

Hacer visible el cine uruguayo: las encrucijadas de la distribución ante las plataformas *streaming*. Entrevista con Gabriel Massa

Making Uruguayan Cinema Visible: Distribution Challenges in the Face of Streaming Platforms. Interview with Gabriel Massa

Tornar visível o cinema uruguaio: as encruzilhadas da distribuição diante das plataformas de streaming. Entrevista com Gabriel Massa

Federico Pritsch

ORCID: 0000-0002-0604-5037

Universidad de la República, Uruguay.

Correspondencia: federico.pritsch@fic.edu.uy

DOI: 10.22235/d.v38.3701

Recepción: 07/10/2023

Aceptación: 16/02/2024

RESUMEN. En la última década se han impulsado diferentes iniciativas para mejorar la distribución del cine uruguayo, cuya presencia en carteleras de cine se ha enfrentado históricamente a las lógicas del mercado que rigen el circuito comercial. Se destacan, en este sentido, la creación de un nuevo circuito para el cine nacional a través de salas públicas y la articulación con Cinemateca Uruguaya, así como el diseño y lanzamiento de la plataforma *streaming* CineUY. En esta entrevista, conversamos con Gabriel Massa, uno de los distribuidores y gestores culturales más relevantes del cine nacional e independiente en Uruguay, acerca de los principales desafíos de su distribución y las particularidades de CineUY: su potencial como repositorio del cine nacional y las debilidades que han impedido una mayor visibilidad de esta plataforma.

Palabras clave: distribución cinematográfica; cine uruguayo; plataforma *streaming*; políticas culturales.

ABSTRACT. In the last decade, various initiatives have been launched to improve the distribution of Uruguayan cinema, which has historically struggled to compete with the market dynamics dominating the commercial circuit. Notable among these efforts is the establishment of a new circuit for national cinema through public venues and collaboration with the Cinemateca Uruguaya, as well as the development and launch of the streaming platform CineUY. In this interview, we speak with Gabriel Massa, one of the most significant distributors and cultural managers of national and independent cinema in Uruguay, about the main challenges in distribution and the unique aspects of CineUY: its potential as a repository of national cinema and the weaknesses that have hindered its broader visibility.

Keywords: film distribution; Uruguayan cinema; *streaming* platform; cultural policies.

RESUMO. Na última década, foram promovidas diferentes iniciativas para melhorar a distribuição do cinema uruguaio, cuja presença em cartaz cinematográfico confrontou historicamente a lógica do mercado que rege o circuito comercial. Neste sentido, destacam-se a criação de um novo circuito de cinema nacional através de salas públicas e a articulação com a Cinemateca Uruguaya, bem como a concepção e lançamento da plataforma de *streaming* CineUY. Nesta entrevista conversamos com Gabriel Massa, um dos mais relevantes distribuidores e gestores culturais do cinema nacional e independente no Uruguai, sobre os principais desafios de sua distribuição e as particularidades do CineUY: seu potencial como repositório do cinema nacional e as fragilidades que têm impedido uma maior visibilidade desta plataforma.

Palavras-chave: distribuição cinematográfica; cinema uruguaio; plataforma de *streaming*; políticas culturais.

Las salas de cine en Uruguay están concentradas en su capital, Montevideo, y particularmente en los barrios céntricos.¹ Además, por las lógicas del mercado y las condiciones que imponen las grandes distribuidoras norteamericanas a los circuitos de exhibición, el espacio en salas para el cine nacional es reducido, marginal en cuanto a su cantidad y horarios, y condicionado por los grandes estrenos internacionales que ocupan la mayor parte de la cartelera (Rey & Soria, 2015).² Por otra parte, los gustos cinematográficos están atravesados, en gran medida, por el modelo del cine hollywoodense, que condiciona las formas de lenguaje y códigos de representación mayormente aceptados por el público (Radakovich, 2015; Pritsch, 2021).

