



*Pavito*

O ÚLTIMO GUERRILLEIRO DE GALICIA



**NUNCA TOLEREI AS INXUSTIZAS,  
VIÑESEN DE QUEN VIÑESEN.**

---

Camilo de Dios

**Alba Sánchez Botana**  
**Juan S. Pirola Lorenzo**  
**Miguel García Valdeón**  
**Pedro Iglesias Fernández**

**Traballo de Final de Grao**  
**Directora: Finocha Formoso Barro**  
**Grao en Comunicación Audiovisual**  
**Curso 2015/2016**

---

***Camilo: o último guerrilleiro de Galicia***

Proxecto sobre a figura de Camilo de Dios, o último guerrilleiro que queda vivo en Galicia. O proxecto está formado por un documental de 50 minutos e diversos contidos (imaxes, vídeos...) que o complementan. Todos estes contidos están integrados nun sitio web funcional e nun proxecto de aplicación móbil. Co proxecto queremos, entre outras cousas, achegar á mocidade temas como a recuperación da memoria histórica.

**Palabras chave:** memoria histórica, guerrilla, antifranquismo

---

---

***Camilo: el último guerrillero de Galicia***

Proyecto sobre la figura de Camilo de Dios, el último guerrillero vivo de Galicia. El proyecto lo forman un documental de 50 minutos y contenidos (imágenes, vídeos...) que lo complementan. Todos estos contenidos se integran dentro de un sitio web funcional y en un proyecto de aplicación móvil. Con el proyecto queremos, entre otras cosas, acercar a la juventud temas como la recuperación de la memoria histórica.

**Palabras clave:** memoria histórica, guerrilla, antifranquismo

---

---

***Camilo: the last guerrilla warrior in Galicia***

Project about the character of Camilo de Dios, the last surviving guerrilla warrior in Galicia. The project consists of a 50-minute documentary and various other forms of content (images, videos...) to complement it. Each form of media is integrated into a functional web page, as well as a mobile application project. With this project we seek to teach young people about topics such as the recovery of historical memory, among others.

**Keywords:** historical memory, guerrilla, anti-Francoism

---

# ÍNDICE

---

<b>1. Introducción .....</b>	<b>2</b>
1.1. Camilo de Dios .....	3
1.2. Contexto e interese.....	4
1.3. Obxectivos.....	5
1.4. Equipo.....	6
<b>2. Proxecto .....</b>	<b>10</b>
2.1. Sinopse .....	11
2.2. Guión, estrutura e montaxe .....	13
2.3. Entrevistas.....	16
2.4. Fotografía .....	25
2.5. Son e música.....	29
2.6. Rótulos.....	30
2.7. Deseño web .....	33
2.8. Aplicación móbil.....	<b>38</b>
<b>3. Produción.....</b>	<b>41</b>
3.1. Financiamento .....	42
3.2. Distribución.....	47
3.3. Identidade gráfica .....	50
3.4. Plan de mercadotecnia.....	52

---

## **4. Anexos**

- 4.1. Calendario de produción
- 4.2. Contidos adicionais
- 4.3. Guión de contidos mínimos
- 4.4. Lista de preguntas
- 4.5. Orzamento
- 4.6. Storyline
- 4.7. Versións online

## **5. Arquivos**

- 5.1. Documental lineal
- 5.2. Webdoc

*Debido a incompatibilidades na versión offline do sitio web, só se entrega a versión online. Pódense atopar os datos de acceso no anexo 4.7. Versións online.*

**Data de consulta de datos: 14/09/2016**

---



# 1. INTRODUCCIÓN

---

1.1. Camilo de Dios

1.2. Contexto e interese

1.3. Obxectivos

1.4. Equipo

# 1.1. CAMILO DE DIOS

---

Camilo de Dios naceu en Sandiás en 1932 e é, a día de hoxe, o derradeiro guerrilleiro vivo de Galicia. A súa nai actuaba de enlace na resistencia antifranquista despois da sublevación de 1936, actividade que comezaría Camilo aos 13 anos. En 1948 fuxiría ao monte, uníndose á loita contra o réxime na II Agrupación do Exército Guerrilleiro de Galicia.

Ferido e capturado no ano 1949, Camilo foi condenado a morte nun consello de guerra celebrado na Coruña, pero ao ser menor de idade e por mor das presións internacionais, as autoridades remataron por conmutar a súa pena por 30 anos de cadea. A partires de aí, a vida de Camilo converteuse nun paso polos cárceres do Estado español, sendo no Dueso onde pasou a maior parte da condena ata ser liberado en 1959. Nos anos sesenta participaría na organización das Comisións Campesiñas na Limia e na reorganización

do Partido Comunista de Galicia (PCG) en Ourense, ata que foi detido de novo en 1971, acusado de propaganda ilegal.

Actualmente, Camilo non renunciou a todo aquilo polo que deu a súa vida e, despois de máis de 60 anos do asasinato do seu irmán, Perfecto de Dios, o guerrilleiro conseguiu vencer outra batalla máis e puido exhumar os seus restos en Chaherrero (Crespos, Ávila) e trasladalos a Sandiás.

Loitador da memoria e historia viva, Camilo é a única testemuña que pode dar voz a tantas e tantos que, coma el, arriscárono todo pola xustiza e a liberdade.

# 1.2. CONTEXTO E INTERESE

---

Cumpridos 80 anos do estalido da Guerra Civil, atopámonos nun punto de inflexión no que as testemuñas da guerra e da resistencia antifranquista están a piques de desaparecer. Entendemos que esta situación é dobremente delicada, xa que, despois de 40 anos de ditadura, nunca existiu unha vontade real por repensar a historia que ela mesma escribira. Así pois, *Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* nace do sentido do deber para coa memoria democrática, sabendo que o futuro da mesma depende moito do que se faga nestes anos.

Neste marco, vemos en Camilo de Dios non só ao último guerrilleiro vivo de Galicia, senón a unha traxectoria histórica continuada que vai dende a formación do movemento obreiro e campesiño na Limia até os nosos días: a persecución, a supervivencia, o afastamento familiar e mesmo a morte forman parte dunha vida

movida polos soños dun mundo mellor. Camilo é un loitador da memoria que, 65 anos despois da morte do seu irmán, conseguiu exhumalo do lugar onde foi abatido pola Guardia Civil e levalo ao seu lugar de orixe.

Todo isto compón unha riqueza chea de interseccionalidades que fai que os límites do proxecto sexan difusos, requirindo un formato que dea cabida á ampliación dos mesmos. Apostamos, polo tanto, por un documental encamiñado a ser un relato lineal composto de pequenas historias nas que exista a posibilidade de afondar.

# 1.3. OBXECTIVOS

---

Mediante este proxecto, pretendemos recuperar a memoria histórica colectiva da guerrilla antifranquista a través dunha soa voz: a de Camilo de Dios, o guerrilleiro máis novo de Galicia e o último que queda con vida.

Por outra banda, consideramos necesario recoller nun documental a historia de Camilo, xa que se trata dun home de idade avanzada, e xamais ninguén se embarcou no proxecto de recoller a súa vida nunha peza audiovisual destas características. Ademais, ao tratarse dun documental interactivo, temos a opción de contar a historia dunha forma lineal e, ademais, engadir información e contidos adicionais para quen lle interese.

Respecto ao público obxectivo temos, por unha banda, a xente interesada nos temas de recuperación da memoria histórica, tratándose dun sector fiel pero, en xeral,

tamén avellentado, polo que vai supor un gran reto acadar unha interface intuitiva para todo tipo de público.

Sen embargo, o noso obxectivo primordial é achegar non só a historia de Camilo, mais tamén a de boa parte do século XX no Estado español, a outro sector da poboación: a mocidade, comezando primeiro polos mozos e mozas con conciencia política. Este obxectivo é moi ambicioso, máis aínda cando a memoria histórica é silenciada na maior parte dos medios de comunicación; pero cremos que co emprego das tecnoloxías web e das redes sociais é posible levar a cabo ese achegamento.



# 1.4. EQUIPO

---

**Alba Sánchez Botana**

A Coruña, 16/5/1994  
Productora





# 1.4. EQUIPO

---

**Juan Pirola Lorenzo**

Bilbao, 08/12/1994  
Director de fotografía





# 1.4. EQUIPO

---

**Miguel García Valdeón**

A Coruña, 14/7/1994

Guionista



# 1.4. EQUIPO

---

**Pedro Iglesias Fernández**

O Porriño, 25/3/1994  
Deseño web e gráfico





# 2. PROXECTO

---

2.1. Sinopse

2.2. Guión, estrutura e montaxe

2.3. Entrevistas

2.4. Fotografía

2.5. Son e música

2.6. Rótulos

2.7. Deseño web

2.8. Aplicación móbil

# 2.1. SINOPSE

---

A casa da familia de Dios aparenta normalidade. Os obxectos da casa gardan historias e lembranzas da vida de Camilo de Dios, o último guerrilleiro de Galicia. Un mapa da Limia amósanos a loita que el e a súa familia levaron a cabo na bisbarra dende que decidiron arriscar as súas vidas. Entre as ferramentas do galpón atopamos unha navalla de afeitar e propaganda antifascista, que traen á memoria a figura dos seus pais e, enriba dun tractor, vese unha fotografía das Comisións Campesiñas e outra do pai e da nai de Camilo. Enriba da cama do guerrilleiro está o abrigo que utilizaba no monte, que representa o seu pasado de loita. Despois deste percorrido, vemos as mans de Camilo dobrando o abrigo.

Camilo narra o punto de inflexión da súa mocidade: un día chegou á casa e atopouna completamente baleira. O que a priori podería parecer unha situación

normal, tornou estraña cando, despois de varios días, non recibía novas de ninguén. Un veciño informoulle finalmente de que a súa nai tivera que fuxir ao monte cos guerrilleiros por mor dun suposto intento de arresto. Camilo foi buscala e esta contoulle a situación, que derivou en que, aos 15 anos de idade, o rapaz viuse obrigado a enrolarse na loita antifranquista.

