrevista en conjunto con el artículo de Federico Pritsch, —que integra el presente *Dossier*—, en el que se aclaran y profundizan elementos mencionados en estas páginas.

**Mariana Amieva-** Vamos a empezar con el tema tu formación como distribuidor. ¿Cómo se llega a ser distribuidor? ¿Cómo fue tu caso en particular? También quisiera que desarrolles ¿cuáles son los requisitos, habilidades y formaciones necesarias para realizar esa tarea?

**Gabriel Massa-** En Uruguay no hay un ámbito o un lugar específico donde se pueda estudiar distribución de cine. Creo que los primeros cursos y talleres de distribución de cine a nivel formal en una institución, los hice yo en la Universidad de la Republica hace un par de años. ¿Cómo se llega a distribuir cine? Antes de desarrollar ese tema me parece necesario separar

1. Ronald Melzer (Ronny 1956-2013) fue un importantísimo crítico cinematográfico, dueño de un Video Club de referencia durante muchísimos años, fue distribuidor y productor de cine. Desde ese lugar particular ejerció cierta docencia y fue una figura referente para la “gente de cine”. Fue un activo militante del cine uruguayo y tuvo una presencia destacada en numerosas asociaciones del rubro, participando en la consolidación del medio local tal como lo conocemos.



la distribución de cine independiente de la distribución del cine “industrial” por llamarlo de alguna manera.

**M.A.-** Podrías desarrollar esa distinción entre la distribución alternativa/independiente y la comercial.

**G.M.-** Una distribución independiente implica a un productor que tiene una película y se acerca a un distribuidor determinado y firman un contrato y se ponen de acuerdo en las condiciones económicas, el territorio, el tiempo, los porcentajes, los materiales y las estrategias para llevar adelante la distribución. Es un acuerdo entre dos partes. Eso implica que más allá de que se estrenen 20 o 30 películas uruguayas por año, cada una tiene que hacer su camino y no hay demasiado proceso acumulativo. Mientras que, en la distribución industrial, ya viene todo el paquete: los materiales, la publicidad internacional, las redes y toda una parafernalia que logra que el público se entere de la existencia de esa película sin que el representante haya tenido un rol tan protagónico. Ese representante, generalmente, no se sale de las políticas definidas en otros lugares y hay una rigurosidad en los tiempos que maneja el distribuidor y los exhibidores para cumplir con todas las condiciones previas que anticipan que cuando llega el estreno, la película, generalmente, funciona. Hablo de que en las semanas previas estipuladas se pase el tráiler, los afiches, etc. Por eso cuando les doy los cursos a los productores les planteo contenidos e información que no están destinados a formar distribuidores, sino que tienen la finalidad de ayudarlos a que manejen los conceptos básicos y sobre todo “la práctica”, es decir, el quehacer del distribuidor: que conozcan cómo hacer un tráiler o un afiche, cómo llegar a un acuerdo con el distribuidor, cómo funcionan los circuitos de salas de cine. En definitiva, que sean partícipes de la distribución de la película. Con el objetivo de que cuando empiecen con el proceso de producción de la película ya vayan previendo todo el camino para llegar a los cines, para que haya una comunión o una identidad entre la película que están creando y los materiales que vayan generando para la posterior distribución.

Vuelvo a tu pregunta sobre la formación en distribución. En este contexto puedo hablar de mi caso sobre la distribución de cine independiente desde principios de siglo cuando con Ronny fundamos Buen Cine a principios de 2004. En esos momentos había un solo distribuidor independiente, y ese distribuidor solía hacer el comentario de que, en Uruguay, por los alcances del mercado local, solo había espacio para un distribuidor. Cuando llegamos fuimos los segundos, y eso fue un poco complicado. Es verdad que este era un mercado muy chico y el distribuidor independiente, con una Cinemateca que, si bien era importante, no cumplía el rol de exhibidor que ocupa actualmente, no dejaba margen para que existieran muchos distribuidores. En esos momentos sí había varias distribuidoras de cine industrial, por decirlo de alguna manera, que lo que hacían — y aún hacen— es operar como una especie de filiales o representantes de las grandes empresas norteamericanas.