Para contrarrestar la falta de garantías que brinda el circuito comercial a los filmes uruguayos, respecto a una exhibición que permita encontrarse con su público, en la última década se han desarrollado algunas iniciativas que han permitido sostener en cartel los filmes por un tiempo prudente, independientemente de las lógicas de la oferta y la demanda: por un lado, la implementación de la Sala B del Sodre como ventana permanente de estrenos uruguayos y latinoamericanos;³ por otro, la articulación con Cinemateca Uruguaya (que además vivió una reubicación en un nuevo complejo con salas modernizadas) para la presencia de estrenos nacionales.⁴

1:: Según datos relevados por Rodríguez Brites (2018), en 2017 había 84 salas comerciales en Uruguay, de las cuales el 73 % se localizaba en Montevideo y mayoritariamente en los centros comerciales (p. 34).

2:: Las principales distribuidoras de cine en Uruguay (Movie, Grupo Cine, Life Cinema y Dispel) son representantes de las majors hollywoodenses (Disney, Paramount, Fox, Sony, Warner y Universal). Las empresas exhibidoras son al mismo tiempo distribuidoras de las majors, lo que implica que, al acordar la exhibición de un filme en salas comerciales, los realizadores uruguayos terminan compitiendo contra los socios de los dueños de las salas (Rey & Soria, 2015).

3:: El Servicio Oficial de Difusión, Representaciones y Espectáculos (Sodre) es un instituto público de Uruguay que se encarga de realizar y promover espectáculos artísticos. La Sala B del Sodre fue inaugurada en diciembre de 2016 para exhibir estrenos de cine uruguayo y latinoamericano.

4:: Cinemateca Uruguaya es una asociación civil sin fines de lucro creada en 1952, que tiene como objetivo la conservación, preservación y difusión de obras cinematográficas de todo el mundo. A fines de 2018, a partir de un convenio de cooperación con el Ministerio de Educación y Cultura y la Intendencia de Montevideo, se reubicó en una nueva sede ubicada en la Ciudad Vieja, con dos salas acondicionadas y equipadas para la proyección en filmico y digital. Estas nuevas salas impulsaron un proceso modernizador y una mejora importante de su calidad de proyección, convirtiéndose en un circuito fundamental para el estreno de películas uruguayas a partir de entonces. En 2021, en un contexto de emergencia sanitaria por la pandemia de COVID-19,

También se ha impulsado desde el Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay⁵ la Red Audiovisual Uruguay, que promueve la exhibición de estrenos y reposición de películas uruguayas en un circuito de salas barriales, de forma articulada con los Municipios, así como la Red de Salas del Mercosur y la programación de cine nacional en la plataforma *streaming* gratuita de cine latinoamericano Retina Latina.⁶

A fines de 2021, y varios años después del surgimiento del proyecto, se lanzó la plataforma *streaming* de cine nacional CineUY, a partir de un acuerdo entre el ICAU, la empresa nacional de telecomunicaciones Antel y la Asociación de Productores y Realizadores del Uruguay (Asoprod).⁷ Se trata de un hito que permite el acceso a una gran parte del cine uruguayo de las últimas décadas, luego de que la progresiva desaparición del formato de DVD como medio de reproducción masificado (y la interrupción de los lanzamientos en ese formato luego de 2015) hicieran a veces imposible llegar a películas estrenadas apenas unos años atrás.

Gabriel Massa fue un actor clave en la gestión de esa plataforma, en la que participó en representación de Asoprod. Formó parte de su proceso de implementación y fue responsable de la gestión de los contenidos, que hoy superan los 200 films. Massa es uno de los distribuidores

lanzó la plataforma de video en streaming por suscripción Más Cinemateca, con un catálogo de películas paralelo a la exhibición en sus salas, entre ellas algunas cuantas uruguayas.

5:: El Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay fue creado a partir de la Ley de Cine y Audiovisual n.º 18.284 (Uruguay, 2008), con el objetivo de "fomentar, incentivar y estimular la producción, coproducción, distribución y exhibición de obras cinematográficas y audiovisuales uruguayas en el país y en el exterior". A partir de 2023 fue convertido en Agencia del Cine y el Audiovisual del Uruguay.

6:: La Red Uruguay Audiovisual (RedUy) se creó en 2016 como política del ICAU para fomentar la descentralización del cine nacional y su conexión con públicos que no acceden fácilmente al circuito comercial. Dispone un catálogo de filmes para diferentes actores sociales que desean generar exhibiciones en espacios sociales y culturales. La Red de Salas Digitales del Mercosur fue creada en 2014 a través de un acuerdo regional con el objetivo de brindar una mayor circulación de los filmes producidos en los países del Mercosur; se implementaron 10 salas en Argentina, 10 en Brasil, 5 en Paraguay y 5 en Uruguay. Por su parte, Retina Latina es una plataforma gratuita de cine latinoamericano bajo demanda, creada en 2016 a partir de la articulación de los institutos cinematográficos de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, México y Uruguay.

7:: Creada en 1994, es la entidad que agrupa a productores y realizadores del Uruguay con el objetivo de defender y promover la producción cinematográfica.

y gestores culturales más relevantes del cine nacional e independiente en Uruguay. Director de la distribuidora Buen Cine,⁸ encargado de la programación de la Sala B del Sodre y director de la Videoteca del Parque Rodó.⁹ Fue responsable de la distribución de una parte muy significativa de la filmografía nacional, además de participar como gestor en políticas públicas de fomento a la circulación y presencia de nuestro cine en diferentes espacios.

En la siguiente entrevista, conversamos con él acerca de los principales desafíos de la distribución de cine en Uruguay, la presencia del cine nacional en las salas cinematográficas y los nuevos circuitos que han apostado a una mayor permanencia en cartel, así como una mirada crítica sobre la plataforma CineUY, su potencial como repositorio y promotor del cine nacional y sus debilidades, que han impedido una mayor visibilidad de este medio.

Federico Pritsch (FP): ¿Cuáles considerás que han sido los principales cambios en la distribución del cine nacional, desde los primeros tiempos de la distribuidora Buen Cine a mediados de los 2000 hasta los tiempos actuales?

Gabriel Massa (GM): A nivel de distribución, el principal cambio se dio sobre todo a partir de la digitalización de las salas de cine. Es un proceso que empieza antes, pero se termina de plasmar en abril del 2014, con el cambio total de los proyectores, en el que se dejan de lado los proyectores en filmico de 35 mm y se pasa a los proyectores digitales, al formato DCP.¹⁰ El proceso demoró unos años y terminó a principios de 2014.

Si me pongo a pensar en la distribución de cine independiente, si bien la aparición de los proyectores digitales implicó una inversión muy grande para las salas comerciales, durante varios años le fueron cobrando a los distintos distribuidores de cine una especie de alquiler por usar estos proyectores. Igualmente, el cambio fue muy grande, porque antes estrenar una película en cine implicaba comprar derechos y conseguir copia de 35 mm, comprar la copia, traerla, pagar el envío, pagar la aduana... Era una suma de dinero muy importante que a veces complicaba la distribución, una ecuación por momentos muy difícil: si la película no valía comercialmente la pena, era complicado arriesgarse. Con el correr de los tiempos de la digitalización, traíamos en discos los DCP y ahora ya te mandan directamente los archivos en ese formato y los descargás.

Otro cambio importante, pensando ya en la distribución independiente, tiene que ver con la comunicación. Cuando en la primera década de este siglo distribuías películas, precisabas un equipo de gente que te ayudara en la comunicación, en la generación de los materiales. Hoy la generación de los materiales y la distribución de esos materiales es más sencilla. Los cambios tecnológicos terminaron haciendo que la distribución independiente sea algo mucho más controlable y sencillo. Hoy se estrenan más películas independientes que hace unos años atrás. También va menos gente a las salas. Sería impensable hoy distribuir cine independiente como se distribuía hace 15 años con las taquillas actuales, no podríamos. Antes, de repente estrenábamos una película y llegábamos a 3, 5, 15 mil espectadores. Hoy a veces llegás a 2, 3, 4, pero no llegás a 15 o 20 mil. El nicho se ha achicado.

Cuando empecé a distribuir películas, estrenaba una comedia francesa en [las salas comerciales de] Movie Montevideo, Alfabetá y Casablanca. Hoy estrenás sólo en Alfabetá y de repente en Cinemateca, pero no llegás a los shoppings con películas europeas. Mirás la cartelera y vas a ver que los shoppings solo pasan películas *mainstream*. Pueden llegar a pasar alguna película local, como por ejemplo *La uruguaya* (Ana García, 2022), pero son tres o cuatro por año. No pasan documentales. Otro cambio importante es que no había en Montevideo un circuito de salas independientes con buena calidad de sonido e imagen —y amigables para el espectador— hasta la aparición en 2017 de la Sala B del Sodre y la reinauguración de Cinemateca a fines de 2018. Esto también fue un cambio muy importante, porque Cinemateca no era antes una sala de estrenos, o lo era de muy pocos estrenos, porque las salas no estaban en buenas condiciones. Fue un hecho muy importante para el cine nacional, y sobre todo para los documentales y las películas pequeñas. Me acuerdo de haber estrenado en 2015 *El hombre nuevo*, una película documental [uruguaya] de Aldo Garay, en una función a las 8 de la noche en el cine Casablanca. Fue poca gente y a la segunda semana ya se bajó.

8:: Fue creada en 2004 por Ronald Melzer, dueño del emblemático videoclub Video Imagen. Es una distribuidora de cine independiente que ha distribuido más de cincuenta películas uruguayas y ha editado varias en formato DVD.

9:: Inaugurada a fines de 2022 por la Intendencia de Montevideo, cuenta con de más de 8 mil películas en DVD que pertenecían a Video Imagen Club, que cerró sus puertas en 2018.

10:: Siglas que refieren a Digital Cinema Package, colección de archivos digitales que se usan para almacenar y transmitir cine digital.

FP: No daba tiempo ni siquiera para un mínimo boca a boca donde pudiera recomendarse, porque ya a la semana de estrenarse la dejaban en un lugar muy marginal en la cartelera o directamente la sacaban de cartel.

GM: Obviamente, si una película se estrena un sábado a las ocho de la noche y no funciona, es como la prueba de fuego... De repente a la segunda semana no la bajaban del todo, pero sí la dejaban a las tres, cuatro de la tarde, cumpliendo formalmente que tuviera una segunda semana de exhibición, pero ya implicaba la muerte comercial o la muerte en sala de cine de esa película. Entonces hoy tenés, para el cine nacional, la posibilidad de contar con salas que te van a dar –por más que te vaya mal– al menos dos semanas en cartel. Aunque no sea todos los días, aunque sea con dos funciones a la semana, podés estar unas cuatro semanas en cartel. Obviamente, si a la cuarta semana seguimos metiendo tres o cinco personas por función, la película ya no va a despegar.

FP: ¿Cómo fue que se gestó la Sala B del Sodre y este nuevo circuito de cine nacional?

GM: Desde hace muchos años, la Asoprod estaba haciendo gestiones públicas. Compromiso Audiovisual¹¹ fue un espacio donde apareció esta propuesta. Se planteó que tendría que haber salas amigables, salas públicas que permitieran al cine nacional estrenar y tener un mínimo de continuidad, por afuera de las lógicas del mercado, más allá de que tampoco esto implicara renunciar al circuito comercial. Pero sí era importante ser muy conscientes de que, si vos tenías un determinado documental, era mucho mejor salir en estas condiciones y no tratar de llegar a una sala comercial con un perfil y un público determinado al que no le va a interesar ese material. Yo me acuerdo de haber tenido reuniones como representante de Asoprod en 2014 o 2015, y el Sodre era alguna de las posibilidades. Estaba la Sala B, que en ese momento era para determinado tipo de música, y ahí surgió la posibilidad. Ahí me llamaron en el 2016 para ver si me interesaba. Armé un proyecto de lo que pensé que podría ser la Sala, con ciertas condiciones. Las aceptaron todas y en marzo del 2017 arrancamos.

