

# THE PLAN 3

LA ESTRATEGIA DE "EL COSMONAUTA"



RIOT CINEMA COLLECTIVE

# QUÉ ES

Es uno de los primeros proyectos en el mundo que intentan crear un nuevo modelo de negocio basado en el valor añadido y un público más involucrado.

“EL COSMONAUTA” es un largometraje producido por Riot Cinema Collective que plantea un nuevo modelo de financiación, producción y distribución, aprovechando en todas sus vertientes las herramientas de comunicación disponibles: Internet, redes sociales, comunidades y móviles.

En la **FINANCIACIÓN**, “El Cosmonauta” ha sido uno de los proyectos más exitosos del mundo en el uso de **CROWDFUNDING**, consiguiendo 400.000€, provenientes de más de 4.500 personas que han aportado pequeñas y medianas cantidades para llevar a cabo la película.

Hemos generado, mucho antes del estreno, una enorme **COMUNIDAD** de fans que, mediante su participación a través de eventos, redes sociales, juegos y convocatorias, ayudan a promocionar la película que finalmente se **DISTRIBUYE**, de manera innovadora, gracias a las licencias **CREATIVE COMMONS** y a **INTERNET**.

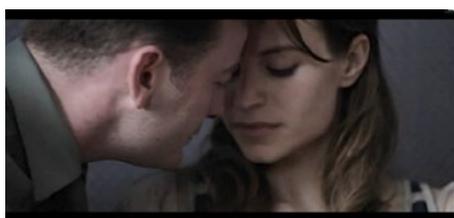
Además, el nuevo paradigma en el consumo de contenidos y las nuevas formas audiovisuales a las que se está adaptando el espectador hoy nos llevan a cambiar también nuestro paradigma de **PRODUCCIÓN**, convirtiendo la película tradicional en un proyecto **TRANSMEDIA**, haciendo que además de la película central se narre el universo del film desde diferentes plataformas: textos, móviles, fotografías, audios e imágenes alrededor de la historia central.



# 1.- LA PELÍCULA

“EL COSMONAUTA” comienza en 1967 con la llegada de Stas y Andrei, dos jóvenes amigos, a la recién construida Ciudad de la Estrellas, donde los primeros cosmonautas se entrenan para ir al espacio y donde transcurre una carrera contra reloj para batir a los americanos por la soberanía del espacio.

Stas y Andrei vivirán de primera mano las intrigas políticas, las luchas de poder y los éxitos y fracasos de la majestuosa Unión Soviética en algunos de los mayores logros del siglo XX. Pronto conocerán a Yulia, una técnico de comunicaciones con la que entablarán una profunda amistad que siempre rozará los límites del amor pero sin llegar a consumarse.



“EL COSMONAUTA” es la historia de tres personajes rodeados de eventos que sucedieron durante más de quince años: éxitos y fracasos, accidentes, conspiraciones, favoritismos y misiones secretas. Desde el equipo de Riot Cinema, de los más jóvenes del cine español, llevamos tres años y medio preparando el retrato de una época que no se había contado hasta ahora, poblado de localizaciones únicas, con una cuidadísima fotografía, dirección artística y trabajo actoral.

## 2.- CLAVES Y CIFRAS

“[...] Estamos al borde de un cambio tecnológico muy importante. El soporte inevitablemente afecta al contenido. Lo que antes se consideraba la ventana de explotación (que pasaba primero por las salas, después por el DVD, el video on demand, después a la televisión de pago y luego a la televisión en abierto) ese modelo ha quebrado. Ha quebrado porque la tecnología ha ido por delante. La solución pasa por encontrar un nuevo modelo de negocio.”

FERNANDO BOVAIRA, productor de películas como “Ágora” o “Mar Adentro”

**I- CROWDFUNDING:** Un método de financiación que encumbran revistas como Wired o Time. Durante los 3 años que duró la financiación de “El Cosmonauta”, cualquier persona tuvo la oportunidad de convertirse en productor de la película desde solamente 2€. Todos ellos recibieron un welcome pack y la aparición de su nombre en los títulos de crédito, convirtiendo el proyecto en uno de los más exitosos del mundo tanto a nivel económico como de personas participando.

### II- COMUNIDAD:

Este sistema y la permanente presencia en redes sociales permite crear una comunidad de personas (fans de la película) que colaboran en su producción y distribución, promocionándola y ayudando en pequeñas tareas.

Calculamos la comunidad de “El Cosmonauta” en varios miles de personas, entre los que se encuentran grandes líderes de opinión, además de tener la complicidad de los medios de comunicación que nos referencian a menudo cuando hay novedades.

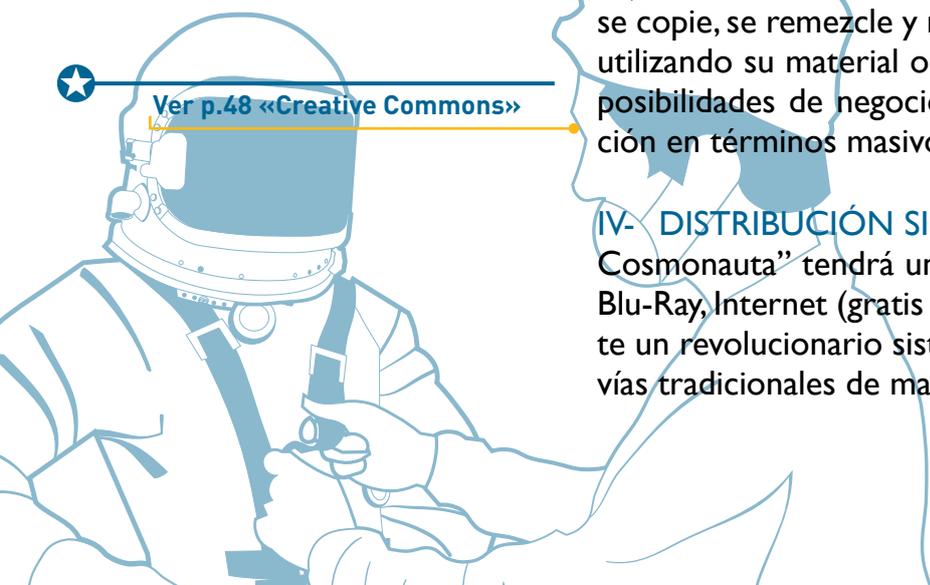
**III- CREATIVE COMMONS:** “El Cosmonauta” utiliza una licencia que amplía el concepto de copyright y permite que, bajo ciertas condiciones, la película se distribuya libremente, se copie, se remezcle y modifique y se generen nuevas obras utilizando su material original. Esto genera infinitas y nuevas posibilidades de negocio y amplía el alcance de la distribución en términos masivos.

**IV- DISTRIBUCIÓN SIN VENTANAS DE EXHIBICIÓN:** “El Cosmonauta” tendrá un estreno al mismo tiempo en DVD/ Blu-Ray, Internet (gratis y en HD), TV y salas de cine mediante un revolucionario sistema de distribución que utilizará las vías tradicionales de manera creativa.

#### ★ Ver ANEXO «Nuevo consumo»

Se consume mucha más cultura que antes pero se gasta menos en ella y de formas diferentes.

#### ★ Ver p.48 «Creative Commons»



# 3.- LOGROS

## ● ¿Qué hemos conseguido hasta ahora?

Desde el 11 de mayo de 2009 (día del lanzamiento de la web) hemos logrado:

398.942€ aportados por 598 INVERSORES y más de 4.145 PRODUCTORES.

**UNA APARICIÓN EN MEDIOS** online y offline (tanto nacionales como internacionales) constante.

**EN ESPAÑA** casi todas las televisiones (ej. Cuatro, TVE, La Sexta, TVE2, CNN+), radios (ej. SER, 40 Principales, RNE, Radio Círculo), periódicos (ej. El País, El Mundo, ABC, Público, ADN, CincoDías) revistas (ej. Fotogramas, OnMadrid, La Luna de Metrópolis) y más de 300 blogs hablan de nosotros.



**INTERNACIONAL:** película solicitada por Sundance y la Berlinale para su visionado. Incluido como caso de estudio en “Selling Your Film Without Selling Your Soul” de Sheri Candler y Jon Reiss. Aparición en la versión impresa de la revista Wired (UK) y el Festival Daily de la edición 2010 del Festival Internacional de Rotterdam. Destacada presencia online en blogs como el del ex-CEO del Tribeca Film Institute Brian Newman y The Workbook Project (la referencia del new media y cine Indie en Estados Unidos).

**CONFERENCIAS EN MÁS DE 100 EVENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES:** festivales, universidades e instituciones (congreso Pixel en París del programa MEDIA, el festival Zinemastea en Vitoria, la UB, la UOC y la ESCAC en Barcelona, la Universidad de Navarra, la Universidad de Valencia, Medialab Prado, Campus Party España y Campus Party Europa, Camón Alicante, EOI, etc.)

**CASE STUDY** en universidades, tesis doctorales y escuelas de publicidad y negocios como el Instituto de Empresa, una de las escuelas más prestigiosas del mundo.

## ● Han dicho sobre nosotros

“One of the Creative Crowd’s Greatest Hits.” WIRED UK

“Their crowdfunding video turned me into a Cosmonaut.” Brian Newman

“¿Ha descubierto “El Cosmonauta” el futuro del cine?” Todd Brown, TWICH

“Si su ejemplo se populariza, en España entramos en una nueva era.” TVE

“Uno de los ejemplos más increíbles del poder de Internet.” CNN+

“El proyecto cinematográfico español más estimulante del momento.” EL PAÍS

“Innovación, valentía y rigor.” Pedro Pérez, FAPAE

“A provocative new paradigm. A trailblazing project worth following.” Peter Broderick

## ● Premios



I Premios a la Innovación Audiovisual en Internet RTVE.es

**GANADOR**  
**CATEGORÍA FICCIÓN**



Foro de Proyectos de Creatividad  
CAMPUS PARTY EUROPE

**GANADOR**



Red Innova 2010-  
Most Innovative Internet Startup  
ENDEAVOUR FOUNDATION

**SELECCIONADO**



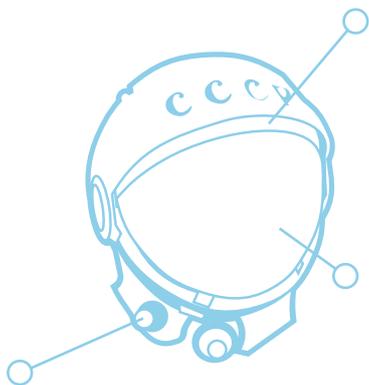
Most Innovative  
Tech Startup  
RED INNOVA  
EOI BUSINESS SCHOOL  
**SELECCIONADO**



Power To The Pixel  
Pixel Lab  
**SELECCIONADO**



US Film Industry  
Immersion Programme L.A.  
LATC / EGEDA  
**SELECCIONADO**



## 4.-FINANCIACIÓN

El presupuesto total de “El Cosmonauta” se fijó en **860.000€** al principio del proyecto, hace tres años.

Lo que sigue es un desglose de a qué partidas va destinado el presupuesto (incluyendo la cantidad de dinero que se ha conseguido hasta el momento y la que resta por conseguir), y una visión más detallada de las fuentes de ingreso que han hecho posible el proyecto a fecha de noviembre de 2012.

### Del presupuesto total de 860.000 €

CANTIDAD NECESARIA PARA	CONSEGUIDO	POR CONSEGUIR
Pago de sueldos	82.016,89 €	220.365,46 €
Preproducción	46.491,25 €	18.810,51 €
Rodaje	257.802,85 €	0 €
Postproducción	69.654,79 €	110.330,00 €
Distribución	25.828,25 €	28.700,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>481.794,03 €</b>	<b>378.205,97 €</b>

### De lo conseguido a día de hoy

VIA DE INGRESO	CANTIDAD
Merchandising	138.061,52 € <sup>1</sup>
Inversión Privada	260.880,38 €
Premios y Otros	22.906,57 €
Subvención del ICAA al Transmedia (Utilización de Nuevas Tecnologías)	99.595,00 €
Miembros del equipo que han canjeado su sueldo por un porcentaje de inversión	123.640,27 € <sup>1</sup>

Total obtenido vía crowdfunding:  
**398.941,90 €**

(1) Cualquier duda sobre estas cantidades podemos resolvértela por e-mail



p.24 «Riot Cinema Workbook»

En “El Cosmonauta” hemos utilizado vías de financiación no convencionales (crowdfunding y microinversión, premios, etc.) y también financiación convencional (algunas veces conseguimos nuestro objetivo, otras fue solo una intención). En nuestro próximo libro “Riot Cinema Workbook” puedes descubrir todos los detalles, qué hemos hecho, cómo y qué errores debes evitar cometer.

