



Entrevista a JUAN CARLOS TOUS Filmin.es

Del dossier:
LES NOVES PLATAFORMES DE DISTRIBUCIÓ I ACCÉS A L'AUDIOVISUAL

"És inevitable que el cinema aposti per Internet. El model antic s'està morint."

Juan Carlos Tous (Barcelona, 1961) és el fundador i el director general de Filmin, una de les poques plataformes streaming de distribució cinematogràfica a Espanya. Fa tres anys que el projecte està en funcionament i el seu catàleg ja compta amb més de 600 títols. En un moment canviant per la indústria audiovisual, Filmin, l'evolució natural de la distribuïdora Cameo, ha virat la seva estratègia cap a Internet, perquè afirmen que és l'únic sector de la indústria que creix.

- *Què és Filmin?*

Filmin és l'evolució natural de Cameo, una empresa que va néixer fa 10 anys de la mà de sis productors o responsables de drets audiovisuals i de mi mateix, per respondre al mercat del DVD del cinema independent. Sempre ens hem dedicat al cinema independent, que és el que s'ha mantingut apartat del món de la distribució. L'any 2007 vam decidir fundar Filmin veient el que passava al mercat musical. Vam pensar que el fenomen de la distribució de la música per Internet passaria també amb les pel·lícules. Decidim fundar Filmin, donar entrada a altres proveïdors de drets i, entre tots, donar una resposta per la distribució per Internet i poder oferir al públic una plataforma especialitzada en cinema independent. No anàvem tant mal encaminats quan veiem que avui el projecte és una realitat.

- *Un catàleg, com comenta, dedicat al cinema independent.*

Sí. Avui estem amb uns 620 títols, cada mes estem pujant uns 50-70 títols, i creiem que tindrem un gran augment de títols pel juny, perquè farem augment de capital i ingressen nous proveïdors de drets. El nostre objectiu es arribar a les 1.200-1.500 pel·lícules.

Sempre parlem d'un catàleg de pel·lícules de cinema independent, entenent "independent", com no-produït per les "majors", ni per les grans multinacionals. Això no significa pel·lícules "petites", perquè tenim films que han guanyat l'Os d'Or, la Palma de Cannes, Óscar a Millor Pel·lícula Estrangera... Tenim pel·lícules com "Bienvenidos al Norte", que ha recaptat 250 milions d'euros.

- *Per què aquesta oferta? Què us fa decantar cap al cinema independent?*

Primer, perquè els productors que formen Cameo, i que després han format part de Filmin, produeixen aquest tipus de cinema, i era el que tenim més fàcil d'abastir. I segon, perquè creiem que

hi havia un nínxol en el que es requereix un enfocament i una especialització totalment diferent del gran cinema.

- *Us heu plantejat oferir pel·lícules produïdes per les “majors”?*

No, perquè creiem que en aquest tipus de cinema hi haurà una competència ferotge i dintre de molt poc arribarà la gran resposta per part de les multinacionals. Els portals que ofereixin les “majors” aniquilaran la resta d'ofertes similars.

- *Precisament, fa unes setmanes, les “majors” van anunciar el llançament de Ultraviolet...*

Em refereixo a Ultraviolet, però també a Netflix, Amazon, iTunes, em refereixo a totes aquestes respostes. Nosaltres creiem que dins d'aquests portals, el cinema independent estarà maltractat, poc identificat i amb dificultats de recerca. Per això creiem que la nostra oferta de Filmin serà molt vàlida per aquell públic que demanda aquest tipus de cinema més d'autor, més europeu...

- *Quin tipus de competència espereu? A banda de les “majors”, altres empreses com Telefonica, iTunes com comentava, o fins i tot El Corte Inglés, també poden llençar el seu catàleg de pel·lícules. Estem parlant d'empreses que no formen part de la indústria cinematogràfica estrictament, però que s'apunten a la carrera.*

Crec que sortiran molts portals d'inici. Com bé dius, el mateixos “retailers”, com FNAC o El Corte Inglés tindran el seu propi portal, n'hi hauran d'altres d'iniciativa privada, tant a Espanya com a Estats Units, i després vindran les solucions que aportaran les multinacionals. Pot ser que s'enfoqui cap a Ultraviolet, però Disney ja ha dit que no s'hi sumarà. I si Disney no s'afegeix a la proposta de les multinacionals, el projecte ja neix coix. Jo veig el panorama al 2012 amb molta oferta de diferents empreses, però l'interessant serà veure qui queda al 2014. Llavors quedaran 2 o 3 companyies que oferiran aquest sistema perquè ho faran a nivell global.