FP: Cine Universitario¹² en algún momento de transición cumplió un poco esa función antes del surgimiento de Sala B.

GM: La propia falta de salas hizo que, en algún momento, pensáramos en Cine Universitario como una de las opciones de salida, también como para estrenar, sobre todo, películas uruguayas o documentales particularmente. Pero hoy día también necesitás tener un mínimo de condiciones, tanto de proyección como de sonido y de comodidad. En ese sentido, Cine Universitario está un poquito lejos de eso. Aparte, si a la Sala B le afectó bastante la aparición de Cinemateca, al estar cerca y al cumplir un rol parecido, pensar en el Cine Universitario como una tercera sala o un tercer complejo, que también es geográficamente muy cercano, es difícil también, es bravo. A mí particularmente me costó mucho pensar cómo programar, cómo armar determinadas estrategias de diferenciación que le permitieran a la Sala B volver a recuperar el público de los primeros dos años, que después de la pandemia, con Cinemateca a tres cuadras de distancia, perdió de alguna manera.

FP: ¿Cuáles considerás que son las claves para que un filme se encuentre con su público?

GM: Cuando hablamos de una película no estamos hablando solo de la película en sí, de la obra artística; estamos hablando de la comunicación, del momento en que se estrena, de un montón de elementos que van más allá de la obra. Es importante tener en cuenta –desde el día uno de la creación– elementos que son importantes para la distribución: que siempre el realizador y el productor tengan en cuenta cuáles son los puntos fuertes de la película para ir generando los materiales [de difusión] y el discurso de lo que va a ser luego la presentación de la película. Entonces, cuando se planifica el estreno, ya el

11:: El Compromiso Audiovisual Uruguay 2015–2020 fue un proceso de trabajo realizado en 2014 que incluyó a más de 300 personas relacionadas al campo audiovisual. Tuvo como objetivo analizar la actividad nacional del sector y generar líneas consensuadas para su desarrollo estratégico.

12:: Cine Universitario del Uruguay es una organización de la sociedad civil sin fines de lucro, fundada en 1948 por iniciativa de estudiantes de la Universidad de la República. Se concibe como un cineclub cuyo objetivo es la difusión de la cultura cinematográfica.

productor y el realizador tienen claro de que la película que hicieron es para determinado público y pueden comunicarlo de cierta manera. Deberían haber ya generado los materiales para eso, el tráiler debería sugerir determinadas cosas. Después, obviamente, en este proceso es sumamente importante la comunicación y que esa película se exhiba en un lugar que le resulte amigable al público para el cual estuvo pensada. Este sería el proceso virtuoso.

FP: También después te encontrás con casos que son difíciles de explicar, por ejemplo, la imponente repercusión de público que tuvo *Bosco* (Alicia Cano, 2021).

GM: Yo vi *Bosco* y nunca me imaginé que iban a ir más de 2 mil personas, y fueron 20 mil. ¿Por qué existimos los distribuidores independientes? Por la imprevisibilidad del éxito. Porque si realmente se supiera *a priori* qué películas funcionan, todas esas películas las agarrarían las empresas grandes. Me había pasado de estrenar una película europea donde me dije: “hago dos mil espectadores” y terminé haciendo 8 mil. O lo contrario: me la juego por esta otra película, gasto más plata de la que tenía pensado y después no funciona. Es necesario, en ese proceso virtuoso, pensar en la distribución desde el primer día. Y lo importante es que existe la infraestructura necesaria para poder presentar la película en las mejores condiciones posibles.

FP: Una vez terminada la etapa de exhibición en salas, ¿qué recorrido suelen tener las películas? ¿Qué otras posibilidades tienen respecto a su encuentro con el público?

GM: Este es el gran tema pendiente. En la pandemia me llamaron desde Asoprod, porque desde hace unos diez años se estaba pensando en la posibilidad de que Antel generara una plataforma de cine nacional. Todo esto se demoró. Cambiaron los gobiernos. En el último gobierno del Frente¹³ se llegó a un acuerdo con la firma de un contrato entre el ICAU –todavía presidido por Martín Papich– con Antel, donde se planteó la creación de una plataforma dentro de Vera TV¹⁴ dedicada al cine nacional. Esto se firmó, pero después hubo un cambio de gobierno, empezó la pandemia y con la nueva administración del ICAU –presidida por Roberto Blatt– la idea fue que la plataforma fuera gestionada por Asoprod. Entonces hubo un acuerdo entre ICAU y Asoprod. Cuando se llega a este acuerdo, Asoprod me comunica: “Tenemos que lograr

conseguir los derechos y materiales de la mayor cantidad de producciones para subir los contenidos a la plataforma”. Y esto terminó siendo CineUY. Yo trabajé entre seis y ocho meses muy intensamente en investigación y contactos – que los tenía la gran mayoría– para ver hasta dónde podía llegar. En ese período conseguí 160 películas uruguayas, los contratos, los materiales y los acuerdos. Y entonces se inauguró la plataforma, en diciembre del 2021.

FP: Diez años desde que se proyectó hasta que se lanzó...

GM: El trabajo grueso mío fue de enero o febrero del 2021 hasta agosto, que llegamos a las 160 películas. Después fue todo el proceso de lanzamiento. A partir de ahí estuve un año más, aproximadamente, pero ya sentía que había cumplido mi etapa. Y CineUY no “prendió”. Trabajar con Antel no es para nada sencillo. A fines de 2022 terminé mi etapa allí.

FP: ¿Por qué no “prendió”?

GM: Creo que fueron varias cosas. Primero, para Antel nunca fue un proyecto prioritario. Antel se encontró con el compromiso del gobierno anterior, una herencia anterior y nunca fue su prioridad. Segundo, creo que hay un tema de que, para que un negocio funcione, quienes toman las decisiones tienen que ser independientes que buscan que eso funcione. El modelo de negocios no lo armó Asoprod con ICAU y Antel defendiendo los derechos de los productores. Yo creo que habría que haber tomado una decisión comercial que pudiera resultar más atractiva, aunque eso pudiera perjudicar o condicionar determinados contenidos. Para mí tendría que haber sido una plataforma tipo Netflix, en el sentido de pagar 100 o 200 pesos o lo que sea y tener acceso a todo.

Lo que se ha demostrado es que, generalmente, las plataformas independientes no funcionan, pero menos

13:: El Frente Amplio es una fuerza política uruguaya progresista que agrupa a varios sectores de izquierda y centroizquierda. Gobernó Uruguay durante tres periodos consecutivos, desde el 2005 hasta 2020. Durante su primer gobierno (presidido por Tabaré Vázquez) creó la Ley del Cine y Audiovisual y el ICAU, entre otras acciones vinculadas al campo cinematográfico.

14:: Se trata de una plataforma streaming de la empresa nacional de telecomunicaciones creada en 2013, donde se transmiten diversos contenidos audiovisuales y televisión en vivo por internet. Desde 2020 cambió su nombre a Antel TV.

funcionan aquellas donde hay distintas formas de acceso a los contenidos. Si vos tenés una plataforma con algunas películas a las que accedés directamente porque pagaste una suscripción mensual y, a su vez, tenés que pagar para acceder a otras, ya es complicado. Y es mucho más complicado si querés ver un estreno y ya te acomodaste en tu casa de noche, te serviste una copita de vino, querés ver tal película y resulta que tenés que poner la tarjeta de crédito para verla. Y a la semana siguiente lo mismo. Y decís: “Si estoy pagando la suscripción, ¿por qué no puedo verla directamente?”. Entonces entrás en una situación que es complicada, porque hay veinte ofertas más y además el cine uruguayo no es lo que la gente, mayoritariamente, quiere ver. Partís de la base de que el contenido que estás proponiendo no es atractivo a nivel masivo, tenés un nicho muy pequeño y, además, se la estás complicando con esta modalidad de uso.

