

The Plan (light).

Una versión adelgazada
de la estrategia de "El Cosmonauta"

¿QUÉ ES?

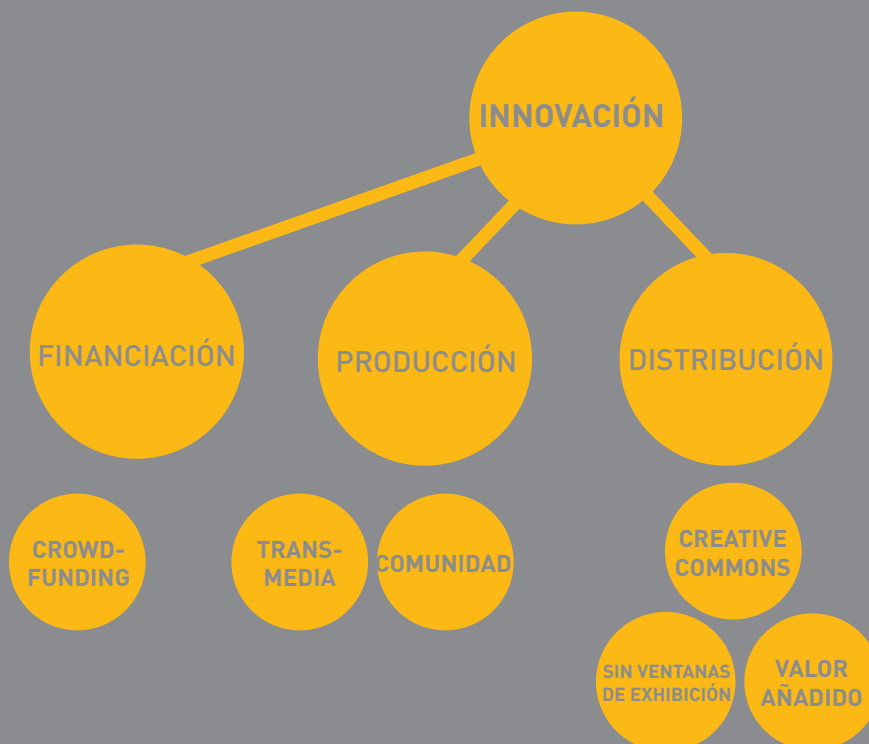
El Cosmonauta es un proyecto de largometraje.

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.

Que se acerca al público desde el principio del proyecto y, fomentando una relación más estrecha y transparente, le invita a participar en el proceso de producción de una película, involucrándose en una comunidad y a través de la utilización y libre distribución del material, licenciado con Creative Commons.

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



SINOPSIS.

“El Cosmonauta” es una historia que habla del recuerdo y del deseo.

Incluso de aquellos recuerdos que solamente fueron deseos.

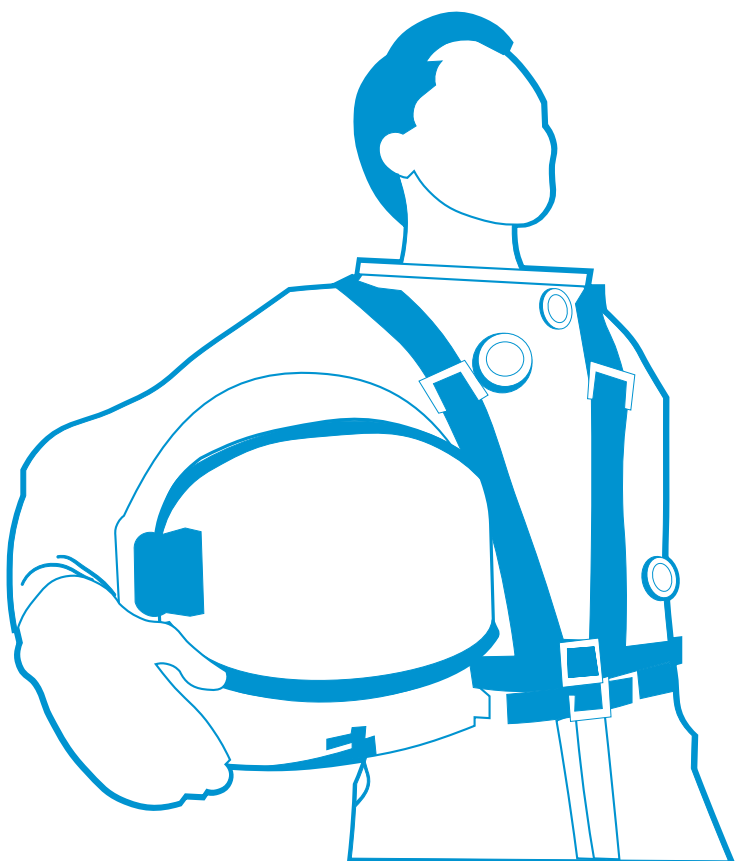
Octubre de 1975. Stan se prepara para ser el primer cosmonauta ruso en la Luna. Andrei, su mejor amigo, dirige la misión.

En los tensos días antes de la partida, Stan piensa en Yulia, la mujer de la que ambos llevan enamorados desde su llegada a la Ciudad de la Estrellas, más de diez años atrás.

