

“CREO QUE EL CINE ESTÁ TENIENDO SUS AÑOS MÁS EXITOSOS” ENTREVISTA A PEDRO ORELLANA¹

Joyner Salazar
Universidad de las Artes
Guayaquil, Ecuador
joyner.salazar@uartes.edu.ec

Pedro Orellana es un productor de cine, nacido en la ciudad de Cuenca. Estudió Dirección Cinematográfica en la Universidad del Cine de Buenos Aires. Es socio fundador de la Productora Audiovisual Cavila. Ha producido los cortos documentales *Medio Camino* (Adrián Balseca, 2014) y *Mar Adentro*. Ha sido programador del Festival Internacional de Cine de Cuenca y organizó la Muestra de Cine Argentino en la Sala Pumapungo del Banco Central del Ecuador en el 2011.

Dos de las películas dirigidas por Javier Izquierdo, *El Secreto en la Caja* (2016) y *Panamá* (2019), son distribuidas en Ecuador por VAIVEM, una asociación cultural con base en Lisboa, Río de Janeiro y Buenos Aires, de la cual Pedro Orellana y Tomás Astudillo son representantes en su sede en Quito. También es Productor

del FLACQ, Productor del Festival de Cine Portugués en Quito y Programador de la Edición #0 del Festival Habitante que se realizó en febrero del 2020 en Quito y Guayaquil.

¿Cuál sería para ti el rol del distribuidor de cine? ¿Qué los motiva a ejercer este papel fundamental en Ecuador?

La motivación para empezar un proyecto de distribución aquí en Ecuador fue la poca variedad de cine que se podía ver. Empezamos intentando traer películas que nos parecían interesantes y que nosotros queríamos que más gente las pueda ver. Esa es básicamente nuestra motivación inicial. Y películas que sabíamos que nadie más iba a traer, entonces ese era nuestro interés para empezar. No teníamos ninguna certeza de que se iba a profesionalizar el

¹ Registro de sonido a cargo de José Muñoz.

tema. Fuimos avanzando y aprendiendo mucho sobre la marcha, conociendo la labor de un distribuidor. Empezamos a entender cómo se iba haciendo el trabajo y nos dedicábamos a contactar directamente con los productores de las películas y a ofrecerles un trato para que se puedan distribuir aquí. Nosotros nos contactamos con los productores directamente o con los agentes de venta de las películas, dependiendo de quién tiene los derechos.

Un agente de ventas se encarga de conseguir para los productores la distribución de la película. Es quien maneja el negocio. Nosotros por lo general trabajamos exclusivamente en territorio ecuatoriano, salvo contados casos. Porque también una cosa que sucede es que las películas a veces se compran para un territorio. Puede ser que un distribuidor compra la película para toda Latinoamérica, porque así es el paquete de compra, pero difícilmente tenga interés de estrenar en Ecuador porque es un mercado muy chiquito. Entonces, lo que nosotros hacemos es negociar el territorio ecuatoriano porque de todas formas no lo iban a utilizar. Y le apostamos a esto en muchos casos.

VAIVEM me parece un caso bastante interesante porque es una asociación cinematográfica con sede en Buenos Aires, Lisboa y Quito. Su objetivo es poner en circulación y dar visibilidad a obras de cine independiente o de autor que están al margen de las lógicas de distribución y exhibición del cine comercial. ¿Cómo se da, junto a Tomás

Astudillo, lo de ser representantes de VAIVEM en Ecuador?

Nosotros somos amigos de las personas que fundaron VAIVEM en Argentina. Yo estudié cine allá en la Universidad del Cine y ahí conocí a Francisco Lezama. Él era compañero mío y es uno de los fundadores de VAIVEM. Entonces, creo que ya iban a hacer la Tercera Semana de Cine portugués en Buenos Aires en ese momento, y todavía no había salido el proyecto de Argentina; es decir, solo existía en Buenos Aires y en Córdoba como una réplica seguida a la Semana de Cine portugués en Argentina, que generalmente es en diciembre. Entonces les propusimos traer ese proyecto a Ecuador, el de la Semana de Cine portugués específicamente, y nos asociamos con ellos para eso.