- *I vostès com es poden defensar d'aquesta competència?*

Especialitzant-nos i buscant aquest nínxol de mercat que comentava del cinema independent. Nosaltres sabem que per atendre aquest públic es requereix una “editorialització” de l'oferta. Per això hem de generar una comunitat. Per exemple, tenim un bloc amb molts seguidors, perquè estem informant continuament als nostres clients de què està passant amb el món del cinema independent. També tenim una plataforma perquè els creadors penguin els seus curtsmetratges a Filmin i després, la resta d'usuaris puguin valorar, criticar i comentar-lo. Tot això ens diferencia de la resta d'ofertants. Tampoc podem oblidar que el tipus de pel·lícules que oferim, en una plataforma generalista no estarien en la primera pantalla de la web. Per això, si un dia vols veure “La Cinta Blanca”, escollida millor pel·lícula europea de l'any passat, per arribar-hi a través del catàleg d'un portal generalista, hauràs de passar per tres o quatre ofertes d'altres pel·lícules que potser et facin distreure de la pel·lícula que volies veure inicialment, i acabis comprant allò que no buscaves. Nosaltres el que volem és construir una marca, i que la gent pensi que Filmin és sinònim de cinema d'autor, cinema de qualitat, i que quan busquis alguna pel·lícula independent et dirigeixis directament aquí.

- *I a llarg termini, no temen que aquest sistema de vídeo sota demanda acabi reproduint estructures passades?*

Sabem que som una part petita del mercat. No volem dominar-lo, però sí que volem dominar el nostre nínxol. Volem ser l'única plataforma especialitzada en cinema independent.

- *Els organismes públics de televisió, amb el seus serveis extres de 3alacarta, Catchup TV o TV connectada, poden a ser una competència perjudicial per serveis com Filmin?*

Hem de ser valents, i saber que hem de lluitar contra grans corporacions, però conscients que tenim unes eines diferenciadores. Sabem que el 3alaCarta sempre emetrà les pel·lícules en català, i nosaltres aquella mateixa pel·lícula la podem penjar en versió original, en subtítols, en diferents doblatges, i ja estàs donant una oferta molt més amplia. A més, tots aquests serveis d'exposició de CatchUp, són circumstancials després de l'estrena. És a dir, jo l'estreno per la TV, i la deixo durant certs mesos a Internet per qui no l'ha pogut veure en aquell moment. Això ens robarà cert públic, però nosaltres aquella pel·lícula la tenim penjada durant anys.

Tampoc oblidem que la fragmentació que s'està produint avui a la televisió i a l'audiència, fa que l'espectador triï allò que vol veure. Fins ara, una pel·lícula produïda a Catalunya tenia la seva màxima audiència quan s'emetia a TV3. A partir d'ara, per tenir una gran audiència, el productor no en farà prou amb TV3. S'haurà de penjar a diferents plataformes. Abans l'espectador només tenia dos o tres opcions, i es concentrava en aquelles. Ara n'hi ha centenars, i l'entreteniment és compartit.

- *Això és el diuen els estudis, si més no, que el públic vol tenir més el control, de veure el que vol, quan vol, i com vol, però també hi ha un tipus de públic acostumat a la cultura de la televisió de veure "el que li posen". Hi ha un canvi de paradigma?*

Sí, hi ha aquest canvi de paradigma, però està produït per una qüestió de despeses. Si dibuixem un panorama que hi hagi un Netflix, un iTunes i un Amazon, l'usuari per veure una pel·li qualsevol... ¡haurà d'estar abonat a totes! Si vol veure una pel·lícula de Disney, com Toy Story, no estarà a Netflix, perquè és Disney, que vol dir Apple. Però en canvi, si vol veure la serie The Pacific, que és HBO, resulta que no li serveix l'acord amb iTunes, perquè HBO té un acord amb Netflix. I si demà vol veure una pel·li independent anglesa, l'haurà de veure a Amazon, que és qui les té abans que ningú, i en canvi a Netflix haurà d'esperar 6 mesos. Per dir, "vull veure el que vull, quan vull", amb una televisió de pagament, hauríem d'estar abonats a totes les plataformes. Això és com el futbol; per veure tots els partits del Barça i el Madrid cada jornada, has d'estar abonat a GolTV i a Canal+. Això és el que nosaltres creiem que frenarà el consum "vull veure el que vull, quan vull", i tendirà al "què em recomana el canal al que estic subscript".