Ultiman los detalles de la misión pero apenas dos días después de despegar, la nave pierde toda comunicación con la Tierra. Durante siete meses, Andrei y Yulia lo buscan día y noche sin descanso.

Un día, la nave vuelve a la Tierra
Cuando cae, no hay rastro del cosmonauta.

El desconcierto aumenta cuando comienzan una serie de transmisiones de radio: Stan habla desde un lugar desconocido. Dice haber vuelto a la Tierra, y haberla encontrado vacía. Poco a poco, se va definiendo un nuevo, extraño y peligroso triángulo.



INNOVACIÓN.

● ¿Por qué innovar?

Como en ningún otro momento en la historia, los creadores tienen a su alcance poderosas herramientas de creación y distribución que les permiten producir contenidos audiovisuales de calidad a muy bajo coste.

El contacto con el público es directo, efectivo y más productivo. Los intermediarios tienden a desaparecer. INTERNET, el P2P, el VÍDEO BAJO DEMANDA y la irrupción de nuevos formatos narrativos (series y vídeos cortos de youtube) han producido un cambio en las formas de consumo y por tanto en la forma en que los espectadores miran.

Este nuevo panorama ha puesto en jaque al modelo tradicional de financiación, producción y distribución.

● ¿Dónde innovar?

Planteamos nuevas vías de FINANCIACIÓN que aprovechan, el enorme poder de difusión de Internet (de esta forma encontramos inversores privados) y la posibilidad de involucrarse de forma sencilla (mediante la microfinanciación, miles de personas pueden participar en la película a través de CROWDFUNDING). Así generamos, 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.

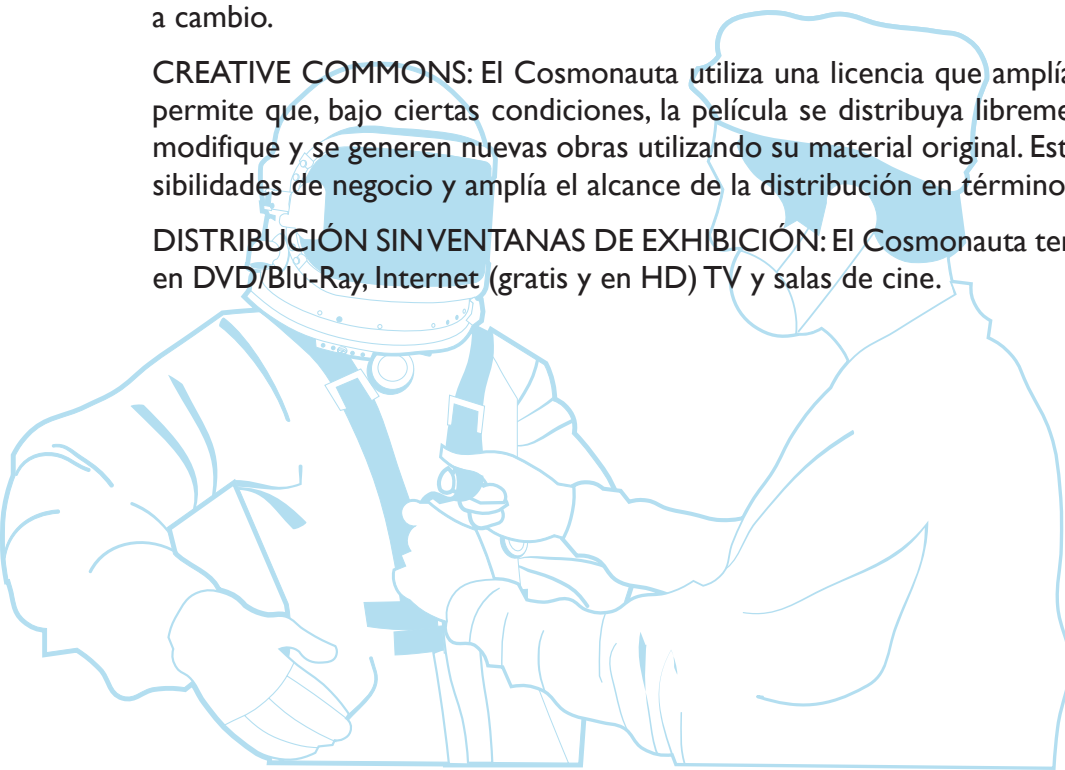
Además, el nuevo paradigma en el consumo de contenidos y las nuevas formas audiovisuales a las que se está adaptando el espectador hoy, nos llevan a cambiar también nuestro paradigma de producción, convirtiendo la película tradicional en un proyecto TRANSMEDIA, narrando el universo del film desde diferentes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

● Claves

CROWDFUNDING: Un método de financiación que encumbran revistas como Wired o Time. A partir de 2€ cualquiera puede convertirse en productor de El Cosmonauta, recibiendo un welcome pack y la aparición en los títulos de crédito. Si se quiere aportar algo más, siempre se recibe algo a cambio.

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 nuevas posibilidades de negocio y amplía el alcance de la distribución en términos masivos.

DISTRIBUCIÓN SIN VENTANAS DE EXHIBICIÓN: El Cosmonauta tendrá un estreno el mismo día en DVD/Blu-Ray, Internet (gratis y en HD) TV y salas de cine.



LOGROS.

● ¿Qué hemos conseguido hasta ahora?

Desde el 11 de mayo de 2009 (día del lanzamiento de la web) a Mayo de 2010, EN SÓLO UN AÑO, Y SIN UN FOTOGRAMA RODADO, hemos logrado:

- **23 INVERSORES** que han aportado entre 1000 y 3000 euros
- **MÁS DE 2000 PRODUCTORES** que han aportado una media de 12,5€
- Una **APARICIÓN EN MEDIOS** online y offline (tanto nacionales como internacionales) **CONSTANTE**.

● En España:

6 DE LAS PRINCIPALES TELEVISIONES NACIONALES (ej. Cuatro, TVE, La Sexta, TVE2, CNN+)

8 DE LAS PRINCIPALES RADIOS tanto nacionales como locales (ej. La SER, 40 principales, RNE)

12 DE LOS PRINCIPALES PERIÓDICOS de pago y gratuitos (ej. El País, ABC, Público, Cincodías, El Mundo)

5 DE LAS PRINCIPALES REVISTAS DE OCIO Y CULTURA (ej. Fotogramas, OnMadrid)

300 BLOGS Y WEBS (ej. RTVE, Microsiervos, Las Horas Perdidas, Green Shines, Filmutea, La Información, Loogic, Barrapunto).

● Internacional:

Un artículo en la versión impresa de la revista **WIRED UK** y el **DAILY FESTIVAL** de la edición **2010 DEL FESTIVAL INTERNACIONAL DE ROTTERDAM**. A destacar online: el boletín del productor **PETER BRODERICK**, el blog **TWICH** de Todd Brown, el blog de la Open Video Alliance, el blog del cineasta inglés Robert Pratten, el de Brian Newman (ex-CEO del Tribeca Film Institute), la bitácora de la cineasta australiana Luci Temple, del thinktank **THE WORKBOOK PROJECT** (sin duda, el podcast más escuchado los círculos de new media y cine Indie en Estados Unidos).

-
- **IMPACTO EN REDES SOCIALES:** Twitter (1000 followers), Facebook (más de 4.000 entre fans y amigos) y 75.000 visionados entre YouTube y Vimeo.
 - **CARTAS DE INTENCIÓN DE DISTRIBUCIÓN:** de DVD en España con la prestigiosa firma **CAMEO** y de distribución online en Estados Unidos con **INDIEFLIX** (con importantes acuerdos con retailers como Netflix, Amazon y Hulu).
 - Realizar la **MÁS EXISTOSA CONVOCATORIA DE REMEZCLA DEL CINE ESPAÑOL** dando los contenidos de una película, recibiendo más de 80 remezclas a concurso.
 - Colaborar con empresas online estratégicas dentro del sector cinematográfico como **MUBI.COM** (antes "TheAuteurs.com", distribuidora de la Criterion Collection y colaboradora de la World Cinema Foundation de Martin Scorsese).
 - Ser **INVITADOS COMO CONFERENCIANTES EN ALREDEDOR DE 50 CONFERENCIAS NACIONALES E INTERNACIONALES** entre festivales, universidades e instituciones (congreso **PIXEL** en París del programa **MEDIA**, el festival **ZINEMASTEIA** 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**, el **EOI**, etc.)

1. "You're on the right way. Everything cool appears on WIRED" - BEN HAMMERSLEY, Editor at Large, WIRED UK.

LOGROS.

● 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

● Apoyos

BORIS VOLYNOV
Cosmonauta
Retirado
Misiones Soyuz
5 y 21

J.L. RUIZ DE
GOPEGUI
Ex-director de los
programas NASA
en España

SERGEI VOLKOV
Cosmonauta
Ruso Expedición
17 ISS

RICHARD
STALLMAN
Fundador de
GNU /FSF

JOAN
FONTCUBERTA
Premio Nacional
de Fotografía

ALEX NAVARRO
MEDIA Europe
/Antenna Catalunya

PETER
BRODERICK
Paradigm Consulting

CAMEO

CAMPUS
PARTY

Istituto Europeo di
Design Barcelona

MEDIALABPRA-
DO - Madrid



Embajada de la
Federación Rusa
Madrid

MUBI

BOB MC ANDREW
STUDIO Hollywood
Coach Agency



EMBAJADA
ESPAÑOLA
Moscú

UOC



MUSEO DE
AERONÁUTICA Y
ASTRONÁUTICA



LEEM

● 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 Iberoamerican
Internet Startup
ENDEAVOUR FOUNDATION
SELECCIONADO