Realizamos la Primera Semana de Cine portugués [2016], nos fue bastante bien. En esa ocasión se hizo solamente en la Cinemateca Nacional. Y a partir de eso, dijimos, capaz podemos negociar para que, fuera de la Semana de Cine portugués, podamos tener algunas pasadas de esas películas. Entonces nos quedamos con ese trabajo.

Distribuimos *Cavalo Dinheiro*, la nueva película, en ese entonces, de Pedro Costa. Empezamos con esa película a entender cuáles eran los circuitos de exhibición a los que podíamos acceder, que eran las salas de cine más de autor digamos, como el 8choyMedio en Quito, la Cinemateca, que era un espacio que nos

interesaba mucho poder darle contenido, porque nos interesaba que empiece a cobrar un poco más de protagonismo en la escena y que no sea solo un espacio de archivo o de investigación, sino que teníamos ganas de que la Cinemateca tenga un contenido más renovado y actual. Por eso les propusimos a ellos hacer la Primera Semana de Cine portugués ahí. Y después fuimos descubriendo más espacios de exhibición, más centros culturales y dependiendo de cada película íbamos viendo más lugares donde se podían mostrar. Por ejemplo, la Universidad de las Artes fue un lugar muy importante para nosotros, con quienes hemos colaborado bastante.

A través de las Semanas de Cine portugués, VAIVEM permite el acceso de estas películas en sus sedes en Latinoamérica, pero también tienen como objetivo la distribución de cine independiente latinoamericano en Portugal. ¿Ha habido películas ecuatorianas que han tenido espacio en estas muestras internacionales? Y de ser así, ¿cuál ha sido su aceptación?

Bueno, hasta ahora nosotros hemos hecho la distribución, como películas nacionales en el territorio ecuatoriano, solamente de la segunda película de Javier Izquierdo: *Un Secreto en la caja*, que nos encargamos de todo el estreno ecuatoriano. Y esa fue una experiencia interesante. De ahí, dentro de muestras internacionales no hemos ubicado las películas, salvo que la película sea invitada. Ha habido muestras de cine ecua-

toriano en Nueva York y en Francia, por ejemplo. Entonces, ahí la película ha sido invitada dentro de una selección de cine ecuatoriano del año correspondiente. Y la segunda película ecuatoriana de la que estamos encargados de la distribución es de la nueva de Javier Izquierdo, que es *Panamá*. Hicimos también el estreno ecuatoriano de *Cenizas* [2018] de Juan Sebastián Jácome, pero la distribución internacional de esa película estaba a cargo de Figafilms, otra distribuidora grande. Entonces, nosotros nos encargamos específicamente de Ecuador.

¿Cuál es el modelo de gestión de VAIVEM? ¿Cómo se trabaja y se planifica cada proyecto o muestra de cine al año?

Más o menos, la única cosa fija que tenemos es la Semana de Cine portugués. De ahí todo se va dando durante el año. El año pasado fue complicado en las fechas. Entonces, decidimos que este año vamos a hacer una versión unificada de la Semana de Cine portugués 2019 y 2020 unidas. Y estamos por definir la fecha pero, aproximadamente, yo creo que va a ser en marzo. Apenas lo definamos lo podremos comunicar. Esa es como una tarea fija y que la vamos planificando con más anticipación. Otra cosa que hemos estado haciendo en los últimos años, ya fue la tercera ocasión, que estábamos a cargo de la programación y producción del Festival Latinoamericano de Cine de Quito, el FLACQ, que lo organiza la Cinemateca. Esos, digamos, que son los dos puntos estables y, de ahí, a raíz de la Semana de Cine portugués y