- *Una plataforma d' streaming de pagament com la seva, a quin públic va dirigida?*

Nosaltres partim que Filmin és una web, però entenem que Internet d'aquí un parell d'anys no es limitarà a l'ordinador, sinó que la televisió amb connexió Internet serà una realitat. Els estudis dels principals fabricants de televisors estipulen que pel pròxim Mundial de futbol hi hauran a Espanya 5 milions de televisors connectats a Internet. També tenim els iPads, els dispositius mòbils... Això fa que Internet estigui a tot arreu. El nostre públic no el podem limitar al 1 de cada 7 joves que veu la

televisió per ordinador, per exemple, sinó que el nostre ventall va des d'aquest jove, fins l'adult de 40-50 anys, que va al cinema a veure versió original. Aquest públic, que potser avui no està acostumat a veure pel·lícules en ordinador, el captarem en el moment que es tingui la facilitat d'entrar a Internet amb el comandament a distància.

- *En aquest sentit, la cultura està "predestinada" a evolucionar cap a l'streaming? Parlem de pel·lícules, però també de música, llibres, televisió...*

Internet ha canviat el món, i tot just ara estem al principi d'aquest canvi. A nivell de contingut i de distribució, no hi ha dubte que Internet és una revolució. Que desapareixerà el suport físic? Jo crec que no, que Internet ve a complementar, i probablement d'aquí uns anys sigui el canal més gran, però no vol dir que la resta hagi de desaparèixer. Continuaran havent DVD, videoclubs, igual que continua havent botigues de discos. No n'hi haurà 12.000 videoclubs, com fa 5 anys, o els 2.000 que hi han avui. El suport físic hi serà perquè hi haurà un públic que vol tenir el DVD, que té esperit col·leccionista i continuarà comprant DVD. Però la gran distribució passarà per Internet.

- *Però està obligada la vella indústria a passar per Internet?*

Sí, sinó estàs mort. Per això vam començar; nosaltres estàvem al món del DVD, que estava caient, i vam veure que l'únic que pujava era l'Internet. Ara totes les empreses estan encarades a Internet, i totes han de pensar com poden ser part activa d'aquest nou mercat.

- *Vostès, al cap i a la fi, formaven part de la indústria. S'han trobat traves per part d'altres companys del sector?*

Totalment. Però més que traves, temors. Quan vas a buscar continguts per penjar a la web, la gent no hi creu, desconfia... També l'amenaça de la pirateria està molt a sobre. Hi ha molta gent que creu que hem perdut el tren per culpa de la pirateria... Ens hem trobat que va per endavant Internet i el model de negoci que proposes que la solució que et puguin donar un estament a nivell polític a Espanya. Nosaltres no tenim cap subvenció estatal, i en canvi sí que en tenim europees. Per què? Perquè a Espanya no hi ha subvenció per projectes com el nostre d'aliances estratègiques amb diferents proveïdors especialitzats en l'streaming. Per exemple, nosaltres no tenim servidors, contractem els d'Amazon, que creiem que són els que tenen més capacitat. Això, quan ho expliques aquí, la gent no ho entén. Aquí ens haguessin donat subvencions si haguéssim construït els servidors, si haguéssim muntat la tecnologia... Però nosaltres sabem que això està al mercat; contractem el servei i l'utilitzem. És un model d'empresa basat en despeses variables depenent de tercers, en comptes de despeses fixes depenent de tu. Aquest model a Espanya no s'entén, i ens pregunten; "Tu que fabriques? Res?". Falta que tant els ens públics, com els mateixos actors del mercat donin un pas endavant i entenguin que estem en una altra era. L'era de compartir, de saber que el teu coneixement és el meu, que la informació és de tots... I a vegades hi ha enveges, temors i frens al desenvolupament, perquè fa por que això sigui tant gran que ningú n'obtingui benefici... Però és inevitable apostar per això, perquè el model antic s'està morint. Nosaltres no sabem quin marc tindrem d'aquí deu anys, però sí que sabem és que serà diferent al que hi ha ara.