En relación a la formación, en el caso particular nuestro, surge sobre todo de nuestro interés por el cine, y prestar atención a qué cosas te van gustando, y a partir de ahí, hay un ida y vuelta entre tu gusto, las cosas que vos pensás que pueden funcionar. Es necesario ir viendo qué cosas realmente funcionan y jugártela para determinar por qué camino transitar para que aquellas



películas que nos gustan lleguen al público. Y ver qué cosas podemos hacer dentro del sistema de exhibición actual para generar un espacio para este tipo de cine al que le cuesta acceder a las salas. Hay muchas preguntas para hacerse, pero en el inicio está ese interés por difundir nuestro gusto por el cine. Con Ronny comentábamos que nuestro rol como distribuidores comenzaba recomendando películas cuando trabajábamos en el VIC. Mi rol del distribuidor independiente se inicia por ese interés de que la mayor cantidad de personas vean las películas que consideras valiosas. En el video lo hacíamos a una escala muy personalizada, recorriendo el mostrador y sugiriendo. Como distribuidores independientes, seguimos trabajando con ese concepto: tomábamos nota de la salida de alguna película interesante y se pensaba en cómo conseguirla para la distribución.

**M.A.-** Podés explorar un poco esa idea del nexo entre la distribución de cine más relacionada con el VIC y la distribución en VHS o en DVD con el trabajo de la distribución en las salas de cine. ¿Ese fue un camino natural o hubo algún giro que los llevó a esas tareas? ¿Conocés otras experiencias similares a los vínculos entre el video club y la distribución en sala?

**G. M.-**No conozco otra experiencias similares. Yo tuve mucha suerte de trabajar, ser amigo y estar muchos años al lado de Ronny. Él era una persona muy entusiasta a la que le gustaba todas las cosas vinculadas con el cine. Además del videoclub, también era crítico de cine, y se interesó por todos los aspectos que te puedas imaginar. En los años noventa llegó a tener una editora de videos en VHS que se llamó Videograma y editaba películas clásicas de las que conseguía derecho o eran de derechos libres. Él siempre estuvo interesado en dar un paso más allá de lo que estaba haciendo. En los 2000 con el incipiente cine uruguayo, él se empezó a relacionar con ese medio. En principio el videoclub fue un lugar de referencia al que iban muchas personas vinculadas a la actividad, muchos intelectuales, pero también directores de cine —jóvenes y no tanto—. Tenía vínculos con directores que arrancaron en los años ochenta como Esteban Schroeder, Álvaro Buela, Guillermo Casanova y, sobre todo, con realizadores cercanos a Control Z, como Pablo Stoll, Juan Pablo Rebella, Fernando Epstein, Federico Veiroj, Inés Bortagaray, Manolo Nieto que luego participaron de la producción de *25 watts* (P. Stoll, J.P. Rebella, F. Epstein, 2001). Al principio se relacionaban con Ronny como un referente en cuanto a su visión del cine. Pero de a poco se fue metiendo en la producción. En *25 watts* faltaba plata para la finalización, y la terminó apoyando. Intervino sobre todo asesorando sobre la distribución de las películas de finales de los noventa. En charlas informales con Buela o con Schroeder se fue metiendo en el tema. Había algo ahí que se estaba fermentando y yo en 2003, ya estaba cansado de mi trabajo en el video club (que era un trabajo a medio tiempo), y le planteé que me iba. Y cuando le dije eso me propuso que me quedara trabajando en el proyecto de la distribuidora. Él ya tenía un *background* y una agenda de contactos con distribuidores argentinos, que ayudaron a que empezara a funcionar el proyecto. Primero se comenzó a distribuir en DVD y, de a poco, a distribuir en filmes en salas. Distribuir cine, para alguien que no había hecho esa tarea antes, no era algo tan sencillo. Fue un proceso gradual.

**M.A.-** Y ahora que estás ejerciendo este oficio desde hace dos décadas. ¿Cómo fueron los cambios dentro de la práctica precisa? ¿Cómo se modificaron las rutinas de trabajo en las que



se organizan las actividades del distribuidor? ¿Cómo incide este nuevo panorama de pantallas alternativas?

**G.M.-** Pasaron muchas cosas. Para distribuir cine en esa época, tenías que tener copias en 35mm. Eso para el cine uruguayo fue especialmente complicado, porque se filmaba en 16mm o en alguna versión digital y luego había que “inflarla” para llevarla a 35. Eso era muy caro, difícil de gestionar y generaba una dificultad extra para poder llegar a sala. Estrenar en sala era un acontecimiento y era caro. Tanto para el cine local como para películas argentinas o europeas. Porque había que comprar los derechos y, si bien ahí estaba estipulado el uso de alguna copia que estuviera en argentina, eso generaba una serie de costos extras —de importación, de adelantos, impuestos—. Y luego también hay que tener en cuenta que se estrenaba en una sola sala. Todo un panorama muy complicado. La otra cosa interesante, es contemplar que, además de caro, armar un estreno implicaba incluir a todo un grupo de personas. Por ejemplo, el estreno de una película europea, aunque fuera solo en una sala, demandaba hacer una función de prensa —no había links para mandar— y teníamos que esperar a que llegara la copia y para difundirla, si bien ya usábamos correo electrónico, había que ir por todos los canales de televisión para llevar una copia en DVD del tráiler para que el crítico de cine la pasara en los programas. Tratábamos de estar atento a que cada crítico fuera a sala a verla, porque era muy complicado tener copias en DVD de los filmes en 35mm. Entonces teníamos que tener un grupo de tres o cuatro personas que se ocuparan de la comunicación, otra que se encargara de llevar las cosas para todos lados y luego, como no había redes sociales, también había que disponer de fondos para publicitar el filme en los medios de comunicación. Me acuerdo de que cuando estrenamos *El círculo* (Aldo Garay, 2008), publicábamos unos avisos muy chiquitos en la cartelera de cine del diario *El País* y salían un disparate, entre 500 a 1000 dólares unos anuncios diminutos durante el fin de semana de estreno. Hoy en redes ponés ese dinero y tenés muchísimo más alcance.