# TRANSMEDIA

GUÍA DE CONTENIDO ADICIONAL



# TRANSMEDIA

“Una narración Transmedia es una narración a través de múltiples plataformas en la que cada elemento contribuye de manera única a crear un universo narrativo para el espectador/jugador/usuario. El uso de diferentes plataformas crea diferentes “puertas de acceso” a través de las cuales el consumidor puede sumergirse en él.” HENRY JENKINS

El cine parece atrapado en largometrajes de entre 90 y 120 minutos por razones ya obsoletas (las latas de película, las pausas publicitarias, etc.).

Durante el montaje de “El Cosmonauta” no sólo montamos “El Cosmonauta”. También creamos 37 piezas de entre 2 y 15 minutos que expanden su universo y que, a estas alturas, son tan importantes como la propia película. No son satélites.

Por supuesto, la película puede verse tal cual y comprenderse, pero nuestra historia y la narrativa que hemos elegido incorpora esas piezas. Y no sólo eso, también el libro que acompaña al film y la narrativa que hemos desarrollado en distintas redes sociales.

Ahora, por fin, entendemos de verdad cuál es el sentido de la palabra **TRANSMEDIA** y estamos bastante excitados porque hemos descubierto el que probablemente sea el futuro del cine (y de la capacidad de contar historias). Hemos reinventado el lenguaje para que vivas la historia de “El Cosmonauta” de una manera mucho más rica.

Ojalá lo disfrutes tanto como nosotros haciéndola.

“The reason why people are talking about transmedia is because they are confronted by the fact that the system is no longer working. There’s no money. Big sales companies are not paying what they promised they’d be paying. Only light in this dark system is this blinking thing of transmedia”

MICHEL REILHAC, Executive Director, Arte France Cinéma.

Nuestro modelo de distribución no se ciñe estrictamente a los estándares y por eso vamos a explorar el mundo de “El Cosmonauta” desde muchas perspectivas diferentes.

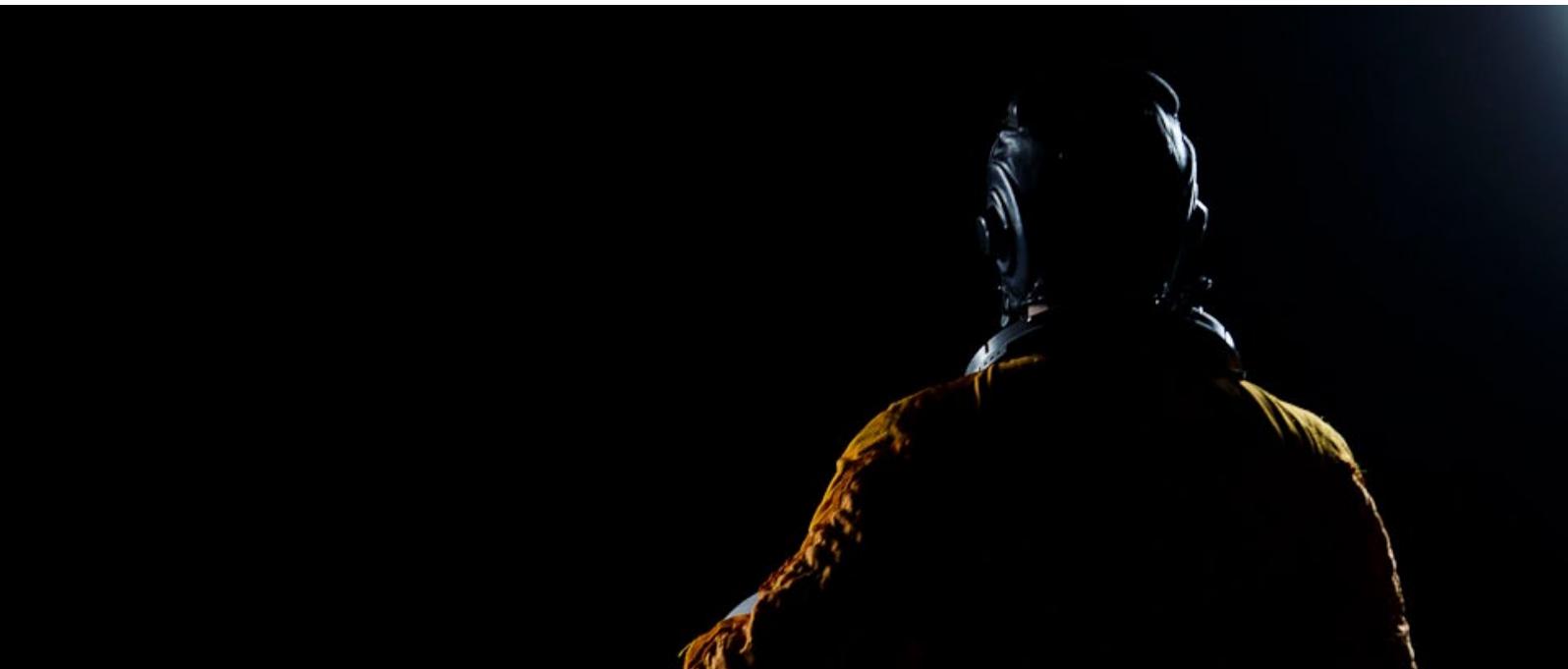
## • Objetivos

**LIBERTAD CREATIVA.** Queremos contar una historia sin estar limitados por el formato.

**QUE EL ESPECTADOR PUEDA ELEGIR** qué partes de la historia le interesan más, cuánto quiere involucrarse, cuánto quiere ver.

Que los diferentes formatos que utilizaremos permitan, en un punto, una **MONETIZACIÓN DIRECTA** de los contenidos mucho más amplia y rica de lo que daría de sí solamente una película.

Es la manera en que las **MARCAS** se involucrarán con nosotros, con **INFINITAS POSIBILIDADES**.



**La que sigue** es una lista con todos los contenidos que se van a generar alrededor del universo de “El Cosmonauta”, que son monetizables y que amplían la participación del público.

## • Tipos de contenido

### • CLASE 1: GRATUITOS

Todos aquellos contenidos transmedia que estarán gratuitamente en nuestra web, en el DVD/USB de la película y en otras plataformas, y a los que todo el mundo podrá acceder. Algunos se emitirán durante las semanas previas al estreno, otros durante y algunos después.

### • CLASE 2: PROGRAMA K

Una de las partes más importantes de la experiencia de “El Cosmonauta” será el **PROGRAMA K**. El **PROGRAMA K** incluirá muchísimos contenidos interesantes e inéditos que sólo podrás disfrutar si te has suscrito. La suscripción se pagará una sola vez.

ver p.34 “PROGRAMA K”.



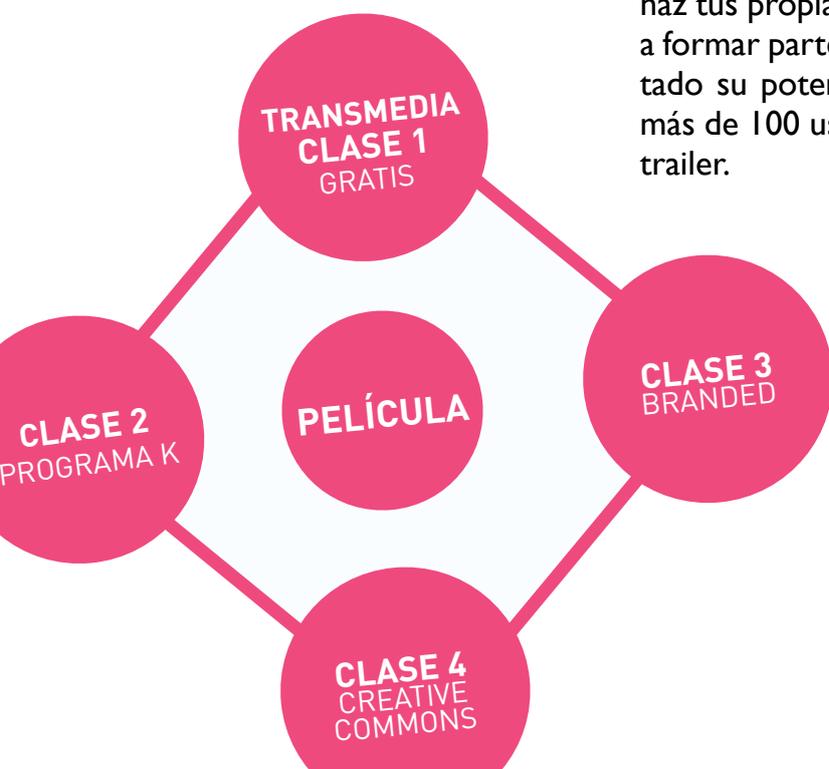
### • CLASE 3: BRANDED

Este contenido solamente podrá ser producido si conseguimos el patrocinio de una marca que esté dispuesta a costear su desarrollo a cambio de convertirlo en un producto patrocinado.

Sólo se realizan si los costea una marca, que tiene aquí una oportunidad de expandir su imagen involucrándose en una comunidad creativa y relacionándose con una historia apasionante, a través de la cual poder generar nuevos contenidos e interactuar de esa forma con los usuarios.

### • CLASE 4: CREATIVE COMMONS

Coge cualquier parte de la historia de “El Cosmonauta” y haz tus propias creaciones. Sea lo que sea, también pasará a formar parte de “El Cosmonauta”. Ya hemos experimentado su potencia en la Teaser Remix Experience, donde más de 100 usuarios crearon su propia versión del teaser trailer.

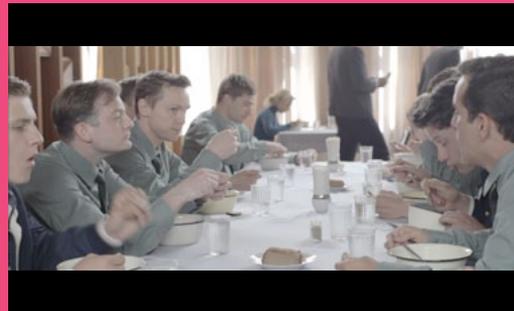


# 1.-WEBISODIOS

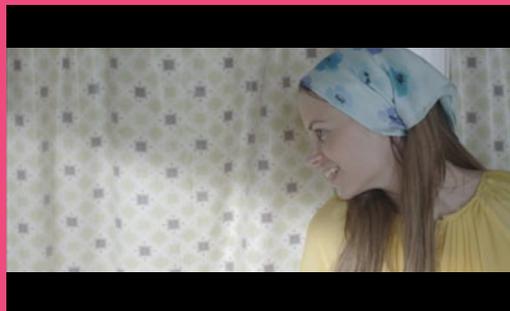
Las estrellas del Transmedia. Los webisodios explican las partes del universo de la película que permanecen más oscuras en el largometraje, presentan tramas secundarias... o desatan muchos más interrogantes. Son 37 piezas, unas rodadas ex-profeso y otras tesoros de la sala de edición que no forman parte del largometraje por razones diversas.



**THE OKBS** Los americanos tenían la NASA, Los rusos, sin embargo, diferentes agencias que competían entre sí. Hay quien dice que éste y no otro fue el motivo de que perdieran la carrera espacial.



**LOST COSMONAUTS** La política del Sóviet Supremo era clara: "si algo sale mal, pasa a ser un secreto de estado". Cuatro escalofriantes historias sobre cosmonautas perdidos.



**THE GOOD OLD DAYS** "Iban a echar a suertes quién me pediría una cita primero. Recuerdo que nos reíamos mucho. Y el lago y los días soleados de domingo y todas aquellas historias..." -Yulia.



**A CORRECTION** Los hechos relatados en LOST COSMONAUTS no son como para tomárselos a broma. O sí.



**RADIO HOOLIGANS** "El espectro de onda corta entre 25.900 y 27.000 kHz es un lugar tan inhóspito como el espacio, nunca sabes qué te vas a encontrar" del "Manual de supervivencia de la Radio Pirata".



**THE MOON LANDING** Cuando pierdes en una carrera... no te quedas a la entrega de premios. ¿Dónde estabas tú cuando los americanos ganaron la carrera espacial?



**WALLS HAVE EARS** Guy Code. Rule 7: if there is a sock on the door... you've been graciously sexiled. Andrei y Stas burlan la censura y los micrófonos militares, pero no a las hormonas.



**SUNDAY BALLROOM** "Girls just want to have fun" - Stas



**TRIANGLE**



**BLIND** ¿Qué ocurre cuando te quedas ciego? Sólo Stas es capaz de animar Andrei en los momentos difíciles.



**MYTHS OF THE NEAR FUTURE** "Civilised life is based on a huge number of illusions. The trouble is that we forget that after a while and we are shocked when reality is torn down around us." - Ballard



**PORTRAITS** Andrei intenta hacer un par de retratos de sus amigos. No será tarea sencilla.



**AUTOSTOP** The Hitchhiker's Guide to Star City



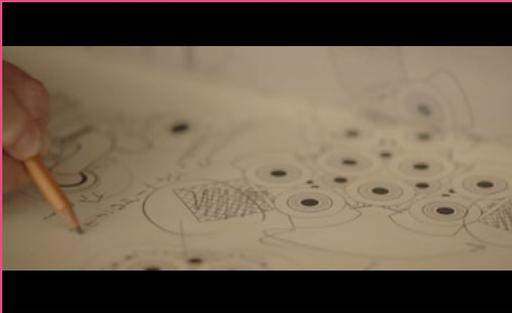
**SMOKESCREEN** Korolev y Chelomei competían entre sí para llevar a término sus respectivos programas lunares. Finalmente, el N-1 le ganó la batalla al UR-700... pero la perdió contra los americanos.