del mismo Festival, vamos adquiriendo derechos de varias de las películas que van entrando en esos espacios, o que vamos conociendo mientras hacemos el Festival, porque digamos que es un trabajo que toma un tiempo largo de ver películas, y en ese tiempo entramos en contacto con la gente. Y después del Festival o de la Semana de Cine nos quedamos con los derechos, en algunos casos, si es que la película nos interesa. Y si llegamos a un acuerdo o negociamos, les vamos ofreciendo espacios de exhibición en Ecuador que no estaban en su mapa, que no estaban planificados. Entonces, en ese sentido, a nosotros nos parece que Ecuador es un mercado pequeño, capaz complicado, pero a la vez, como es un país que no es muy tomado en cuenta por el mercado internacional, esa es una facilidad que se nos da a nosotros, porque capaz si uno fuese un distribuidor argentino o brasileño sería mucho más complicado negociar con los productores. Los montos serían muy altos, quizás. Habría más competencia. Tendrías que pagar una cantidad de plata que aquí en Ecuador a veces nosotros podemos negociar proporcionalmente. Digamos que sabemos lo que el mercado puede rendir. Entonces, a los directores y productores les interesa que la película se vea, y nosotros les ofrecemos un cuidado especial sobre las películas. Y tratar de acompañar la exhibición de las películas siempre con conversatorios, que se escriba sobre la película, que eso también es importante, que las películas se puedan discutir, que exista una crítica, que se empiecen a generar cosas alrededor de la película que

hacen al ecosistema del cine, digamos. La escritura sobre cine, la crítica, también hace al mundo del cine, no solo las salas de cine.

Ese es un poco nuestro lema: que la película se pueda ver pero que también se pueda discutir, que se genere mucho material alrededor de eso. Que gente que se dedique a eso pueda encontrar en nuestras películas un espacio para reflexionar. Por supuesto que cosas así ayudan a promocionar, y las pensamos estratégicamente para que ganen fuerza, para que las películas vayan haciendo uso de esos diferentes materiales que se van generando. Pero sobre todo lo pensamos como algo que creemos es muy importante y que aquí en Ecuador cada vez hay menos, que sí es importante que se promueva y que se vaya creando una prensa especializada que vaya subiendo el nivel en ese sentido. Esa es la forma en cómo encaramos nuestros proyectos.

Sobre el modelo económico de VAIVEM. ¿Cómo se planifica el financiamiento y a qué organismos acude o a qué fondos aplica? O, ¿es una estructura que ya viene directo de esta asociación cinematográfica?

O sea, no ganamos mucho dinero por la exhibición de las películas individualmente, pero por eso intentamos tener un volumen grande de películas. Entonces, si tenemos una intención de programar permanentemente para que todos los ingresos vayan sumando. Y con eso vamos generando unos pequeños fondos y así

vamos adquiriendo películas. En algunos casos podemos invitar a directores y podemos tener ese margen de financiamiento para enriquecer la promoción de las películas y su exhibición. Para eso también nos asociamos mucho con colaboradores. La Universidad de las Artes es un buen ejemplo. Si nosotros estamos armando algún proyecto, le contamos a la Universidad y vemos de qué manera puede eso confluir con sus intereses y programas. Entonces, por ejemplo, algo no se llegó a dar por la situación en octubre, fue bastante calamitosa en toda Latinoamérica. Nosotros teníamos los derechos de exhibición de *Tarde para morir joven* [2018], la película de Domingo Sotomayor, y la estrenamos en octubre, justamente, en Quito. Y la Escuela de Cine de la Universidad de las Artes estaba muy interesada en promover directoras. Entonces, organizaron el evento Interactos. Ahí fueron directoras ecuatorianas y era una buena oportunidad para llevar a Domingo. Al final no se pudo dar porque en Chile habían cerrado todos los aeropuertos, acá estaba todo hecho un caos y no había las condiciones para hacerlo. Esa iba a ser una colaboración como ya habíamos hecho antes con la Universidad de las Artes. Ahí ya no teníamos que pagar el ticket de avión, por ejemplo.