En su momento, Asoprod tenía películas que se estaban estrenando en cine y fueron los que decidieron cómo era el modelo de negocio. Entonces pusieron algunas con pago aparte. Por lo tanto, tenías 140 películas para ver por la suscripción mensual de 100 pesos, pero la que había estado en cine hacía dos meses no la podías ver y tenías que pagar 200 extra. Entonces, lo que le planteé fue: “Hagamos algo de 130 a 150 pesos, que de última es muy poca plata –son tres pasajes de ómnibus–, los pagan por mes y acceden a todo”. Y de última esa película que se estrenó hace poco va a ganar más porque va a ser mucho más vista que las otras. Vos no podés armar una plataforma donde tengas que pagar cada vez que querés ver una película.

FP: No se apostó tal vez a generar una plataforma para darle visibilidad al cine uruguayo, sino como un modelo de negocio online más.

GM: Yo no conocía demasiado cómo funcionaba una plataforma. Obviamente ese año estuve investigando un montón y por eso me di cuenta de que el modelo que estaban manejando era un modelo fallido que no iba a funcionar. Pero veía como algo muy positivo, no tanto el modelo de negocios, sino la posibilidad de que Antel nos brindara su infraestructura: ellos se quedaban con un 30 % de las ganancias. Brindaba su infraestructura para poder subir todas las películas que quisiéramos sin ningún tipo de costos. Entonces veía el potencial de generar

una suerte de “videoclub de cine nacional” sin importar si iba a ser bueno comercialmente. Ese era mi plan, que tenía más que ver con la generación de una cultura cinematográfica, de un archivo del cine nacional de, por lo menos, los últimos 25 años. Poner en funcionamiento una plataforma como Cine.AR¹⁵ implica plata. Pero yo pensaba en la posibilidad de poner un poco más de plata y pagarle un *fee* a todas las películas que, después de que bajan del circuito comercial y cultural, después de toda la giras que hacen por pantallas inflables y del circuito por los centros culturales de la Intendencia [de Montevideo] y del interior del país y después de seis meses de estreno, caigan en la plataforma de forma gratuita, porque el Instituto ya le pagó, de pronto, 500 o 1000 dólares, que es mucho más de lo que van a generar. Y que sea gratuita. Y obviamente, si vos tenés una película como *La uruguaya*, que podés conseguir que esté en Netflix, por ejemplo, obviamente esa no va a ir a CineUY. Pero esas películas son contadas con los dedos de una mano.

FP: A veces, en las clases de la Facultad de Información y Comunicación [Universidad de la República], mencionamos películas uruguayas estrenadas hace algunos años para ejemplificar cuestiones vinculadas con los cursos y, en su gran mayoría, no han sido vistas por los estudiantes, que muchas veces plantean la pregunta sobre dónde se pueden ver. Lo cierto es que las películas estrenadas después de 2014 ya no tienen edición en DVD (que es el formato que más ha servido como repositorio, al menos en el ámbito de la Facultad, con la colección de Buen Cine completa a nivel de filmes uruguayos) y su accesibilidad, en gran parte de los casos, ha resultado nula. En este sentido, la existencia de Retina Latina o CineUY han sido hitos importantes.

GM: Las plataformas vinieron para quedarse, sin duda, pero no vinieron para arrasar con las salas de cine sino para complementarlas. Obviamente que el universo Netflix es una cosa fuerte y es una forma de ver cine que prende, y prende muy fuerte. Hay una pelea, una guerra entre las salas de cine y las plataformas. Las grandes salas de cine tratan de exigir un respeto a su negocio.

¹⁵: Cine.AR es una plataforma streaming de cine argentino, de acceso gratuito, lanzada en 2015 a partir de la articulación del Instituto Nacional del Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y la empresa de telecomunicaciones del Estado argentino ARSAT (Albornoz Et Krakowiac, 2023).