**M.A.-** ¿Cartelería para las calles hacían?

**G.M.-** Eso generalmente se hacía a través Locaciones Montevideanas, que tenía un porcentaje de las “marquesinas” y salía más barato. Pero igualmente cada afiche para colocar era también caro. Se gastaba entre 1000 a 2000 dólares en que hubiera unos 20 o 30 carteles de películas uruguayas en las paradas de ómnibus. Eso era impensable en una película independiente europea en la que se podía tener entre 1000 y 5000 espectadores, 10000 si era un gran éxito, porque cada cosa era muy cara. Ya era caro tener entre tres y cuatro personas trabajando en el estreno de una película, la copia, los derechos, la publicidad. Hoy en día yo puedo estrenar una película solo, sin contar con otra ayuda. Compró los derechos, me llega la película para descargar, el tráiler en DCP2, o lo termino haciendo yo, pero es mucho más sencillo todo. Van todos los materiales al cine. Hoy casi todos los afiches son digitales, ni siquiera hay que imprimir. Y luego todo se hace desde la computadora. En todo caso, lo único que me resta hacer es llevar una copia en un disco duro del DCP a una sala de cine.

**M.A.-** Y ahora que es más sencillo ver cines que no sean el cine mainstream hollywoodense,

2. Paquete digital para cine o DCP (en inglés: digital cinema package).



¿considerás que se ve más cine alternativo? Estas facilidades en la distribución, ¿ayudan a que se diversifique el cine que se ve? ¿O se ve el mismo cine que se veía hace treinta años?

**G.M.-** Si me decís décadas de los sesenta o setenta, se ve mucho menos cine, pero si hablamos de los noventa hacia adelante y, tomando en cuenta que también están las plataformas que ayudan a diversificar, tenemos más ofertas. También se produce mucho más. En relación al visionado en sala de cine particularmente, yo creo que las nuevas salas de Cinemateca Uruguaya están permitiendo estrenar películas que, de repente, en la vieja Cinemateca se estrenaban menos y tenían menos repercusión.<sup>3</sup> Entonces creo que hoy se está estrenando bastante cine con mayor diversidad que hace 10 o 15 años. Estos estrenos son más baratos y sencillos de realizar. Ahora, si va más gente a ver este cine, es un tema complejo. Hay algo que sí es verdad y es que una película de cine europeo en Uruguay (y en especial en Montevideo), en la primera década de este siglo, el techo de público era mucho más alto del que tenemos hoy. En estos momentos es muy difícil superar la cantidad de 5000 o 6000 espectadores con una película europea y antes estas cifras se superaban fácilmente. Creo que se ha achicado el público de cine. Con amigos distribuidores argentinos comentamos que cada año se reduce entre un 5 a un 10% de público.

**M.A.-** ¿Cómo viene la tendencia de frecuentación de públicos de cine tomando en cuenta tu experiencia local?

**G.M.-** Yo creo que es muy motivador ver lo que está pasando con el público joven de Cinemateca, me parece que es un fenómeno interesante. Cada vez va más gente al Festival de Cinemateca y los fines de semana se ven salas llenas con gente más joven de lo que estábamos habituados a ver. Ese era un público que antes no se tomaba en cuenta para estas películas y la distribución estaba muy jugada a las salas Casablanca y Alfa Beta, con un público de adultos mayores.<sup>4</sup>

**M.A.-** ¿Y términos generales?

**G.M.-** La gente joven va al cine. Después de la pandemia se hablaba del fin de las salas y que esos lugares iban a ser muy laterales. Y creo que eso cambió. Ahora las plataformas se están dando cuenta de que las salas de cine prestigian la película y el público está volviendo a las salas de cine. Estamos casi en los mismos números de espectadores que en 2019.

**M.A.-** Me gustaría hablar de las particularidades de la distribución del cine uruguayo. ¿Tiene las mismas lógicas que la distribución del cine independiente o entran en juego otros elementos? ¿Cómo llega el cine uruguayo al público? ¿Se estrena en sala?

**G.M.-** Creo que es necesario hacer una distinción previa en cuanto a momentos. Por lo menos desde el 2000 o fines de los noventa, el cine uruguayo era visto como una novedad, y por su condición de novedad ya atraía gente a la sala. Incluso se llegó a hablar del fracaso de *El dirigible* (Pablo Dotta, 1994), que tuvo alrededor de 40000 espectadores. Hoy ninguna película uruguayana llega a esas cifras. Varios títulos que uno imagina que no eran muy importantes, llevaban en-

3. El 18 de diciembre de 2018 la Cinemateca Uruguaya estrenó un nuevo complejo en la Ciudad Vieja de Montevideo con tres salas con una capacidad máxima de 400 espectadores con proyectores digitales y en 35 mm.

4. Estas son salas de cine que se ubican en el barrio de Pocitos de Montevideo, donde viven los sectores de ingresos medios y altos.



tre 40 y 60 mil espectadores a sala. Hubo películas que habían estado pensadas para un nicho pequeño —como *25 watts* o *Whisky* (Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, 2004)— que llevaron entre 25 y 50 mil espectadores. Son cifras que en esa época eran importantes y también nos encontramos con otros éxitos, como *El baño del Papa* (César Charlone y Enrique Fernández, 2007) que tuvo entre 70 y 80 mil espectadores, o *En la puta vida* (Beatriz Flores Silva, 2001) que llevó más de 120 mil espectadores.

**M.A.-** Es probable que esa película quede para siempre como el filme uruguayo más taquillero.

**G.M.-** Si es probable, porque, por ejemplo, *La sociedad de la nieve* (Juan Pedro Bayona, 2023), con todo lo que generó, no llegó para nada a esas cifras, así que muy difícilmente se vuelva a conseguir esa cantidad de espectadores.

Entonces, en ese período de muy pocas películas, el elemento de lo novedoso y el hecho de vernos representados en pantalla fueron fenómenos que llevaron a mucha gente al cine. Pero a mediados de 2005 o 2006 se empieza a ver un cansancio y se instala en cierto imaginario el cliché de que el cine uruguayo es aburrido y gris. Dentro de las películas que se hacen en ese período —2005 a 2012— todavía hay algunas que logran cantidades de espectadores importantes y, por ejemplo, *Reus* (Pablo Fernández, Eduardo Piñero y Alejandro Pi, 2011) alcanza los 40 mil espectadores, pero ya se observa una tendencia de que las películas uruguayas de ficción empiezan a funcionar mal en la taquilla. Filmes que tuvieron reconocimiento de premios importantes como *La perrera* (Manuel Nieto, 2006) o *Acné* (Federico Veiroj, 2008), no superan los 10 mil espectadores y, en algunos casos, tampoco los cinco mil. Estamos hablando de los mismos productores, con el mismo esquema de producción que algunos años antes habían logrado llevar más de 50 mil espectadores a sala.

A partir de la segunda década del siglo, se dio un cambio que llegó para quedarse. Hay cada vez más producciones de cine, más fondos para la producción, es más fácil y barato producir; a lo que se le suma todo el fenómeno de las escuelas de cine. Se vive todo el crecimiento del sector audiovisual en cuanto a la cantidad de gente involucrada y en cuanto a películas y, paralelamente, la merma paulatina de público.

**M.A.-** Me interesa ahora que nos concentremos en cómo esas películas locales se llegan a distribuir, pero antes me parece interesante pensar las relaciones entre distribución y exhibición en el caso de estas producciones independientes.

**G.M.-** Me quedó por responder esa consulta anterior así que retomo por ahí: la baja de público o la baja de interés del público tiene que ver también con la falta de interés de los distribuidores profesionales en distribuir películas uruguayas. Recapitulando: *En la puta vida* tuvo un distribuidor independiente pero comercial e importante; *El viñedo* (Esteban Schroeder, 2000) por ejemplo, también tuvo distribuidor. Más tarde *El baño del papa* también tuvo un distribuidor. Pero ya antes de ese período, la productora Control Z5 inauguró el hecho de ser productores y distribuir sus propias películas. Fernando Epstein que era editor y que también fue productor,

5. Control Z Films fue la productora fundada por Juan Pablo Rebella, Pablo Stoll y Fernando Epstein en marzo del 2001 para la distribución de *25 Watts*.