Chegados a este punto, explícanse os motivos de sumarse a guerrilla: Camilo, coma sempre fixo, defende que o motivo foi a pura supervivencia, como lle pasou a tantas outras persoas. A guerrilla era unha saída contra a represión, unha vía de escape que tiñan que coller por obriga, empurrados polo réxime. Dentro das anécdotas e as historias, explícase o que era a Edreira: era un punto de apoio ao que chamaban “o balneario”, que se erixiu como centro neurálxico da guerrilla na zona e como o lugar de encontro para

os guerrilleiros, onde se reunían en datas sinaladas como a Noitevella e onde se organizaban e facían instrución militar.

Así, fálase do funcionamento da guerrilla, afondando en conceptos históricos e facendo fincapé na guerrilla de choque, formada polos guerrilleiros máis novos e aos que se lles asignaban as misións máis arriscadas.

Entre estas misións destacou, entre outras, a que supuxo a caída de Camilo: tratábase dunha acción de castigo en Ourense que rematou co guerrilleiro e cun compañeiro rodeados dentro dunha casa que estaba a ser bombardeada polo exército. Cunha voz que foi testemuña dos feitos, relátanse os estalidos e os disparos, servindo como introdución para que Camilo conte como aconteceu todo en primeira persoa.

Nesta acción, que se converteu nunha

# 2.1. SINOPSE

---

auténtica fuxida, caeron varios guerrilleiros e houbo varias detencións, incluída a do propio Camilo, que ficou inconsciente e foi trasladado a un hospital, para ser posteriormente entregado á Garda Civil.

Despois, Camilo foi levado á comisaría, onde sufriu máis de 50 días de tortura, que relata facendo énfase en que o paso ao cárcere da Coruña foi un auténtico alivio, continuando despois cun repaso de todos os cárceres polos que pasou. Cóntase despois a historia de José Saavedra: este compañeiro da guerrilla, estando deitado no chan durante a caída en Ourense e cunha man inutilizada, pediulle a Camilo que rematara coa súa vida. A isto, o guerrilleiro contestou que non, xa que aínda tiña a outra man en bo estado. Cargou a pistola e deixoulla alí, escoitando o disparo. Saavedra pediu pasar a última noite con Camilo e deulle un reloxio para que llo dera á súa muller, pero esta

rexeitouno e o guerrilleiro quedou con el. Este reloxio servirá como nexo co seguinte punto a través dunha metáfora do paso do tempo perdido entre fuxidas e reixas.

Camilo está xa na súa casa. Foron anos duros de prisión, pero por fin pode respirar o aire fóra das celas. Aínda así, enfróntase á volta á vida normal: despois de tantos anos encerrado, seguiu organizándose dentro do PCG e das Comisións Campesiñas, mantendo firme a súa militancia.

Coa saída do cárcere volveu á batalla por mudar día a día o mundo, pero había algo que Camilo tiña pendiente: o reencontro co seu irmán Perfecto. Así, relátase a historia deste a través dun veciño do lugar de Chaherrero (Crespos, Ávila), que explica onde foi abatido o guerrilleiro, que morreu no colo de Carmen, a súa nai. Camilo prometeulle a Carmen que recuperaría os restos de Perfecto: e non sería ata

2014 cando os dous irmáns puideron reencontrarse grazas á axuda da ARMH.

Con Camilo e Perfecto de novo xuntos, péchase o documental. Unha historia de loita, xustiza e dignidade, de vontade de non esquecer e de recuperar a memoria. Os participantes do documental falan de Camilo, da súa vida e da súa figura. Todas foron escribindo unha frase nunha libreta.

Esas frases, todas elas falando do guerrilleiro e da súa historia, son lidas polos seus autores para pechar definitivamente un documental sobre unha voz que, en realidade, é a de miles de persoas: a de Camilo de Dios, o último guerrilleiro de Galicia.

## 2.2. GUIÓN, ESTRUTURA E MONTAXE

---

O proceso de elaboración do guión de *Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* foi, en primeiro lugar, un exercicio non só de documentación, senón tamén de selección. Dentro da vida de Camilo, existen dúcias de historias dignas de entrar no documental lineal, recollidas nas máis de 50 horas de gravacións que se gravaron del e do resto de entrevistados, pero atópase a necesidade de reduci-lo a 50 minutos.

Desta forma, pártese da necesidade de sintetizar toda unha vida en menos dunha hora. Para isto, confeccionouse unha lista de contidos que tiñan que aparecer no documental, dividido nunha sorte de seis capítulos, que de facto non se deixan ver, polo menos dunha maneira explícita. Estes son: a familia, a vida no monte, o cárcere, a posta en liberdade, o reencontro con Perfecto e o legado de Camilo. O resto de contidos están ao servizo da interactividade do webdoc.

Así, comezouse a estruturar o documental a partires deses capítulos e contidos, fiándoos a través das declaracións das distintas voces ás que se entrevistou. Estas preséntanse a través dun plano no que escriben no mesmo caderno. Ata o final, permanece en segredo a finalidade do mesmo, que non é máis que o elemento no que cada un dos entrevistados escribe o que sente no momento sobre Camilo e a súa historia, servindo estes textos para facer unha montaxe final a modo de conclusión.

Algo moi importante na montaxe do documental e na concepción do propio guión é a ausencia dunha voz en off máis aló da introdución. Esta está pensada para describir o contexto histórico e situar ao espectador, ademais de servir para facer unha declaración de intencións. A conxugación da voz e das imaxes supón un todo no que coñecemos onde naceu

e actuou Camilo, quen era a súa familia e que a súa historia é a de milleiros de persoas máis. A partires de aquí, a voz en off desaparece, e a transición entre os supostos capítulos faise dunha forma sutil e recorrendo á música, ás imaxes e ao camiño que van marcando os entrevistados declaración tras declaración.

As transicións utilizadas son varias. Primeiro, empréganse unhas imaxes de Camilo na Edreira poñendo unha bandeira en lembranza dun compañeiro caído na guerrilla. Trátase duns minutos moi emotivos, que serven de transición para explicar o que era o centro neuráxico da guerrilla. Posteriormente, chega a transición entre a caída do último guerrilleiro de Galicia e a entrada no cárcere. Unha combinación das súas mans con imaxes dunha prisión sobre as que Camilo explica as torturas ás que se viu sometido.



## 2.2. GUIÓN, ESTRUTURA E MONTAXE

---

Outro exemplo destas transicións é unha cargada de simbolismo: a do reloxo de José Saavedra. Algo que a priori pode parecer pouco significativo como é que Camilo nos amose un reloxo, convértese nun auténtico punto de xiro. Isto é porque Camilo conta como o condenado a morte llo deu na súa última noite. Con isto explícase a crueza das execucións e, ademais, utilízase o reloxo de forma metafórica, mostrando o paso do tempo entre fuxidas e celas.

Para simbolizar a saída do cárcere, vese a Camilo pasar por diante da súa casa e entrar, para dar paso logo cunhas imaxes de Chaherrero nas que sae o veciño que posteriormente explicará onde morreu Perfecto. Para rematar a historia do asasinato, inclúese un plano da igrexa do lugar e outro das botas atopadas na exhumación cunha fotografía post mortem ao lado. Ao final, no punto álxido da exhumación, faise unha sucesión de

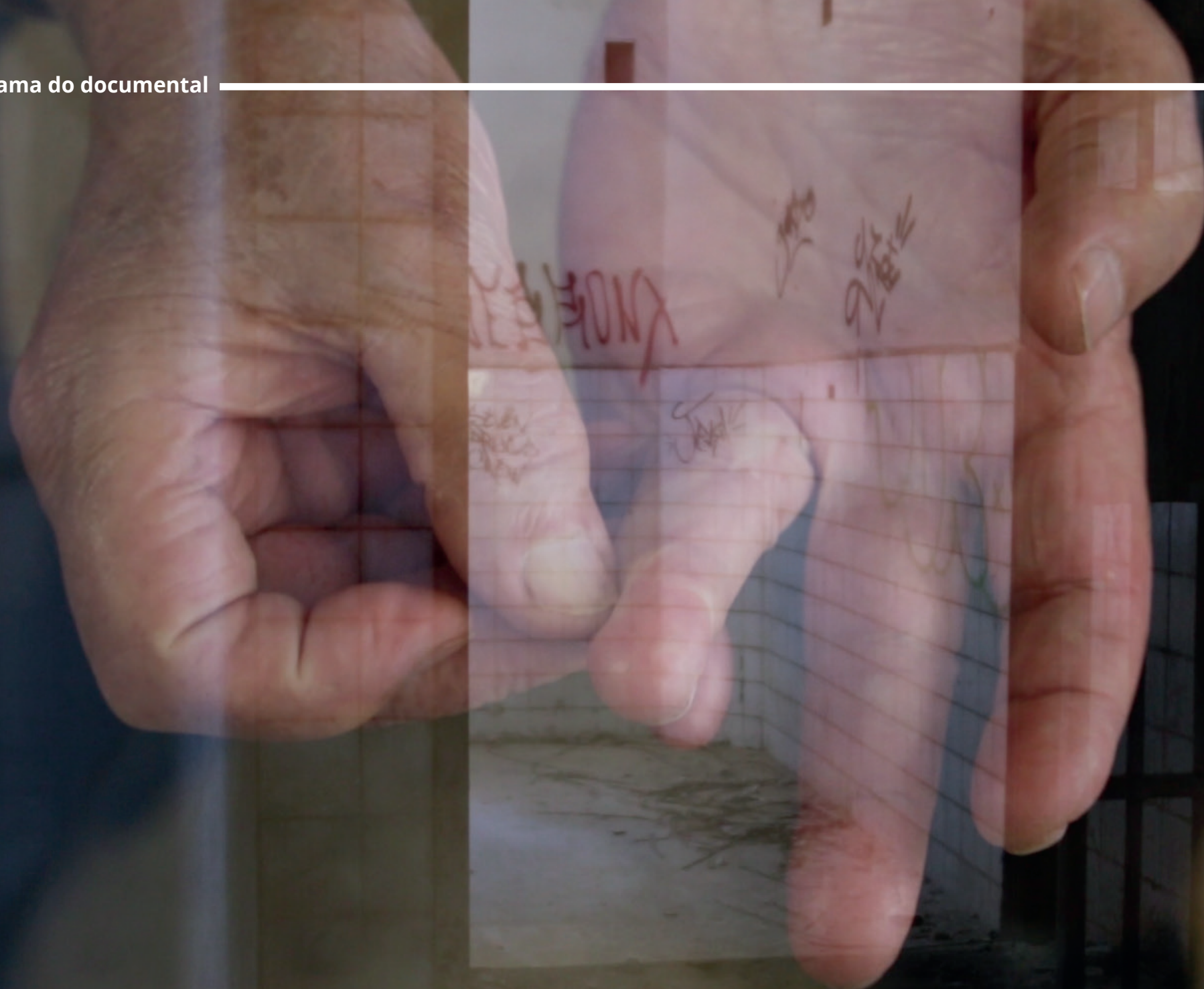
imaxes de Camilo e dos restos do seu irmán mentres Luís “Ferreiro” fala do que debeu de pasar pola cabeza do último guerrilleiro nese momento.

