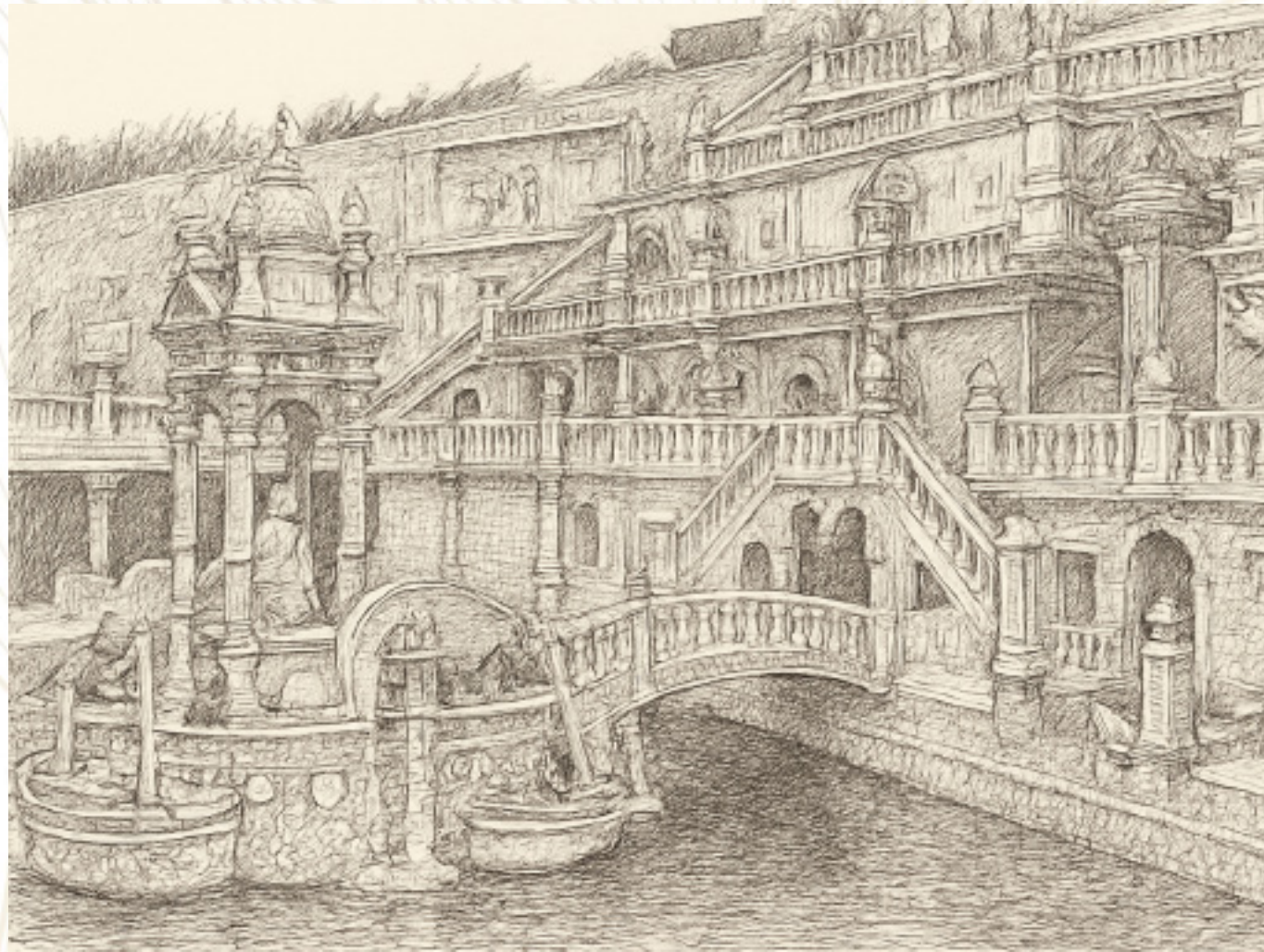




ÍNDICE

0. Introducción

1. Definición de estrategia

Misión, visión, valores
Antecedentes y contexto
Definición del relato

2. Definición de narrativa

Briefing
Estrategia de comunicación
Estrategia transmedia

3. Formalización

Conceptualización
Referencias
Primeros bocetos
Imagen corporativa
Cartel
RRSS
Elementos gráficos
Adaptaciones

4. Planificación de desarrollo

Equipos
Metodología
Cronograma

0. Introducción

O Pasatempo es un parque situado a orillas de la ría de Betanzos, en A Coruña.

Actualmente está gestionado por una comunidad patrimonial (gestión delegada: *Deputación de A Coruña, Xunta de Galicia*, Gobierno estatal dentro del Plan Nacional Turístico *Xacobeo* y Fondos Europeos).

Tras cinco años cerrado al público por obras de rehabilitación - tras ser declarado **Jardín histórico BIC** en 2020 -, se quiere dar a conocer su próxima apertura restaurado.

Para ello se solicita un plan de comunicación integral en todos los medios: editorial, web, tv, radio.



1. Definición de estrategia

Misión >

Promocionar la inauguración del parque restaurado.

Visión >

Queremos convertir el nuevo Pasatempo en referencia patrimonial a escala mundial por su peculiaridad, así como por sus valores histórico y etnológico.

Valores >

Nos mueven el respeto y la admiración hacia el legado de nuestros antepasados.



Antecedentes y contexto

A principios del S.XX, Jose García Naveira, un vecino de Betanzos retornado de Argentina con una gran fortuna, junto a su hermano Jesús, levanta en su pueblo natal un tesoro cultural: un parque enciclopédico.

El Pasatiempo abre al público en **1914**. Los visitantes podían recorrer paisajes lejanos e inaccesibles: réplicas de monumentos como las pirámides de Egipto; la Mezquita de *Muhammad Alí*; la gran muralla china; los camellos del desierto, el mundo subacuático representado por un buzo con cofre; el estanque del Retiro con su hermoso templete en el centro y sus lanchas de recreo; personajes mitológicos, fuentes, laberintos, misteriosas galerías subterráneas, senderos rodeados de flores y árboles exóticos, murales, relieves, relojes, grabados, mapas...



Tras décadas de maltrato y abandono por parte de las instituciones, serán las **movilizaciones ciudadanas** quienes presionan logrando proteger una parte del conjunto, ya que muchas son irrecuperables.



Definición del relato

Un recorrido fascinante por el mundo a principios del S.XX.

Estilo/lenguaje >

Directo y coloquial.

Posicionamiento de la marca >

Tono cercano y sugerente, la curiosidad y el enigma son principios claves.



2. Definición de narrativa

Objetivos >

Fomentar el ocio cultural difundiendo la apertura del parque, su acceso gratuito, visitas virtuales, así como actividades asociadas a su centro de interpretación.

Público objetivo >

Personas de todas las edades y condiciones interesadas en la historia, la naturaleza y los viajes.

Mensaje >

O Pasatempo abre sus puertas restaurado, más inclusivo e interactivo. *Slogan:*

“**Vuelve Ó Pasatempo**” Buscamos generar intriga a través de un lenguaje sugerente.



Estrategia transmedia

El parque contará con una tienda de *souvenirs* que venderá **postales**, estas serán réplicas de las que se vendían a la entrada a principios del S.XX.

Se podrán adquirir sellos y habrá un *buzo-buzón* para poder enviarlas desde allí.

Se venderán visores de diapositivas que mostrarán imágenes antiguas y actuales del lugar. También libros, calendarios, marcapáginas, láminas, recortables y cómo no, libretas de acertijos y pasatiempos...

Todos estos souvenirs se podrán adquirir también **online**.