hizo las veces de distribuidor, en un momento en el que era muy complicado para la distribución independiente porque era un terreno “para entendidos” en el que era muy difícil entrar. Creo que ese alejamiento paulatino del público hizo que esos distribuidores dejaran de tener interés en esas películas y en ese momento apareció Buen Cine y empezó a distribuir algunas películas uruguayas, en principio más pequeñas comercialmente y muchos documentales que se sabía que no iban a traer mucho público, pero en ese momento fue Ronny el que se dio cuenta de la importancia de que las películas uruguayas llegaran al circuito comercial. El circuito cultural estaba muy caído —la Cinemateca en ese momento tenía salas muy viejas y proyecciones con dificultades— y en ese contexto decide compra equipos digitales, (que eran precursores de los DCP) y empezamos a estrenar películas llevando los proyectores a los cines Movie y Casablanca. Entonces, en vez de llevar las copias 35 trasladábamos el proyector y el DVCAM (porque ni siquiera eran todavía los archivos mov. o mp4, estábamos hablando de casetitos). Y los pasábamos en esos proyectores de cinco o seis mil lúmenes pero que se veían bien. Eso permitió que en setiembre de 2008 se estrenara *El círculo*. En ese momento también abrimos el cine Libertad, para tener una sala que estrenara títulos uruguayos. En esos años teníamos entre seis y ocho estrenos por año, lo que le generaba continuidad al proceso. Ese proyecto fracasó, pero se buscó abrirle las puertas de las salas al cine nacional, llevando toda la infraestructura a la sala de cine. *El círculo* se estrenó en cuatro salas (Movie Montevideo, la Sala Libertad, Casablanca y Movie Punta Carretas) e hicimos el primer estreno grande de una película uruguaya en digital.

**M.A.-** Quisiera que brindes algo de información sobre un argumento repetido en el ambiente que plantea cierto conflicto recurrente según el cual los filmes locales tienen poco público en sala porque los exhibidores los dejan poco tiempo, porque anticipan esas bajas de audiencia, y que con otras políticas similares a los estrenos extranjeros la situación podría llegar a cambiar. ¿Hay algo de cierto en esto?

**G.M.-** No. Yo creo que el circuito comercial siempre quiere tener películas que lleven gente y en eso no hay miramientos con las películas que se exhiben. Si bien es verdad que hay exhibidores que son distribuidores y tienen sus películas y podemos asumir que tienen sus intereses, no tengo dudas de que, si los exhibidores cuentan una película que lleva gente, por más que no sea de ellos, la dejan en sala. En ese sentido yo no creo que afecte.

**M.A.-** No es verdad entonces que estén obligados a dejar ciertas películas por una cantidad estipulada de tiempo por la compra de los paquetes de filmes.

**G.M.-** Tienen una grilla de estrenos y compromisos que cumplir y entonces, de repente, no tienen la chance de estrenar algunos títulos. Pero yo creo que el problema no es ese. También es cierto que el circuito de salas de Shopping no está pensado para ese tipo de películas. Cuando planteo el tema en los cursos de distribución que estuve dando, hago muchísimo hincapié en lo importante que es generar los espacios de exhibición alternativos que tengan características amigables: por ejemplos las salas de Cinemateca y los cines Alfabetá, o la Sala B que es pequeña, pero con buena proyección y sonido. Estos espacios, con diferentes características, como una cafetería, librería y un entorno amigable en general, permiten que la gente se sienta parte de esos lugares, que los asuman como un espacio de encuentro.



**M.A.-** ¿Vos considerás entonces que el público está segmentado y que el público del cine uruguayo forma parte de esa segmentación?

**G.M.-** Yo creo que hay películas que son de nicho y que no hay forma de que salgan de ese nicho, pero para nada quiero reducir el cine uruguayo a ese consumo de nicho. Yo tengo una amistad con un distribuidor comercial de una empresa distribuidora de este país con el que hablamos muy seguido y siempre me pregunta por alguna película uruguaya que haya visto y que creo que pueda funcionar, porque le interesan que haya algunas películas uruguayas por año que rompan esa segmentación de espectadores y que puedan ser parte del circuito de salas comerciales. Buscan casos como los que ocurren con algunas películas argentinas que realmente tienen muchos espectadores y que alcanzan a ese público más amplio. Yo creo que el cine uruguayo no puede quedarse con las expectativas de ese circuito chico de cines culturales al que acudan entre dos o cinco mil espectadores. Es importante que ese circuito exista para un conjunto de películas que sabemos que no van a alcanzar otros público más masivos.



**M.A.-** Me parece importante pensar en detalle en dos cuestiones para diferenciar los problemas. Por un lado, nos encontramos con las relaciones entre los exhibidores y el ámbito de la distribución y, por otro lado, está el tema del rol que cumplen las agencias estatales en la promoción del cine y que son las que, en este caso, financian la producción para el circuito local. Porque es necesario ver cómo esas entidades se involucran con estos problemas, desde la obra terminada a la llegada al público, pensando el tema va más allá de las políticas que se producen para el posicionamiento de las obras en festivales de cine.

**G.M.-** Yo creo que el tema de la distribución y exhibición es un tema que casi todos los actores





del medio audiovisual lo desconocen y, entonces, lo que se hizo y se sigue haciendo desde hace muchos años desde las instituciones públicas que participan en el proceso es el otorgamiento de fondos para promoción y lanzamiento, para que cada película uruguaya, cumpliendo una serie de requisitos, tenga una cantidad de fondos. Me parece que el objetivo es loable, pero la sola publicidad o promoción —ayudar a que esté presente en una determinada cantidad de salas— no alcanza para que la película sea visible. Si le das a una película unos 10 mil dólares para que logre promocionarse en medios determinados, para que se haga una buena campaña de prensa y que los actores y directores recorran los medios de prensa, en el estado de situación actual de la exhibición, todo eso no mueve la aguja. Sí es importante que haya plata para mover las películas, pero ese proceso tiene que estar acompañado de otras cosas. Primero que nada, en estos momentos, todo el interior, para el cine uruguayo no existe. Casi no tiene relevancia la exhibición del cine en general en el interior. Esta última temporada con el estreno de *La sociedad de la nieve* con la que estuve trabajando, eso quedó claro. Se estrenó en 35 cines, estuvo en casi todos los cines (casi todas las capitales departamentales tienen cines). El porcentaje de público que tuvo en los cines por fuera de Montevideo y del área metropolitana fue menos del 3%. Estamos hablando de una película que interesó a mucha gente y estuvo en la agenda durante tres meses. Cuando salís del área metropolitana no pasa casi nada. Desde hace unos 15 años los institutos públicos ven el problema de las salas del interior, pero creo que lo que no se termina de comprender es que el problema es la relación entre la población por fuera del área metropolitana y la frecuentación al cine en términos generales. No creo que se forme público para que vaya a ver cine uruguayo solo mostrando cine uruguayo. Me parece importante generar actores en cada uno de esos lugares. Es imposible proponerse un proceso de formación de público si antes no se forman aliados en cada uno de esos lugares.

**M.A.-** Tal vez nos estemos yendo de tema, pero podrías desarrollar un poco qué pasó con el proyecto de salas digitales de la RECAM.<sup>6</sup>

**G.M.-** Este es un tema complicado porque no se logró cumplir con los propósitos. Yo creo que no se puede fomentar el hábito de ir a ver cine local mandando a Florida, Minas o Salto un DVD o un MP4 con una película uruguaya que se había estrenado 15 días antes. Ni siguiera solventando los gastos para que vaya alguien del equipo de la película. En ese caso tal vez lleves algo de gente a la primera exhibición, pero luego queda ahí. Por eso te decía, tiene que haber cines amigables en cada uno de esos lugares, gente que trabaje en esa promoción y a la que le interese; que se construya un ida y vuelta. No se va a promover el interés por ver cine uruguayo solo viendo esa película. Se tienen que trabajar con la propia frecuentación a la sala de cine. El año pasado en un centro cultural de Montevideo se exhibieron varios títulos locales y fue algo de gente, luego pasaron *Argentina, 1985* (Santiago Mitre, 2022) y tuvieron que salir a conseguir sillas. Y hay que prestar atención a esa situación. Yo suelo proponer en esos circuitos que también se exhiban filmes europeos e independientes en general, pero no hay mucho interés. En ese caso también hay que tomar en cuenta el tema del doblaje que es un problema a considerar en relación al pú-

6. Ver el artículo de Federico Pritsch en este *dossier*.



blico que no suele ir a las salas de cine. Pero para resolver este tema en general hay que destinar muchas cabezas y mucha plata. Es necesario generar políticas de mediano plazo, generar salas amigables y todo un proceso que acompañe.

**M.A.-** Y qué opinás de los otros procesos de circulación alternativa de cine, como los proyectos de pantallas informales al aire libre que recorren el territorio. ¿Consiguen más audiencias para el cine local?