Con estes recursos, conséguense un guión a través do cal se explica a historia de Camilo de Dios dunha forma rápida e lineal, cunha montaxe que pode prescindir dunha voz en off e que se fai moito máis dinámica e natural.

Por último, cómpre falar de algo que vai da man do guión: as entrevistas. Cada unha delas estudouse para cada entrevistado concreto, conseguindo así declaracións especializadas en todo tipo de cuestións: historia da guerrilla, represión franquista, loita agraria, arqueoloxía...

Ademais disto, houbo dúas preguntas que se lles fixeron a todos os entrevistados: por unha banda, a importancia do caso de Camilo e Perfecto para a recuperación da

memoria e, por outra, a importancia de seguir loitando por esta. Así, conséguense todas as respostas necesarias para poder fiar un documental de 50 minutos sen necesidade dunha voz externa, focalizando toda a atención no resto de entrevistados pero, especialmente, na voz dos milleiros de desaparecidos, torturados e asasinados durante o franquismo nunha soa: a de Camilo de Dios.





## 2.3. ENTREVISTAS

# LUIS GONZÁLEZ “FERREIRO”

---

### Vigo (Pontevedra)

Un dos militantes máis cercanos a Camilo, vítima tamén da represión franquista. Del quixemos obter un relato paralelo da vida do noso protagonista, dende o punto de vista dun amigo cercano, que acompañou a Camilo a Chaherrero o día da exhumación do seu irmán.



# CARMEN GARCÍA-RODEJA

---

## A Coruña

Historiadora. Teceu unha boa amizade con Camilo grazas ao caso de Perfecto, xa que foi quen puxo a Camilo en contacto coa Asociación pola Recuperación da Memoria Histórica, da que forma parte; e quen impulsou o proceso de exhumación e homenaxe de Perfecto.



A man with glasses, identified as Bernardo Máiz, is shown in profile, focused on writing in a notebook. He is wearing a dark jacket. The background is a dimly lit room filled with bookshelves, suggesting a library or study. The overall tone is serious and academic.

# BERNARDO MÁIZ

---

## **Mugardos (A Coruña)**

Doutor en Historia Contemporánea especializado na guerrilla antifranquista e gran amigo de Camilo. Quixemos contar con el para que nos explicara pormenorizadamente o funcionamento da guerrilla en Galicia e reforzar o relato do propio Camilo.

A man with glasses is sitting at a desk in a library, reading a book. The background shows bookshelves filled with books. The image is dimly lit, with a warm, brownish tint.

# ALEJANDRO RODRÍGUEZ

---

## **Ponferrada (León)**

Alejandro é o historiador da Asociación pola Recuperación da Memoria Histórica que se encargou do caso de Chaherrero. Recolleu toda a información sobre Perfecto e explicounos como foi o asasinato e o propio proceso de investigación.





# MANOLO PEÑA-REY

---

## Ourense

Presidente de Honra e antigo Secretario Xeral do Partido Comunista de Galicia. Casualmente, viviu de neno a caída de Camilo e participou anos despois nas Comisións Campesiñas e foi apresado con el, polo que era moi interesante entrevistalo.





# XESÚS ALONSO MONTERO

---

## Vigo (Pontevedra)

Presidente da Real Academia Galega, militante do Partido Comunista e un dos mellores amigos de Camilo. Foi unha das persoas que acompañou a este a Chaherrero, polo que relatou ese momento e fixo descrições tanto de Carmen como de Perfecto e de Camilo.



# CARLOS BARROS

---

## **Vedra (A Coruña)**

Doutor en Historia e profesor na Universidade de Santiago de Compostela. Participou nas Comisi3ns Campesi3nas e foi apresado con Camilo e Pe3a-Rey: falamos con el para contar cunha perspectiva m3is pol3tica destes dous temas, sen alonxarnos do car3cter persoal do documental.





# JESÚS MARTÍNEZ

---

## **Crespos (Ávila)**

Alcalde de Crespos, onde morreu Perfecto, o irmán de Camilo, e neto da muller que resultou ferida precisamente nese tiroteo. Pertence ao Partido Popular e defende o dereito dos familiares a exhumar os corpos dos seus seres queridos, polo que era interesante o seu testemuño.





# RENÉ PACHECO

---

## **Ponferrada (León)**

Responsable da exhumación de Perfecto de Dios e arqueólogo da Asociación pola Recuperación da Memoria Histórica. Explicounos a chegada do caso á ARMH e a xornada da exhumación, dando un punto de vista máis técnico, pensando de cara á parte non lineal do documental.

# 2.4. FOTOGRAFÍA

---

Á hora de analizar as apostas fotográficas do documental, é importante ter en conta unha máxima mantida durante todo o proceso: a subordinación da cuestión estética á función narrativa que aportan os diferentes factores que compoñen a fotografía. Isto quere dicir que en ningún momento se buscou facer cousas entendidas como “bonitas” sen xustificación aparente, tal e como si se fai noutros formatos e pezas audiovisuais. Desta concepción na que a fotografía debe ser un elemento sutil pero servicial á historia, desglósanse as seguintes liñas de traballo:

## 1. Naturalidade

Para lograr que os espectadores sexan capaces de mergullarse na historia e achegarse ás testemuñas do documental é moi importante que se sintan cómodos coa luz, que esta non lles resulte artificial nin

impropia para o que está vendo. Por esta razón, a maioría de gravacións realizáronse empregando ventás como principal fonte de luz. Aínda con isto, o emprego de luz natural durante tomas de máis de 30 minutos fixo que se empregaran equipos de luz artificiais para, sen desentonar, ter un control sobre a constancia da mesma, cuestión que se explicará máis adiante.

## 2. A expresividade humana como principal centro do atención

Nunha peza audiovisual baseada na testemuña, é moi importante marcar a expresividade das protagonistas como centro de atención. Isto serve non só para intentar xerar unha empatía no espectador, senón porque os propios xestos son, moitas veces un punto de apoio para entender o que se está contando. Esta foi a principal razón detrás da selección de encuadres e diafragmas.

## 3. As metáforas como ferramenta de transición entre secuencias

Dende o momento no que se tomou a determinación de non vehicular o documental a través dunha voz en off (para dar maior protagonismo a Camilo), a fotografía pasou a ser a principal ferramenta da que servirnosa para establecer transicións entre secuencias. Así pois, empregouse a linguaxe cinematográfica, sobre todo, nos movementos de cámara para establecer finais de secuencia, enlaces entre dúas historias ou simplemente para apoiar o exercicio de reconstrución mental de esceas e situacións.

# 2.4. FOTOGRAFÍA

---

Destas líneas de traballo sae a seguinte análise técnica dos diferentes factores que compoñen a fotografía do documental:

## 1. Equipos de iluminación

As grandes limitacións que atopamos á hora de traballar con equipos de iluminación foron tanto loxísticas como económicas. A imposibilidade de acceso e desprazamento de grandes equipos levounos a traballar con dous aparatos de fluorescencia fría (5600k) e un HMI de 500w. Ditos puntos de luz axustábanse ben á naturalidade que se buscaba.

O HMI empregámolo en situacións nas que o ceo estaba moi cambiante para ter unha continuidade. Porén, a súa potencia e a dureza das sombras que proxecta limitou o seu uso a localizacións moi concretas, nas que podíamos empregalo a través dunha fiestra, coma se do sol se tratase.

Os aparatos de fluorescencia axustábanse moito máis á maioría de localizacións: menos volume, menos potencia, menos ruído, menos temperatura e sombras máis suaves. Nas situacións nas que non se filtraba a suficiente luz pola ventá, empregáronse para reforzala.

## 2. O tratamento das sombras

En pos da empatía coa historia do documental, buscouse que os rostros non tiveran grandes sombras na cara, tentando amosar uns xestos máis agradables. Ademais, no caso concreto de Camilo, evitamos que os seus ollos quedaran en sombra, xa que ten unha mirada con moita forza. Aínda así, non puidemos iluminalos tanto como nos gustaría, posto que, despois de varias operacións oculares, é moi sensible aos contrastes de luz. Outra cousa que é importante mencionar é que si se estableceron contrastes entre

os dous lados da cara, posto que aporta un maior dramatismo, pero sen chegar a deshumanizar ao entrevistado.

Para acadar estes resultados, utilizáronse filtros Grid Cloth, que colocáronse sobre os propios fluorescentes ou a modo de bastidor diante das fiestras.

## 3. Distancias focais

A pesar de que se procurou centrar a atención no rostro, existen unha serie de condicionamentos que levaron a traballar na cámara principal cun obxectivo de 24mm:

- Aposta por secuencias de cámara ao hombro sen ferramentas de estabilización.
- Ausencia dun foquista, polo que houbo que atender a encuadre, foco e diafragma ao mesmo tempo.



# 2.4. FOTOGRAFÍA

---

-Vontade de ubicar a Camilo nos espazos nos que se desenvolve a historia.

Ao tempo, na cámara secundaria (que só está presente nalgúns secuencias) traballouse cun obxectivo zoom para poder facer diferentes encuadres con facilidade mentres se desenvolvía a acción.

## 4. Diafragma

A pesar de non contar cun foquista, durante as esceas máis tranquilas de entrevista, así como nos bodegóns, operouse con f2.8, buscando, coa pouca profundidade de campo, centrar a atención nun punto moi concreto. Mentres tanto, nas secuencias en exteriores, pechábase o diafragma ata f4 ou f5.6 para ter maior profundidade de campo e, polo tanto, máis marxe no enfoque.

## 5. Velocidade de obturación

As cámaras coas que se traballou limitában a gravación a 25fps, polo que a obturación empregada era 1/50. Aínda con isto, houbo situacións nas que a velocidade de obturación subiu a 1/100 ou 1/200 para obter frames máis nítidos que permitiran facer cámara lenta a través de ferramentas de posproducción.

## 6. Encadramentos

Tal e como se dixo antes, buscábase centrar a atención na expresividade dos entrevistados, polo que a maioría van dende o Primeirísimo Primeiro Plano ata, como moito, o Plano Americano. Así, nas partes de maior tensión dramática, búscanse planos máis pechados, mentres que nas que teñen un carácter máis narrativo, apostouse por poder ver tamén as máns e o torso da persoa en escea.

## 7. Movementsos de cámara

Apostouse pola cámara ao hombro, buscando xerar no espectador unha actitude *voyeur* na que os movementos no encadre gardan paralelismos cos movementos da mirada. Ademais, a cámara ao hombro permite unha gran flexibilidade de encadre para atender ás situacións imprevistas. Tamén se empregou moito o travelling e o seu valor narrativo:

- Retro: aporta carácter conclusivo, polo que se escolleu para a última secuencia do documental.
- Avant: transmite sensacións como achegamento, apertura... Por isto, é o empregado en boa parte da introdución.
- Lateral: utilizouse con dous sentidos, para presentar aos entrevistados nun espazo e como recurso de transición, simulando o paso do tempo.



Plano de especial tensión dramática, onde os ollos de Camilo centran a atención do espectador.



Bodegón da introdución.



Exemplo de como nos servimos do Plano Xeral para ubicar a Camilo nun contexto, neste caso o monte.



Plano Xeral de transición.

# 2.5. SON E MÚSICA

---

Debido ao ton do documental, o son céntrase nas voces dos entrevistados, que son os protagonistas da historia e, en definitiva, os encargados do seu avance.

Para as entrevistas empregáronse dous micrófonos: un micrófono de solapa e un de condensador no extremo dunha pértiga. Co sinal destes dous micrófonos, conectados directamente a un gravador de son, preténdese minimizar os erros e conseguir unha gravación fiable. De tódolos xeitos, algunhas das entrevistas, xa que os entrevistados estaban en movemento, realizáronse unicamente co micrófono de condensador.

Unha vez gravados e volcados os arquivos de son, realizouse un tratamento completo destes no software de edición: ecualización para eliminar e reforzar frecuencias, plugin de eliminación de ruído e compresor para realzar o conxunto do son.

En canto á música, esta empregouse coa fin de reforzar as palabras dos entrevistados, mais tamén para marcar as transicións das secuencias e incluso para complementar algunha secuencia de montaxe.

Deste xeito, contactouse con Pedro Onetto, o compositor da banda sonora da película *Infancia Clandestina* (dirixida por Benjamín Ávila), que cedeu de xeito gratuíto os dereitos dos temas *En el bosque* e *Juan corre*. Tamén se mercou a licencia, a través de Jamendo, de *Camino, Marina* e *María*, tres temas de Adrián Berenguer.

Por outra banda autoproducíronse varios temas que se empregaron en varios dos vídeos para as redes sociais.



## 2.6. RÓTULOS

---

No tocante aos rótulos, atópase no documental o logo ao comezo e os rótulos que presentan a cada entrevistado.

O primeiro realizouse coas nParticles do software de modelado e animación 3D Maya: a idea era que o logo aparecese da nada e tomase forma mediante partículas.

Para a súa creación, importouse o logo vectorial como unha retícula, que foi recheada con partículas tipo Point. Para animar estas partículas, simulouse o seu movemento aplicándolles varios campos de forza (tipo Vortex, Turbulence e Gravity) e modificáronse datos como a duración das partículas ou o desenfocado de movemento. A animación resultante (exportada por frames mediante Mental Ray) foi invertida e completada coas letras do subtítulo e o son (e un efecto de desaparición con desenfocado e variación da opacidade) en Premiere Pro.

Por outra banda, os rótulos que aparecen a primeira vez que sae cada entrevistado realizáronse con After Effects, creando primeiro a estrutura (o nome, unha liña e a súa profesión ou cargo) e animando esta mediante a interpolación de movementos, opacidade e desenfocado.

Por último, tamén se deseñaron rótulos para cada un dos vídeos que conforman os contidos adicionais. Sen embargo, estes non están animados, senón que son imaxes fixas creadas en Photoshop.



# XESÚS ALONSO MONTERO

---

Presidente da  
Real Academia Galega



## 2.7. DESEÑO WEB

---

Como xa se comentou anteriormente, *Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* complementábase coa tecnoloxía web para reforzar a historia do documental.

Dende o comezo da produción tívose en conta que a historia de Camilo non era algo que se puidese comprimir nun documental de 50 minutos, polo que a idea era reforzar a metraxa cunha sorte de contidos adicionais que axudasen a explicar conceptos ou historias que, pola limitación do formato, non daba tempo a explicar completamente. Ademais, así faise posible que a experiencia de cada espectador sexa única e personalizada.

Tras varias interaccións, esta idea orixinaria derivou na creación dun sitio web completo, no que podemos atopar un arquivo de contidos adicionais; así como no emprego do software Klynt para dar interactividade ao noso documental.

### Sitio web

Programado en HTML5, CSS3 e JS5, o sitio web do documental está dividido en tres partes: o sitio web principal, que alberga o webdoc e o describe; o arquivo de contidos adicionais, no que poderemos encontrar imaxes e outros arquivos sobre Camilo; e un libro de visitas, onde os visitantes poden deixar a súa sinatura e un comentario.

Debido á complexidade na programación de certos elementos do sitio web, empregáronse a librería de Javascript jQuery e os plugins fullPage.js (creación de sliders) e Slideout.js (menú despregable para móbiles), así como o widget HTML Comment Box (caixa de comentarios).

Por outra banda, o sitio web é responsivo (accesible en *smartphones* e *tablets*).

### Documental web

Para a realización do documental web, e tras contactar a varios profesionais, empregouse a aplicación Klynt, usada para a creación de documentais interactivos e multimedia.

Así, o webdoc está dividido en seis capítulos, cada un dos cales ten varios contidos adicionais (ampliáveis): pódese acceder a eles na liña de tempo a medida que avanza o documental. Por comodidade, os vídeos adicionais están incluídos no webdoc, mentres que para o resto de contidos ábrese unha nova lapela á súa páxina correspondente no arquivo do sitio web.

Camilo

# INICIO

Inicio

Nós

Webdoc

Camisetas

Créditos

Arquivo histórico

Libro de visitas



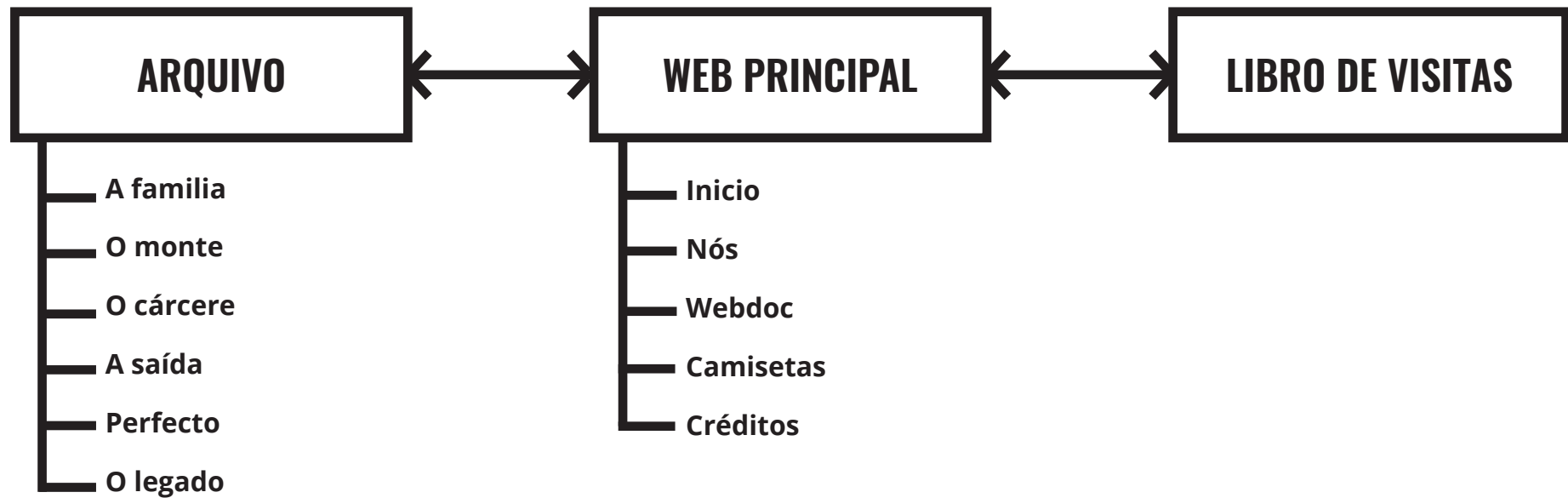
Pausar o vídeo



*Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* é un documental interactivo que expón a vida de Camilo de Dios, o último guerrilleiro que queda vivo en Galicia. A través da súa historia pretendemos recuperar a memoria histórica da guerrilla antifranquista: loitador da memoria e historia viva, Camilo é a única testemuña que pode dar voz a tantas e tantos que, coma el, arriscárono todo pola xustiza e a liberdade.









# 2.8. APLICACIÓN MÓBIL

---

De xeito paralelo ao webdoc, deseñouse unha app para *smartphones* e *tablets* (tanto para iOS como para Android) coa finalidade de servir de complemento ao proxecto. A principal función da app é permitir o visionado dos contidos adicionais, pero a idea é enmarcar esta na campaña de mercadotecnia, ao incorporar na app a posibilidade de desbloquear os contidos segundo a posición GPS do dispositivo (no que se coñece habitualmente como *geocaching*).