3. Formalización

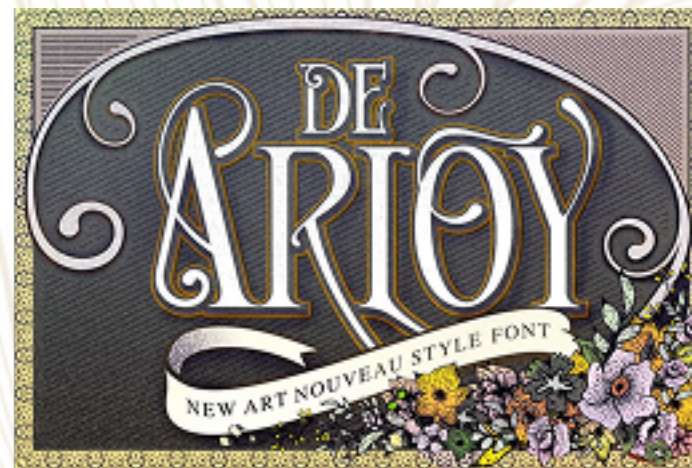
Referencias >

Ejemplos interesantes de diversos estilos gráficos



Territorio visual

Cartelería modernista/*Art Nouveau*: inspiración en la naturaleza, predominio de formas curvas, tipografía integrada.



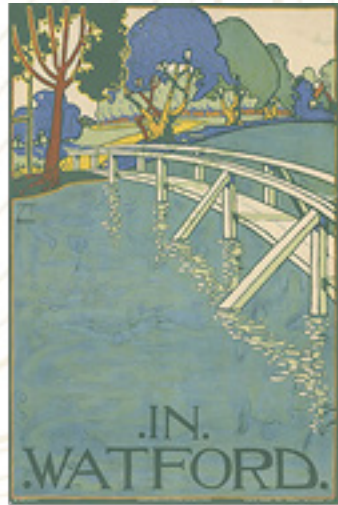
Alexandre de Riquer (1856-1920):
ornamentación, motivos florales.



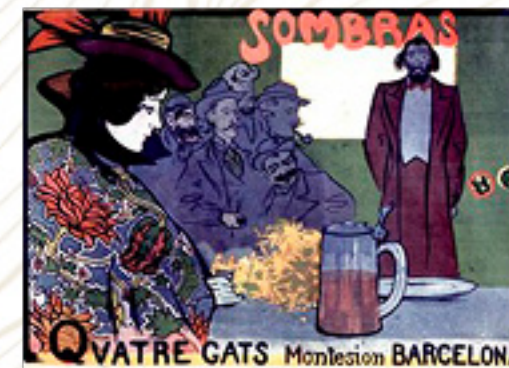
Camilo Díaz Baliño (1889-1936): simbolismo,
misterio, los textos se integran con las
ilustraciones.



Edward McKnight Kauffer (1890-1954):
juegos tipográficos, colores planos, simbolismo



Ramón Casas (1897-1927): trazos limpios,
formas fluidas, composiciones dinámicas,
colores vibrantes.



Bocetos

Primeras exploraciones gráficas >

Maleta:
viaje



Carta/sello:
correspondencia
postal



Agujas:
Reloj/veleta/brújula,
dirección, movimiento



Definición del diseño

Isologo >

Tipografía caligráfica de trazo fluido que recuerda al *lettering* clásico, transmitiendo elegancia y tradición. Creado a partir de la fuente *Alexang*.