**G.M.-** Me parecen divinas las propuestas y es cierto que la gente va. Ahora, mi opinión para la cual no tengo fundamentación cuantitativa es que esas experiencias en las playas o plazas, del interior, es como cuando va el circo a esos lugares. Se genera una cosa distinta al cine, es el espectáculo del día de la fecha, pero no está cumpliendo la parte de formación de públicos. Para eso es necesario contar con un cine y tiene que haber determinadas políticas públicas que impliquen una permanencia, que cuente con películas, pero también con otras actividades y con personas que estén participando de esas políticas en cada lugar, pero sobre todo la permanencia, tienen que ser procesos de al menos cinco años de duración. Se podrían elegir algunos lugares particulares y probar un proyecto a largo aliento.

**M.A.-** Desde hace 80 años hablamos del proyecto de formación en cultura cinematográfica. Mas allá de que en esos momentos se contaba con un público muy asiduo al cine porque no había otras pantallas más que la del cine, igualmente se estaba hablando de la formación de públicos. Y todavía seguimos con eso... pero volviendo al tema de las relaciones entre distribución y exhibición, ¿cómo ves esa relación? En este caso no me interesa centrarme en el cine uruguayo, sino en la relación en general que se establecen entre esas dos instancias tanto para el caso de las obras independientes como las comerciales. ¿Hubo cambios en los últimos tiempos?

**G.M.-** Los dos exhibidores más importantes del país también son distribuidores, pero eso no incide en que distribuidores independientes o distribuidores del circuito más industrial no tengan espacio en sus salas. Funciona el ecosistema. Creo que cada vez tiene menos incidencia el tema de ser distribuidor y exhibidor al mismo tiempo. Yo como distribuidor independiente nunca tuve problema para conseguir sala. Si tengo una película que interese y funcione me la van a tomar. Quizá al no tener sala tengo que pelear un poco más la fecha o determinadas condiciones, pero eso no quiere decir que no pueda estrenar alguna película. Eso es algo razonable, no creo que haya un cuco. En mi experiencia ese no es un problema, y en algunos casos es a mí a quien no le interesa estrenar alguna película en algunas salas. Tampoco encuentro a ese cuco del que hablamos sobre la menor importancia que le dan al cine uruguayo. Si la película tiene interés la exhiben. Sí es cierto que algunos títulos de cine pueden no interesar en circuitos como las salas de Shopping. Para determinadas salas comerciales la aparición de la Sala B del SODRE y las nuevas salas de Cinemateca fue un alivio por la presión de estrenar títulos locales en salas comerciales que no funcionaban. Ese fue un cambio, para esos circuitos y para las películas a las que les va mucho mejor en otros circuitos. Cuando estrené como distribuidor *El casamiento*, de Aldo Garay (2011)<sup>7</sup>, contamos con el cine Casablanca, con una función central todos los días, y

7. Se trata de un documental que cuenta la historia entre una mujer transexual y un obrero de la construcción.



fue muy poca gente. Se estrenó en el barrio de Pocitos que no es el mejor lugar para el cine uruguayo, pero como teníamos una buena relación nos abrieron las puertas. A la segunda semana estaba a las 4 de la tarde. Yo miraba las cifras y dentro de la lógica comercial que se mueven, la programadora tenía razón. Alguna vez me ha pasado alguna injusticia, pero no fue con títulos locales, generalmente con las uruguayas se cuidan un poco más. Tal vez hay algún productor uruguayo que tenga argumentos para plantear que a alguna película la trataron mal, pero como distribuidor, yo no sentí eso. Sí fue terrible lo que nos pasó con ese documental del que te hablaba (a la tercera semana ya no estaba en cartel) y también con otras películas nacionales que no funcionaron en el arranque y no tuvieron la continuidad deseada, pero ese es un problema de todo el cine independiente en el circuito comercial.

**M.A.-** Ahondando en el problema, ¿cómo pensás el encuentro con un público posible para toda esa producción prolífica que se viene realizando en los últimos años a partir de los apoyos existentes? ¿Cuáles serían las ventanas concretas para esas obras, tomando en cuenta que las pantallas televisivas casi no programan esos materiales? ¿Cómo se puede pensar una mirada distinta sobre la distribución saliendo de la sala de cine como foco del asunto? ¿Qué pasa con las plataformas o espacios alternativos similares?

**G.M.-** Considero que estamos en un momento en el que hay que pensar en ocupar la mayor cantidad de ventanas posibles. Cada pantalla con su tiempo particular, en ese aspecto soy tradicional y creo que hay un tiempo para cada cosa. Para la mayoría del cine uruguayo, la exhibición cinematográfica en Montevideo, si bien tiene un mínimo de disponibilidad, es democrática: existe para cualquier película por más chica que sea, la chance de estrenar en sala y quedar por, al menos, dos o tres semanas.

