



Es un proyecto registrado de:

ettic

C/ Radas, 6 bajos - Barcelona - 08004 - Tel. 93 441 58 92 - Fax: 93 329 15 98 - NIF: B-62771183

PATROCINIO Y COMUNICACIÓN

Octubre 2002

Proyecto de patrocinio para la restauración de la fachada de la Catedral de Barcelona

## LA CATEDRAL, UN SÍMBOLO PERMANENTE DE COMUNICACIÓN

La Catedral de Barcelona es mucho más que un edificio. Es el monumento religioso más importante de la ciudad, desde cuyo corazón ha sido testigo privilegiado de su desarrollo urbano y de innumerables acontecimientos que forman parte ya de la historia. En este templo se han dado cita papas, reyes, príncipes y ciudadanos que siempre contribuyeron generosamente para hacer posible su construcción. Una perla arquitectónica que con sus gárgolas, vidrieras, puertas, arcos, claves de bóveda policromas, retablos, esculturas y piezas de orfebrería es considerada una referencia del arte medieval mediterráneo.

Sin embargo, el paso de tantos siglos ha envejecido sus piedras siete veces centenarias. Por eso, instituciones públicas y empresas privadas se han volcado desde hace años en la tarea de patrocinar restauraciones como las de la torre del Reloj, la puerta de San Ivo, las gárgolas del ábside y claustro; de modernizar la instalación eléctrica del magnífico y más antiguo coro de Europa; de mejorar los accesos a las cubiertas con la incorporación de un ascensor; de facilitar la llegada de visitantes hasta lo más alto de las torres del reloj, de las campanas y el propio cimborio, mediante un circuito de pasarelas colocadas sobre los ladrillos de las azoteas. Todo sin olvidar la fundición de la campana Montserrat, la más grande del campanario, que fue uno de los ejes de las celebraciones que en 1998 recordaron el 700 aniversario de la Catedral.



Pero todavía quedan cosas importantes que hacer. Por eso ahora le ha llegado el turno a la fachada neogótica. Una tarea de altos vuelos en la que sin duda volverán a unir sus fuerzas empresas e instituciones. Todas juntas para cumplir un único objetivo: conseguir que los ya cumplidos cien años de las torres, pináculos y pórtico de la fachada principal de la Catedral no sigan envejeciendo y puedan celebrar cientos de años más.



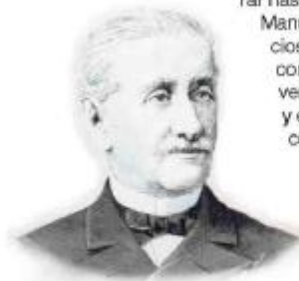
## UN PROYECTO PARA UN NUEVO SIGLO.

*"Un cop cada cent anys"*

Las fotografías del siglo XIX nos muestran una imagen de la forma en que se terminó la fachada de la Catedral en los últimos años del siglo XV. Un siglo y medio de ajetreo constructivo no permitió, sin embargo, llevar a buen término el proyecto que había dibujado sobre pergamino en 1408 el arquitecto Carles Galtés de Ruan. Lo ambicioso del mismo y la segura falta de fondos en un momento en que una profunda crisis económica empobrecía a la sociedad y el azote de la peste assolaba Barcelona, haciendo que perdiera 10000 habitantes en un siglo, fueron determinantes para que la fachada quedara inacabada.

Durante cuatrocientos años los mecenas se olvidaron de la entrada principal a la Seo, simplemente se acostumbraron a la imagen austera que tenían delante de ellos o quizás nadie se atrevió con una obra que indudablemente iba a tener un alto coste económico. Habría que esperar hasta la última década de 1800 para que

Manuel Girona, el banquero y hombre de negocios más importante de su siglo, financiara con cerca de dos millones de pesetas -una verdadera fortuna para la época- la fachada y el cimborrio de 70 metros de altura que conocemos hoy.



Hoy, la contaminación y la misma naturaleza han deteriorado el conjunto neogótico construido por el arquitecto Josep O. Mestres que se inspiró en el plano medieval. Por eso, el Capítulo de la Catedral, el







Arzobispado y el Ayuntamiento han decidido promover su restauración.

Este es, sin duda, un proyecto a la medida de más de una empresa, gracias al cual se podrá obtener contrapartidas de imagen y publicitarias, siempre que estas sean respetuosas con el monumento y lo que este representa.

Es un momento único que no se volverá a repetir hasta dentro como mínimo de 100 años, ya que las técnicas de restauración modernas devolverán sólidamente su aspecto original a las piedras de los pináculos, del gigantesco cimborio, de las torres, esculturas y otras ornamentaciones de estilo gótico.

Sin lugar a dudas, una parte importante de los más de cinco millones de personas que cada año visitan la Catedral y todos los barceloneses, se sorprenderán cuando vean la publicidad de una determinada empresa o su marca de identidad. En pleno centro de la ciudad, sobre un edificio monumental, su imagen se hará todavía más grande.

Pero la sorpresa será aún mayor cuando un día desaparezcan los andamios, descubriendo la luminosidad de la piedra restaurada. En esa inauguración se encontrarán, como siempre que algo muy importante ocurre en la ciudad, instituciones, empresas colaboradoras y todos los ciudadanos que no tienen ninguna duda de que este monumento es uno de los símbolos más importantes y conocidos de Barcelona. Ese día irrepetible, los patrocinadores/anunciantes volverán a ser protagonistas, ocupando la posición que les corresponde en el palco de honor.



## LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

### *Creando una marca*

Durante el tiempo que duren las obras es necesario crear interés en los medios de comunicación, mediante una campaña en la que el patrocinador/anunciante asocie desde el primer momento su imagen a la de la Catedral, que es además parte imprescindible de la ciudad, y a la de las instituciones que promueven una restauración tan emblemática. Una campaña dinámica basada en la creación de una imagen corporativa que marque el evento y la sucesión de lonas que alternen mensaje publicitario y recreación artística.

### *Una vez cada cien años*

Es la idea que puede convertirse en símbolo gráfico y eslogan que pretende definir una voluntad y, al mismo tiempo, una acción que no volverá a repetirse hasta dentro de un siglo. Un concepto que puede hacerse realidad con el impulso del Arzobispado y del Ayuntamiento. Con el apoyo económico de estas instituciones y de muchas empresas que hacen del patrocinio un instrumento de diálogo constante con los ciudadanos. En definitiva con la ayuda de todos.

### *Creando ilusión*

A lo largo de las diferentes fases de la obra hay que fijar la atención de la gente creando atracción, emoción, sentimiento. La espectacular fachada de La Seo se convertirá en un soporte que, como si de un espejo gigante se tratara, reproducirá algunas de las imágenes que caracterizaron los largos momentos por los que tuvo que pasar la Catedral hasta estar definitivamente acabada a principios del siglo XX. Pero esto sin olvidar que durante algunos meses esa lona histórica será sustituida por otras más comerciales en las que, sin embargo, la creatividad deberá adaptarse a los condicionantes del monumento.

*Un cop cada cent anys*



Una publicidad llamativa que, sin duda, sabrá ser respetuosa con el mensaje cultural del proyecto y las peculiaridades del propio edificio. Este gran telón, que ocultará temporalmente la infinidad de gárgolas, esculturas y formas arquitectónicas que dan forma a esta fachada neogótica, servirá para que las empresas colaboradoras dejen bien claro su compromiso con el la ciudad de Barcelona. En un plano visual más bajo, aparecerán asociadas, de manera privilegiada, las marcas de identidad de las instituciones promotoras y la referencia personalizada del patrocinio.

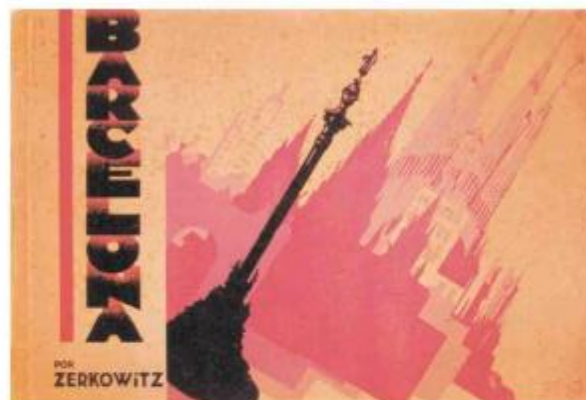
Pero además para completar este cuadro tan prestigioso, se colocará un faldón que servirá para incidir en el carácter cultural e histórico del proyecto, permitiendo que el ciudadano pueda ser testigo del largo recorrido de la construcción de la Catedral y de los grandes cambios producidos en su entorno inmediato desde que la fachada inacabada de La Seo, se convirtió a finales del siglo XV en los ojos de aquella.

### La exposición

La fachada y cimborio neogóticos de la Catedral son, sin duda, los grandes protagonistas de este proyecto. Esta es posiblemente la imagen más popular del templo. A través de su pórtico, bajo la mirada atenta de decenas de ángeles, acceden al interior diariamente centenares de visitantes para admirar las esbeltas naves y los detalles escondidos tras la sillería del coro o simplemente para recogerse en el silencio.

Aquí es donde se encuentra la frontera entre el bullicio de una ciudad en continuo movimiento y la tranquilidad que encierra las enormes paredes de piedra de la Seo, cuya fachada ha sido desde finales del siglo XV el testigo del acontecer cotidiano, de la transformación urbana del barrio que tiene delante. Un punto de encuentro en el que antes se daban cita los mercaderes medievales y ahora se encuentran los ciudadanos para celebrar actividades lúdicas.

¿Pero que es exactamente lo que esta fachada neogótica ha observado durante sus cien años con sus ojos vidriados? ¿Que es lo que sabemos de su propia historia y de la del barrio que tenía delante? ¿Quien era exactamente el mecenas Manuel Girona? Estas son algunas de las preguntas a las que una exposición podría responder.





### *El espacio*

La Pla Almoina, por su proximidad con respecto a la Catedral, por sus características espaciales, por ser un edificio medieval emblemático, por estar situado en una zona de máxima afluencia ciudadana y por contar con una infraestructura adecuada, parece el lugar más adecuado para acoger una exposición de pequeño formato sobre la historia de la fachada y su entorno en el último siglo.



### *El contenido*

Se trataría fundamentalmente de una muestra fotográfica, completada con algunas piezas volumétricas, planos y varios plafones con textos explicativos. Todo ello, ordenado por secciones en un marco escenográfico.

### *El desarrollo*

Antes de acceder a la sala, el visitante se encontrará con un plafón de 2 x 2 metros en el que, sobre un fondo con la imagen de la fachada, aparecerán sobreimpresos los créditos, los logotipos de la Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona, Basilica Catedral y patrocinador del inicio y final de la obra de restauración.

Al entrar en el espacio expositivo la penumbra dejará ver en frente la silueta de una gran puerta de madera que se recorta en una luz intensa. A un lado, decenas de velas rojas parpadean sobre la pared de piedra. Al otro, una alta pila bautismal de mármol. Nos encontramos dentro de la Catedral y estamos a punto de salir al exterior. Nuestros ojos se acostumbran, poco a poco, a la claridad del exterior.



Ahora tenemos ya a nuestra espalda la fachada. Pero no es la neogótica, sino la de origen medieval, sin torres ni cimborio. Delante, en el suelo, aparecen las escaleras que nos conducen directamente a una plaza de otro tiempo. El pavimento de la sala se ha transformado en un conglomerado de adoquines. A nuestra izquierda se levanta un grupo de casas que discurre perpendicularmente a la fachada de la Catedral, ocultando la muralla romana. Estamos en 1800.

La visión de esta ciudad del pasado se consigue gracias a armaduras de madera y vinilos que reproducen las fotografías a gran escala de los diferentes elementos urbanos.

### Las secciones monográficas

#### Un viaje desde los siglos IV al XV



El recorrido de la exposición propiamente dicha se inicia con una primera sección dedicada a la historia de las tres basílicas, paleocristiana, románica y gótica. Es un corto guiño a la historia del monumento antes de centrarnos en el último siglo. Pero no sólo esto, ya que cada una de ellas se nos aparece delante de la ciudad de su tiempo. Desde que los primeros cristianos construyeron la primera iglesia y su baptisterio hasta la devastación de la ciudad y la interrupción de la Seo gótica en un tiempo en el que la peste mermó la población de Barcelona.



### *Una fachada que cumple 100 años*

En esta sección se explican los avatares de una fachada que quedó inacabada a finales del siglo XV. Aquí se presentan fotografías de archivo que ilustran la vida en el entorno de la Catedral durante cien años y objetos cotidianos.

En este espacio se hace un homenaje explícito a Manuel Girona y se exponen los diferentes proyectos que se barajaron para finalizar la fachada hasta llegar al de Oriol Mestres que es el que, a la vista de todos ellos, se inspiró más fielmente en el plano de principios del siglo XV que también ocupará un lugar privilegiado en la muestra.



Por último, las imágenes históricas de la construcción de la fachada, que todos conocemos hoy, cerrarán la sección.

### *La vida en el Pla*

La fotógrafa Colita podría se invitada a inmortalizar con su cámara los papeles que personajes más o menos anónimos interpretan día a día en este gran escenario urbano. Como este va



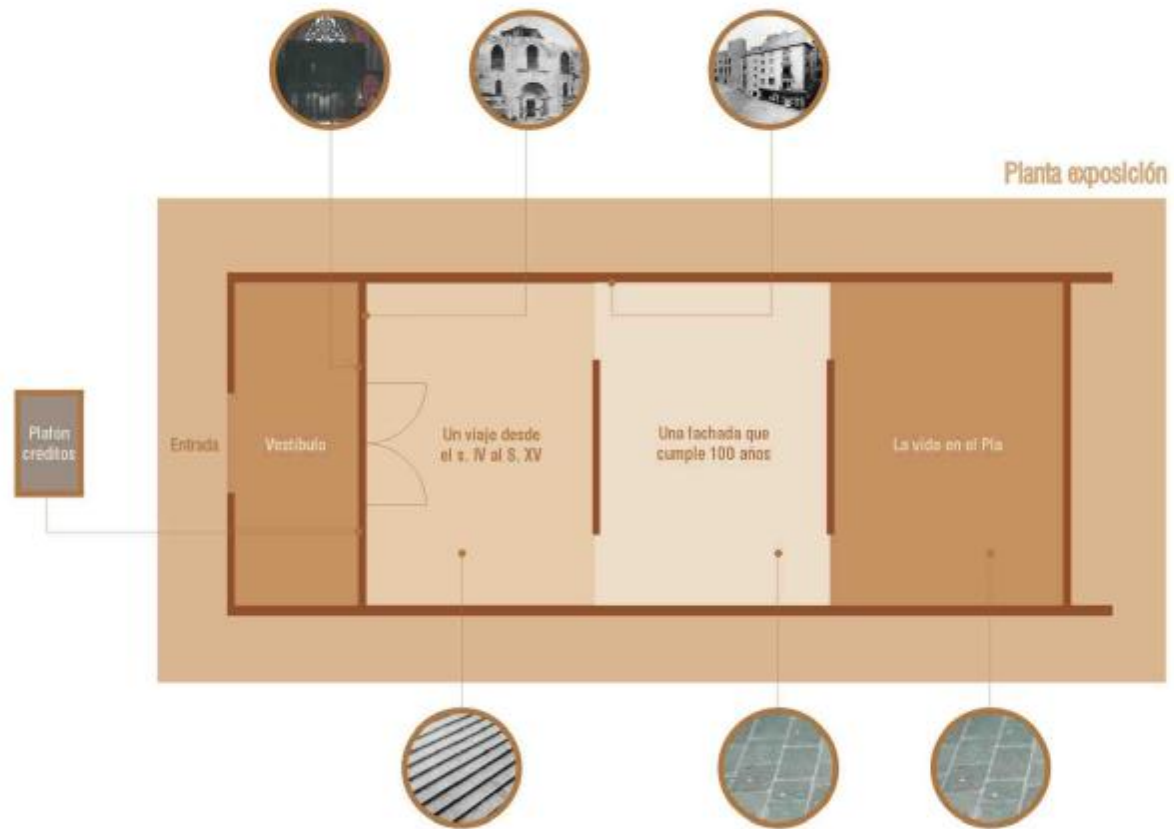


cambiando a lo largo de las horas de un día cualquiera de la semana. Como el domingo se transforma en un teatro en el que la música y la danza unen a tanta gente de orígenes tan diversos. Como se transforma en mercado de belenes, en enorme sala de conciertos al aire libre o en feria de anticuarios.

Y todo ello desde la mirada atenta de una fachada momentáneamente oculta que nos muestra, a través de la fotografía, una restauración que la dejará más bella que nunca

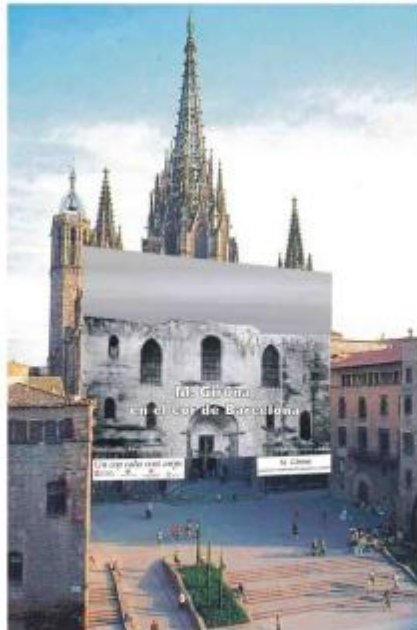






## FICTICIOS

Patrocini



Publicidad



Faldones



Un cop cada cent anys



TELESÓNICA col.labora  
amb la restauració de la  
façana de la Catedral

## EMPLAZAMIENTO



- 1 Eje "Las Ramblas"
- 2 Colegio de Arquitectos - Zona Comercial "Portal de l'Angel"
- 3 Parking SABA Av de la Catedral
- 4 Central "Caixa de Catalunya"
- 5 Catedral de Barcelona
- 6 Generalitat de Catalunya
- 7 Eje Carrer Ferran
- 8 Ayuntamiento de Barcelona
- 9 Eje Via Laietana

## CONTRAPARTIDAS

Durante las obras, los andamios que cubran la fachada en obras, estarán cubiertos por unas lonas artísticas y otras que tendrán un carácter más publicitario o de promoción de imagen de marca. Todo sin olvidar el mensaje cultural que permita al ciudadano conocer visualmente el proceso de creación de la fachada moderna y la historia de la propia catedral. Desde la basilica paleocristiana hasta la gótica. Para eso se han concebido los faldores que se colocarán por debajo de la lona publicitaria.

Y a pesar de que la propia imagen de las empresas colaboradoras presidiendo un entorno urbano tan céntrico ya es una excelente contrapartida en sí misma, queremos completarla con otras dirigidas a remarcar su presencia en el proyecto.

### PROTOCOLO DE COLABORACIÓN

La firma de un Protocolo de Colaboración entre el patrocinador/anunciante y las instituciones implicadas en el proyecto es en sí mismo un vehículo de comunicación. Claro está, siempre que esté protagonizado por las máximas autoridades institucionales y eclesásticas y que el lugar elegido para el desarrollo del acto sea singular. Quizás el marco ideal podría ser la azotea desde la que sobresalen las torres laterales de la fachada y la mole inmensa del cimborio, protagonistas, al fin y al cabo del proyecto de restauración y del Plan de Patrocinio que se presentarán al público y la prensa.





Desde este punto tan alto se podrá divisar además el magnífico panorama de la ciudad con sus monumentos más conocidos y observar de cerca la estructura arquitectónica de la Seo, con sus tres naves y dos campanarios. Todo ello desde un ángulo al que no estamos acostumbrados. Aquí quedará bien patente como la Catedral ha sido, desde hace siglos, el testigo privilegiado de la transformación urbana de Barcelona.

#### LONA PUBLICITARIA

Seguramente será la contrapartida más importante para el anunciante ya que por primera y última vez en cien años su imagen destacará por delante de la propia Catedral. Un hecho insólito que sólo será posible gracias a su colaboración en la restauración de la fachada.

Colocar una lona publicitaria en un entorno urbano tan privilegiado, no puede de ningún modo pasar desapercibido. Al contrario, puede despertar una auténtica y grata sorpresa. