

CURVILLA
CURVAA

La CURVA

Una joven embarazada se pone de parto la noche que el puente que da acceso a la ciudad se rompe, teniendo que pasar por la carretera maldita. El trayecto es una tensión constante, Mary ha roto aguas y desea que no surja ningún fantasma de la nada para poder seguir adelante y sobrevivir.

Las leyendas eran ciertas, se encuentra con una chica violenta en la última curva y ésta le plantea un dilema moral que será aun más temible que la propia presencia del fantasma.

SINOPSIS

La CURVA

La película hace un constante juego entre la luz y la oscuridad, pero no como el bien y el mal sino al contrario. Se hace referencia a aquello que no queremos ver y que cuando sale a la luz duele, algo simbolizado también mediante el embarazo/la curva y el alumbramiento tanto del bebé como del coche a la chica de la curva. Entre otras cosas.

IDEA ARGUMENTAL

La CURVA

Título: La curva

Título original: La curva

Dirección: .José María Cabral

País: España

Año: 2012

Fecha de estreno: 14 de diciembre 2012

Duración: 124 min.

Género: Thriller, Acción, Ciencia ficción

Clasificación: no apta para menores de 18 años

Reparto: Zoe Saldaña, Marcos Lagramonte, Miguel Otero, Michelle Ubiñas, Frank Peroso.

Web: www.lacurvapelícula.es

Productora: Twisted Picture

FICHA TÉCNICA

La CURVA

CAMPAÑA



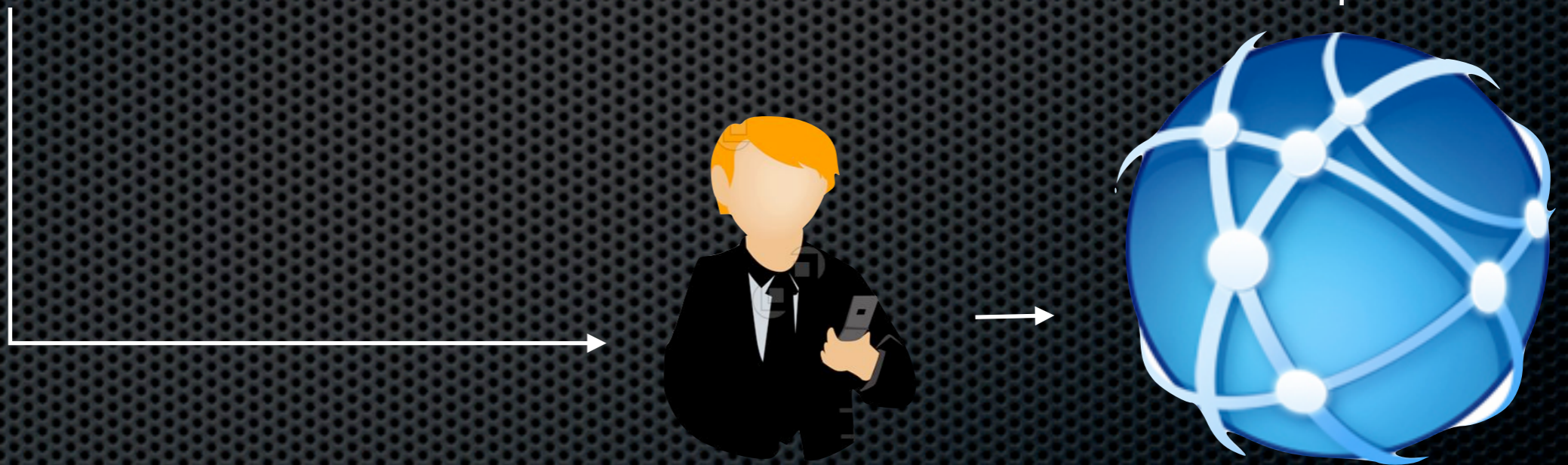
Jovenes adultos de 18-35 años de edad, de clase media. Conocedores de las leyendas urbanas propias de España e interesados en cine de suspense y ficción. Usuarios activos de redes sociales como twitter, facebook, instagram y foursquare e interesados en los nuevos contenidos audiovisuales y su interacción móvil.

TARGET

>Dar a conocer y promocionar en medios ATL y Btl la nueva película.

>Crear trafico digital en los perfiles de la nueva película.

>Crear, mantener y manejar el interés colectivo por la nueva pieza hasta el día de su estreno y administrar dicho interés en la etapa de proyección.



OBJETIVOS

Mediante el uso de nuevos medios y soportes lograremos impactar al target dentro de uno de los espacios más frecuentados por el mismo: el metro.

Dicha estrategia contara con un soporte tradicional en medios ATL y servirá como soporte de comunicación para la campaña digital y de sorteo de entradas.

Para llegar a los jóvenes que residen en ciudades sin metro se publicará una pieza audiovisual de 24 segundos para televisión cuyo sonido se emitirá también en cuñas de radio.

