ANEXO 3.7: SINOPSIS

"La Hora Final" se desarrolla a inicios de los años noventa con el Estado peruano desgastado y al borde del colapso luego de una década enfrentándose a la organización extremista Sendero Luminoso. Es en ese contexto que Carlos Zambrano (41), oficial proveniente de la PIP (Policía Peruana de Investigaciones) y Gabriela Coronado (29), ex enfermera ayacuchana, integran el Grupo Especial de Inteligencia de la Policía Nacional del Perú (GEIN) que tiene como misión principal la captura del líder senderista Abimael Guzmán.

Zambrano vive agobiado por las deudas y el juicio por abandono de hogar y alimentos que Cecilia, su ex mujer, le ha entablado. Ambos tuvieron un hijo, ahora de doce años, llamado Gonzalo que vive con ella. Cecilia planea irse a vivir al extranjero con éste y su nueva pareja, un importante abogado que ha logrado conseguir los permisos para sacar al niño del país y tener bajo chantaje a Zambrano. A raíz del posible viaje, éste se interesa en pasar más tiempo con su hijo e intentará reconstruir un vínculo casi perdido. Zambrano ve en la recompensa que se ofrece por la captura de Abimael la posibilidad de enfrentar los juicios y las deudas que lo agobian además de tener la oportunidad de impedir el viaje de su hijo.

La vida de Gabriela gira exclusivamente en torno a la captura de Abimael Guzmán. Culpa a Sendero por la destrucción de su familia. Su madre, quien era profesora de un colegio en Ayacucho, desapareció al poco tiempo de la llegada de Gabriela a Lima. A raíz de eso su padre se volvió alcohólico y el contacto con su hermano Fidel, quien se quedó en Ayacucho, se perdió por completo.

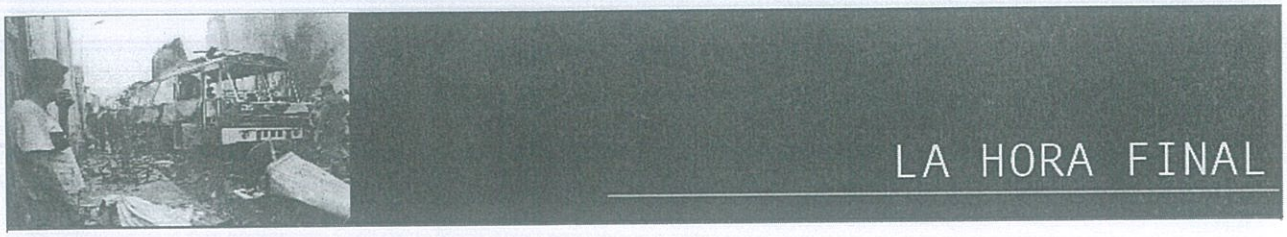
Zambrano y Gabriela reciben órdenes de fingir ser una pareja de enamorados para poder, sin levantar sospechas, rastrear a integrantes de Sendero Luminoso que los acerquen al líder senderista. La inicial antipatía entre los oficiales y su resistencia a trabajar juntos pondrán en riesgo la misión. Sin embargo con el tiempo ambos se irán conociendo mejor dando paso a una complicada e intensa relación. El descubrimiento de un familiar de Gabriela dentro de los presuntos senderistas creará dudas y recelos entre ellos.

Ambos agentes se encuentran en medio de la espiral de la guerra siendo objeto de sospecha por parte de casi todos los actores que componen este escenario: Sendero, el SIN (Servicio Nacional de Inteligencia), la CIA y el mismo GEIN.

Finalmente se desata una persecución en donde las lealtades se ponen en juego y ya nadie está seguro de que lado de la guerra se encuentra. Zambrano y Gabriela tendrán como único y último recurso confiar el uno en el otro para intentar salvarse.

ANEXO 3.6: STORY LINE

Carlos Zambrano y Gabriela Coronado integrantes del Grupo de Inteligencia de la PNP (GEIN) tienen como objetivo la captura del líder senderista Abimael Guzmán. Trabajarán bajo la fachada de ser pareja iniciando una complicada relación. El descubrimiento del hermano de Gabriela como presunto senderista los pondrá en la mira del Servicio de Inteligencia, Sendero Luminoso y del mismo GEIN.