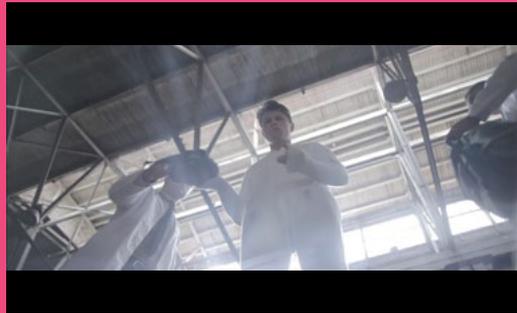
**THE MESSAGE** Cuando ambos eran cadetes, las novatadas estaban a la orden del día. Años después, una de ellas sigue acechando a Andrei tras la desaparición de Stas.



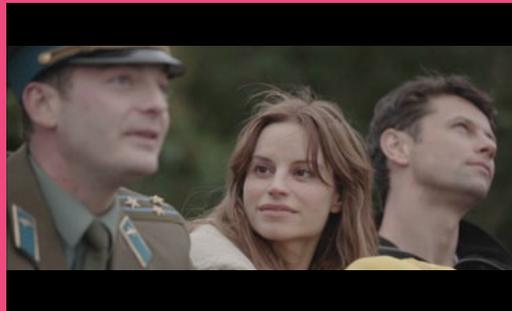
**INDUCTION PARTY 1971** Algunos años antes de morir, Gagarin inventó un ritual para dar la bienvenida a los nuevos reclutas a la "Fraternidad de los Cosmonautas".



**BOOSTERS** FROM: Moscow TO: Florida  
AMERICAN AIRLINES - US741 THU 25OCT  
TERMINAL A  
ON BOARD: LUNCH



**UNDERWATER** Sólo hay una manera fácil de simular la ingravidez del espacio para entrenar a los cosmonautas: sumergirlos en 37.000 litros de agua.



**WHY THE MOON** Cuando Yulia pregunta por qué los rusos y los americanos se empeñan en ir a la Luna y no, por ejemplo, a Marte, Stas tiene la respuesta.



**NARROWEST HINGE** "El tendón más insignificante de mi mano avergüenza a toda la maquinaria moderna." - Walt Whitman



**THE RITUAL** Antes de despegar, todo cosmonauta debe seguir rigurosos rituales en honor a Gagarin. "One small pee for a man..."



**KOLIBRI** "Oí una historia una vez: era sobre una raza de colibríes. Los machos cortejaban a las hembras de dos en dos. El que perdía, volaba hacia el sol..."



**TRAVELING TO THE MOON** Para elevar un cohete de dieciséis mil toneladas hace falta una velocidad inicial de treinta y ocho mil kilómetros por hora. El viaje hacia la Luna dura tres días...



**SPACE CHESS** Checkmate, mate.



**THE X FILES** El contenido de esta pieza dará pie a que dejes volar tu imaginación, pero primero vas a tener que encontrarlo... Como todo contenido erótico en la URSS, es un secreto.



**REENTRY** "Stas, can you hear me?"



**SMALL ACCIDENT** Una manera radical de reinterpretar una escena de la película. Sólo para los más atentos.



**NEWYEAR'S EVE** 1975 llega a su fin...



**ICAROPHOBIA** Del diccionario de Medicina Espacial (Hans Von Kubert, 1974): "Icarophobia es una rara variación de la agorafobia que afecta a pilotos y astronautas."



**ALTERNATE ENDING** Interpretar la película de una manera u otra puede depender de este episodio. (Con música del maestro Edward Artemiev)



**THE MOON FILES** The Moon Files es, probablemente, la pieza más importante del universo transmedia de "El Cosmonauta". Es un cortometraje de 15 minutos donde veremos todo lo que le ocurre a Stas desde que pierde la comunicación con la Tierra hasta que vuelve. Muchas cosas que quedan inexplicadas en la película se desvelan en este episodio clave. Un fallo en los sistemas de energía de la nave, un viaje por el espacio cargado de recuerdos, una conclusión.

El universo de la película, narrado en primera persona.

Basado en la primitiva red de mensajería informática militar que usaban los cosmonautas, Nayik cubre los años de cadetes de los protagonistas y acaba poco después del inicio de la película, en 1971.



A través de 13 perfiles de Facebook, con 7 personajes principales y 6 secundarios (cuyo papel se desarrollará en los perfiles de los principales), crearemos una ficción que interactuará durante 6 semanas con los perfiles personales de los fans que decidan unirse.

Además de Stas, Andrei y Yulia, en Nayik se encuentran también otros, claves en la historia como Kamanin o Chelomei e históricos como Yuri Gagarin, o Vladímir Komarov. Comentarios en los muros, fotos, documentos y canciones podrán seguirse diariamente en las redes sociales, o ser consumidos en una web que los agrupará para quienes no quieran implicarse en la experiencia.

# 3.-THE HUMMINGBIRD

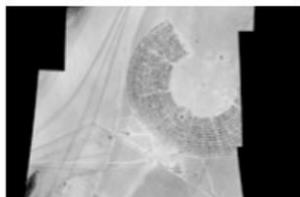


## THE HUMMINGBIRD BELIEVING IS A CHOICE

A documentary by Watergun based on  THE COSMONAUT

The Hummingbird es un documental ficcionado sobre un grupo de realizadores que visita el rodaje de “El Cosmonauta” en países de la antigua Unión Soviética. La llamada de Anna, una joven rusa que dice ser hija de un cosmonauta desaparecido, les hace preguntarse hasta qué punto la “leyenda negra” en que se basa la película es verdaderamente una leyenda.

Su viaje les llevará a lugares donde tuvieron lugar hechos desconocidos y ocultos del programa espacial soviético. Entrevistarán y seguirán ambiguas pistas que les acercarán demasiado a la esquivada verdad, imposible de alcanzar.



## 4.- EL VIAJE DEL COSMONAUTA

“El Viaje del Cosmonauta” es un álbum de recuerdos. Es también un poemario a modo de diario. Son recortes, fragmentos, momentos perdidos en el tiempo. Y fotografías también.

“El Viaje del Cosmonauta” es un compendio de notas y pensamientos de Stas, Andrei y Yulia durante los años en que transcurre nuestra historia. Son sus diarios íntimos que se entremezclan con sucesos históricos y que, en un momento dado, se intercala también con los pensamientos de los creadores de este proyecto: Bruno, Carola y Nicolás... y las fotografías de un rodaje que fue mucho más que un rodaje. Fue un viaje.

El formato que utilizaremos para transmitir esta parte del transmedia será el de un libro impreso en edición coleccionista, con extremo cuidado en su diseño, sus tapas, sus páginas. Este libro está pensado como un recuerdo en sí mismo. Como el compendio de memorias de lo que significa nuestra historia.

Además, se hará una edición digital que será accesible para todos los miembros del Programa K.

“Poética para Cosmonautas” fué nuestra primera experiencia como editores. El acabado y el packaging del libro fueron muy alabados, y recientemente se agotó la segunda edición de 500 ejemplares. Queremos llegar más lejos en mimo y preciosismo con este “El Viaje del Cosmonauta”.





*“Una vez oí una historia. Era sobre una raza de colibríes de Sudamérica. Los machos cortejaban a la hembra de dos en dos. El pájaro que era rechazado alzaba sus plumas durante un segundo y después comenzaba a volar hacia el sol, hasta que moría extenuado.”*



*“Tu boca es de un rojo pálido, como un pez recién abierto.” Recuerdo aquella canción que Yulia solía cantar. Recuerdo a Yulia. De hecho, es lo único que recuerdo de los últimos días antes del lanzamiento. A ella y a las luces del norte .“*



*“No soy muy ambiciosa. Lo único que pido es que no se olviden de mí. Nada más. Que me recuerden fea o tonta, pero que me recuerden. Así es como existimos. En los recuerdos. Si nadie te recuerda...”*

## 5.- BRONKING OF



La noticia de que un inversor ruso no pondría finalmente 120.000€ y que el rodaje entero de “El Cosmonauta” correría peligro fue solamente el inicio. Pensamos que después de eso el karma nos compensaría y todo iría sobre ruedas. Estábamos muy equivocados.

Al segundo día de rodaje estábamos en nuestra cabañas a punto de empezar la jornada. La lavadora que nos habían prometido no funcionaba y 35 uniformes necesarios para unas horas después estaban apilados sin posibilidad de lavarse. El aire estaba cargado y nos retumbaba en el oído el zumbido de la peor ola de mosquitos que se recordaba hasta la fecha en Letonia. Los gastos empezaban a estar ya por encima de lo previsto y solamente llevábamos una jornada de grabación y menos de 72 horas en suelo letón, en las cuales se había producido el primer regreso a España de una persona del equipo. En ese momento nos reunimos y tomamos dos decisiones que marcarían el rumbo de este documental: íbamos a aparentar normalidad frente a todos vosotros para que pudiérais disfrutar del streaming que pensábamos hacer cada día durante el rodaje, pero permitiríamos a Alberto, encargado del making-of, grabarlo absolutamente todo. El rodaje, sí, pero también las reuniones en la madrugada, las peleas, los gritos, las borracheras, los problemas. Nadie iba nunca a pedir que se apagara una cámara que estuviera rodando una situación incómoda.

Esta película es el testimonio de una de las cosas más difíciles que hemos hecho en nuestra vida. Rodar “El Cosmonauta” se convirtió en un camino sin retorno. Atrapados, no podíamos volver. No podíamos no rodar. Si lo hubiéramos hecho, nuestras carreras se habrían acabado. No solamente habríamos decepcionado a todas las personas que confiaron en nosotros sino que nuestro prestigio se habría desvanecido para siempre. Hubiera sido nuestra primera y última película... y estuvo a punto de serlo.

Este documental es un retrato del infierno que vivimos en Letonia y Moscú durante 8 semanas. Es un testimonio de supervivencia. Un viaje que, como dice Herzog, nos obligó a llegar hasta el fin de lo sensato, a luchar contra el destino, convivir con el mal y hacer perseverar los sueños.

## 6.-MÚSICA

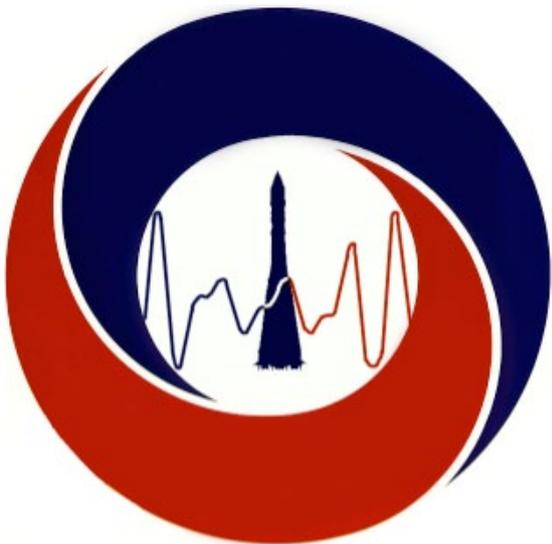
### • Banda Sonora Oficial



Tras cuatro meses de montaje, y tres cortes diferentes sin conseguir encontrar el tono de la película, Nicolás conoció a **JOAN VALENT**, compositor de bandas sonoras como "La chispa de la vida" de Alex de la Iglesia y único español vivo que publica la casa de música clásica Deutsche Grammophon.

Probó a montar una escena con una de sus composiciones. Joan no lo sabía, pero cuando creó su disco "Ínsula Poética" estaba, en realidad, componiendo la futura banda sonora de "El Cosmonauta". El flechazo fue instantáneo, y la banda sonora resultante absolutamente espectacular. Un sueño hecho realidad.

### • I hear voices from Space



**KAI OCHSEN**, fundador de la alemana **FK DIGITAL RECORDS** (un sello musical alternativo a los sistemas de distribución tradicionales que apuesta por medios digitales y música electrónica de calidad) se enamoró de "El Cosmonauta" y produjo un disco donde sus veinte bandas compusieron temas inspirados en el guión. La distribución será digital, quizá en pendrive como el "In Rainbows" de Radiohead.

Además de parecernos una genial idea... resultó que el disco era increíble. Acabamos utilizando muchísimos de los temas en las piezas transmedia.