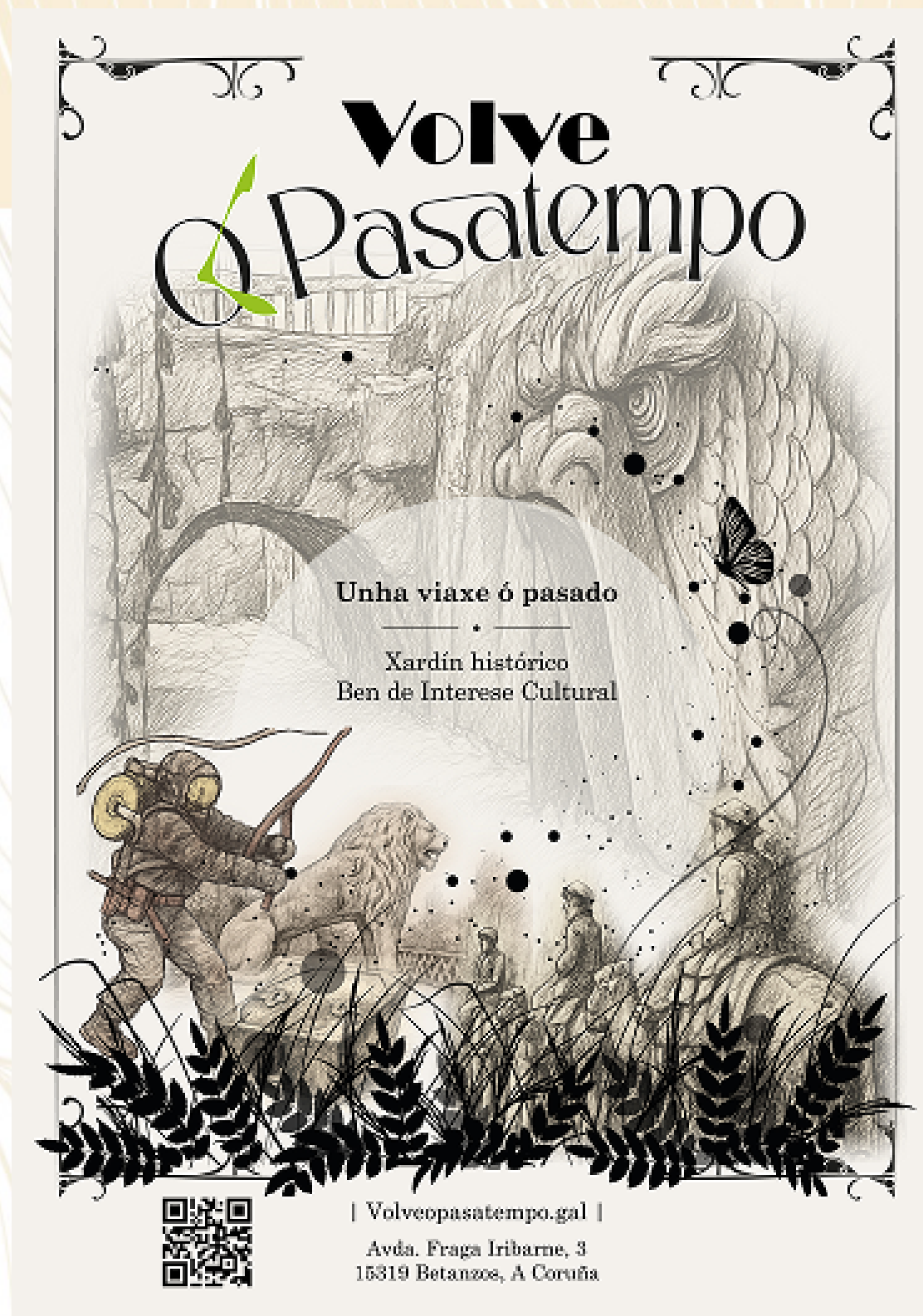
Las agujas son el elemento diferenciador por simbología y sustituyendo a la tilde al tratarse de un juego de palabras:

“Vuelve **Ó** Pasatempo” = Vuelve **AI** Pasatiempo

“Vuelve **O** Pasatempo” = Vuelve **EI** Pasatiempo



Cartel >



CAMPAÑA REAPERTURA PARQUE O PASATEMPO
| BETANZOS | A CORUÑA |

RRSS >

En cada pieza se muestra un elemento del parque. Las creatividades irán acompañadas de *copies* en cada red social con la información complementaria.