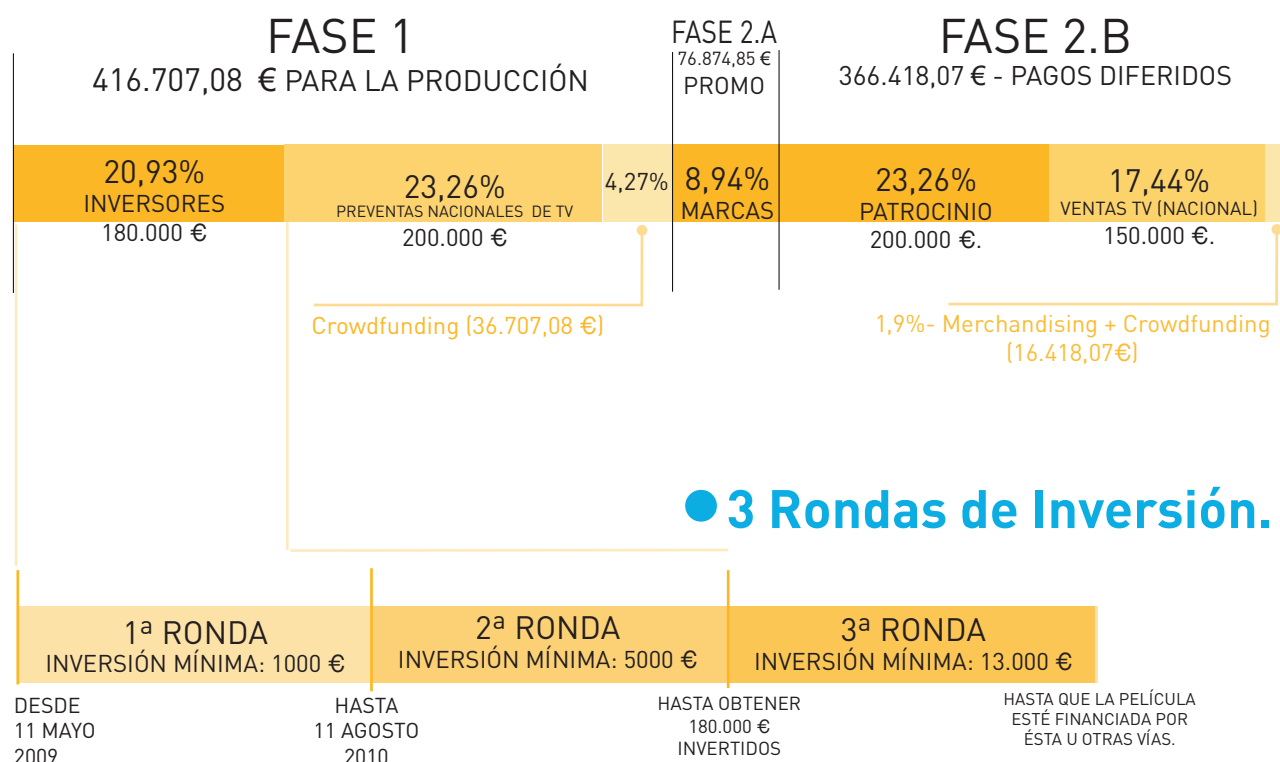
Most Innovative
Tech Startup
RED INNOVA
EOI BUSINESS SCHOOL
SELECCIONADO

FINANCIACIÓN

Utilizamos el CROWDFUNDING como vía para poner en marcha la infraestructura necesaria (una COMUNIDAD de público). Buscamos el resto de la financiación por VÍAS MÁS TRADICIONALES aunque utilizadas de manera NO CONVENCIONAL. Además, ser un proyecto TRANSMEDIA, nos permite una MAYOR INTERACCIÓN CON MARCAS que explicaremos más adelante.



● Financiación en 2 Fases.



● 3 Rondas de Inversión.

Se prevén 3 RONDAS DE INVERSIÓN.

1ª RONDA. CADA 1000€ SE RECIBE UN 0,1% DE LOS BENEFICIOS NETOS DEL PROYECTO **una vez acabado. Previsión de inversiones para la primera fase: 30.500€ (3,41%)**

A este porcentaje hay que sumar el reservado para los miembros del equipo, los cuales poseen derecho sobre los futuros beneficios de El Cosmonauta por haber diferido su pago. Al final de esta fase, por tanto, el 19,57% de la propiedad del proyecto tendrá dueño.

2ª RONDA. CADA 5000€ SE RECIBE UN 1% DE LOS BENEFICIOS NETOS DEL PROYECTO **una vez acabado. Previsión de inversiones para la primera fase: 180.000€ (55,57% del total del proyecto)**

3ª RONDA. CADA 13000€ SE RECIBE UN 1% DE LOS BENEFICIOS NETOS DEL PROYECTO **una vez acabado.**

En los 12 primeros meses desde que lanzamos el proyecto, **HEMOS FINALIZADO LA PRIMERA RONDA DE INVERSIÓN** y firmado un total de 23 contratos, consiguiendo la cifra de 30.000€ por parte de inversionistas

● Crowdfunding.

Completamente horizontal: todos los productores reciben los mismos privilegios aporten la cantidad que aporten.

La mínima aportación es de 2€, desde los cuales ya se empiezan a recibir cosas a cambio:

- Un WELCOME PACK que incluye una chapa y dos pegatinas
- Un CERTIFICADO de productor,
- La APARICIÓN en la web y TÍTULOS DE CRÉDITO DE LA PELÍCULA.
- La ENTRADA EN EL SORTEO DE UN TRAJE DE COSMONAUTA AUTÉNTICO.