### • Transmedia Sessions

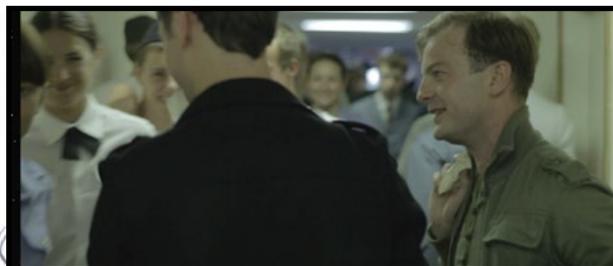
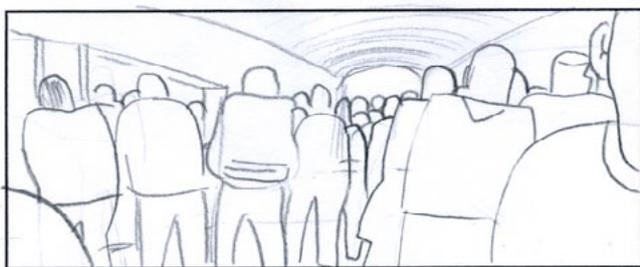


Otro de los músicos claves en "El Cosmonauta" ha sido **REMATE**. Como a todos nos fascinaba ya su música y a él le enamoró la idea, acordamos que compondría algunos temas a modo de colaboración. Algunos pueden oírse en los Websodios, otros en el primer trailer oficial (que recibió numerosos elogios por su música) y ahora recopilamos todos en esta especie de "Banda Sonora Alternativa" que incluye música de artistas de la talla de **TRYAD**, **CUMIE**, **LITTLE TOYS**, el maestro **EDWARD ARTEMYEV**, el compositor clásico **PAVEL CHESNOKOV**, junto a los artistas de FK Digital Records.

# 7.- DIVULGACIÓN

- **Pack para estudiantes y escuelas de cine**

Creemos que es importante transmitir lo que aprendemos y es uno de los motivos de que en “El Cosmonauta” todo haya sido siempre absolutamente transparente y hayamos ido contando día a día cómo avanzaba el proyecto, con qué problemas nos encontrábamos o cómo habíamos decidido hacer tal o cual cosa.



El DVD que se venderá a escuelas y a estudiantes particulares (a un precio reducido) contendrá la película, el Linear Cut, todas las bandas sonoras, un audiocomentario de cada uno de los departamentos de la película y el acceso a la descarga de todos los contenidos de producción de la película: modelos de contrato, presupuestos, dossiers, planes de rodaje, story-board, guión técnico, todas las versiones del guión... En fin, un recorrido por el proyecto desde su génesis que pueda servir a cualquier profesor o estudiante para aprender cómo se crea un proyecto desde cero, cómo evoluciona, como cambia para bien o para mal y cual es y porqué el resultado final.

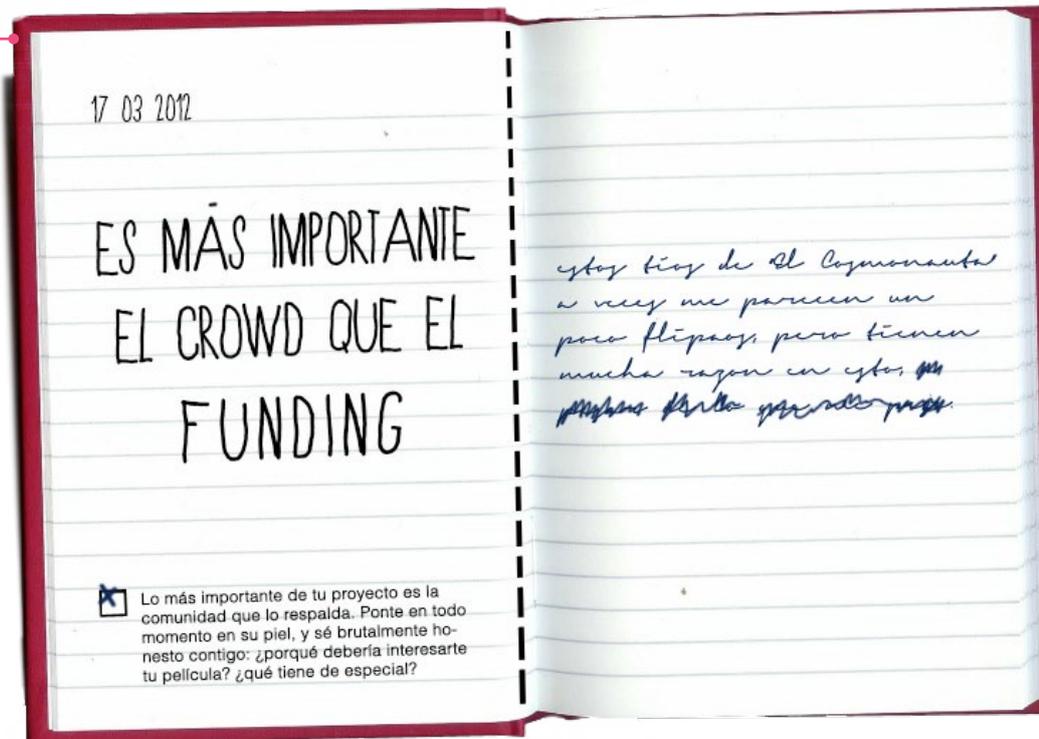
En definitiva, el DVD que a nosotros nos hubiera gustado tener como único libro de texto oficial de nuestros estudios y que se complementará con el libro *Riot Cinema Workbook*.

## • The Riot Cinema Workbook

Un pequeño manual de cine indie que recopila en cerca de 100 frases (y pequeños pies de página) toda la experiencia que hemos acumulado a lo largo de tres años y medio produciendo cine al límite. Con un apartado para tus propias notas y un glosario rápido (del estilo “¿Te planteas el crowdfunding? - páginas 12 y 24” “¿Internet - por dónde empiezo? - páginas 50 a 52”).

Un manual guerrillero, físico, escrito a mano, listo para llevar al combate de un rodaje o para tener en la estantería de una productora.

Las páginas pueden recortarse y barajarse aleatoriamente como si fueran cartas, a lo “estrategias oblicuas” de Brian Eno, y cada una incluye una puntuación, a lo test de Cosmopolitan. Súmala para ver cómo de “cocido” está tu proyecto. Por supuesto, no tiene más valor que el que quieras darle.



## • Linear Cut

Se dice que una película nace en la sala de montaje. “El Cosmonauta” ha tenido seis muertes y una resurrección. Fue en el séptimo corte donde finalmente encontramos la película que queríamos hacer. Una vez tuvimos la clave (toneladas de gracias a César Velasco-Broca, que nos ayudó a pensar en cómo darle la vuelta a todo), todo fluyó como la seda.

Antes de eso existieron seis variaciones sobre una versión lineal de la película que no terminaban de funcionar. Es fascinante porque, aunque parezca increíble, son dos películas diferentes. Tienen poco que ver. Los protagonistas no son los mismos en una que en la otra. El ritmo es otro. La empatía cambia. Todo es distinto.

Queríamos que vosotros también pudiérais verlo. Sacaremos a la luz el último de los montajes lineales para que cualquiera pueda comparar y aprender, como hicimos nosotros.



El minucioso y obsesivo mapa visual que hicimos con frames de la película en la sala de montaje, y del que salió el Linear Cut.



# DISTRIBUCIÓN

ESTRATEGIA SEGÚN MEDIOS



# 1.- FLUJO DE DISTRIBUCIÓN

## • Cambiando el paradigma

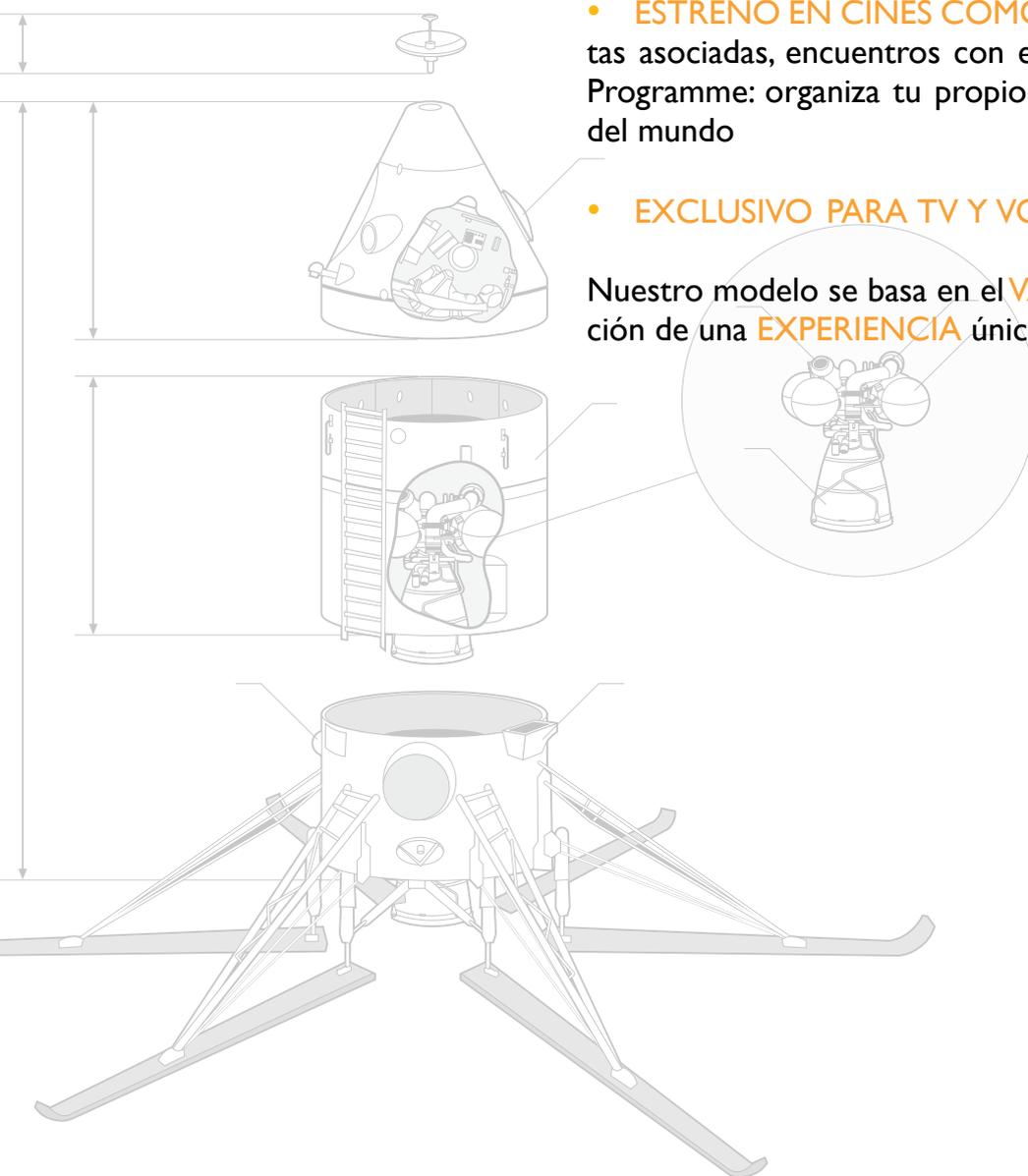
Hasta ahora era el exhibidor o distribuidor quien decidía cuándo y cómo tener acceso a la película. Internet le ha dado la vuelta a este paradigma y ahora son los usuarios los que eligen cómo disfrutar de los contenidos, y sobre todo, cuándo.

Teniendo esto en mente nos planteamos diseñar un sistema de distribución adaptado a nuestra nueva realidad. Un sistema que tuviera en cuenta al espectador y sus necesidades antes que todo lo demás:

- **ESTRENO SIMULTÁNEO:** Cine, Internet, DVD/USB y TV.
- **EXHIBICIÓN EN INTERNET, EN HD Y GRATIS:** Sistema Share To View + concepto “SECUACES”.
- **ESTRENO EN CINES COMO UNA EXPERIENCIA:** Fiestas asociadas, encuentros con el equipo, etc. + Partnership Programme: organiza tu propio estreno en cualquier parte del mundo
- **EXCLUSIVO PARA TV Y VOD:** Final alternativo, extras.

★ ver págs. 35, 36, 43.

Nuestro modelo se basa en el **VALOR AÑADIDO** y la creación de una **EXPERIENCIA** única.



## 2.- UNA EXPERIENCIA

Los datos de que disponemos dan una idea bastante clara de una situación que se repite: el contenido audiovisual es fácilmente accesible y sin coste, y los usuarios están dispuestos a supeditar la calidad y la legalidad a estos factores. Es imposible y, creemos, estéril luchar contra esta tendencia.

Sin embargo, el aumento en el consumo de ediciones especiales en DVD o un incremento cercano al 50% de asistencia a salas cuando una película es presentada por el director o los actores, dejan clara una tendencia: el público está dispuesto a pagar por una experiencia.

1) El usuario, se lo permitan o no, consumirá el contenido de forma gratuita.