ANEXO 3.9: PROPUESTA DE REALIZACIÓN

I. DIRECCIÓN DE ACTORES

La idea es trabajar un tono naturalista dentro de un contexto límite como el que la película plantea. Para eso es necesario contextualizar a los actores sobre la época en la que la historia transcurre. Es importante que más allá de sus experiencias personales enriquezcan su mirada a través del visionado de material audiovisual así como de lecturas referidas al tema. Hemos trabajado por más de dos años el guión, primero concentrándonos en entrevistas a los protagonistas de la historia y luego a redactarlo por lo que toda esa experiencia deberá ser transmitida a los actores. Los ensayos, el conocimiento de las labores de un grupo de inteligencia serán fundamentales para el trabajo de los dos protagonistas. Luego de estar suficientemente empapados en el tema y la coyuntura tratada podremos empezar con las primeras lecturas del guión para después ya dedicarnos de pleno a los ensayos en la búsqueda de lograr construir personajes con matices, con las contradicciones propias del ser humano pero coherentes en tanto personajes de ficción.

El guión nos muestra diferentes planos narrativos a los que debemos de prestar atención. Por un lado Zambrano y Gabriela Coronado tienen un objetivo compartido, la captura de Abimael Guzmán si bien es cierto que las motivaciones que los animan son distintas. Pero también tienen, cada uno, un objetivo central, un objetivo interno que los mueve desde lo más profundo de su ser. Zambrano trata de reconstruir la relación fría y distante que mantuvo con su hijo por una serie de factores que no pudo manejar en su momento como su carrera policial. Quiere restablecer el vínculo con su hijo y evitar que se vaya del país pues sabe que si eso ocurre la relación terminará por enfriarse definitivamente.

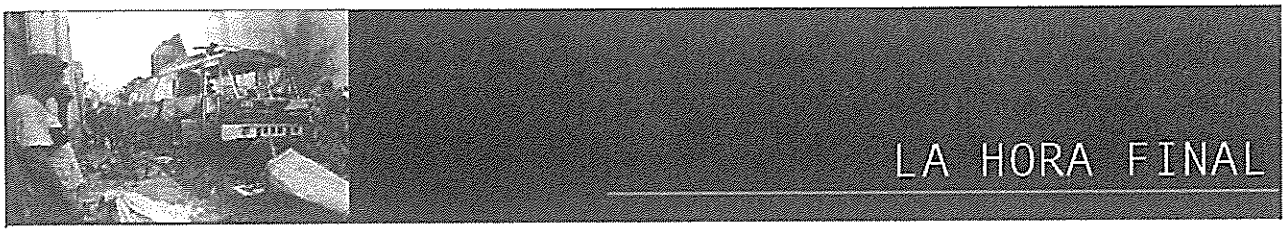
Gabriela, por su lado, intenta persuadir a su hermano de que deje su activismo en Sendero Luminoso pero está claro que Fidel está convencido de lo que él considera es el único camino a un cambio radical en el país. Este nivel interno se deberá trabajar con mucho cuidado y sutileza pues a pesar de ser una historia fuerte y llena de giros es básicamente una historia de personajes.

II. DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA

La Dirección de Fotografía trabajará de la mano del departamento de Arte buscando lograr las texturas y el estilo visual que la película requiere. Queremos basarnos en la cámara reportera como punto de partida. El acompañamiento de los operativos con una cámara que nos dé la sensación de tratarse de un reportaje con cámara in situ. Habría que plantear una idea de documento estilo fotografías de guerra (tenemos como alguna de las referencias a Robert Capa), la idea es dar la sensación de una ciudad al borde de ser tomada, de un espacio en donde el ciudadano camina con miedo, un estado de fragilidad constante. La cámara iría libre y en mano en parte de los operativos. Se apostaría por una iluminación realista, hasta hiperrealista tratando de retratar los espacios de manera casi real. Con algunas situaciones más "dramáticas", manipuladas para darle fuerza a determinados momentos. No queremos llamar demasiado la atención sobre los detalles de época, sino hay que buscar descontextualizar la historia de los años en que sucedió eso. No nos referimos a faltar a la verdad, pero tampoco llamar la atención demasiado sobre los elementos propios de la época. Eso significa, vestuarios genéricos, utilería que sea funcional para la historia, sin tratar de retratar la época. Se trata de hacer una película con valores universales, no locales (problemas del trabajo, relaciones familiares ella con su hermano, el con su hijo, dilemas éticos son el centro de esta historia, no se trata de una película histórica).

Como hemos dicho antes la historia ya de por sí es fuerte y con una dimensión dramática que no debemos recargar. Se buscaran las locaciones que aún puedan funcionar para la película pues es sabido los grandes cambios que ha sufrido la ciudad de Lima en los últimos veinte años.