Instagram post 1080x1080



Facebook post 1200x630



X post 1024x512



Recursos corporativos

Paleta cromática >

- Negro
- Blanco
- Crema: #F4F1EC | R244 G240 B236 | C5 M5 Y8 K0 | H76 S81 B76
- Verde: #96C120 | R150 G195 B30 | C50 M0 Y99 K0 | H38 S27 B94

Tipografía >

Broadway:

Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
¿? . , ; : ¡ ! ” ’ () % & \$ @ ’

Century Schoolbook:

Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
¿? . , ; : ¡ ! ” ’ () % & \$ @ ’

Elementos gráficos >

Imágenes retocadas e ilustraciones vectoriales.



Adaptaciones >

Editorial: tríptico



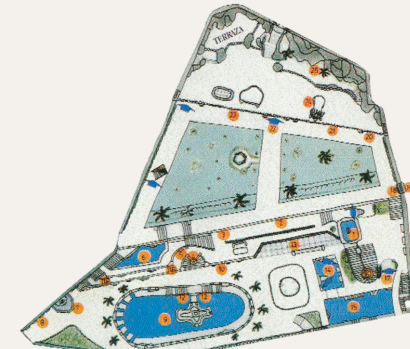
Volve Pasatempo

A finales del S.XIX los hermanos José y Jesús García Naveira, dos humildes y jóvenes campesinos del pueblo de Betanzos, en A Coruña, parten a Buenos Aires en busca de un mejor porvenir, como tantos emigrantes. Veinte años después regresan con una gran fortuna.

Decidieron invertir gran parte de su riqueza promoviendo una serie de obras para ofrecer servicios a su pueblo.

El mayor de los hermanos, José, proyecta un parque a orillas de la ría que bordea la villa, se llamará el Pasatiempo, y no será un parque cualquiera, será **una enciclopedia al aire libre**, una colección de conocimientos que fue adquiriendo lejos de su tierra, en sus largos viajes y en su estancia en Argentina donde no dejaría de leer y formarse.

Avda. Fraga Iribarne, 3
15319 Betanzos, A Coruña



| Volvepasatempo.gal |

Merchandising: Visor de dispositivas



Rótulo y bolsa tienda



4. Planificación de desarrollo

Equipos >

Desarrollo web roles

Project manager: Proporciona recursos y toma decisiones estratégicas.

Analista: Análisis de requerimientos y necesidades técnicas.

Arquitecto de software: define tecnología y herramientas.

Desarrollo Backend: implementa la lógica y bases de datos.

Desarrollo Frontend/maquetación: programa la interfaz visible.

Diseño visual UX/UI: experiencia de usuario y capa visual (incluyendo usabilidad y accesibilidad).

Comunicación y contenidos

Copywriter: elabora textos y materiales de divulgación.

Creador de contenidos: recursos visuales como vídeos e infografías.

Gestión de contenidos: administra la publicación y actualización.

SEO: optimización para posicionamiento en buscadores.

Marketing

Estrategia: diseño de campañas.

Community Manager: presencia en RRSS e interacción con audiencia.

Prensa y relaciones públicas: coordina la comunicación con los medios.

Metodología >

Ejemplo de pizarra semanal bajo metodología *Agile*:

Por hacer	Análisis/conceptualización	Ejecucción	Entregado	Validado	Cancelado
					Tarea
				Tarea	
			Tarea		
		Tarea			
	Tarea				
Tarea					