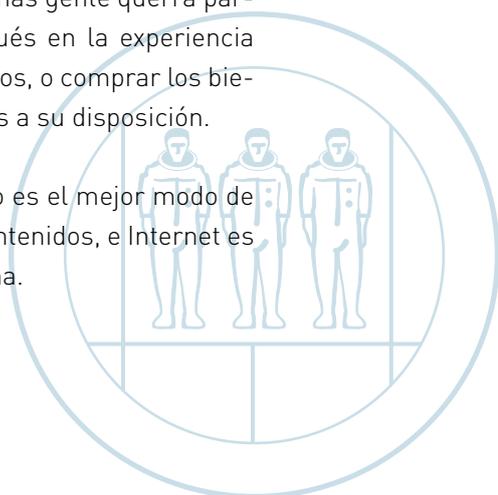
2) Si se le permite consumirlo y distribuirlo libremente, la película llegará a muchas más personas.

3) Nuestro modelo económico se basa en el valor añadido, en las cosas que no se pueden copiar, de forma que cuanto más gente vea la película, más gente querrá participar después en la experiencia que ofrecemos, o comprar los bienes tangibles a su disposición.

4) El usuario es el mejor modo de distribuir contenidos, e Internet es su plataforma.

Un libro firmado, un concierto, un festival de cine o un digipack con un fotograma de la película... Todos estos “envoltorios” (continentes) son valores añadidos que hacen el producto (contenido) más atractivo y digno del desembolso económico.

Se trata de ofrecerle al espectador cosas que no se pueden copiar. Cosas auténticas. Experiencias. Queremos generar una serie de momentos únicos para el usuario, permitirle que se involucre y que participe, que viva “El Cosmonauta” como algo más que una película.



## • Resultados anteriores

Desde el principio, nos planteamos relizar eventos que “tangibilizaran” la película durante los 2 años de pre-producción. Así, realizamos **UN FESTIVAL DE MÚSICA** donde tocó lo mejor de la escena indie de Madrid, **Y TRES FIESTAS**: una conmemorando la llegada a los 1.000 productores y dos “Yuri’s Night” (12 de Abril, la conmemoración de la primera vez que un ser humano, Yuri Gagarin, viajó al espacio). Todas ellas se saldaron con gran éxito y se convirtieron en trending topic de la twittesfera española. La interacción con el público es total: el cocktail “Estrella Azul” (favorito de Gagarin), los chupitos de vodka al estilo ruso (con encurtidos o pepinillo), el photocall espacial, las proyecciones...



Todos los eventos que hemos organizado han sido inmersivos. Experiencias más allá de la fiesta o la música, que sumergían a los fans en un ambiente “cosmonáutico” que hacía de cada uno de ellos algo memorable y único.

# 3.- MERCHANDISING

138.063€ brutos en ventas de productos de nuestra tienda avalan a “El Cosmonauta” como una experiencia de merchandising exitosa. Desde camisetas de diseñadores de primera línea a lápices pasando por exclusivas insignias de coleccionista y parches, cada producto de “El Cosmonauta” es un compromiso con nuestros fans de entregar algo hermoso y que quieras conservar, algo que te conecte con la película.

**20€**  
DVD EDICIÓN ESPECIAL (¿TE LO VAS A PERDER?)  
[Más info](#)

¡Resévala ahora!  
Cantidad  
1

DVD EDICIÓN COLECCIONISTA: Reserva la edición deluxe numerada y firmada. Con poster, banda sonora y extras.

**2€**  
LA SOLUCIÓN SOVIÉTICA  
[Más info](#)

¡Quiero la solución!  
Cantidad  
1

LÁPIZ “LA SOLUCIÓN SOVIÉTICA”: Una historia singular y una comunidad fiel agotan un simple lápiz en la tienda una y otra vez..

**4€**  
PARCHE BORDADO PROGRAMA KOLIBRI  
[Más info](#)

AGOTADO TEMPORALMENTE!  
Cantidad  
1

PARCHE “PROGRAMA K”: El parche oficial del proyecto ha tenido ya varias ediciones.

**4€**  
PACK DE CHAPAS "COSMOKID"  
[Más info](#)

¡Las quiero!  
Cantidad  
1

PEGATINAS Y CHAPAS: ediciones limitadas que cambian cada cierto tiempo en estilo y temática a cargo de nuestros ilustradores.

**20€**  
I SUPPORT PIRACY (BLUE VERSION)  
[Más info](#)

Quiero esta camiseta.  
Cantidad Tallas  
1 M (chica)

CAMISETAS DE DISEÑO: A cargo de referentes como el premio nacional Isidro Ferrer, más de 8 modelos han ido agotándose con regularidad.

**11€**  
POÉTICA PARA COSMONAUTAS - EDICIÓN COLECCIONISTA  
[Más info](#)

Quiero este libro  
Cantidad  
1

LIBROS: La estrella, “Poética para Cosmonautas”, el libro que inspiró el guión, cuya reedición costó íntegramente uno de nuestros fans.

**8€**  
(AGOTADAS) INSIGNIAS SOVIÉTICAS  
[Más info](#)

Quiero esta insignia  
Cantidad  
1

**2€**  
WELCOME PACK  
[Más info](#)

Quiero ser productor  
Cantidad Participa con  
1 Sólo 2 euros

**4€**  
PACK DE PEGATINAS  
[Más info](#)

¡Lo quiero!  
Cantidad  
1

Por nuestra tienda han desfilado un total de 25 productos con cifras de venta sorprendentes, como el caso de unas insignias soviéticas originales que llegaron a durar... ¡escasas horas!

## 4.- THE COSMONAUT EXPERIENCE

Todo comenzará en un gran festival como Berlín o SXSW, donde estrenaremos la película. Unas semanas después empezará una de las sorpresas que más tiempo llevamos preparando.

**THE COSMONAUT EXPERIENCE** serán 6 días donde “El Cosmonauta” es el absoluto protagonista. Una semana llena de eventos y contenidos que culminará con la première mundial de la película.

Queremos concentrar la experiencia todo lo posible. Ya no se trata de alargar cuanto se pueda la permanencia de la película en salas, sino de llevar a cuanta más gente mejor a una única sesión que se convertirá en una experiencia exclusiva e irrepetible.

Durante una semana se realizarán actividades de todo tipo relacionadas con la película:

- **CONFERENCIAS Y MASTERCLASSES** de cada uno de los directores de departamento (vestuario, fotografía, sonido, etc.) en diferentes escuelas y lugares culturales, a las que también puede asistirse online.
- **CONCIERTOS Y ACTIVIDADES** relacionadas con la banda sonora.
- **ENCUENTROS FANS/ EQUIPO** de la película.
- **LANZAMIENTO DE LA WEB Y PRIMERAS PIEZAS ONLINE** gratuitas (seleccionadas de entre las más potentes).
- **SORTEOS** de material exclusivo de la película.



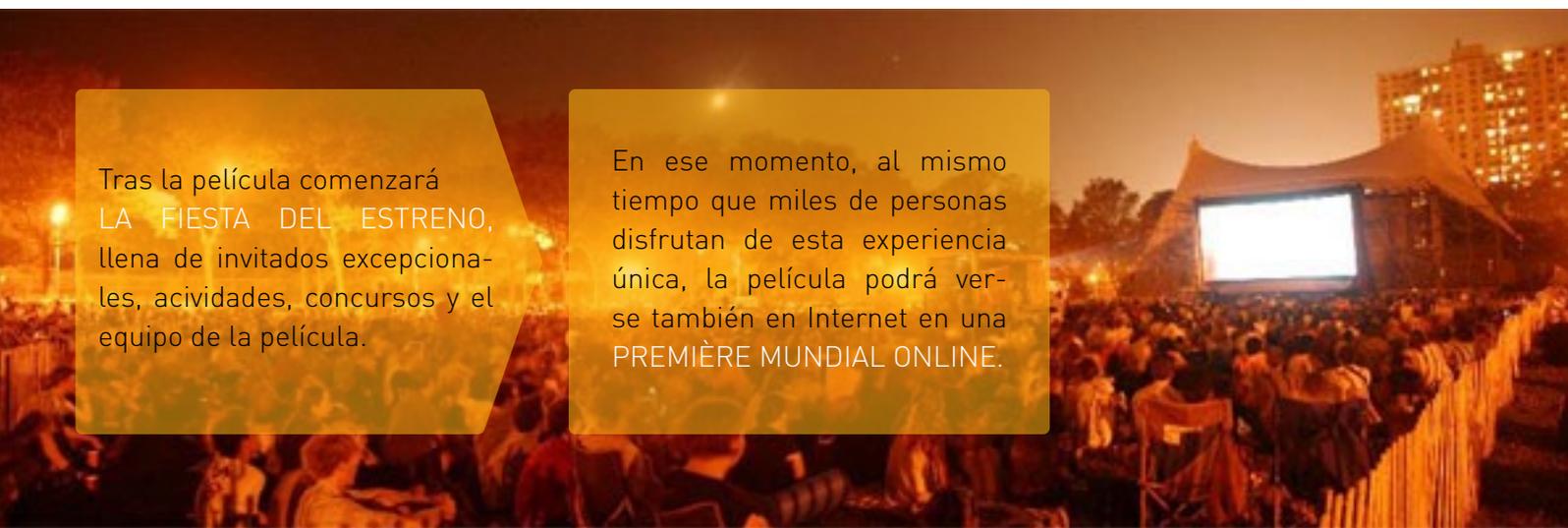
## • La première mundial

### • MADRID

Estrenaremos la película un viernes. El estreno se hará en un lugar donde puedan asistir a la proyección un par de miles de personas. ¿Te imaginas ver una película con dos mil amigos?

### • BARCELONA

Al día siguiente nos tomaremos un clásico “despiertamue-  
tos” para superar la resaca y el equipo al completo se subirá a un bus rumbo a Barcelona para repetir la experiencia el sábado por la noche en la Ciudad Condal.



Tras la película comenzará LA FIESTA DEL ESTRENO, llena de invitados excepcionales, actividades, concursos y el equipo de la película.

En ese momento, al mismo tiempo que miles de personas disfrutaban de esta experiencia única, la película podrá verse también en Internet en una PREMIÈRE MUNDIAL ONLINE.

Experiencias anteriores como la conexión durante todos los días que duró el rodaje de la película con los fans durante una hora para que pudieran ver el “detrás de las cámaras” en directo y día a día han sido tremendamente satisfactorias y han generado unos vínculos fantásticos con ellos.

**La película al completo. DJs, proyecciones, concursos, cocktails cosmonauta, merchandising exclusivo, la posibilidad de comprar el USB edición coleccionista, de hablar con los creadores de la película y de vivir un montón de experiencias.**

**Durante los eventos estaremos conectados con miles de personas en todo el mundo, emitiendo en streaming, respondiendo a preguntas y participando de la fiesta desde cualquier lugar del planeta.**

**Vamos a intentar que el fin de semana de la Cosmonaut Experience sea el fin de semana más emocionante de vuestras vidas.**

# 5.- MARCAS

! 'SOMERS TOWN' es una película británica de bajo presupuesto que fue estrenada en 2008. La película ha sido enteramente financiada por Mother Vision en nombre de Eurostar. La cantidad recibida asciende a 500.000€ y fue entregada de manera desinteresada y en aras del fomento cultural. No obstante, los beneficios fueron amplios y la marca afirmó su entusiasmo por la recepción.

! 'HOME', de Yann Arthus-Bertrand, película estrenada gratis en Internet, fue financiada enteramente por PPR (una empresa multinacional francesa especializada en marcas como Fnac, Puma, Gucci o YSL) como parte de su estrategia de relaciones públicas. El patrocinio de PPR fue revelado un mes antes de que la película se estrenase. La propia empresa patrocinadora afirma que los beneficios en audiencia han sido muy satisfactorios (en diciembre de 2009 se contaban 400.000 visionados en Internet y en el canal de France2 alcanzó los 8.3 millones de espectadores), y se respaldan en el dato de que aunque la película estuvo gratis en Internet, vendieron más de 100.000 copias de DVDs o Blu-ray.

La Cosmonaut Experience presenta un marco incomparable para las marcas, al concentrar toda la atención en un evento de muchísima visibilidad, que probablemente sea cubierto por los medios y seguido por miles de personas en todo el mundo, que ya esperan impacientes el estreno de la película. La interacción con marcas se estructura de muchas formas, desde el patrocinio de los eventos principales hasta la participación en la exhibición online, en las diferentes actividades o en los propios contenidos de la película. Si eres una marca, nos encantaría tomar un café y contarte todo lo que podemos hacer juntos.



Ver **anexo BRANDED CONTENT**



## 6.- EL PROGRAMA K

### • La experiencia en la Red



El logotipo del “Programa K”, creado originalmente para la película, se ha convertido en el emblema de la gran comunidad de productores de “El Cosmonauta”

Cuando nos pusimos a pensar en qué iba a pasar una vez estrenáramos la película, nos dimos cuenta de que teníamos que buscar una manera de permanecer en contacto con nuestra comunidad, de poder contarles las novedades, de poder organizar talleres, de compartir experiencias y, sobre todo, de darles acceso a muchos de los materiales que no iban a estar de forma gratuita en Internet. Así nació la idea del Programa K.