- *Respecte aquest model antic, quina és la cronologia d'explotació amb l'arribada de Filmin?*

Avui (em refereixo en els últims mesos, ni tan sols en els últims anys) el cinema s'ha adaptat a Internet a pas de gegant. S'han reduït tots aquests espais d'explotació exclusius, el que es coneix com finestres d'explotació. Abans el model era; cinema, s'estrena i s'hi queda durant sis mesos a les sales; DVD, està sis mesos en exclusiva als videoclubs, i després passa un període de venda al públic, que estarà compartit o no amb la televisió de pagament. Això feia que una pel·lícula no arribés a la TV de pagament fins al cap de 15 mesos i per comprar en DVD fins al cap d'un any. Tot això, amb l'Internet, ha canviat. L'explotació al cinema, ja no té sentit que agunti 6 mesos. En el millor dels casos una pel·lícula n'aguanta tres i el normal és que durin 2-3 setmanes. Això fa que la indústria reaccionés i retallés cada vegada més aquestes finestres. Fa quatre anys no es pensava que una pel·lícula es podria veure per Internet o que la TV de pagament no seria només per satèl·lit, sinó també per cable telefònic. Això fa que es reestructuri; al cinema, que abans s'hi estava 6 mesos, ara hi està 3 mesos; entra al DVD de lloguer, però ja es paral·lel amb Internet. Filmin penja pel·lícules al mateix moment que Cameo la treu en DVD. I als 4 mesos, ja la tenim a les prestatgeries de l'FNAC. El que abans tardàvem un any, ara ho tenim en 4 mesos. El que abans eren 15 mesos fins arribar a TV de pagament, ara en 3 mesos, ho tenim amb Internet. I als 3 mesos, la TV per pagament, Internet i el videoclub estan compartint l'explotació d'una obra audiovisual. Això és espectacular! El que no pot ser és que vingui el senyor del cinema pensant que li estic robant espectadors. Ni jo puc dir-li a l'home de la TV de pagament que perquè l'emet m'està robant usuaris a Filmin. Això s'ha acabat, i és l'usuari el que decideix. L'usuari ha tenir una oferta variada de formes, plaços, i preus per escollir. Si una pel·lícula li interessa molt, ja pagarà els 7 euros per veure-la al cinema de seguida. Sinó, que s'espera una mica més i la veurà a Filmin per un euro i mig. O si realment li interessa, ja comprarà el DVD. L'oferta s'ha de compartir i el qui ha de guanyar espectador és la pròpia pel·lícula no un sistema o l'altre. I això són les traves que et trobes. El senyor que té un cinema, li interessa que estigui en exclusiva al cinema i quan més temps millor, perquè així la gent que vulgui veure-la ha d'anar per nassos al cinema. I qui no vol pagar el 7 euros, pirateja.

- *La pirateria és una resposta a les traves que posa la indústria?*

Una d'elles, sí. Per això la indústria està reaccionant. Es pot entendre que un usuari descarregui il·legalment una pel·lícula d'Internet quan no hi ha altra.

- *Com llegiem a un article fa unes setmanes, per què oferir aigua embotellada si de l'aixeta surt gratis? Quin valor afegit ofereixen?*

El nostre producte és legal. Els beneficis reverteixen en els autors, que al final si no hi guanyen, no es podrà continuar fent pel·lícules. L'aigua embotellada me la puc endur on vulgui, sé qui l'ha fabricat i sé que ha passat uns controls. Al millor amb l'altra, ni me la puc endur, ni sé qui ho ha fet, ni si és aigua potable. Hi ha molta gent, els 5.000 subscriptors que tenim a Filmin, que prefereix pagar una mensualitat però sabent que no li arribarà cap virus, que veurà la pel·lícula per la que ha pagat, que no hi haurà decepció que se li pari el vídeo. Nosaltres també oferim més continguts, des del making off, a bonus, informació sobre el director... I a sobre, està posant en una balança què li costa a ell aquest servei contra que li dona l'altre. Al final, es tracta de qualitat. Avui dia els creadors pensen pel·lícules en un tipus d'imatge i de so, que després quan pirateges, l'usuari s'ho passa pel forro. Avui es veu més cine que mai i el cinema està a tot arreu. Quants dels que avui van al SeriesYonkis estaria disposada a pagar un preu assequible per veure una pel·lícula en condicions? Potser molta gent no, però n'hi deu haver que sí, però com que és gratis, o no ho conec...

Al final, és una equació de cost-temps. Mira, "Pa Negre", que l'hem estrenat a Filmin, per 2,95€, la tens a casa teva, en versió espanyola, catalana, amb subtítols... amb un click i durant 72 hores. I resulta que cada una que venem, 5.000 es descarreguen gratis d'Internet de forma pirata. La resposta que "això abans no hi era", ara ja no val. Avui hi ha una oferta legal molt àmplia. No hi és tota, però et poso l'exemple de "Pa Negre", perquè la gent sap està a Filmin. Però és més fàcil anar de pirata.