Entonces nos vamos asociando con empresas o instituciones que nos ayudan a financiar ciertas cosas. De ahí, las embajadas también son una fuente de financiamiento. Dependiendo de la nacionalidad de la película o las temáticas de las pe-

lículas hay distintos lugares donde podemos acudir para solicitar financiamiento. Depende de cada película. En cada una vamos pensando de dónde podemos sacar recursos. Hay películas más fáciles, más vendibles que otras, pero por lo general siempre nos damos la manera de conseguir socios a los que la película les puede interesar. Y de ahí, están los fondos del ICCA a los que siempre estamos atentos. Es una fuente importante para el financiamiento de los proyectos.

Justamente que haces mención al ICCA, había un fondo que era adjudicado a un paquete de seis películas, un fondo para distribución, aparte del fondo de distribución para películas individualmente. Pero el año pasado [2019] ese fondo por paquete no es entregado porque esa categoría se declaró desierta. Y este año se quitó completamente la categoría. ¿Cómo afecta esta decisión por parte del ICCA a las distribuidoras que manejan todo un catálogo variado?

Creo que es una falta de entendimiento por parte del ICCA. No creo que es mal intencionado ni nada, sino que los intereses son distintos. El ICCA tiene una visión muy industrializada del cine y lo que quieren que sea. Quieren que el Ecuador se vuelva un lugar para las producciones internacionales y que nosotros empecemos a brindar servicios a otros países. Me da la impresión de que lo que quiere el ICCA es convertir al Ecuador... o sea, eso es lo que quisieran y es lo que suena bien, fácil de vender y suena superconvinciente para la gente, que el Ecuador se vuelva

un lugar de producción muy fuerte y muy competitivo a nivel internacional. Y creo que, en esa visión tan industrializada, medio plana, y medio caduca, creo, quedan cosas por fuera, sin apoyo, por ejemplo la distribución, que yo no entiendo por qué fue declarada desierta el año pasado. Me parece sorprendente y terrible.

Se quitó Distribución y también la categoría de Creación de cortometraje, lo cual es fatal. Porque el cortometraje es fundamental para la formación. Y también esa era un poco la excusa del ICCA para sacarlo de la convocatoria, porque el cortometraje es algo formativo y esa no es tarea del ICCA, lo cual es absurdo. Es muy limitado pensar así. Porque el cortometraje no es sencillamente una tarea estudiantil. Es un formato distinto para trabajar el cine. Manoel de Oliveira filmaba cortometrajes hasta los 98 años y más. Es un formato distinto. Entonces, al ICCA creo que le falta un poco de interés por apoyar ese tipo de cosas que van por fuera del mundo industrial. Lo que sí me parece importante es que han abierto, y se está consolidando, una categoría de Coproducción Minoritaria, que eso es excelente y se entiende hacia dónde quiere ir el ICCA con eso. Y me parece súper bien. Pero desatender otras categorías tan importantes que, sin un instituto de cine, difícilmente van a encontrar formas de hacerse... es malísimo. Antes se le daba mucha plata a películas para que vayan a una carrera, pérdida de entrada, que es el Oscar, y no se da nada de recursos a proyectos más pequeños que tienen más importancia acá. El fon-

do para Distribución por Paquete era de \$20,000. El impacto es muy grande. Con eso puedes tener 6 u 8 películas en constante exhibición, que de otra manera no van a llegar jamás.

Hay un aspecto muy importante en la distribución, es lo que a nosotros nos interesa y creemos que es fundamental que el ICCA debería también entender eso: para hacer buen cine hay que ver buen cine. No solo de cuestión de fondos, y de plata, y de nombres, y de profesionalización, tal como lo dice el ICCA, que es a lo que apunta, que en teoría suena bien. Pero están olvidándose de la esencia, que es estar en constante contacto con el cine, ver lo que se está haciendo en otras partes del mundo y pensar por fuera de los modelos tradicionales. El ICCA está intentando, con los fondos, creo que profesionalizar mucho en ese aspecto, y sacar un poco la esencia, que es el pensar. El estar siempre haciendo, no esperando un fondo. Lo importante no es hacer la carpeta del ICCA para filtrar sino pensar tu película constantemente. Y eso queda por fuera del lado de la profesionalización. Creo que es una posición distinta y al ICCA esa parte creo que no le interesa. En ese sentido es más técnica y más burocrática, que hasta cierto punto es su función, pero creo que sí habría que tener una visión más elástica, más moldeable, que se vaya adaptando. Eso creo que le falta bastante al ICCA. Me parece que se quedan, a veces, muy enroscados en temas burocráticos. Parece que estuvieras yendo al ministerio 'de algo' y no debería sentirse así. Entonces, debería

haber una cosa más constante, un intercambio más pendiente con los gestores, con la gente que está produciendo, con la gente que realmente está haciendo las películas, que están moviéndose dentro de la industria del cine.