El Programa K es una especie de club privado para todas las personas que quieran estar involucradas con “El Cosmonauta” y con Riot Cinema Collective.

**Tarifa plana:** pagas una sola vez una cantidad fija (5€) y a partir de ese momento tienes acceso a todos los beneficios que te ofrecemos por ser parte de nuestra comunidad.

### • Beneficios

- **TODOS LOS CONTENIDOS TRANSMEDIA CLASE II:** más de 50 minutos de material adicional con las partes más jugosas de la historia.
- **LIBRO DIGITAL “EL VIAJE DEL COSMONAUTA”**, fotografías y diarios de los personajes y del rodaje. Una mezcla poderosa de ficción y documental.
- **SORTEOS DE MATERIAL** de la película.
- Acceso al polémico y jugoso **BRONKING OF**.
- **DESCARGA DE LAS TRES BANDAS SONORAS**.
- Suscripción al **NEWSLETTER EXCLUSIVO** donde desvelamos secretos de la película. Todo lo que hay “detrás de las cámaras”, antes que nadie.

## 7.- SECUACES



Son fans de Los Beatles. Probablemente viajaron cientos de kilómetros y durmieron al raso para ver a sus ídolos. Antes de eso compraron sus vinilos y después del concierto sus camisetas. No pensaron cuánto les estaba costando sino qué estaban recibiendo a cambio: una experiencia. Una experiencia única e inolvidable.

Los músicos saben esto bien. Los cineastas somos más torpes. Pero tengo una cosa clara: cuando existe esa conexión cómplice entre un fan y su ídolo, el dinero no es importante. No es una cuestión de pagar o no pagar, sino de si somos capaces de recuperar eso. Estoy convencido de que si somos capaces de reconciliarnos con nuestro público, darles trabajos de calidad, hechos con mimo, y tratarlos como lo que son, la cosa más importante en nuestra profesión, nos devolverán el favor y no será una cuestión de dinero.

Pero para eso debemos buscar la manera de que vivan una experiencia única e inolvidable con nuestras obras. Y eso pasa por usar la tecnología para darles esas obras cuando, como y donde ellos quieren. Para dárselas en la mejor de las calidades posibles. Para darles todo lo que pidan, como lo pidan, y esperar poder ofrecer un valor extra que convierta ese visionado en una experiencia única e inolvidable, que la complemente o la complete, que la enriquezca, y les haga sentir esa conexión con el director, el productor, el actor o el distribuidor, de tal forma que el dinero ya no sea un problema.

Sé que este discurso se aleja un poco de la línea que hemos tenido hasta ahora, que se basa en cuestiones más técnicas, puramente de mercado sobre el qué, el cómo y el cuándo, sobre el valor añadido y los nuevos canales de distribución. Pero cuanto más me sumerjo en la película y disfruto de este proceso, que estoy compartiendo con nuestros miles de fans, cuando leo sus respuestas y reacciones ante una nueva versión del guión, un teaser, una de nuestras fiestas o cualquier mínima cosa... más me convengo de que, si arreglamos esto, lo demás se arreglará solo y de forma natural.

Nicolás Alcalá, director



## • Artista + Fan = Secuaces



En paralelo al estreno de “El Cosmonauta” pensamos lanzar una campaña, vinculada sólo de manera indirecta pero impulsada por Riot Cinema, para promover esta idea y tratar de recuperar la relación entre el FAN y el ARTISTA. Nos gusta la palabra SECUAZ porque define bien esa relación cómplice entre uno y otro.

La idea será muy simple: una especie de “décálogo de buenas prácticas” y alguna imagen que con la que poder identificarse, que poder usar como logo o fondo en Facebook y Twitter.

Se resumirá en un pequeño manual en PDF que se pueda imprimir y repartir.

Queremos que la gente lo suscriba, lo comparta, lo demande. Que artistas conocidos se sumen al movimiento.



La idea básica, en definitiva, es convencer a las personas de que es hora de mojarse. De apostar por el talento y elegir de qué cinco artistas van a ser sus secuaces. Cinco artistas, sin importar si son músicos, directores, diseñadores, etc. Cinco artistas a los que van a apoyar cueste lo que cueste, de los que van a comprar todo lo que hagan. Cinco artistas de los que se van a convertir en seguidores, en mecenas, en secuaces. Los apoyarán pase lo que pase.

De esta forma los artistas van a ir generando sus pequeñas comunidades de fans incondicionales que les ayudarán a continuar creando sus obras.

## 8.- DVD, BLU-RAY, USB

La edición física de la película tendrá dos formatos posibles:

- **BÁSICA:** Una edición en DVD y Blu-ray, en caja de cartón con un cuidado diseño, con dos contenidos solamente: la película y el Bronking Of. Precio estimado: 10€ por el DVD y entre 12 y 14€ por el Blu-ray.
- **COLECCIONISTA:** Una edición numerada y firmada que, por primera vez en España, se editará en soporte pendrive (memoria USB) y que vendrá encapsulada en un modelo a escala de la cápsula Kolibri tal y como aparece en la película. Precio estimado: entre 25 y 30€

Es posible que se edite una versión low cost disponible como regalo promocional en periódicos o revistas cuyo precio se estima en 4,95€.

- **PACK PARA ESTUDIANTES DE CINE**

Produciremos una edición especial del DVD con fines formativos para escuelas y estudiantes, con un audiocomentario de la película de todos y cada uno de los departamentos, donde se cuente cómo se puede producir una película como “El Cosmonauta” con los pocos medios que hemos tenido.

En este caso, el precio a pagar será por la licencia de uso de los contenidos que se entregarán en formato digital. Tanto las escuelas como los estudiantes que quieran acceder a este contenido deberán acreditar su condición o interés formativo.

Precio para escuelas: 250€

Precio para estudiantes: 50€

## 9.- TV

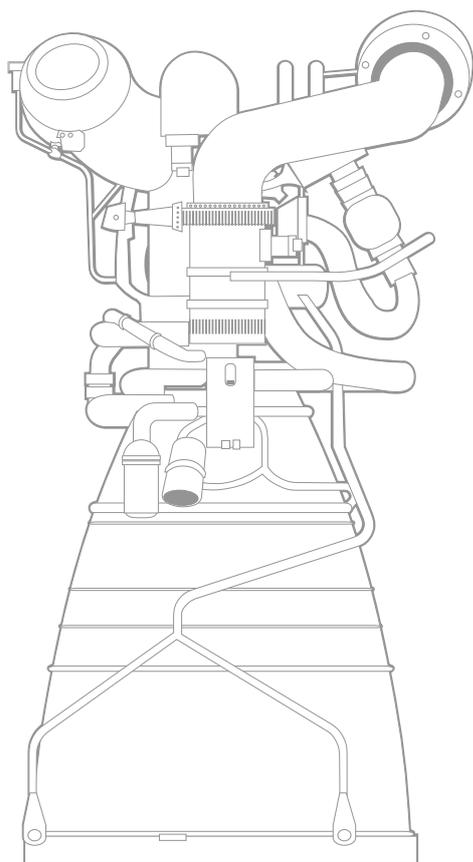
Las televisiones tiene una situación de beneficio absoluto en cuanto a la exhibición de “El Cosmonauta”.

Generalmente deben esperar entre 12 y 36 meses para poder exhibir las películas estrenadas primero en cine y después en DVD. Con nuestro modelo, pueden hacerlo desde el primer día, por lo que amplían su audiencia de forma masiva, pudiendo llegar a todos los públicos y no solamente a los que no vieron originalmente la película en alguno de los otros formatos.

Además, en vez de verla en Internet (tiempo de carga, peor calidad, etc.) es más que probable que la mayoría de los espectadores prefiera verla en su pantalla de televisión, mucho más grande y con mayor calidad.

Preveamos llegar a acuerdos exclusivos como por ejemplo el estreno en paralelo a la Cosmonaut Experience y la correspondiente retransmisión en medios del evento (con la posterior emisión de la película sincronizada) o la posibilidad de realizar acuerdos conjuntos para la exhibición de la película al mismo tiempo en la web de la cadena.

Dadas todas estas ventajas, esperamos poder cerrar acuerdos de distribución con alguna de las principales cadenas nacionales y con varias extranjeras. Negociaciones, por otro lado, que ya se encuentran en desarrollo.



## 10.- CINE

Seamos honestos: nuestro modelo de distribución, gratuitamente en Internet, con Creative Commons, day&date y multiplataforma es una completa y absoluta locura. Como es poco probable que vayamos a encontrar un gran distribuidor dispuesto a estrenar “El Cosmonauta” en 400 salas de cine y además lo consideramos un modelo en vías de extinción, hemos decidido hacer una locura también en la distribución.

¿Y eso qué significa? Significa que la distribución de “El Cosmonauta” va a ser “Do It Yourself”. Tú te lo guisas, tú te lo comes.

¿Por qué? Porque pensamos que los modelos de distribución convencionales no nos iban a permitir llegar a todos aquellos lugares donde “El Cosmonauta” tiene una audiencia potencial.

¿Y por qué sabemos que no nos equivocamos? Porque ya nos han escrito personas de todas partes del mundo (desde Los Ángeles a Moscú, pasando por París, Londres, Nueva York o Bogotá), diciéndonos que están interesados en organizar un estreno de la película.

Uno de ellos tiene un cine de 1.200 butacas. Otro quiere alquilar un autobús y hacer una gira por 25 pequeños pueblos y ciudades proyectando el film. Otro va a abrir el salón de su casa a cualquiera que quiera ir a ver la película. Una agencia de publicidad va a organizar una fiesta por todo lo alto y, de paso, a proyectar la película.

¿El modelo? Lo inventas tú.



## • Partnership Programme.

! No importa que seas un distribuidor local o internacional, un exhibidor, un dueño de una sala de conciertos o exposiciones o simplemente alguien con ganas de ser parte de nuestra experiencia. Si tienes un lugar donde poner la película y una audiencia con la que llenarlo, entonces podemos hacer esto juntos.

El modelo es muy simple. Organizar cientos de proyecciones y fiestas en muchas ciudades de todo el mundo es casi imposible. Pero organizar una sola en tu ciudad es fácil. Ahí entras tú.

TÚ nos escribes y nos propones organizar un estreno de “El Cosmonauta” en tu ciudad.

NOSOTROS comprobamos que cumples los requisitos mínimos (¡tranquilo, será fácil!) y te damos el OK.

TÚ preparas todo. LA SALA o local donde se proyectará, las entradas, las palomitas o cualquier otra cosa que se te ocurra, y si te apetece, la fiesta posterior.

NOSOTROS te facilitamos los AFICHES que necesites, la PROMOCIÓN ONLINE y te mandamos una COPIA DE LA PELÍCULA (DVD, DCP o cine, dependiendo de las necesidades) y una tonelada de merchandising para hacer la experiencia más completa.

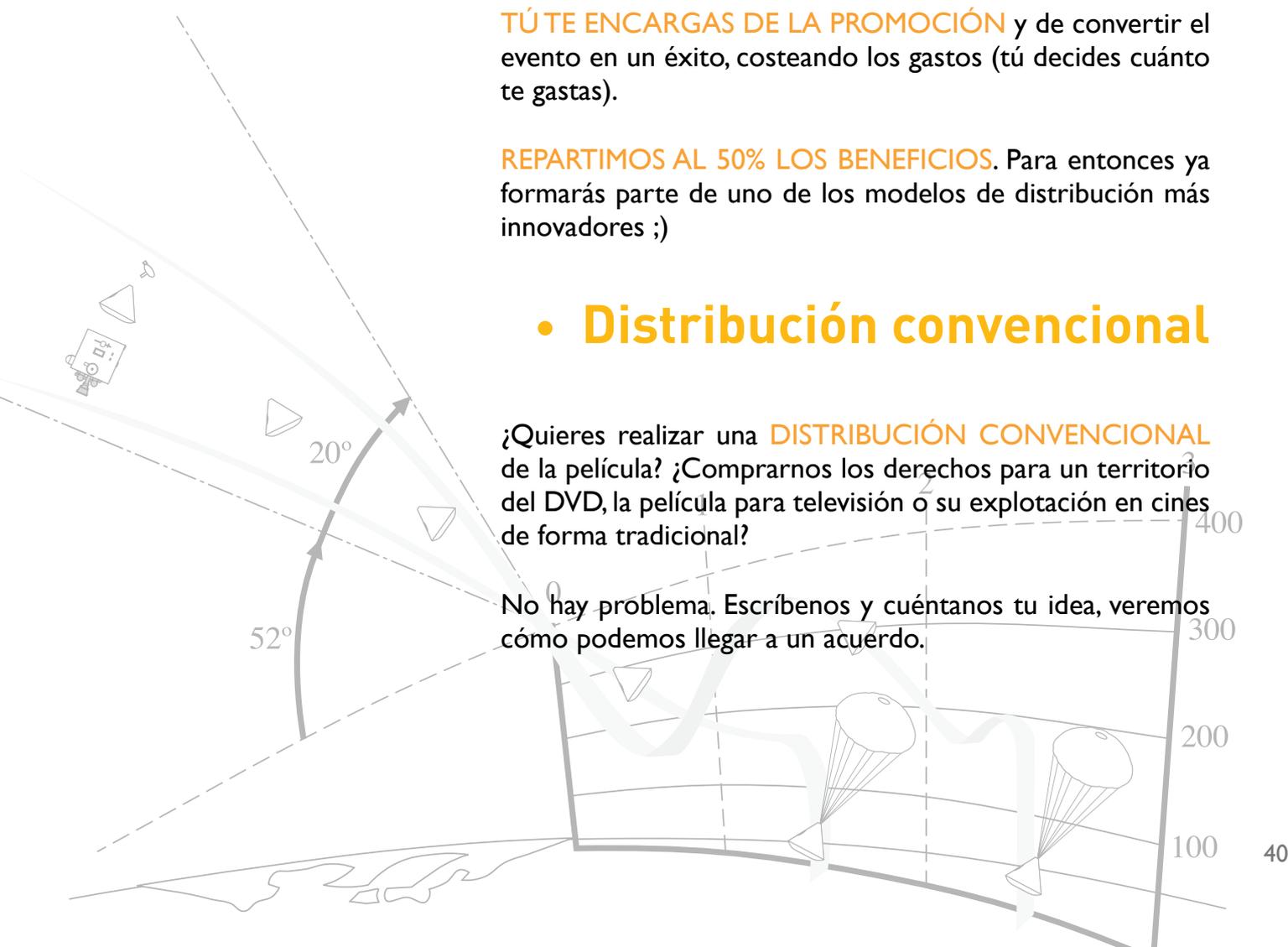
TÚ TE ENCARGAS DE LA PROMOCIÓN y de convertir el evento en un éxito, costeadando los gastos (tú decides cuánto te gastas).