Los colores que primarán serán los grises, el cian, los azules, etc. Colores que además en post-producción serán desaturados para conseguir ese tono "neblinoso" que tiene Lima. Buscaremos dar la sensación de una ciudad que por momentos se hace invisible por esa espesa neblina, una ciudad cargada en la que hasta respirar cuesta. La cámara irá en mano, se moverá con los personajes al punto de ser uno más. Estará presente, viva, alerta, con movimientos rápidos y seguros. Esto irá en un in-crescendo hacia el final de la película en donde el vértigo acompañará el destino de los protagonistas.



III. DIRECCIÓN DE SONIDO

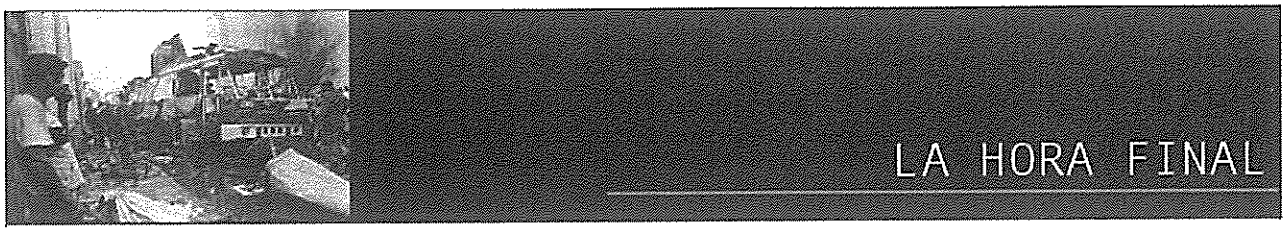
El trabajo de sonido será fundamental para poder recrear ese mundo particular de finales de los ochenta e inicios de los noventa. Un país convulsionado, una ciudad que por momentos es sentida por sus habitantes como sitiada. Sonidos que ya no se escuchan en la actualidad, desde el estallido feroz de un coche bomba hasta el silbido de un oficio ya casi olvidado como el del afilador de cuchillos. Habrá que tener referencias de época, ver reportajes, noticieros, empaparse de los sonidos de esos años para luego dar el salto a crear un sonido particular y único que represente a la película.

IV. MÚSICA

Trabajaremos la música incidental con un cuidado y una sutileza tal que las escenas no se recarguen, pierdan o se trastoque su significado inicial. Se espera tener casi un 90% de música original y algunos temas significativos de inicios de los años noventa que pueden servir no sólo para contextualizar sino para generar una atmósfera dentro de la película. La idea es que la música se trabaje de la mano con el trabajo de sonido. Será muy importante el trabajo de post producción de audio en donde todo encontrará su lugar y los niveles precisos para crear este mundo sonoro. La experiencia previa en mi anterior película "El Evangelio de la Carne" será muy importante pues se tuvo a la ciudad de Lima como una de las protagonistas de la historia. Esta vez Lima volverá a tener un papel central en la película y será de vital importancia alcanzar a desarrollar un mundo sonoro poderoso narrativamente y coherente con la propuesta.

V. DIRECCIÓN DE ARTE

Hay muchísimo material. El inicio de los años noventa es rico en imágenes: terribles algunas, conmovedoras otras. Si bien es cierto la historia se sitúa a inicios de los años noventa consideramos que lo importante es la historia y no caer en el abuso de elementos que puedan generar conexión inmediata con la época pero que en el transcurrir de la película pueden ser motivo de distracción. Debemos de evaluar bien la enorme cantidad de elementos y saber hacer una distinción de los que consideramos son un aporte o un mero uso efectista. Tenemos mucho material fotográfico y audiovisual de la época que sin duda será importante seguir revisando con la Directora de Arte con quien ya hemos trabajado en anteriores películas.