En definitiva, la gente, si quiere ver la película en el cine, va a ir a verla igual. El tipo de consumo cambió mucho en la pandemia y yo creo que hubo un proceso, no de volver a lo de antes, porque todo cambia, pero el cine sigue siendo valorable. No solo lo ves mejor, es otra salida. Ir a ver una película implica un esfuerzo, no estás tirado en el sillón, es una experiencia.

Yo creo que se deberían juntar todos los actores: Cinemateca, Asoprod, ACAU, Montevideo Audiovisual y buscar la forma para crear una plataforma. De repente, si ya existe la plataforma CineUY, apoyarla en cuanto a infraestructura y económicamente y generar un perfil de cine independiente con todo el cine uruguayo que pueda haber. La solución debería ir por ahí, con una curaduría de Cinemateca, pero con la participación de quienes hacen cine en Uruguay. Deberían juntarse las partes. Esto le daría mayor capacidad política. No hay una sensibilidad natural sobre el rol que puede jugar una plataforma de estas características. No lo ven. Hay una barrera, porque no es un negocio. Se tendría que pensar que no es un negocio. A veces gastamos tanta plata en cosas que, muchas veces, no terminan de dar un resultado o no se ven. Entonces gastemos algo de plata en esto y democratizemos el acceso a los contenidos nacionales. Me parece que esa debería ser la posición.

Hay otro tema interesante: la mayoría de la gente se quedó con la visión del cine uruguayo de la primera década del siglo 21. Hoy el cine uruguayo no tiene nada que ver con un cine aburrido, gris. Desde que programo la Sala B, en 2017, todos los años se han estrenado más de 20 películas uruguayas. En los últimos seis años estamos hablando de más de 100 películas, con una pandemia en el medio. Eso es muchísimo. Se hacen comedias, se hace mucho cine de género, terror, suspenso, cine de arte, documentales, documentales intimistas sobre distintos temas, cine experimental, cosas buenas, malas, lo que quieras. Ya no son tres películas por año y todas iguales, desde hace mucho tiempo. Pero para cambiar ese imaginario, la propuesta se tiene que abrir, se tiene que mostrar.

Referencias

- Albornoz, L., & Krakowiak, F. (2023). Democratising access to domestic audiovisual production in the digital environment: the case of the Argentinian VOD service Cine.Ar Play. *International Journal of Cultural Policy*. <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2195421>
- Cano, A. (Directora). (2021). *Bosco*. Uruguay: Mutante Cine.
- Garay, A. (Director). (2015). *El hombre nuevo*. Uruguay: Cordon Films.
- García, A. (Director). (2022). *La uruguaya*. Argentina/Uruguay: Orsai Cine.
- Pritsch, F. (2021). Hacia una idea de cine popular. Producción, representaciones y circulación. En G. Remedi (coord.), *La cultura popular en problemas. Incursiones críticas en la esfera pública plebeya* (pp. 243-276). Zona Editorial.
- Radakovich, R. (2015). Consumo cinematográfico en Uruguay. Sobre gustos y valoración social del cine nacional. *Versión Estudios de Comunicación y Política*, (36), 100-112. <https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/616/612>.
- Rey, M., & Soria, F. (2015). Concentrado de película. La distribución de cine en Uruguay. *Revista Tercer Film*, (3). <https://www.revistafilm.com/wp-content/uploads/2015/12/Tercerfilm-N3-PDF-web.pdf>
- Rodríguez Brites, J. (2018). Producción de largometrajes en Uruguay: un análisis desde la Teoría General del Costo [Tesis de maestría, Universidad de la República, Montevideo]. MPRA. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/106185/>
- Uruguay. (2008, 16 de mayo). Ley n.º 18.284: Creación del Instituto del Cine y el Audiovisual del Uruguay y del Fondo de Fomento Cinematográfico y Audiovisual. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18284-2008>

Editor responsable: L. D.