REPARTIMOS AL 50% LOS BENEFICIOS. Para entonces ya formarás parte de uno de los modelos de distribución más innovadores ;)

## • Distribución convencional

¿Quieres realizar una DISTRIBUCIÓN CONVENCIONAL de la película? ¿Comprarnos los derechos para un territorio del DVD, la película para televisión o su explotación en cines de forma tradicional?

No hay problema. Escribenos y cuéntanos tu idea, veremos cómo podemos llegar a un acuerdo.

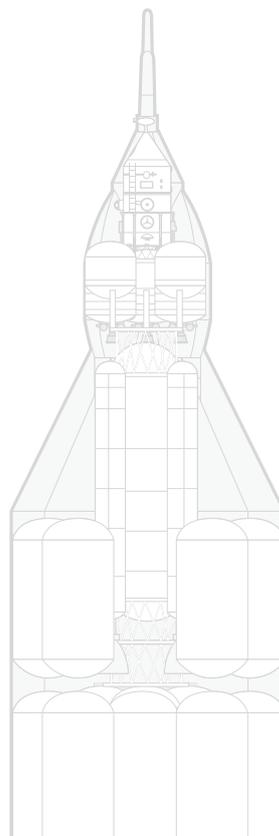
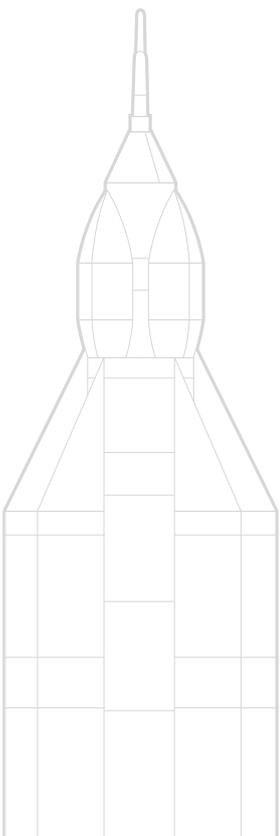
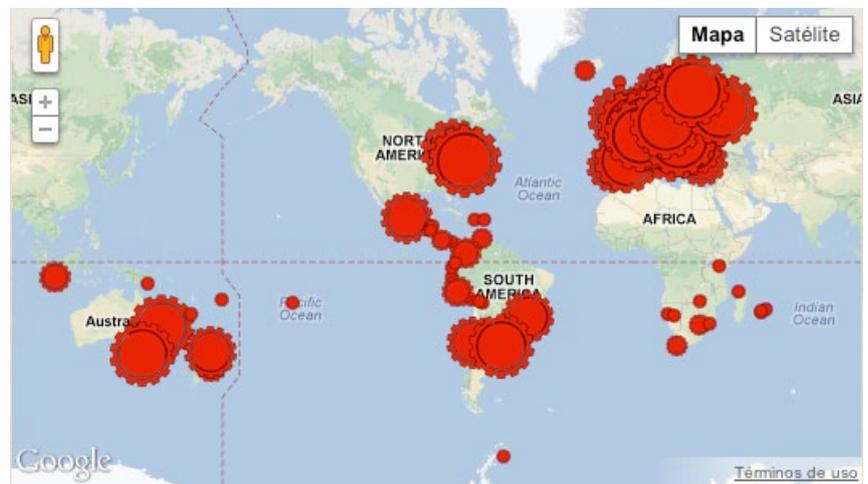


## • On Demand

Pondremos en marcha dos herramientas para pedir proyecciones de la película.

- **EN LA PRIMERA** los fans podrán pedir que se proyecte en su ciudad, indicando qué tipo de visionado querrían (en cine, gratuito o de pago, con o sin experiencia añadida), que servirá a los exhibidores para ver el volumen de asistencia aproximado por ciudad y la experiencia que el público demanda.
- **LA SEGUNDA** será para que los exhibidores soliciten una licencia de proyección “a medida”.

“Demand Iron Sky”, la iniciativa de Iron Sky que ha conseguido mapear con bastante exactitud las comunidades de fans de la película, es nuestro primer referente.



# 11.- WEB OFICIAL

“I sometimes suspect that we’re seeing something in the Internet as significant as the birth of cities. It’s something that profound and with that sort of infinite possibilities. It’s really something new; it’s a new kind of civilization.” - William Gibson (1995)

“El Cosmonauta” ha nacido en la Red y creemos que es ahí donde las historias van a desarrollar todo su potencial durante las próximas décadas.

La era de los cines, los formatos físicos, las ventanas de exhibición y las viejas formas de distribución están extintas o en proceso de descomposición.

Con mayor o menor tristeza nuestra apuesta es por el futuro. “El Cosmonauta” es un manifiesto de una época. O más bien, del inicio de una época.

Vamos a proyectar “El Cosmonauta” de la forma en que creemos que los espectadores querrán verla.

Queremos que la web oficial se convierta en un lugar no sólo de visionado revolucionario, sino también de formación, experimentación y vivencia de experiencias relacionadas con nuestra pasión: contar historias.

Que se convierta en todo un universo creativo donde el espectador participa hasta niveles no conocidos hasta ahora y donde se pueda desarrollar el pleno potencial de la red y las diferentes plataformas de acceso a Internet.

**TODO EL CÓDIGO FUENTE DE LA PLATAFORMA SE PUBLICARÁ BAJO LICENCIA CREATIVE COMMONS (PROBABLEMENT BY-SA) PARA QUE TODOS PUEDAN USARLA PARA EXHIBIR Y DISTRIBUIR CINEY CONTENIDOS TRANSMEDIA EN LA RED.**

## • Share to View

**Nuestro objetivo es que la mayor cantidad de gente posible vea nuestra película. Por eso vamos a ofrecerla de forma gratuita en alta definición en Internet, con una única condición: deberás compartirla para verla.**

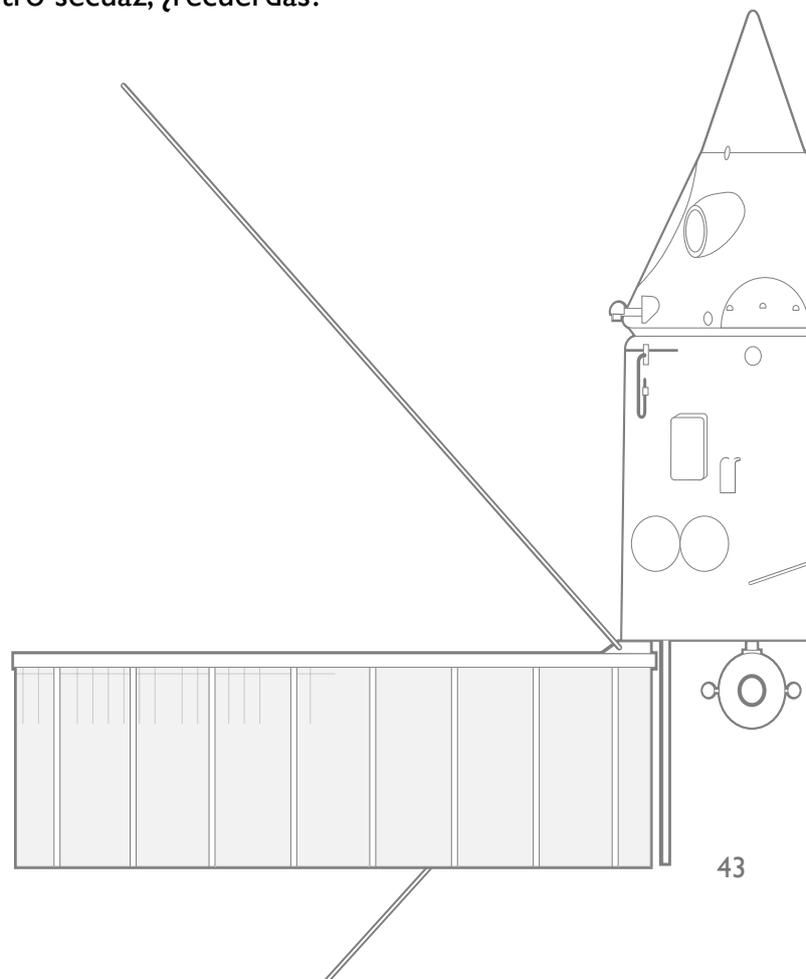
Normalmente debías pagar para ver contenidos (Pay per View). En nuestro caso aplicaremos el modelo Share to View. Antes de poder darle al play en nuestra web lo único que te pediremos a cambio es que te loguees con Facebook Connect y compartas con tus amigos en tu muro que estás a punto de ver la película, o que se la envíes a al menos a una persona por email.

De esta forma, tú realizas un pequeño esfuerzo y nosotros podemos llegar a mucha más gente y demostrar que un modelo donde se ofrecen los contenidos de forma gratuita realmente puede funcionar.

Una vez la hayas visto, podrás decidir libremente si mereció la pena y quieres pagar una pequeña cantidad o comprar alguno de los increíbles productos que ofreceremos en nuestra tienda.

**Relación directa entre el creador y su público. Queremos que seas nuestro secuaz, ¿recuerdas?**

Siempre que nos preguntan si no es una locura distribuir la película gratuitamente en Internet respondemos con la siguiente frase: "Si limitas su distribución es posible que 100 o 200 personas decidan pagar por verla en un cine y algunos más compren el DVD. En total, 300 personas habrán visto la película y pagado por ella. Pero si conseguimos que uno, dos, o diez millones de personas vean la película de forma gratuita, es más que probable que un número significativamente mayor que esos 300 decida comprar el DVD, vivir parte de la experiencia o aportar una pequeña cantidad. Al final, los resultados económicos serán mayores y encima habremos llegado a muchísima más audiencia."



## • Timeline

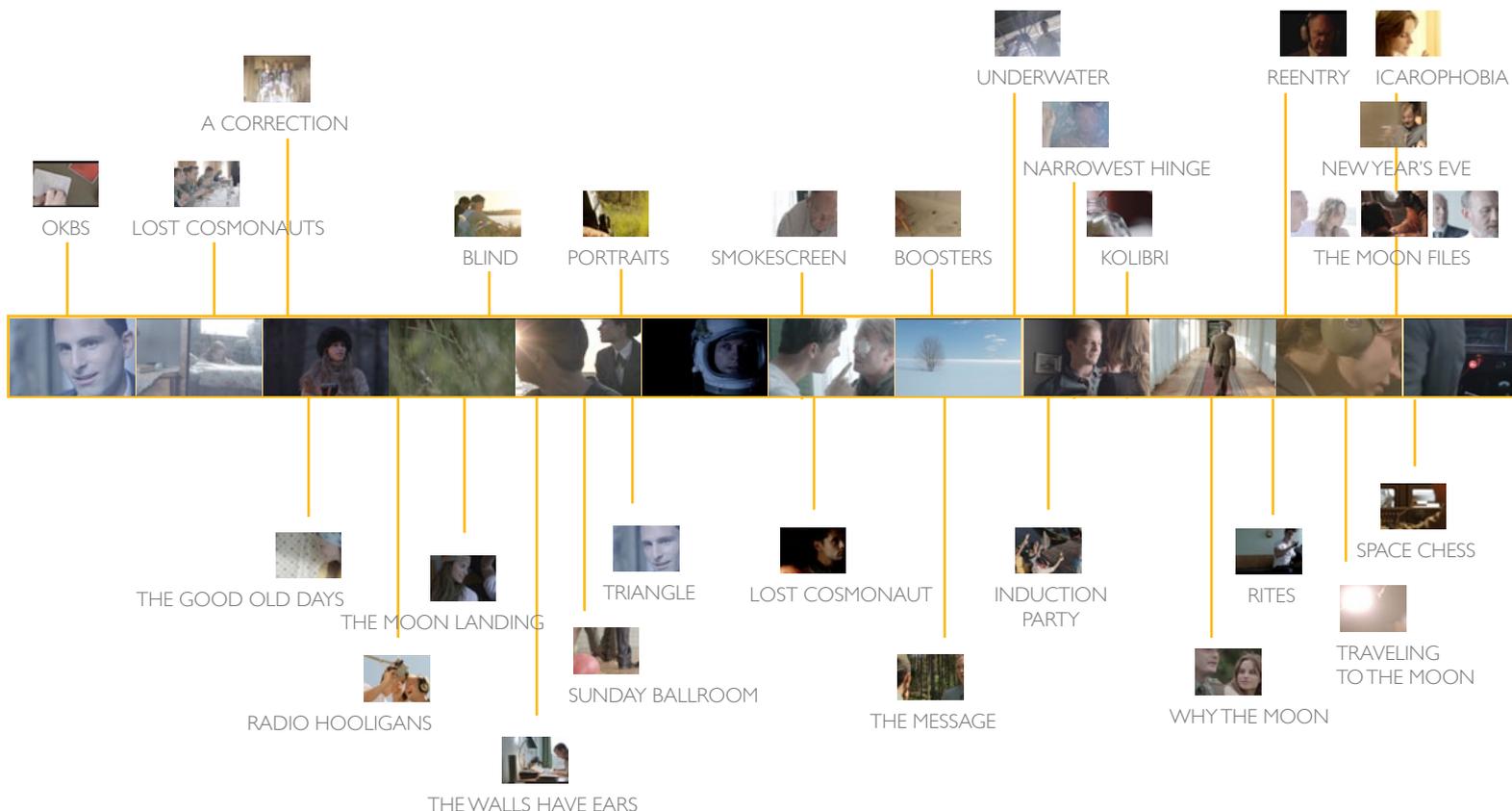
Vamos a diseñar con mucho cuidado la experiencia de visionado online de “El Cosmonauta”.

Una web donde podrás ver dónde comienza y termina la historia, dónde se sitúa cada uno de los contenidos transmedia respecto a la película y en qué orden te recomendamos verlos.

También tendrás información contextual de cada episodio y la película, acceso a otros materiales y al resumen de la red Nayik, a la que podrás acceder a través de Facebook en tiempo real o a posteriori a través de la web.

Algunos contenidos estarán accesibles de manera gratuita y para otros tendrás que estar logueado con tu usuario y contraseña del Programa K.

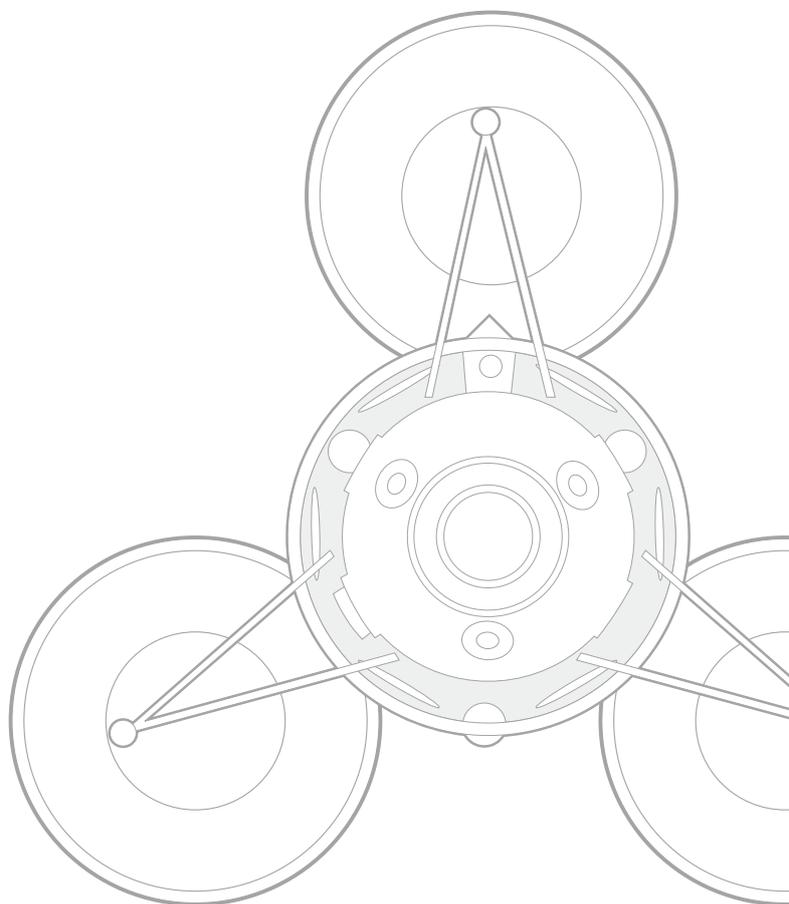
En nuestra web podrás, además, acceder a todos los contenidos históricos del proyecto que hemos hecho públicos en estos años y, si estás logueado en el Programa K, descargar los videos de forma exclusiva.



# 13.- VOD Y TV ONLINE

Los portales de video bajo demanda podrán exhibir la película de forma gratuita si no tienen ningún tipo de publicidad ni recargo por visionado o hacerlo, en caso contrario, de forma convencional a cambio de un pago (llegando a un acuerdo de shared revenue con nosotros).

Para promover el visionado en estas plataformas les ofreceremos la posibilidad de adquirir material adicional exclusivo que acompañe al contenido principal.



# 14.- REMIX

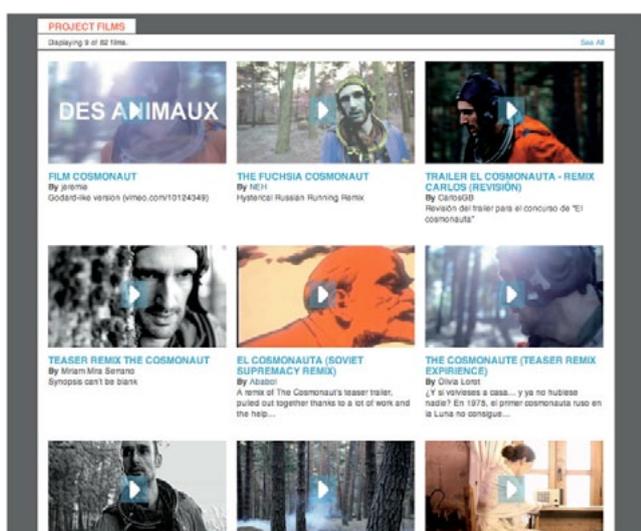
“El Cosmonauta” apuesta por dar acceso a la comunidad al material que ella misma ha hecho posible. Además, nos permite tener un diálogo creativo con el público. Para potenciar esta oportunidad, hemos diseñado convocatorias de remix con distintos contenidos del proyecto para que cualquiera pueda realizar obra derivada a partir de ellos.

- **Teaser Remix Experience**

Organizada con Mubi.com, se ha convertido en una referencia en términos de remezcla de vídeo y de encuentro con la audiencia. Más de 100 remezclas internacionales reinterpretaron el teaser trailer original.

- **Los sueños del Cosmonauta**

Una exitosa convocatoria internacional realizada con LOMOGRAPHY SPAIN, que recibió más de 400 “lomografías”, fotografías analógicas que homenajean la estética de los años 70 y la Unión Soviética.



## • The Audience's Cut

Una de las mayores revoluciones que van a tener lugar con la película será el preciso momento en que subamos a Internet todos los contenidos originales de la película para permitir su modificación, uso y remezcla por parte de los usuarios.

- MÁS DE 140 HORAS DE MATERIAL BRUTO
- MÚSICAS Y SONIDOS
- IMÁGENES
- NUESTRAS HERRAMIENTAS WEB

Todas las nuevas creaciones derivadas de "El Cosmonauta" o sus materiales deberán tener una licencia Creative Commons Atribución Compartir-Igual No Comercial, lo que significa que no podrás hacer dinero con ellas de forma directa o indirecta a no ser que llegues previamente a un acuerdo con nosotros.

Gracias a esta iniciativa, pionera en la historia del cine a nivel mundial, tendrás acceso a todo este material con el que podrás hacer tu propio montaje de la película, utilizarlo para tus creaciones audiovisuales... y también podrás crear obra inspirada en cualquiera de los elementos de "El Cosmonauta".



Al igual que con el disco de FK Digital Records, quizá tu contenido tenga una viabilidad comercial y podamos llegar a un acuerdo para beneficiarnos los dos. ¿Se te ocurre alguna idea? ¡Escribenos!

# 15.- CREATIVE COMMONS BY-SA-NC

[Texto legal completo.](#)

Todos los contenidos de “El Cosmonauta” estarán licenciados bajo Creative Commons BySaNc.

- **ERES ES LIBRE DE:**

COPIAR, DISTRIBUIR Y COMUNICAR PÚBLICAMENTE

REMEZCLAR

- **BAJO LAS CONDICIONES SIGUIENTES:**



**RECONOCIMIENTO:** debes reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene tu apoyo o apoyan el uso que haces de su obra).



**NO COMERCIAL:** no puedes utilizar esta obra para fines comerciales.



**COMPARTIR BAJO LA MISMA LICENCIA:** si alteras o transformas esta obra, o generas una obra derivada, sólo puedes distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.

- **ENTENDIENDO QUE:**

**RENUCIA:** alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.

**DOMINIO PÚBLICO:** cuando la obra o alguno de los elementos se halle en el dominio público según la ley vigente aplicable, esta situación no quedará afectada por la licencia.

**OTROS DERECHOS:** los derechos siguientes no quedan afectados por la licencia de ninguna manera:

- Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por ley no se ven afectados por lo anterior.
- Los derechos morales del autor.
- Derechos que pueden ostentar otras personas sobre la propia obra o su uso, como por ejemplo derechos de imagen o de privacidad.

**Aviso:** al reutilizar o distribuir la obra, tienes que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.

# CONCLUSIÓN

En definitiva, lo que buscamos es darle una vuelta a la manera en que hasta ahora se entendía el cine, marcado por los productores y distribuidores, para comenzar a entender el cine tal y como lo entiende el público, principal protagonista.

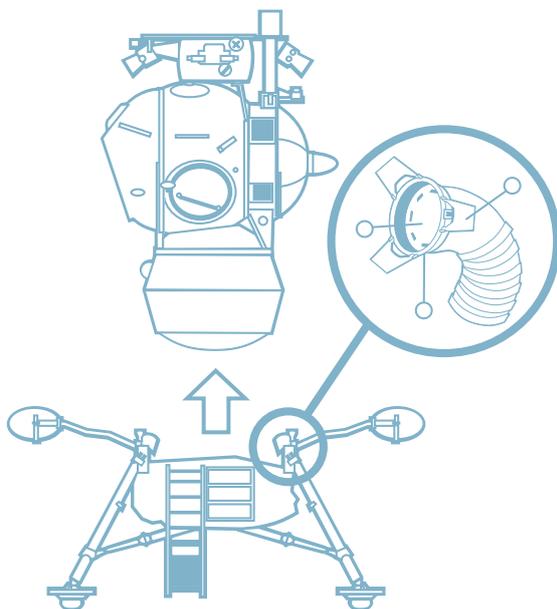
Hemos buscado la manera de producir exactamente como queríamos hacerlo: con toda la libertad creativa posible. Y de generar un vínculo con nuestra audiencia: escucharles, saber qué quieren ver, cómo y cuándo.

Hemos buscado la forma de darles esos contenidos de la manera en que a nosotros nos habría gustado consumirlos. En darles la oportunidad de participar en aquellas cosas en las que a nosotros nos habría encantado. Y de animarles también a aportar su visión creativa sobre nuestras ideas.

“El Cosmonauta” es un cambio de paradigma en la forma de entender cómo se financian, se producen y se distribuyen las películas. Un cambio en cómo se ven y se consumen. Un pequeño paso hacia un modelo mucho más creativo, más libre y completamente adaptado al espectador.

¿Te unes?

[hola@elcosmonauta.es](mailto:hola@elcosmonauta.es)





[www.elcosmonauta.es](http://www.elcosmonauta.es)  
[www.riotcinema.com](http://www.riotcinema.com)

**Riot Cinema Collective**  
[hola@riotcinema.com](mailto:hola@riotcinema.com)