Así, ao chegar aos puntos importantes do documental, ao longo da xeografía galega, desbloquearanse certas recompensas con información adicional e relevante sobre a historia da guerrilla e de Camilo de Dios. Quen consiga desbloquear todos estes puntos recibirá un premio (un pack de merchandising e o DVD do documental, que á súa vez contén o código para obter a app en versión premium).

## Monetización

Esta app constitúe un elemento da campaña de publicidade para o documental, polo que é moi importante que esta sexa de acceso gratuito. Sen embargo, o modelo será freemium, xa que contará cunha ampliación de contidos a través dunha versión de pago:

- **Versión de balde:** contén o mapa de recompensas, unha serie de contidos e o teaser/trailer.
- **Versión de pago:** amplía os contidos engadindo varios exclusivos e ofrece a posibilidade de empregar o dispositivo como control remoto do webdoc.

As persoas que merquen o DVD do documental obterán un código de ampliación á versión premium.

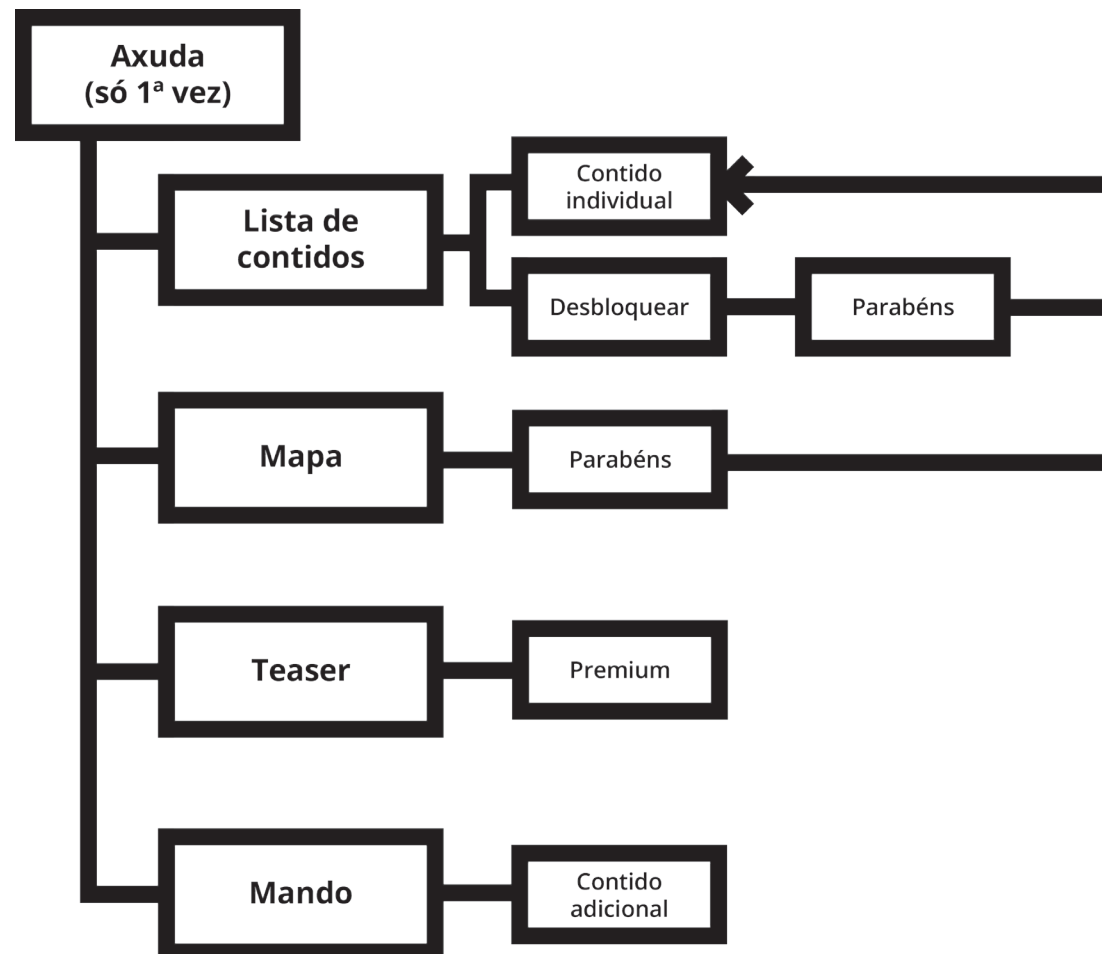
## Ferramentas

**GPS:** Necesaria para a actividade de geocaching coa que contará a app.

**Cámara:** Utilizarase para botar fotos nos puntos importantes do geocaching que poder compartir posteriormente e, ademais, para poder ler os códigos QR, necesarios tanto para sincronizar o dispositivo co computador e incluso para desbloquear certas recompensas.

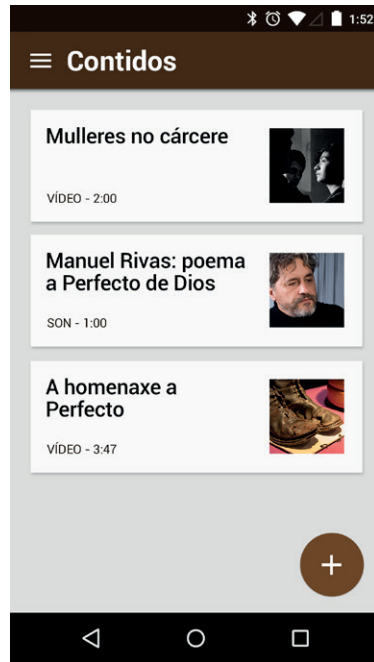
**Notificacións:** Estas aparecerán en dúas ocasións: cando se estea cerca dun punto do geocaching, conseguindo así o interese do usuario por visitalo; e cando se engada contido adicional á app.



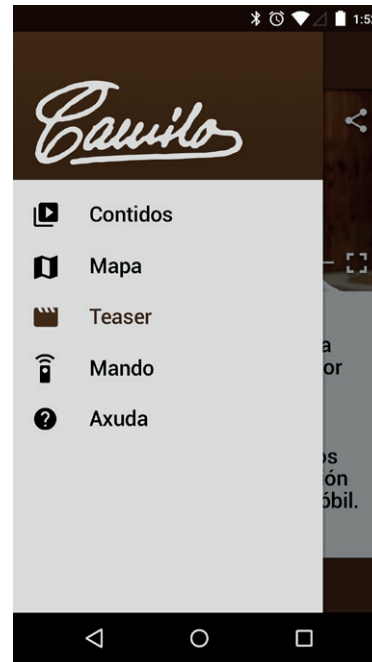




a. Inicio (axuda)



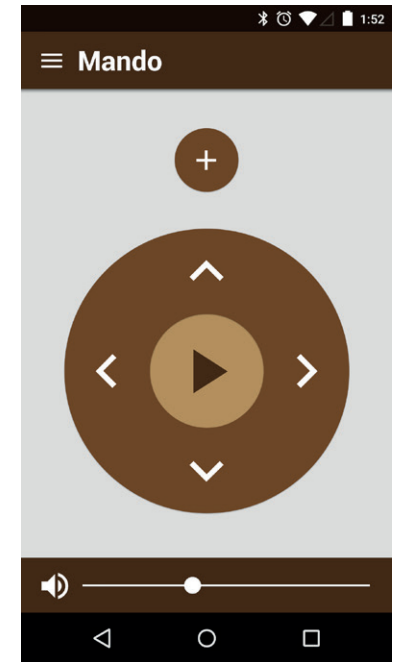
b. Contidos



c. Teaser



d. Mapa



e. Mando

# 3. PRODUCCIÓN

---

3.1. Financiamiento

3.2. Distribución

3.3. Identidad gráfica

3.4. Plan de mercadotecnia



# 3.1. FINANCIAMENTO

---

*Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* non é un proxecto que xurda cun fin comercial, se ben si que se intentará dar a maior difusión e saída posible ao documental, o obxectivo principal do mesmo será crear una ferramenta que sirva para aportar un grao de area á recuperación da memoria histórica.

Por isto, a financiación do proxecto baséase principalmente, na cesión de traballo e material.

Este é un documental creado integramente por estudantes universitarios. Así, o equipo vese reducido aos catro promotores do proxecto, que, aínda que teñen un rol principal asignado, suplen o resto de tarefas necesarias nunha rodaxe. A única axuda externa coa que se conta é a voz en off e un subtitulador-tradutor, que, ao igual que os promotores, ceden de xeito gratuíto todo o seu traballo.

A meirande parte do material de grabación é cedido gratuitamente pola Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade da Coruña, así como por parte do propio equipo técnico.

Para afrontar o resto de gastos que xurdiron durante a produción (compra de determinados materiais, custe dos desplazamentos, dietas, aloxamentos...) levouse a cabo un desembolso inicial de 700€ de capital propio, sumado a unha campaña de mercadotecnia, que tamén reportou beneficios dun xeito notable.

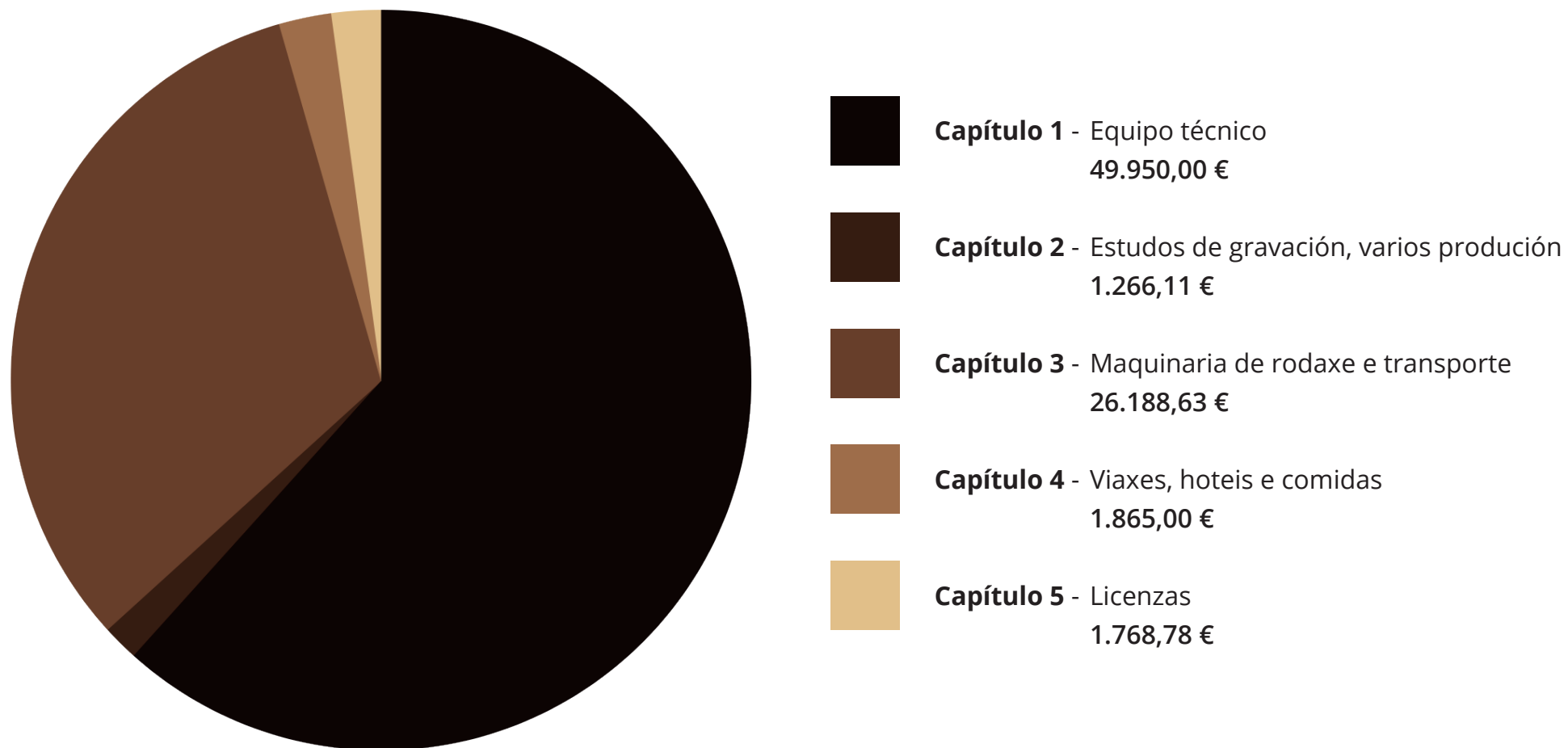
Ademais, o documental conta co apoio de varias organizacións que axudaron ao proxecto en distintos ámbitos: na documentación (Fundación 10 de marzo) á venda de artigos de mercadotecnia (Santa Guerrilla), á difusión do documental (Deputación da Coruña, Marea Atlántica, Asociación para a Recuperación da

Memoria Histórica) ou ben con aportacións económicas (Gadis, UGT, PCG/Esquerda Unida Ourense).

Grazas a estas cesións e aportacións, o documental, cun custe total estimado en 81.048,52€, sumado á campaña prevista para a distribución, queda pois sufragado, permitindo incluso recuperar a inversión inicial e reportando unha serie de beneficios que permitirán cubrir o capital de traballo cedido por parte do equipo técnico.

## Orzamento do proxecto por capítulos

---











# 3.4. DISTRIBUCIÓN

---

Como se citou no apartado anterior, a campaña de distribución ten como principal obxectivo dar a coñecer a historia de Camilo, e servir así como elemento reivindicativo da memoria histórica; e, por outra banda, axudar a sufragar a inversión que supuxo a produción. Dadas as características do proxecto, establécense dúas estratexias de distribución: unha para o documental interactivo e outra separada, aproveitando as posibilidades do documental lineal.

## **Documental interactivo**

Dende o primeiro momento no que se concibiu o proxecto, sempre se apostou por un sitio web na que se puidera acceder ao documental interactivo de xeito gratuíto; e que este sitio web non só servise de plataforma de reprodución, senón tamén de arquivo histórico.

Polo tanto, no tocante a festivais, debemos buscar aqueles que poidan adaptarse ás características do noso proxecto, como o IDFA DocLab.

Por outra banda, hai certos portais, como a sección adicada documentais interactivos de Radio Televisión Española nos que se pode incluír o noso webdoc.

## **Documental lineal**

A principal forma de distribución para o documental lineal son os actos nos que se proxecte o mesmo. Así pois, establécense os seguintes espazos e tempos:

### ***Preestrea***

Realizarase unha proxección na vila de Sandiás o día 22 de outubro. Esta terá un carácter privado, formando parte da mesma a familia, amigos e achegados de Camilo. Para a organización da mesma,

contarase co Concello de Sandiás, con quen xa se ten apalabrado o evento.

### ***Estrea***

A estrea terá lugar o 27 de outubro na Coruña e será aberto ao público. Despois da presentación e a proxección do documental, abrirase un pequeno coloquio entre o público. O acto contará coas seguintes intervencións:

- Carmen García-Rodeja (historiadora), co papel de dinamizadora
- Xulio Ferreiro (alcalde da Coruña)
- Xesús Alonso Montero (presidente da Real Academia Galega)
- Camilo de Dios

A maiores, e coa intención de xerar atracción entre a mocidade, organizarase, para despois do coloquio, un concerto en acústico do grupo Dakidarría.



## 3.2. DISTRIBUCIÓN

---

### ***Proxeccións en Galicia***

Unha vez feita a presentación, comezarase un tour por diferentes vilas e cidades de Galicia, entendendo que a temática do documental fai delas o principal espazo de distribución. Pódense establecer os seguintes grupos:

- Proxeccións organizadas por colectivos e organizacións ligadas á memoria histórica:

*Ourense:* Asociación Amigos da República

*Ferrol:* Ateneo Republicano

*Vigo:* Asemblea Republicana

*Santiago de Compostela:* Ateneo Republicano

*Outros (non pechados):* Marea Atlántica (organización política de A Coruña), Festival da Liberdade (festival cultural organizado en Cangas)

- Proxeccións organizadas pola Deputación da Coruña: neste momento existe un compromiso por parte da Deputación da Coruña de organizar un tour de presentación do documental por diferentes concellos da provincia, como poden ser o de Carballo ou o de Rianxo.

- Proxeccións en concellos fóra da provincia da Coruña: estase a traballar para presentar o proxecto en diferentes concellos de Galicia. Neste momentos cóntase co convite por parte do Concello de Cuntis para participar da Semana Republicana cunha charla e proxección o 4 de novembro.

- Proxeccións en institutos: Son, sen dúbida, un dos espazos máis interesantes para a difusión do proxecto, en tanto que significa achegar o noso traballo ás novas xeracións. Neste sentido, para a

proxección en institutos, contarase co apoio dos diferentes concellos nos que imos presentar o noso traballo.

### ***Proxeccións estatais***

Do mesmo xeito que no marco galego, establecerase unha primeira rolda de proxeccións apoiándose en colectivos e organizacións que traballen a cuestas da memoria histórica. Neste sentido, cobra un especial valor o traballo que vimos facendo coa Asociación para a Recuperación da Memoria Histórica, xa que podemos nutrirnos de toda a súa traxectoria neste campo.

## 3.2. DISTRIBUCIÓN

---

### ***Proxeccións internacionais***

Tense vontade de que o proxecto chegue máis aló do España, tendo en conta, ademais, que hai puntos do planeta que teñen amosado compromiso coa reconstrución da memoria histórica no Estado español. Para iso, atópanse os seguintes campos de actuación:

- Latinoamérica: a profunda ligazón de Galicia con Latinoamérica na historia, así como a tradición de traballo en memoria histórica de países como Arxentina, Chile ou Uruguai, fai dela un punto de interese grande para a difusión do proxecto. Neses países ten unha gran vixencia a loita pola memoria das persoas desaparecidas nas ditaduras da segunda metade do século XX. Ademais, en todos eles existe unha rede de centros galegos nos que poder proxectar o documental. No caso concreto de

Arxentina, ten unha gran importancia para nós a Federación de Asociaciones Gallegas, con quen xa establecemos contacto. Foi precisamente a través desta organización como nos chegou o convite para participar do VI Congreso Internacional de Historia Oral de Arxentina, en San Miguel de Tucumán (Arxentina) do 5 ao 8 de outubro de 2016. Nel, presentaremos o proxecto a través de Carmen García-Rodeja.

- Francia: Francia é, sen dúbida, o país que ten maior vínculo coa loita antifranquista, xa que foi destino de exilio para moitos republicanos. Así, ata o momento, estableceuse contacto con algunhas vilas onde houbo forte presenza destes, como son Pradines, Tulle e Montauban.

Por suposto, para poder levar a cabo todos estes proxectos de distribución, resulta

imprescindible traducir o documental a diferentes linguas. A día de hoxe, está xestionada a súa tradución ao castelán, ao inglés e ao francés, así como a ruso e portugués, posto que tamén existe unha ligazón histórica con Rusia e Portugal e son países nos que pode ter acollida debido a solidariedade internacional que se deu na Guerra Civil coas Brigadas Internacionais.

É importante sinalar, que en tódolos actos citados, poderá mercarse o documental en formato físico (DVD) e as camisolas de merchandising.

### ***Televisión***

Finalmente, e xa que o documental se trata dun documento histórico, cabe a posibilidade de vendelo á Televisión de Galicia ou, incluso, a algunha das televisións da FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos).

# 3.3. IDENTIDADE GRÁFICA

---

A identidade gráfica de *Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* pretende ser, como xa se pretendía nas primeiras fases do desenvolvemento do proxecto, unha identidade sobria e atractiva, empregando poucos elementos pero facendo deles un uso intensivo tanto en redes sociais, como na páxina web ou nos rótulos do documental.

Así, o logotipo é unha interpretación vectorial da sinatura do propio Camilo de Dios. Tras varias propostas tipográficas, decidiuse que a sinatura tiña a suficiente pregnancia e carácter como para poder ser utilizada. Este logotipo vai acompañado, na súa versión completa, co subtítulo “o último guerrilleiro de Galicia”.