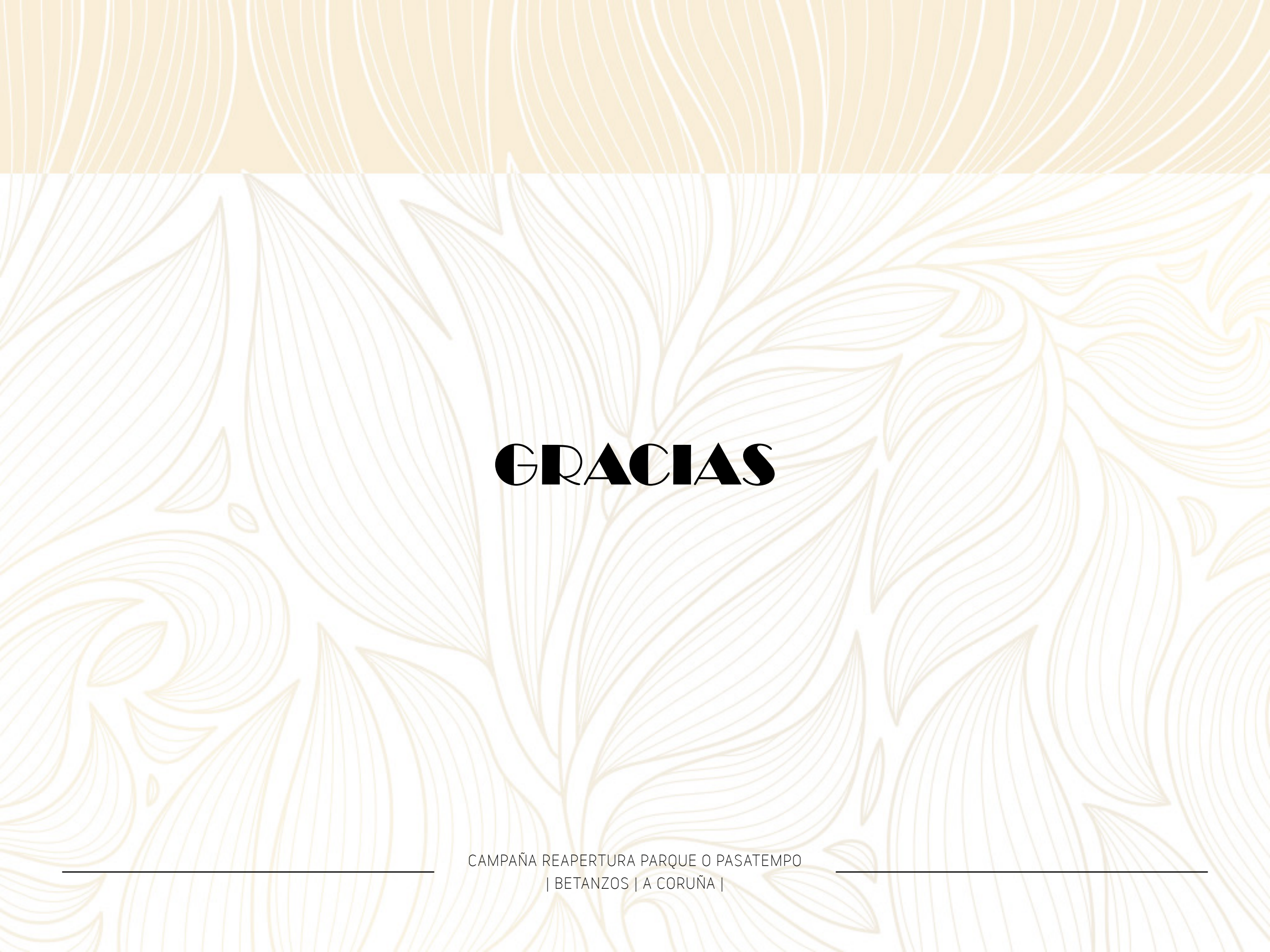
Herramientas >

Utilizaremos herramientas como *Trello*, *Jira* o *Asana* para organizar tareas, asignar responsabilidades y hacer seguimiento del progreso.

Calendario >

Se establece el siguiente cronograma organizando una reunión de seguimiento con el equipo de gestión cultural al final de cada fase.

Fase 1	Investigación y estrategia	4 semanas
Fase 2	Definición de identidad verbal	4 semanas
Fase 3	Definición de identidad visual	4 semanas
Fase 4	Desarrollo de sitio web/visita virtual	12 semanas
Fase 5	Desarrollo de juego para app	12 semanas
Fase 6	Desarrollo de piezas gráficas promocionales	4 semanas
Fase 7	Desarrollo de piezas audiovisuales	8 semanas
Fase 8	Generación de contenido para RRSS	4 semanas



GRACIAS

CAMPAÑA REAPERTURA PARQUE O PASATEMPO
| BETANZOS | A CORUÑA |