ESTRATEGIA

PIEZAS



FESTIVAL DE CANNES

A VECES LA LUZ DESVELA NUESTROS PEORES TEMORES



LA CURVA

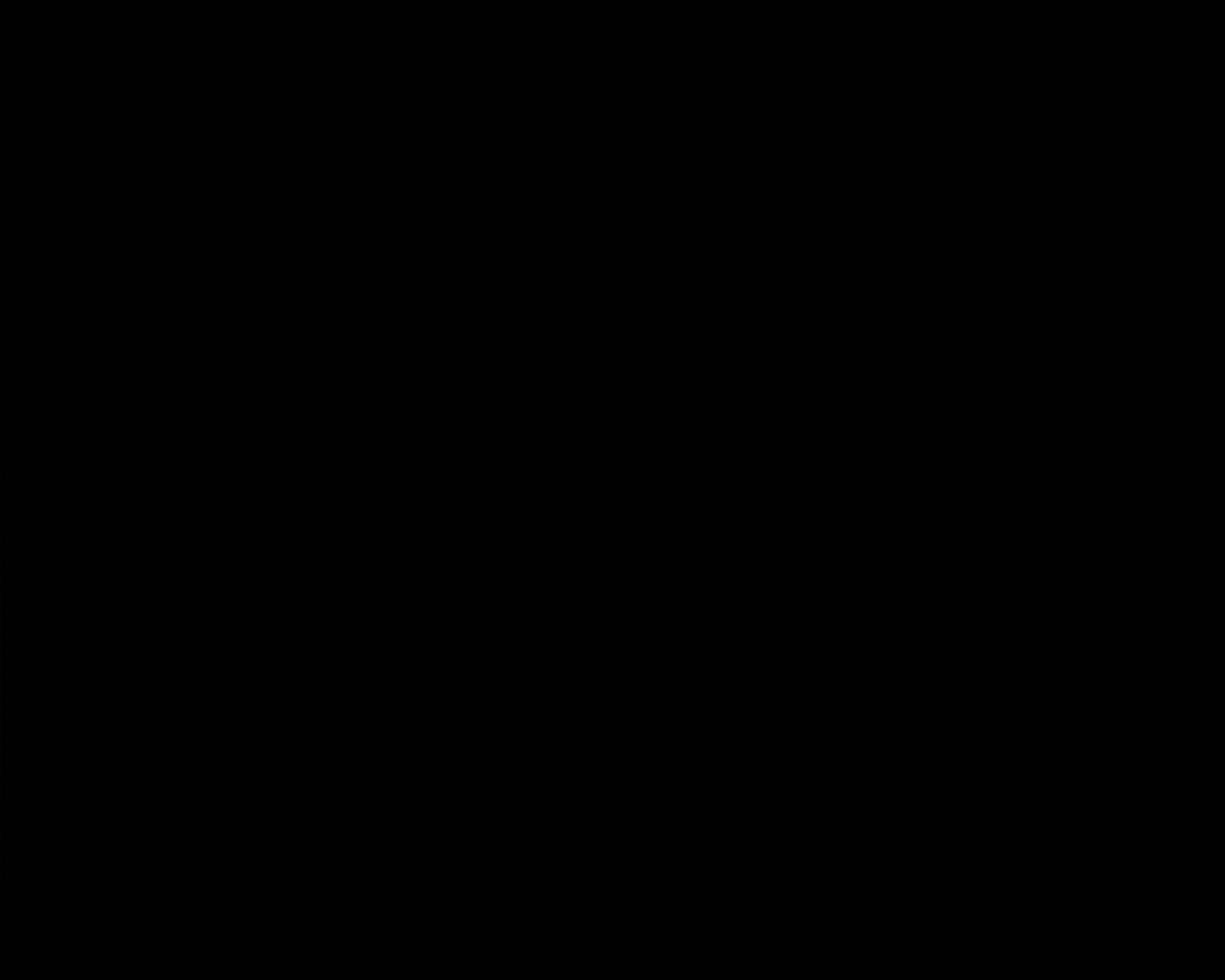
WRITTEN BY WELLING MUSIC BY MARK STEWART PRODUCTION DESIGNER AURELIO VISUAL EFFECTS BY FEDERICO

DIRECTOR DAVID LYNCH EXECUTIVE PRODUCER SARAH MEN DIRECTOR PHOTOGRAPHY MARTA TORRES

PLANNING AND ORIGINAL CONCEPT BY JK ROWLING... DIRECTOR OF GRAPHICS RADAMEL SPECIAL MAKE UP TERESA PHELPS



PIEZAS



PIEZAS



DIGITAL



**COLOCACION
DENTRO DE TUNELES**



**FOTOGRAFIA DE LA
CHICA**



#YOLAVI



MARIUS @mariussanches

2h

[@lacurva_pelicula](#) [#yolavi](#) La chica en el metro!!!! :O

Retwitteado por SALVADOS (Oficial)



6

1



CUIDADO

Y MUCHAS GRACIAS