Si quiere aportar una cantidad mayor, SIEMPRE recibe algo a cambio. En lugar de un sistema de donativos es un sistema de compra. Puede adquirir productos en nuestra tienda online.

● Patrocinio.

Creemos de manera absoluta en una publicidad creativa, no invasiva y realmente productiva para el espectador como una de las mejores vías para la financiación de nuestro proyecto.

● El Cosmonauta: Una EXPERIENCIA

Eventos con altísima participación son una enorme posibilidad para las marcas que quieran involucrarse. A medida que el proyecto avance serán más y de mayor envergadura, culminando la experiencia con una serie de estrenos en todo el mundo, con conexiones en directo a diferentes eventos y ciudades, creando un evento muy especial en el día del estreno de la película.

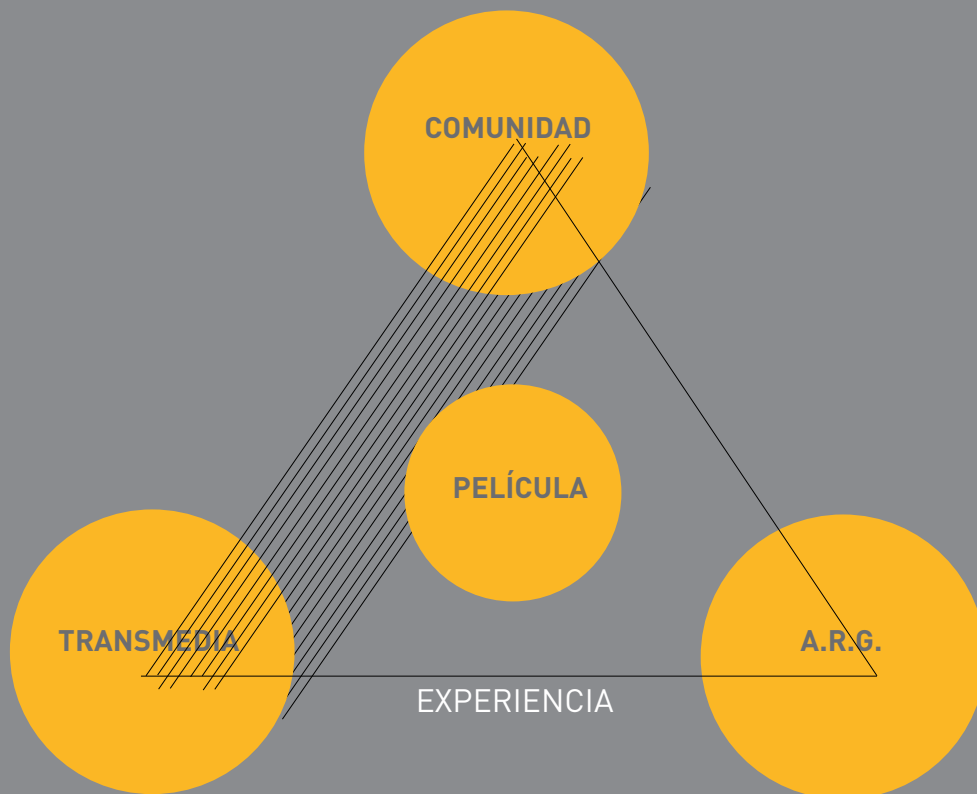
● Preventas de distribución.

Las preventas que podremos hacer a televisiones, plataformas VOD y distribuidoras de todo el mundo estarán supeditadas a nuestro modelo de distribución que no nos permitirá ciertos usos, pero nos abre infinitas posibilidades².

2. Por el momento tenemos cartas de intención para distribuir la película a través de Filmin, Indieflix, MUBI y RTVE.es

PRODUCCIÓN

“El Cosmonauta” no sólo produce una PELÍCULA convencional con un equipo altamente profesional, también crea una EXPERIENCIA alrededor de y para su COMUNIDAD, donde las MARCAS interactúan sin agresividad.



PELÍCULA.

El resultado final de El Cosmonauta no diferirá en calidad de una película convencional. Una medida economía de producción, el compromiso total de los técnicos y un uso inteligente de los recursos harán que cada minuto de metraje luzca como si hubiera costado cuatro veces más.

- Gracias a nuestro enlace con Moscú, Julia Blatun, podremos rodar en la ciudad donde entrenan los cosmonautas desde 1960, que ha permanecido prácticamente inalterada desde entonces y es, por tanto, no solo un escenario ideal sino también económico, ya que los costes de recreación histórica serán prácticamente inexistentes

Parte del metraje se rodará en Madrid, donde Riot Cinema tiene su sede, para abaratar algunos costes.

Posteriores acuerdos de *service* con una productora moscovita, sumados a la ayuda de la embajada rusa en España y de la española en Rusia, así como el apoyo de varios cosmonautas y otras instituciones rusas, nos permitirán llevar a cabo un rodaje de varias semanas en Moscú con un equipo mixto de técnicos españoles y rusos.

COMUNIDAD.