**M.A.-** En charlas previas me comentabas que antes el proceso de legitimación de una película pasaba por el circuito de festivales y ahora eso sucede con las salas de cine. Me interesa que vincules eso con todo el ecosistema de festivales locales.

**G.M.-** Sobre eso, creo que los festivales que logran generar ese plus de legitimación sobre una película son el Festival de Cinemateca y luego los festivales internacionales.

**M.A.-** ¿Y el festival Detour?

**G.M.-** Para el sector audiovisual tal vez, pero para el medio en general no incide. Por ejemplo, hace unos días me reuní con unos productores y ahí me enteré de que dos películas que voy a programar en la Sala B habían ganado premios en el festival de Punta del Este y yo ni me había enterado.

**M.A.-** Por eso me parece importante pensar ese argumento de que el proceso de legitimación se había desplazado al pasaje por la sala.

**G.M.-** Sobre la legitimidad de la sala de cine me refería sobre todo a las películas internacionales. En estos momentos los grandes distribuidores internacionales o el propio caso de Netflix u otras plataformas como Mubi, ven que el pasaje por una sala de cine ayuda a que las películas dejen de ser vistas como películas producciones para televisión. Me parece que esa distinción sigue existiendo: una cosa es una película de cine y otra una producción televisiva. El propio concepto de cine parece conllevar el estreno en sala. Esto viene ya desde el VHS en los



ochenta, cuando un estreno por esa vía “directo para video” tenía como una marca de ser un *filme clase b*, independientemente de lo buena que pudiera ser la película. En el caso del cine uruguayo no sé si ocurre ese tema porque la mayoría de las películas uruguayas se estrenan y funcionan en el circuito alternativo, y ahí seguimos hablando del nicho. En la Sala B se estrenan todas las películas terminadas, y en Cinemateca llegan algunas menos, pero igual se pasan la gran mayoría. Entonces no se da este proceso. El ecosistema que no está funcionando todavía es el itinerario que recorren luego de la tercera, cuarta o sexta semana en esas salas. Al desaparecer los DVD hay que ver qué pasa. El primer intento que se puso a prueba y del que fui parte en su primer momento, fue la creación de Cine.uy con la participación de Antel. Ese fue un proyecto que no terminó funcionando. Y ahora en el lanzamiento del Festival de Cinemateca se anunció que todo el contenido de ASOPROD que fue el gestor de todos esto, iban a estar disponible en la plataforma de Cinemateca. Ese es un espacio interesante para que las películas puedan tener cierta visibilidad y puedan ser vistas luego del pasaje por salas.

La televisión es un gran problema. En los gobiernos anteriores, en parte por impulso de Ronny, en los canales públicos algo se proyectaba. Por ejemplo, el programa *El cine de los uruguayos* y otros proyectos similares con los que se lograron exhibir producciones locales para todo el país. Igualmente, lo ideal sería ver la posibilidad de que los canales privados también tomen al cine uruguayo como un material atractivo para difundir. Hoy en día TV Ciudad estrena producciones puntuales, pero es un problema que no haya políticas y plata para difundir esa obra. Justo ahora Argentina no es un ejemplo, pero el caso de Cine.ar es muy importante. Cine.ar costaba mucha plata, y logró hacer realidad una plataforma gratuita excelente para ver muchísimo cine argentino muy diverso; y también había un canal para ver cine argentino las 24hs. Nosotros desde ya no tenemos esa cantidad de producción, pero se podría generar un espacios donde un día a la semana siempre haya cine uruguayo. Una de las cosas más importantes para la exhibición cinematográfica independiente, es la permanencia de las cosas, cierta estabilidad que contribuya a la asiduidad. Si tenés a mano una pizzería que vende cosas ricas, vos te acostumbrás a ir a ese lugar, si tenés salas de cine donde siempre están pasando determinados tipo de películas vos vas habituando al público que le interesa esa producción. Porque si pasás una película uruguaya que funciona bien en el Movie, pero luego tardás seis meses en pasar otra película local, la persona que se enganchó con la primera ya no genera una asociación con la segunda, pierde el interés.

En algunos casos es más importante el lugar que la propia película. Por algo el cine Alfabeta desde los años noventa funciona con un determinado tipo de cine y no con otro; por algo Cinemateca tiene 60 años y después de todas las crisis y con las nuevas salas de cine, está generando todo lo que está generando y es un actor importante en la difusión del cine nacional. Pero todavía no hay espacios específicos orientados al cine uruguayo que se hayan consolidado, más allá de los esfuerzos de programación de la Sala B y también de las salas descentralizadas de la Intendencia de Montevideo. Creo que en ese punto la programación y la exhibición son tan importantes como la distribución.