- *Comentava que la pirateria no només és perjudicial perquè li "roba" usuaris, sinó perquè també espanta altres productors.*

La gent de la indústria quan sent Internet, s'espanta, perquè pensa en pirateria. Et poso un altre exemple; nosaltres hem fet el primer festival de cinema inèdit a Filmin, l'Atlàntida Film Fest. Nosaltres som sis persones treballant, parlem amb el productor per penjar la pel·lícula a la web. Fem un contracte, parlem amb l'advocat... Un cop tenim la pel·lícula. Ens envia un màster, que em de digitalitzar i enviar a la nostra plataforma que està a Estats Units, i la puja a Internet. A tot això, afegeix-li un dissenyador que ha fet una pàgina web perquè la pel·lícula es pugui veure, fem una publicitat del festival, i la pengem on.line. Tot aquest trajecte dura un parell de mesos. Llavors la pugues, una pel·lícula inèdita perquè no ha tingut distribuïdor, i arriba un senyor, que paga els 1,95€ i la puja a SeriesYonkis. I aquest senyor de SeriesYonkis està guanyant diners amb aquesta pel·lícula. Tota la feina que nosaltres fem amb dos mesos, ells la fan amb 5 minuts, i fa que altra gent guanyi diners a costa nostra. Això és injust, i aquella pel·lícula que era inèdita, i que era una estratègia per atraure nous visitants, ara resulta que també la poden aconseguir a qualsevol web gratis. Llavors, aquell productor, que ha confiat en nosaltres, què pensa de Filmin? Què pensa d'Internet? Pensarà que d'ara endavant, la pròxima pel·lícula la deixarà sota el coixí, i com a molt, l'estrenarà al cinema. Un altre exemple; nosaltres tenim contractada una empresa que es dedica a buscar arxius pirata i requerir que els treguin. Mentre "Pa Negre" va estar al cinema, aquesta empresa només va trobar 13 screeners, durant 4 setmanes. Va guanyar el Goya, 2 screeners. Al cap d'unes setmanes surt en DVD, en dos dies, es van requerir 1.900 arxius screeners. Avui, que portem 11 dies d'explotació, portem 5.000 requeriments, i la pel·lícula està legal.

- **Crítica també la hipocresia de l'usuari?**

Totalment. S'està demanant que hi hagi una oferta legal, i ja la tens aquí; 2,95€, durant 72 hores tens la pel·lícula. I ara resulta que no, que la continuem veient pirata. Això és voler-ho gratis, no una oferta legal. Això és una excusa per justificar la pirateria de molts. A Espanya tenim iTunes, tenim PS3, tens ClickStream, tens ADNStream, tens Filmotec... hi ha molta oferta. No hi és tota, però la gent el que vol veure és "El Cisne Negro". I a Netflix a Estats Units, no està, perquè saben que ha d'haver-hi una finestra de protecció pel cinema, i que durant tres mesos s'ha d'explotar al cinema, perquè la indústria necessita que el cinema sigui el motor. El creador, quan pensa una pel·lícula, la pensa per una sala de cinema, no per una pantalla d'ordinador. S'ha de fer esforços per les dos bandes, i la indústria ho està fent, presentant alternatives. La societat també ha de donar alternatives. Què vingui la policia a detenir-nos? És el que està passant a Anglaterra, França... Ara a Espanya tindrem la llei Sinde. Sembla que és l'únic que queda. Tant de bo funcioni, perquè sinó no tenim futur, i no es tracta del futur de la nostra empresa, sinó del cinema. Parlo de llarg termini, si el que passa a Espanya passes a tot el món, que és una selva, durant cinc anys no hi hauria cinema. Si ningú paga, no hi ha cadena de distribució, el creador no té retorn de l'obra, i el productor no li surt a compte i es dedica a altres negocis.

- **Llavors, com deia Alex de la Iglesia, Internet és el futur del cinema. Però en el seu cas, el del cinema independent, és l'única alternativa?**

No ho veig tant com un bot salvavides, sinó més aviat com el futur. No ens estem morint, no necessitem que ens rescatin. Avui encara no. Avui l'Internet és un complement, un canal més pel qual és pot apostar. Que després acaba sent el principal canal de distribució? Ja ho veurem. És com el que ven revistes, que es venen a Internet, grans magatzems... però la seva tenda principal és el quiosc. Després el mateix consumidor decideix si vol comprar una revista a l'FNAC, al quiosc de tota la vida, que és el canal natural. Veurem si Internet és el canal natural del cinema, perquè encara no ha tingut temps d'exposar la seva oferta legal per Internet, ja ho veurem quin és el més atractiu pel consumidor.