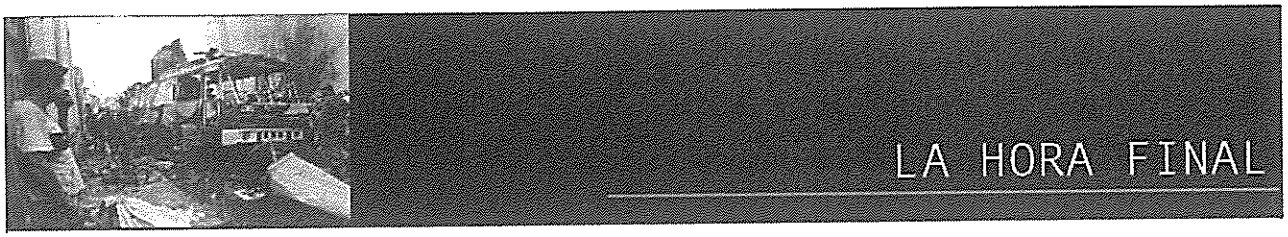


ANEXO 3.15: PLAN TENTATIVO DE DIFUSIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La estrategia está basada en la comunicación masiva de la película usando las **últimas herramientas de comunicación** a fin de llegar a la mayor cantidad de posibles espectadores. La fecha para **el estreno, Septiembre del 2017**, tendrá una importancia significativa: (1) se cumplirán los **25 años de la captura del líder senderista, Abimael Guzmán**, con lo que habrá una gran cobertura por parte de los medios de prensa. Será tema central de discusión y debate en diferentes foros y generará muchísimos artículos sobre la materia. (2) Otro punto también importante es el pre-estreno de la película como uno de los **eventos centrales del Centenario de la Pontificia Universidad Católica del Perú** lo que también generará un importante impacto y un rebote mediático que podrá ayudar a generar interés en el público.

La Estrategia incluye:

1. **Preparación de contenido Multimedia** (videos, clips), accesibles desde múltiples plataformas electrónicas como: Smartphones, Tablets, Computadores y Televisores.
2. Uso efectivo de las herramientas **Social Media (redes sociales)**.
3. Preparación de **material específico de acuerdo al público objetivo**
4. Preparación de **material específico de acuerdo al destino de su proyección,** sea nacional o internacional.
5. **Preparación y Lanzamiento del material promocional en 03 etapas o fases**, que desarrollaremos a continuación.



I. **Fase de Preparación:** Arte gráfico, artículos, clips y videos promocionales previos al rodaje de la película.

a) **Contacto con empresas Distribuidoras y Exhibidoras de cada región (Europa, Usa, Latinoamérica):**

1. Preparación y entrega del EPK (electronic press kit) de la película, conteniendo:

   - ✓ Sinopsis.
   - ✓ Afiches y posters (incluyéndose el QR code de la Página Web de la película).
   - ✓ Videos con entrevistas al Director, Director de Fotografía, Director de Arte, Actores principales, discutiendo sobre el periodo de la historia que se está retratando y los retos que trae su rodaje.
   - ✓ Video documental sobre el periodo de la historia retratado.
   - ✓ Arte de la película:
     - o Vestuarios, maquillajes, looks.
     - o Tour por las locaciones reales.

2. Negociación y firma de pre-acuerdos (o contratos), específicamente con aquellas empresas que fomenten la exhibición y/o distribución de cine independiente, cine latinoamericano, cine de género (drama y thriller):

   - ✓ Negociar los derechos de reproducción y exhibición por un tiempo de 01 año.
   - ✓ Negociar los gastos de publicidad y copias necesarias.
   - ✓ En el país, la película deberá estrenarse al mismo tiempo en las principales ciudades del país.

b) **Promoción e introducción de la película al público nacional:**

1. Promoción del material audiovisual de la película: entrevistas, producción del arte (vestuarios, looks, locaciones), tour por locaciones reales, en **Redes Sociales**: Facebook, Twitter, Tumblr, Google+, MySpace, Youtube, Vimeo.

2. Promoción del arte gráfico de la película: fotografías, posters, afiches, en Pinterest, Instagram.

3. Participación promocional en Blogs, Revistas, Diarios, relacionados a comunidades interesadas en el Cine, la Política, o difusión Cultural.

4. Actualización constante de la Pagina Web y el Facebook de la película con los contenidos anteriormente descritos y las últimas noticias.

II. **Fase de Lanzamiento (estreno y exhibición en el mercado nacional e internacional):** comprende cuatro aspectos:

a) **Actualización del EPK (electronic press kit) de la película:**

1. Sinopsis.
2. Arte grafico (afiches, posters), conteniendo el QR code hacia la Página Web de la película.
3. Arte de la película: vestuarios, maquillajes, looks.
4. Clips con escenas clave, controversiales o polémicas de la película (cliffhangers).
5. Teaser y Tráilers, con subtítulos en inglés y francés, incluyendo información sobre el contexto histórico en que se desarrolla la historia.
6. La composición musical de la película.
7. Videos con entrevistas al Director, Director de Fotografía, Director de Arte.
8. Videos con entrevistas a los actores (impresión del guión, de su personaje, de las escenas difíciles).
9. Detrás de cámaras.
10. Conferencias de prensa antes y al final del rodaje de la película.
11. Video documental sobre el periodo de la historia retratado.
12. Fotografías reales de la época.

b) **Postulación y presentación de la película en los más importantes Festivales de Cine,** cerrar acuerdos con empresas Distribuidoras y Exhibidoras de cada región (Europa, Usa, Latinoamérica).