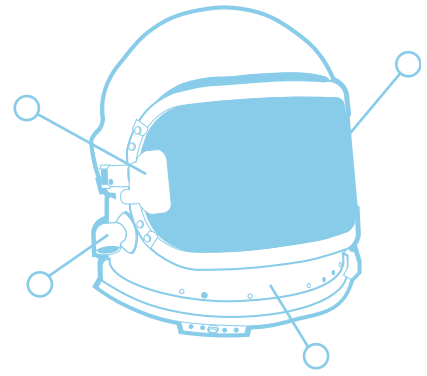
● EL PROGRAMA K, la enorme comunidad de “El Cosmonauta”

El Programa K es todas estas cosas:

- El punto de encuentro para los productores de El Cosmonauta, que pueden compartir sus experiencias a través de nuestro grupo de Facebook donde también disponen de un foro para comentar todos los aspectos relacionados con la película.
- Un número personal con el cual poder participar en el sorteo del traje de cosmonauta y otros muchos que haremos durante la duración del proyecto.
- Un lugar donde enterarse primero de todas las novedades, conocer noticias exclusivas y poder ver todos los materiales generados por la película antes que en cualquier otro lugar.
- La posibilidad de participar directamente en actividades organizadas para la comunidad: fiestas, estrenos, debates, asistencia al rodaje...
- La posibilidad de participar de forma directa en la película, ayudando con la producción y promoción, mediante nuestra plataforma de *crowdsourcing*.

Además, es una participación de dos direcciones, ya que gracias a las licencias Creative Commons que aplicamos, le damos a todo el mundo la oportunidad de crear obras inspiradas en la nuestra o directamente modificar el material para crear una nueva.

Hasta el momento ya se han creado decenas de obras derivadas: remontajes del teaser, poemas, una serie audiovisual, temas musicales y pósters de la película.



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

Nuestro modelo de distribución nos permite no tener que ceñirnos estrictamente a los estándares y por eso vamos a poder explorar el mundo de El Cosmonauta desde muchas y diferentes perspectivas.

Clases de Transmedia

Dividimos los elementos del Transmedia de El Cosmonauta en cuatro tipos:

- 1) La película: será el núcleo al rededor del cual orbiten todos los demás contenidos. Tendrá una duración convencional, entre 80 y 100 minutos.
- 2) Contenidos Transmedia clase 1: Son los contenidos transmedia que crearemos independientemente de que participen marcas o no. Son puntos clave para el desarrollo de la historia y se realizarán en paralelo a la película.
- 3) Contenidos Transmedia clase 2: Son aquellos contenidos que solamente realizaremos si existe una relación con una marca que costee su realización. Son importantes para la historia y ayudan a expandir el universo de la película, pero son prescindibles.
- 4) Contenidos producidos por los usuarios: la obra derivada. Lo poderoso de una licencia como Creative Commons es la posibilidad de que un contenido creado por un usuario, inspirado en la obra original, tenga suficiente calidad como para unirse al paquete final que ofrecemos como creadores originales³.

● Otros contenidos que se realizarán entorno a la película:

- 1) Aplicación para iPhone (trailer, fondos de pantalla, más información, etc)
- 2) Exposiciones.
- 3) Aplicaciones para Facebook.
- 4) Remezclas de imagen y música en directo de la película en un cine.
- 5) Diario de rodaje: un videocast y blog exhaustivo donde se podrá seguir el rodaje de la película minuto a minuto desde diferentes redes sociales.

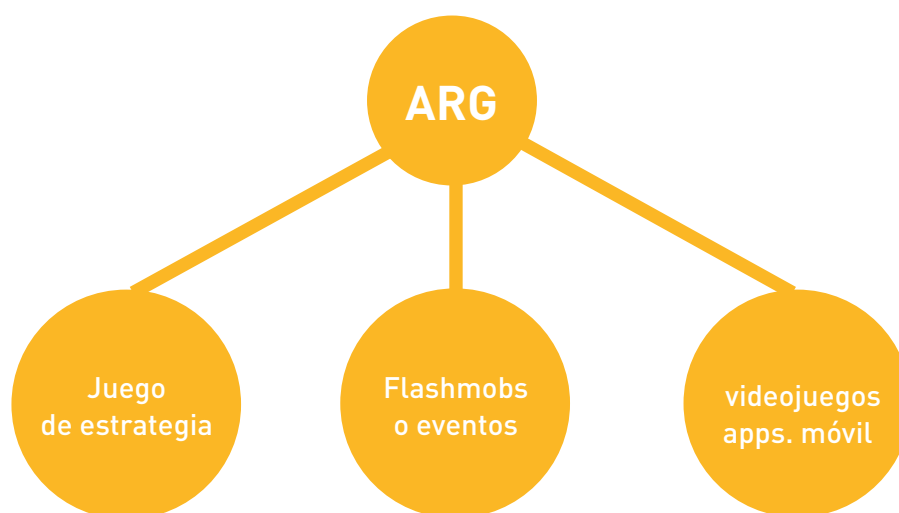
3. Una banda sonora alternativa que acabamos utilizando en el DV, un libro de relatos que editamos como parte de nuestro proyecto transmedia... un póster que utilizamos como afiche oficial...]

¿Y SI ASUMIÉSEMOS QUE LA HISTORIA QUE CUENTA LA PELÍCULA ES REAL?