- **Sobre la viabilitat del projecte; fins a quin punt els costa fer forat a la indústria?**

El nostre pla de negoci és el 2014. A final d'aquest any nosaltres volem ser rendibles. Ara mateix, això és una constant pèrdua. Cada mes hem de posar diners per pagar les nòmines. Però bé, això era un pla de negoci, ja se sap, tot és una inversió inicial, fas un pla i esperes el retorn de la inversió en un seguit de períodes. Nosaltres ens vam marcar el 2014, perquè vam veure que el tema els televisors es canvien amb els Mundials de futbol. Fixa't, cada cop que hi ha un Mundial, hi ha una revolució dels televisors; el Plasma, el LCD, el 1080p., el HD Ready... Cada Mundial i Olimpíada és quan la gent canvia els televisors. Al 2014 és quan creiem que arribarà l'Internet a la TV. Nosaltres vam fer un pla de 6 anys del 2008 al 2014, bastant acurat, i de moment, l'estem complint.

- **Quin tipus de suport públic caldria per tal que serveis com Filmin arressin? Necessiten més subvencions i ajuts de l'Estat perquè serveis com Filmin acabin arrelant?**

Jo no sé si és a Filmin a qui li han de donar, però sí que l'Estat i la Generalitat haurien de donar resposta a aquest problema. El problema d'Internet és que no hi ha oferta? Que posin les eines perquè n'hi hagi. Que el preu no és atractiu? Busco les eines perquè pugui ser així. Cal buscar el problema i crear un nou sector, una nova indústria del cinema a Internet. En aquest moment crec que ells haurien de donar la resposta, perquè sinó estarem absorbits per les grans multinacionals. De mentres, correm el perill de carregar-nos el mercat amb el fantasma de la pirateria.

- **Falta més regulació en el tema d'exhibició en la distribució per Internet? Parlem de quotes lingüístiques, de catàleg...**

Hi ha una llei que diu que les pel·lícules que reben ajudes autonòmiques o estatals, hauran d'estar un mínim de tres mesos a la sala i no es podrà exhibir en cap altre suport. Això és anacrònic. A banda, això només passa amb les pel·lícules espanyoles, cosa que dona a les europees i americanes un avantatge competitiu. Això s'ha de regular. Igual que el monopoli que pugui fer la televisió de pagament a l'hora de quedar-se amb drets en exclusiva que pagant s'evita que s'emeti en qualsevol altre format.

- **Que n'opina de la directiva europea de l'audiovisual, segons la qual els proveïdors de vídeo sota demanda poden ser considerats "serveis amb responsabilitat editorial", com les televisions o altres mitjans de comunicació, si prenen decisions sobre el**

contingut que inclouen o faciliten, o “serveis de la societat de la informació” si es limiten a facilitar hostatjament a continguts sense decisions sobre el catàleg.

Això fa referència al que podries arribar a fer amb una pel·lícula. Imagina que jo te la veng amb publicitat. Gratis per l'usuari, però amb quatre talls de publicitat. Alerta!, perquè no puc venir i tallar quatre vegades la pel·lícula sense l'autorització de l'autor. És el que passa amb les televisions, però com que ho venen per tants diners, no hi ha problema que li tallin tantes vegades com vulguin. En canvi nosaltres, que guanyem quatre duros, no podria a més dir-li que li tallo la pel·lícula. Aquesta normativa va més de cara a protegir l'obra tal qual la pensada l'autor, més que no pas una restricció a l'hora de distribució.

- **Quina estratègia de marketing fa servir Filmin? N'hi ha prou amb el boca-boca o cal fer més promoció del producte per arribar a l'èxit?**

Nosaltres funcionem molt amb el boca-boca. Twitter, Facebook, anuncis en els DVD de Cameos, en tots els proveïdors que treballen amb nosaltres, publicitat web, i molta imaginació. Això és tot. Perquè no hi ha recursos, i no podem destinar recursos a fer campanyes publicitàries amb les poques vendes que avui anem fent. Anem creixent i anirem fent més. Ara, per exemple hem rodat dos spots que s'emeten abans de totes les pel·lícules, estem fent accions al cinemes Golem de Madrid, que al comprar dues entrades li regalem un visionat, estem posant anuncis dins de les pel·lícules pròpies del cinema... Anem avançant però és molt de comunitat.