1. Festivales de Categoría A: Cannes, Berlín, Sundance, Toronto, Montreal, Locarno, San Sebastián, Mar de Plata, Venecia.
2. Otros Festivales de interés: Telluride, New York.

c) **Participación en los más importantes Mercados cinematográficos,** cerrar acuerdos de distribución, exhibición de la película en cada región (Europa, Usa, Latinoamérica).

1. Marche du Film (Cannes)
2. European Film Market (Berlín)
3. American Film Market (Santa Monica)

d) **Promoción con 03 meses de anticipación al estreno en salas de cine a nivel nacional,** haciendo uso de las Redes Sociales y empleando las estrategias que se resumen a continuación:

1. **Segmentación de público**: teasers, trailers y posters específicos según cada segmento:

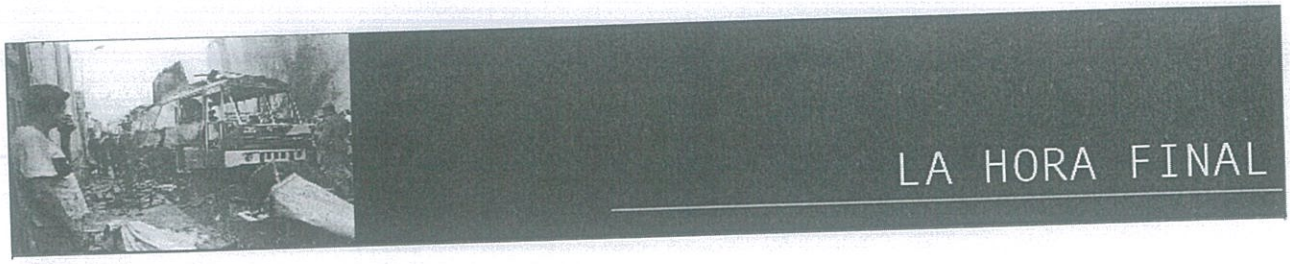
   - ✓ Adultos de 30 años en adelante, espectadores que experimentaron la violencia de la guerra interna de forma directa/indirecta.
   - ✓ Jóvenes entre 15 y los 30 años que desconocen la historia o la conocen superficialmente.
   - ✓ Fuerzas armadas, la policía, e interesados o involucrados en el estudio y análisis de la coyuntura vivida en ese periodo de nuestra historia.
   - ✓ Público interesado en experimentar un intenso drama social, con temas como el conflicto entre padres/hijos, el conflicto entre hermanos, separación de pareja.
   - ✓ Publico que guste del thriller policial.

2. **Uso intenso de las Redes Sociales (internet)** para lograr una gran repercusión y alcanzar la mayor cantidad de audiencia posible:

   - ✓ **Virales**, empleando el Twitter, Tumblr, Facebook, Google+, Youtube. Divulgar clips con escenas clave, controversiales o polémicas de la película (cliffhangers).
   - ✓ Generar un espacio de **debate y discusión** sobre los principales temas que toca la película, participando en Blogs, Revistas, Diarios, relacionados a comunidades interesadas en el Cine, la Política, o la difusión Cultural. Dedicar el uso del Facebook y la Pagina Web.
   - ✓ Lanzamiento de **teasers y trailers** específicos a cada segmento mediante Twitter, Tumblr, Facebook, Google+, Youtube.
   - ✓ Compartir en Internet la **música compuesta** para la película.
   - ✓ Visita y exposición de las locaciones reales mediante Foursquare.
   - ✓ Compartir el **arte gráfico** de la película mediante Pinterest e Instagram.
   - ✓ Exponer el **Arte de la película:** Vestuarios, looks.

3. **Publicidad impresa** que nos transporte y reflexione sobre la época retratada en la película:

   - ✓ **Carteles SE BUSCA** con la foto de nuestros personajes, a ser usados tanto en forma digital como impresa.
   - ✓ Debates en medio del cumplimiento del 25 Aniversario de la captura de Abimael.



4. **Promoción en medios convencionales:** TV, Publicidad en horarios dirigidos al público juvenil y a horarios correspondientes a noticieros, programas políticos y shows de medianoche.

5. Actividades y eventos programados por el **Centenario de la Universidad Católica**.

III. Fase de Exhibición concluida su exhibición en salas de cine:

a) **VOD (video bajo demanda)**, a los 3 meses de su estreno en salas: Netflix, Amazon, Filmin.
b) **PPV (canales de pago)**, a los 6 meses de su estreno en salas.
c) **DVD, Bluray**, a los 9 meses de su estreno en salas.
d) **TV Abierta**, luego del 1er año de su estreno en salas.