Sobre distribución, el año pasado supuestamente iba a haber una reunión con el director del ICCA, Jan Vandierendock, que nos iba a invocar a los distribuidores. Cosa que nunca ocurrió y ya vemos lo que sucedió, ya quitaron uno de los fondos para distribución. No siento que hay una apertura por parte del ICCA para conversar sobre estas cosas.

Esto es algo que, diríamos, está coartando ese objetivo en común de las distribuidoras cinematográficas en el país, de diversificar las propuestas filmicas. Como ahora que se encuentran promocionando Panamá, el nuevo filme de Javier Izquierdo. Sobre su distribución en salas de cine comerciales, ¿qué estrategias aplican al momento de negociar su exhibición y qué trabas se pueden encontrar en el proceso de adquirir un espacio en las carteleras de estas salas?

Bueno, con las salas comerciales básicamente es solo un tema de perseverancia. Es solo insistir, insistir e insistir, hasta que ya les caes tan mal que te dicen que sí. No están obligadas las salas de cine a cumplir una cuota de pantalla con películas nacionales, pero hay como un acuerdo tácito con los productores nacionales de que sus películas sí van a encontrar

un espacio. No hay una obligación en general. Digamos, si nosotros distribuímos una película internacional, muy difícil sería que encontremos espacio en una sala grande. Sería muy complicado. Para una película ecuatoriana sí. Sabes que puedes contar con eso. Hay que hacerlo con mucha anticipación, eso sí. Porque también hay muchas películas que están buscando ese espacio. Hay que encontrar un buen momento, que sea fresco en el año, que no se esté cruzando con otros estrenos, nacionales, sobre todo. Solo así porque igual con las salas de cine dices: 'quiero estrenar en octubre', pero no se puede porque ese mes se va a estrenar *Avengers*, entonces no va a convenir. No estrenemos en octubre. Pero si dices que no a eso igual te puedes estar quedando sin estreno porque después de *Avengers* viene *El Rey León*, luego *Los Pitufos*. Entonces, nunca hay un momento ideal. Si es que se trata de competencia siempre vamos a estar compitiendo contra algún tanque gigante. Más bien es un tema de: qué mes te suena bien. A nosotros nos parecía que, para el estreno de *Panamá*, enero era un buen momento porque diciembre, imposible; nadie tiene la cabeza puesta en el cine. Y antes tampoco funcionaba porque estaba muy pegado al estreno de *La Mala Noche*. Enero nos parecía un momento fresco para hacerlo. Nos parecía también complicado porque ¿cómo promocionas enero desde diciembre que todo el ánimo está muy confundido con Navidad y la atención de diciembre es la usual? Entonces, ese fue un poco el reto: cómo lograr que la película se imponga, donde, desde octu-

bre a diciembre sabemos que no vamos a lograr nada, y para que la primera semana de enero, esa semana y media del estreno, sea muy eficaz. Entonces, todo diciembre fue planificar, y el primer día hábil, el dos de enero, ya estábamos en prensa. El tres de enero ya estábamos en carteleras. El cuatro de enero ya empiezas a aparecer en más prensa.