O universo gráfico é complementado con dúas familias tipográficas, Oswald (para os títulos) e Open Sans (para o corpo de texto). Ambas son tipografías sen serifa,

cunha boa lexibilidade, polo que son ideais para o seu emprego en dixital. Outra das características que nos levou a empregar estas dúas familias é que ambas pertencen á librería Google Fonts, polo que se poden incrustar nun sitio web de xeito moi sinxelo.

As cores empregadas para o proxecto son o marrón, o branco e o negro, mostradas normalmente de xeito plano. Estas cores, xunto coa tipografía, pretenden realzar a sobriedade e a sinxeleza do conxunto.

En canto a outros elementos, faise un uso intensivo das liñas horizontais como separadoras e delimitadoras dos contidos.

Por último, o tratamento das imaxes (sobre todo en redes sociais) caracterízase polo uso de tons marróns e diversas texturas para envellecer e deteriorar artificialmente ditas imaxes.



*Pavullo*

O ÚLTIMO GUERRILLEIRO DE GALICIA

## 3.4. PLAN DE MERCADOTECNIA

---

O documental ve a luz nun momento complexo: por unha banda, a memoria histórica semella estar vetada e condenada ao esquecemento na meirande parte de medios do Estado español. Ademais, pretende chegar á mocidade, un suxeito ao que se lle ocultou a historia máis recente do seu país, sendo un páramo todo o que precedeu á Transición.

Chegados a este punto atopouse outra gran eiva, que é que a xente nova, polo xeral, non se sente atraída polos documentais. Por isto, decidiuse facer non só un documental lineal, se non un auténtico arquivo histórico da vida de Camilo de Dios e da guerrilla recorrendo ao atractivo que pode supor a interactividade e as novas tecnoloxías. Ademais, no documental evítanse todo tipo de datos técnicos no sentido histórico que podan facelo monótono, senón que se trata dunha sucesión de feitos importantes con constantes xiros que compoñen un

documental ameno, no que se poderá afondar a través do contido adicional.

Se ben é certo que semella complicado chegar ao público con esta temática, *Camilo: o último guerrilleiro de Galicia* vai da man dunha peza fundamental en todo este proceso: a cultura e, máis concretamente, a música. Desta forma, cóntase co apoio de varios grupos do panorama galego coñecidos entre a mocidade máis activa no sentido político e que cada vez están chegando a un público máis amplo. Entre eles atópanse Ezetaerre (grupo formado por tres dos integrantes do equipo do proxecto), Dakidarría ou Nao. Ademais se conseguiu traspasar tamén os límites de Galicia, obtendo o apoio dalgúns dos grupos con máis proxección a nivel estatal a día de hoxe entre a mocidade como son La Raíz e Los Chikos del Maíz.

Todo isto conforma unha estratexia de marketing pensada e conducida a chegar ao público máis novo do que adoita interesarse pola recuperación da memoria histórica.

## Grupos que apoian o proxecto



# 3.4. PLAN DE MERCADOTECNIA

---

A primeira decisión a tomar ao pensar nesta estratexia foi a de que redes sociais empregar. A análise partiu da idea de que se pretendía chegar a todo tipo de público, pero era moi importante centrarse na mocidade. Por isto, as redes sociais elixidas foron Facebook e Instagram.

## Facebook

A primeira en lanzarse sería Facebook, a nosa rede principal. Sería cun vídeo feito a partires de gravacións antigas que xa se lle fixeran a Camilo, no que relata dunha maneira moi emotiva a derradeira vez que viu ao seu irmán. Este vídeo acadou moito apoio entre o noso público, chegando a un total de 589 reaccións, 11.159 persoas acadadas e 117 compartidas.

Despois, continuouse con explicacións sobre que era realmente o proxecto: “Quen é Camilo?” “Quen é Perfecto?” “Que

é iso dun webdoc?” Unha vez resoltas estas dúbidas, buscáronse contidos que chamasen a atención e que fosen útiles para a recuperación da memoria histórica: fíxose unha listaxe de declaracións en televisión, vídeos de conferencias e material similar falando sobre memoria e realizáronse cortes para ir subindo pouco a pouco. Entre estes vídeos pódense atopar a personalidades como Emilio Silva (presidente da ARMH), Xesús Alonso Montero (presidente da RAG) ou o propio Camilo de Dios.

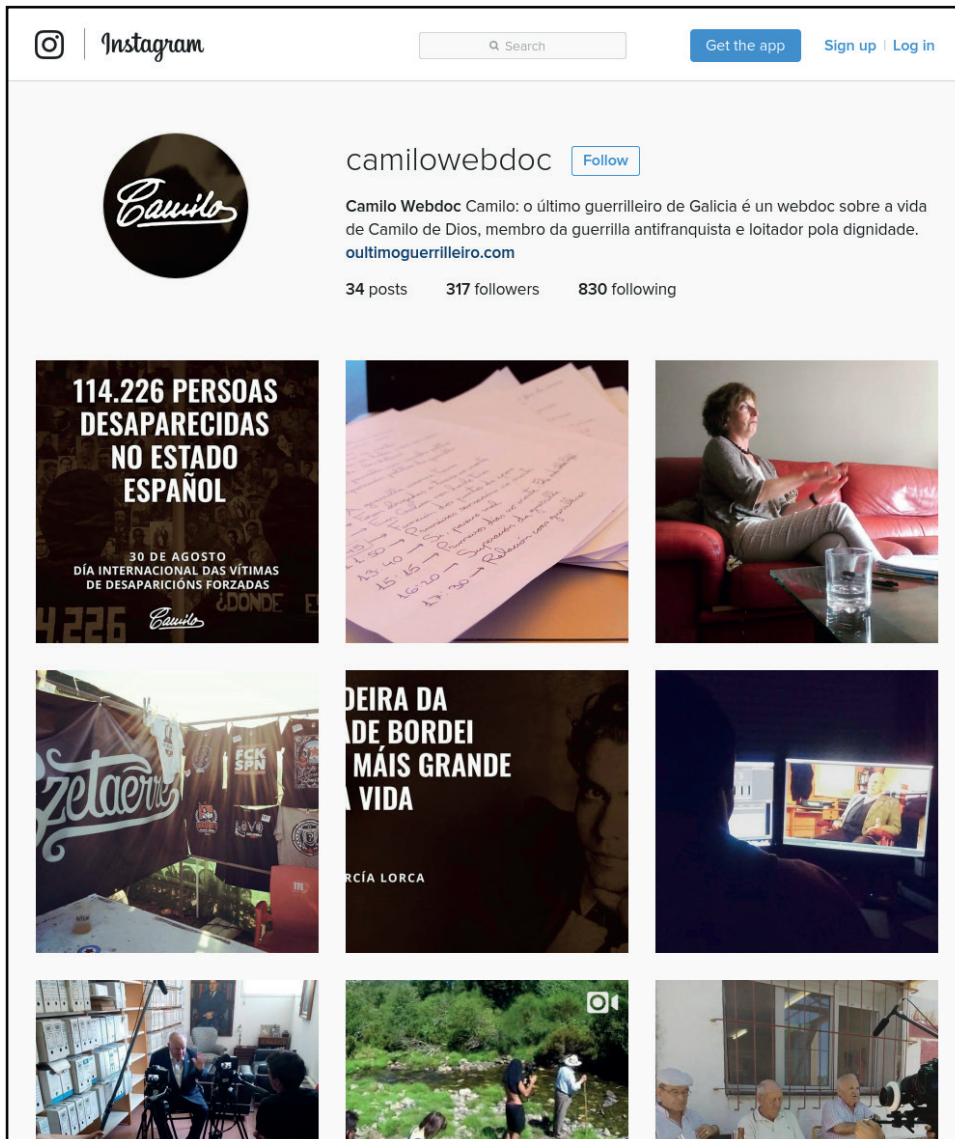
Estes vídeos tiveron unha boa aceptación entre os nosos seguidores. Similares a estes foron os vídeos de personalidades políticas falando en contra da recuperación da memoria, como foi o caso de Diego Gago, edil do PP, que se utilizaron para denunciar a impunidade do fascismo no Estado español e a aceptación destes feitos no imaxinario colectivo.

Por outra banda, comezouse tamén coas recomendacións musicais: en resumo, compartir cancións con contido de memoria histórica para achegar á mocidade a través da música. Apostouse por grupos coñecidos como Barricada ou Riot Propaganda ata por outros galegos e menos escoitados como Satxa na Leria.

Outro tipo de publicacións foron aquelas que responden a datas concretas, como foi a do Día Internacional das Vítimas de Desaparicións Forzadas, o comezo da Guerra Civil ou o 80 aniversario da desaparición de Federico García Lorca. Estas publicacións consistiron nunha imaxe coa identidade corporativa do proxecto acompañada dun texto falando da perspectiva do equipo sobre ese tema en concreto. O éxito destas publicacións foi alto. No segundo caso, por exemplo, acadáronse 2.549 persoas, conseguindo un total de 155 reaccións e 29 compartidas.



# Capturas das redes sociais empregadas



**Instagram** | Search | Get the app | Sign up | Log in

**camilowebdoc** [Follow](#)

Camilo Webdoc Camilo: o último guerrilleiro de Galicia é un webdoc sobre a vida de Camilo de Dios, membro da guerrilla antifranquista e loitador pola dignidade. [ultimoguerrilleiro.com](http://ultimoguerrilleiro.com)

34 posts 317 followers 830 following

**114.226 PERSOAS DESAPARECIDAS NO ESTADO ESPAÑOL**  
30 DE AGOSTO  
DÍA INTERNACIONAL DAS VÍTIMAS DE DESAPARICIÓN FORZADAS

**DEIRA DA DE BORDEI MÁIS GRANDE A VIDA**  
ARCÍA LORCA



**facebook** | Email or Phone | Password | Log In | Forgot account?

**Camilo: o último guerrilleiro de Galicia**  
@camilowebdoc

**Home** | About | Photos | Likes | Videos | Posts | [Create a Page](#)

**Camilo: o último guerrilleiro de Galicia**  
August 5 at 1:32pm · 🌐

Imos falar claro:  
Tan pronto puxemos en marcha este proxecto, comezamos a escoitar recomendacións de todo tipo sobre a conveniencia de "non entrar en temas tan sensibles", "non posicionarnos tanto", etc... Nunca nos desanimou, nin pensamos en reorientar as nosas aspiracións, pero é estúpido negar que sentimos presión.

