

VERANO 09

De izquierda a derecha: Carola, Bruno y Nico, creadores del proyecto cinematográfico *El cosmonauta*, en su estudio de Chueca.

CARLOS ROSILLO

Productor de películas desde dos euros

Estudiantes de la UPM utilizan la Red para financiar y distribuir gratis 'El cosmonauta', su primer largometraje ● En dos meses han recaudado 6.000 euros mediante 'crowdfunding' ● Los ingresos deberían llegar por el lado de la publicidad y el 'merchandising'

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Sueñan con algo tan antiguo como el celuloide: inventar historias y darles vida. Rodar, hacer cine. Cine español. Sin embargo, su estrategia para conseguirlo apunta a los nuevos tiempos. En lugar de esperar subvenciones y recibir el *no* de las productoras, apuestan por la desintermediación total: financiar, publicitar y distribuir en la Red su primer largometraje.

Tres estudiantes de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) están convencidos de que ése es el futuro del cine. El guión, titulado *El cosmonauta*, está prácticamente listo. La productora para agitar la idea, Riot Cinema, funcionando. El equipo de rodaje, 60 personas, cerrado. Las localizaciones, fechas y demás detalles, perfilados. Falta lo importante, el presupuesto.

"Necesitamos 158.000 euros para rodar la película e ingresar luego 292.000 más para cubrir costes y pagar al personal", explica Nicolás Alcalá, de 22 años, director del proyecto junto con Carola Rodríguez (22) y Bruno Teixidor (23).

Para lograrlo, han lanzado un proceso de *crowdfunding* en Internet. Cualquiera que lo desee, a partir de dos euros, puede ser

productor y financiar la iniciativa. Quien aporta 1.000 euros o más se convierte en inversor, es decir, accionista con derecho a un porcentaje proporcional de los ingresos posteriores.

De momento, funciona. "En dos meses hemos recaudado 6.000 euros de 447 personas y un inversor. Si todo marcha como hasta ahora, estaremos rodando en abril o mayo", dice Carola Rodríguez.

El *crowdfunding* no es nada nuevo en la Red ni en el cine. En 2006, el director americano Robert Greenwald reunió 367.000 dólares de más de 3.000 inter-

nautas para realizar el documental *Iraq for sale*. La novedad de *El cosmonauta* es que circulará en alta definición completamente gratis en Internet, bajo licencia Creative Commons.

Aquí reside lo verdaderamente complejo: generar ingresos con la distribución *online*. "Incluiremos publicidad no invasiva y venta asociada de productos. Es como la música, la gente no paga por canciones, pero sí por conciertos, camisetas o pósters firmados de sus artistas", dice Teixidor. "La clave es combinar estos nuevos canales con los tradicionales".

Hacia el fin del celuloide

J. M.

Cámaras digitales, *casting* por Internet y distribución por Internet, sistemas de mercadotecnia y recogida de fondos también por Internet... pero la cadena se rompe si al final falta el eslabón de las salas de cine con proyectores digitales, si al final hay que hacer copias en celuloide para la proyección de la película en el cine.

En el último año la adaptación de las salas al mundo digital creció un 70% en Europa. Ya hay 1.529 pan-

tallas digitales, frente a las 897 del año 2007, según el Observatorio Europeo Audiovisual.

La Motion Picture American Association (MPAA) informa de que en todo el mundo existen 8.614 pantallas digitales y más de la mitad (el 64%) se encuentran en Estados Unidos, donde además el sector vive un buen año gracias a la crisis.

Históricamente, en épocas de dificultades económicas, los norteamericanos se refugian en sus *theater*, un espectáculo mucho más barato que ir a un partido de cualquier

Aun así, de poco sirve el cóctel de distribución independiente y publicidad viral si el contenido no es de calidad. El público decidirá. El guión cuenta la historia de un astronauta enviado a la Luna cuyo rastro se pierde en plena misión. Meses después se restablece la conexión y la nave consigue regresar. Cuando la abren, está vacía. Él sigue comunicándose por radio y asegura haber aterrizado en la Tierra. Dice haberla encontrado desierta. "Jugamos con el misterio de saber qué ocurre en realidad. Siempre nos atrajeron las historias de los cosmonautas que estu-

vieron a la sombra de Yuri Gagarin, ayudándole. Vimos la exposición *Sputnik*, de Joan Fontcuberta, y decidimos lanzarnos con la historia", comenta Teixidor.

El de Fontcuberta, premio Nacional de Fotografía, es uno de los más de 20 apoyos que han recibido. Richard Stallman, fundador del movimiento de *software* libre, y el Centro Espacial Gagarin, en Rusia, también les han ofrecido soporte.

Los tres confían en la combinación de creatividad, Internet y vías tradicionales para generar ingresos. Alcalá cree que la distribución gratis *online* no les perjudicará, todo lo contrario, les traerá más visibilidad. "La licencia obliga a poner nuestros nombres en cualquier uso que se haga del material. Si alguien lo utiliza para lucrarse y realmente le interesa la película, compartirá los beneficios".

Tal vez sea la única salida para jóvenes talentos. Según el Ministerio de Cultura, de los 173 largometrajes españoles rodados el año pasado, el 25% no han llegado a una sala de cine. Y de los estrenados, menos de la mitad, el 43%, superaron los 100.000 euros de recaudación. "Es un asunto escabroso", dice Rodríguez.

EL COSMONAUTA: www.elcosmonauta.es

deporte. En 2004 sólo existían en el mundo 334 salas digitales y en cuatro años se han multiplicado casi por 28.

En Europa el mayor cambio lo ha experimentado Polonia, que en un año ha pasado de ocho pantallas a 53 gracias al apoyo de su asociación cinematográfica. El Reino Unido es el país europeo con más pantallas (303), aunque en el último año sólo se estrenaron 19 salas. En España se ha pasado de 33 a 53 pantallas en el último año, y es el noveno país de Europa.