El universo de “El Cosmonauta” no sólo se explora como espectador, sino como participante. Este es el objeto de las fiestas celebradas durante la fase de financiación, y de la “Remix Experience” creando obra derivada. Sin embargo, hay una manera de ir aún más lejos, convirtiéndose en parte viva del universo de “El Cosmonauta”.

El ARG, en diferentes plataformas relacionadas, es una narrativa interactiva donde el espectador puede sumergirse en la película como si se tratara de un universo real, y descubrir elementos de la historia ocultos. Planeamos 3 maneras de abordarlo:

- 1) Con un juego de estrategia online - Una aventura de investigación con varios bandos, colaborativa. En Internet y medios digitales con Rtve.es y otros colaboradores.
- 2) Flashmobs o eventos en el “mundo real” – Gymkanas, realidad aumentada, etc. Los eventos reales tienen las funciones de premiar a los jugadores más activos, dinamizar las facciones, hacerlas interactuar, y llamar la atención de los medios. Van desde recibir un paquete con un mensaje cifrado a convocar una manifestación
- 3) Un videojuego, y series de aplicaciones para móvil. – en colaboración con el Instituto Europeo de Design (IED) y Doodo. Complementan la experiencia y pueden jugarse por separado.

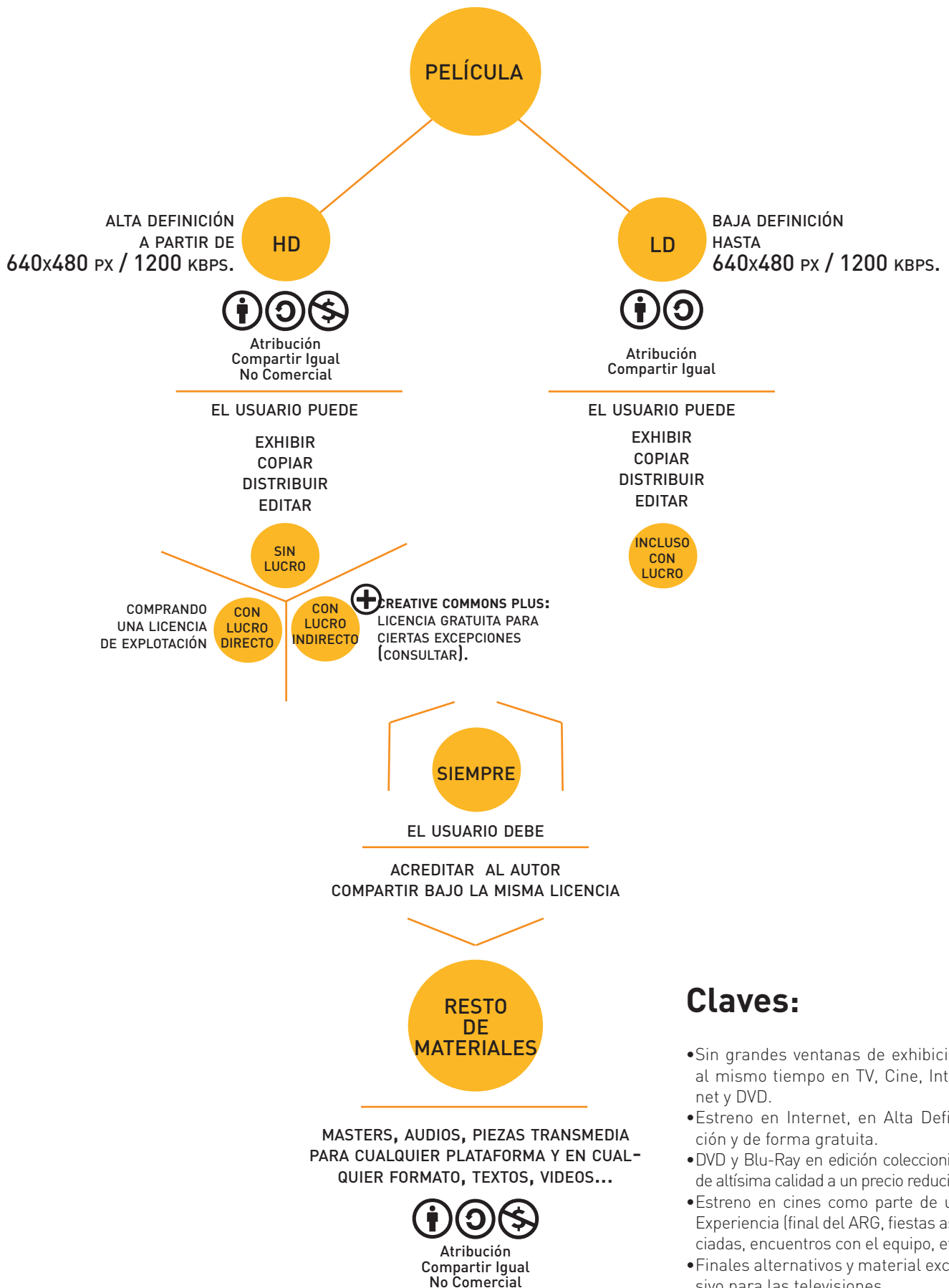


DISTRIBUCIÓN

“El Cosmonauta” utiliza licencias CREATIVE COMMONS para estrenar al mismo tiempo en TV, Cine, DVD y plataformas móviles, estando en Internet en Alta Definición GRATIS. La monetización usa el VALOR AÑADIDO para convertir en única cada distribución comercial.