Activando mucho las redes sociales que son muy importantes y además son muy accesibles. Es increíble poder pagar pauta a ese nivel y tan direccionado. La estrategia en redes sociales resulta increíble. Antes, tu única forma eran pautas en radio y televisión y eso es impagable, no tiene sentido. Entonces, esos son los puntos fuertes: la prensa, los aliados estratégicos, a quién le puede interesar la película. Por ahí vamos también para que nos ayuden a promocionar. Tenemos ya una red armadita de todo el tiempo que hemos trabajado haciendo esto. Ya sabemos con qué periodistas culturales y a quiénes proponerles que escriban de la película. Siempre se está cocinando algo. Eso básicamente. De ahí fijarse en las salas que lo permiten, tipo Cinemateca, 8choyMedio, el espacio, en Guayaquil, Muégano. Bueno, y ahora que va a haber la sala en la UARTES. Esos son lugares en los que puedes tener más control y proponer cosas que enriquezcan la programación: un foro, una discusión, una charla entre personas. Ese tipo de cosas son las más interesantes.

¿Qué dirías que se necesita para que, en un futuro, podamos hablar de una indus-

tria cinematográfica que tenga un circuito de distribución bien establecido?

Uff... no lo sé. No lo sé, pero creo que... todo el mundo dice que el cine está muriendo y no sé qué, y Netflix y todo. Pero el cine creo que está teniendo sus años más exitosos de la historia. Creo que las películas que más recaudan están, hoy en día, haciéndose. Entonces, el cine como espacio de exhibición nunca va a dejar de existir. Lo que sí tiende un poco es a no diversificar mucho su programación. Eso da espacio a que sigan estableciéndose y creándose nuevos espacios de exhibición como, por ejemplo, un cine tipo el 8choyMedio. Yo me imagino que en Ecuador capaz se puede ir volviendo una cosa más chiquita pero más especializada. No me sorprendería que de aquí a un año haya una sala de cine independiente en Cuenca, por ejemplo. La sala que se va a abrir en Guayaquil con la Universidad de las Artes es un ejemplo de eso. Va a volverse un punto de encuentro muy importante sí o sí. Entonces, creo que los pequeños son los que van a ir construyendo este lugar más beneficioso.

Hay que ser realistas también, porque sería absurdo que yo me abra una sala de cine con 300 butacas, pero sí podemos pensar en una sala que tenga 60 butacas y que estemos todo el tiempo tratando de llenar las 60 butacas para que no te sientas solito en el cine, y parezca que el lugar está cayéndose a pedazos. Hay que pensar en esa escala pequeña, tanto para producir las películas como para exhibirlas. Creo que ese es el futuro.

Yo no entiendo cómo una película puede demorar 10 años en hacerse para que se exhiba ¿dos semanas? Es demasiado esfuerzo, es muy desproporcionado. Creo que estamos motivados a pensar en un cine que se haga más rápido con menos plata y que no pierda el ímpetu. Creo que eso es clave. Y a la hora de exhibir también que no llegues cansado a buscarle distribución a tu peli... que nadie quiere ver... después de 10 años. Lo saludable es proyectar más a lo micro, creo. Y no estar tan preocupado del aspecto grande de la industria porque eso siempre va a ser medio utópico.

Ningún país tiene una industria cinematográfica vibrante. Todo el mundo tiene problemas. Creo que la solución es salirte un poco del sistema, para que el sistema no te someta tanto a sus tiempos, a sus requerimientos, y te terminen encareciendo. No digo que no haya que aplicar a los fondos. Los fondos son fundamen-

tales, pero creo que sí hay que repensar un poquito en las estructuras. Y nuestro interés de traer la Semana de Cine Portugués a Ecuador es un poco eso: que se vean esas películas. Ellos viven en un país con menos habitantes que Ecuador, en una crisis terrible, sin fondos, no hay plata, ese país es un desastre, y mira la cantidad de películas que producen por año y la importancia que tienen a nivel mundial. Tienen mucha repercusión. Y no son películas que van a llenar las salas de cine tampoco. Entonces, creo que la cosa es eso. Siempre pensar desde el lado artístico. Lo cual no significa que sea aburrido. Hay de todo un poco. Creo que esa visión más hacia lo industrial nos tiene estancados con ciertos prejuicios con respecto al cine de autor, y hace que la gente no quiera verlo, y hace que el ICCA deje de usar fondos para tareas que son importantes. Hay que trabajar en proyectos pequeños que sean grandes esfuerzos a escala.