Hoxe, despois de horas falando con Luis "Ferreiro", histórico militante antifranquista, adicounos estas palabras. Xulgade vós, pero para nós é un pulo de forza... [See More](#)

578 Views | Like | Comment | Share

**Camilo: o último guerrilleiro de Galicia**  
1 hr · 🌐

Hoxe, día 30 de agosto, é o Día Internacional das Vítimas de Desaparicións Forzadas. Foi declarado pola Asemblea Xeral das Nacións Unidas no ano 2010 para denunciar o uso da desaparición forzada como método para infundir terror na poboación.

O Estado español sabe ben o que é isto, sendo o segundo país con máis fosas comúns, só despois de Camboxa. Son moitas as familias que seguen chorando a moitas e moitos seres queridos asasinados e soterrados polo fascismo mentres a impunidade segue sendo norma.

**Community** | Search for posts on this Page | **976 likes** | <http://ultimoguerrilleiro.com/>

## 3.4. PLAN DE MERCADOTECNIA

---

Ademais, durante a rodaxe fixéronse constantes fotografías e vídeos para amosar o traballo realizado no día a día do proxecto. Un exemplo foi o vídeo que subimos dun brinde con Camilo, que acadaría 2.276 persoas, cun total de 78 reaccións e 3 compartidas.

Os materiais nos que sae Camilo foron garante de éxito, especialmente aqueles nos que aproveitouse o seu excelente humor. Un exemplo disto é o vídeo no que Camilo, nun acto espontáneo, fai claqueta antes ca nós. Este vídeo acadou 2.057 persoas, 108 reaccións e 5 compartidas. Outro caso similar, máis recente, consistiu nun vídeo no que Camilo aparece pedaleando nunha bicicleta estática feita por el. Esta imaxe vai acompañada da canción La bicicleta, de Shakira e Carlos Vives, amosando o desenfado da nosa relación co guerrilleiro.

Os resumos tamén foron unha boa forma de chegar á xente. Entre estes destacamos, entre outros, o da xornada que pasamos con Camilo e un grupo de veciños e amigos seus na Edreira, o centro neuráxico da guerrilla na Limia. Con este vídeo acadáronse 3.666 persoas, 156 reaccións e 22 compartidas.

Tamén se tomou a licenza de amosar a nosa parte máis persoal: aproveitando a graduación do equipo, decidiuse facer ver que o proxecto tamén era un TFG. Por isto, subiuse unha foto das catro no propio acto, pensando, por outra banda, que naquelas publicacións nas que se ve a cara das integrantes do equipo sempre teñen moi boa acollida. Con esta publicación acadáronse 3.023 persoas, 164 reaccións e 2 compartidas. Esta teoría empregouse tamén para anunciar a volta a Ourense para continuar coa rodaxe, acadando 2.823 persoas, 100 reaccións e 4 compartidas.

Por último, subíronse novas e artigos sobre memoria histórica, intentando facer da páxina un lugar onde a xente poida informarse de todo o que acontece neste sentido no Estado español.

Por último, cómpre destacar outras dúas publicacións: o sorteo de camisetas do proxecto e un extracto que se colleu da entrevista con Luis González “Ferreiro”, no que parabeniza o proxecto. No primeiro caso, acadáronse 8.585 persoas, 355 reaccións e un total de 138 compartidas.

A día de hoxe, cóntase cun total de 1.112 gústames, cun público ao que se lle pode considerar fiel e novo, polo que os obxectivos principais foron acadados.

## Publicacións do Facebook segundo o alcance

Data	Tipo	Publicación	Alcance
06/09/16	Ligazón	<a href="#">O proxecto en El Ideal Gallego</a>	11.700 (799 clics, 626 reaccións)
09/08/16	Vídeo	<a href="#">Visita á Edreira con Camilo</a>	5.200 (746 clics, 198 reaccións)
07/09/16	Vídeo	<a href="#">Camilo e a canción do verán</a>	3.800 (617 clics, 193 reaccións)
18/06/16	Foto	<a href="#">Acto de graduación</a>	3.000 (773 clics, 164 reaccións)
30/08/16	Foto	<a href="#">Día das Víctimas de Desaparicións Forzadas</a>	2.900 (156 clics, 128 reaccións)
18/07/16	Vídeo	<a href="#">Volta á rodaxe e apertura da conta en Instagram</a>	2.800 (480 clics, 100 reaccións)
17/07/16	Foto	<a href="#">Aniversario do comezo da Guerra Civil</a>	2.500 (243 clics, 155 reaccións)
03/08/16	Ligazón	<a href="#">Publicación do sitio web</a>	2.300 (147 clics, 114 reaccións)
10/07/16	Vídeo	<a href="#">Poema recitado por Hilda Farfante</a>	2.100 (179 clics, 88 reaccións)
21/07/16	Vídeo	<a href="#">Claqueta feita por Camilo</a>	2.100 (329 clics, 108 reaccións)

# 3.4. PLAN DE MERCADOTECNIA

---

## Instagram

Trátase da rede secundaria, pero importante entendendo que é máis fácil chegar á xente máis nova. Serve especialmente para amosar o día a día do proxecto, con fotografías da rodaxe ou da montaxe, así como para avisar do estado no que se atopa o documental. Por outra banda, algún do contido subido a Facebook como vídeos ou imaxes en días concretos utilizouse tamén en Instagram, aínda que en algúns casos houbera que recortalos pola restrición dun minuto que impera nesta rede social.

Contamos con 328 seguidores e 87 gústames na publicación con máis éxito.

## Medios

Dende o principio, a idea foi centrarse en Galicia, pero sen descartar a posibilidade de chegar a medios estatais, xa que o documental estará subtulado. Ao tratarse dun tema histórico, o proxecto pode ser interesante para os medios, o cal supón unha gran oportunidade de cara a esta estratexia. Aínda así, atópase unha eiva: da mesma forma que isto pode atraer a algúns medios, a memoria histórica semella seguir sendo un tabú no Estado español. Por iso, tamén se buscará o apoio de blogues e sitios web especializados: La Gavilla Verde, un destes sitios web, xa está confirmado para a difusión do documental.

Ademais, se contará coas asociacións colaboradoras, nomeadamente a ARMH, para asegurar unha boa difusión nos ámbitos nos que hai un gran interese por este tipo de temas. Por outra banda,

buscarase a proxección en salas de toda Galicia, cunha gran estrea en outubro na cidade da Coruña, que irá seguida doutras polo resto do país e mesmo en parte do estranxeiro.

A estratexia de medios xa se puxo en funcionamento para comezar a tensionalos de cara á estrea oficial. Isto fíxose cunha nota de prensa que buscou un enfoque claro: catro persoas novas cren na recuperación da memoria histórica.

Así, conseguíuse que se fixeran eco do noso traballo El Ideal Gallego (saíndo tamén en prensa escrita), Praza Pública, Galicia Confidencial e 21Noticias. Ademais, conseguíuse un espazo para unha entrevista nos informativos autonómicos de RNE do 9 de setembro e unha chamada de La Opinión A Coruña.



**Cuatro alumnos de Audiovisual elaboran un documental sobre la guerrilla antifranquista en Galicia**

[El Ideal Gallego](#)

**Camilo: o último guerrilleiro de Galicia**

[Praza Pública](#)

**Reconstrúen a vida do último guerrilleiro de Galicia**

[Galicia Confidencial](#)

**De vila en vila tras os pasos do último guerrilleiro de Galicia**

[21 Noticias](#)

# 3.4. PLAN DE MERCADOTECNIA

---

## Que facer de cara á estrea

Para asegurar a difusión da estrea do proxecto, farase unha estratexia tanto en redes como en medios. Así, a estratexia en redes basearase nestes eixos:

- Explicación do noso proxecto: isto xa se fixo nun principio nos inicios da páxina de Facebook, pero que ten que facerse dunha forma máis fonda. Para este fin, aproveitarase o éxito que supoñen os vídeos nos que sae o equipo, polo que cada un explicará cada un dos puntos clave: “Quen é Camilo?” “Por que decidimos facer este proxecto?” “Por que eliximos o formato webdoc?”
- Contexto histórico: dada a limitación de 50 minutos para facer unha boa explicación do contexto histórico do documental, esta farase nas nosas redes sociais, a través de imaxes e pequenos textos.

- Contidos desbotados: con estes contidos intentaremos interesar á xente sobre o documental. Serán dende vídeos da vida cotiá de Camilo ata outros máis formativos, nos que as entrevistadas falarán de memoria histórica e da necesidade de loitar pola mesma.

- Música: isto é fundamental para atraer ao público máis novo. Aproveitaremos o apoio prestado polos grupos musicais xa mencionados para achegar á mocidade. Isto farase mediante vídeos gravados por eles mesmos, a través dos cales intentaremos atraer aos seus seguidores que, en xeral, teñen interese por este tipo de contido político e social.

- Trailer e teasers: lanzaranse ao longo do mes da estrea.

No que a medios tradicionais se refire, seguirase na liña do feito. Deste xeito, ampliarase a acción en torno a tres eixos:

- Maior difusión da nota de prensa xa enviada.

- Nota de prensa sobre a estrea na Coruña: esta manterá o espírito da anterior, apostando por resaltar que somos xente nova preocupada pola recuperación da memoria histórica. Irá detallada a data exacta da estrea, o lugar e hora do pase e, ademais, como acceder ao documental a través do sitio web.

- Asegurar entrevistas nos medios: conseguir que se difundan as notas de prensa é un gran paso e un obxectivo de mínimos, pero o horizonte ten que estar en chegar a concertar entrevistas en radios e xornais. Desta forma, poderemos ser nós mesmos os que expliquen o proxecto, sendo isto moito máis achegado para o público potencial.

*Caavilo*

O ÚLTIMO GUERRILLEIRO DE GALICIA