● ESQUEMA: LICENCIAS CREATIVE COMMONS EN “EL COSMONAUTA”



Claves:

- Sin grandes ventanas de exhibición: al mismo tiempo en TV, Cine, Internet y DVD.
- Estreno en Internet, en Alta Definición y de forma gratuita.
- DVD y Blu-Ray en edición coleccionista de altísima calidad a un precio reducido.
- Estreno en cines como parte de una Experiencia (final del ARG, fiestas asociadas, encuentros con el equipo, etc).
- Finales alternativos y material exclusivo para las televisiones.

VÍAS DE DISTRIBUCIÓN.

● 1. Internet .

Estreno gratuito y en Alta Definición a través de un canal oficial patrocinado, donde los contenidos están antes y donde el equipo técnico y artístico mantiene un diálogo permanente con los espectadores.

Plataformas VOD y Televisiones online: Por el momento tenemos cartas de compromiso con el portal americano Indieflix, con el español Filmin y con la plataforma de autor con más usuarios: MUBI (antigua The Auteurs).

P2P: Se hará una distribución masiva a través de VODO (Jamie King, su creador, es productor y accedió a su distribución mediante su plataforma).

● 2. Vías tradicionales .

Cine:

Ofreceremos a los exhibidores dos variantes:

a) Paquete Básico: Se licenciará cada copia (numerada) a una persona física o empresa, para un uso ilimitado, siendo para él todos los beneficios que genere. -Precio: 5.000€ por copia.

b) El Cosmonauta, la experiencia: La experiencia de El Cosmonauta comenzará con un estreno a nivel mundial, en varias ciudades y de forma simultánea, con conexiones remotas.

Se ofrece una experiencia cerrada y completa que incluirá, entre otras cosas:

- a. Proyección de la película y material extra
- b. Asistencia de miembros del equipo y de actores.
- c. Participación del público
- d. Regalos
- e. Fiesta posterior

● TV

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.

● DVD, Bluray y resto de soportes físicos

Preveamos lanzar con un mínimo de 1.000 unidades (editadas por CAMEO), de las cuales 35% serán una edición básica y 65% una edición coleccionista, limitada y numerada, con diversos extras y un packaging atractivo.

Los DVD y Blu-Ray se venderán en todos los puntos de venta habituales y también en nuestra tienda online, donde tendrán alguna característica extra o valor añadido. También se hará una tirada de pen-drives customizados como opción a la compra de un DVD o Blu-Ray, con diferentes contenidos.

● 3. Móviles

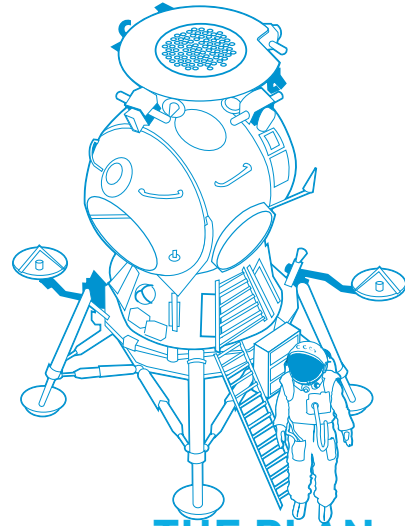
Se llegarán a acuerdos con diferentes plataformas para la distribución de contenidos en formato móvil, que solo estarán disponibles para este soporte y serán de pago, a un precio muy reducido.

CONCLUSIÓN.

“El Cosmonauta” es un cambio de paradigma en la forma de entender como se financia, se produce 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



THE PLAN somos

NICOLÁS ALCALÁ
CAROLA RODRIGUEZ
BRUNO TEIXIDOR
GABRIELA LENDO
JORDANA GÓMEZ
FABIOLA GARRIDO
con las ilustraciones de A. TRANCÓN
SONIA DELGADO
HUNTER S. TYLER
ALBERTO J. LÓPEZ
RAMÓN CALDERÓN
ANTONIO JARRETA “ATLAS”
MIGUEL “MIKI” ÁVILA
JAVIER SERRANO
MIGUEL FERNÁNDEZ
JAUME RIPOLL
GONZALO MARTÍN
CC USA
SUSIE SALDANHA
ANGÉLICA MARTÍNEZ
DANIEL SAAVEDRA,
JOHN M. GALÁN
JAVIER PINTO
ULISES CUSTODIO

POR SU AYUDA EN EL PRESUPUESTO Y EL PLAN FINANCIERO, AGRADECER ESPECIALMENTE A:
GLORIA MONTES (EOI), JULIA BLATUN, MARGARITA MANSILLA,
ALEXANDER KONOVALOV, FELIPE NAVÍO, ANTONIO SÁNCHEZ.

EN MATERIA DE DISEÑO, GRACIAS ESPECIALES A JAVIER CAÑADA, DE VOSTOK
POR SUS INSPIRADORA *MASTERCLASS*.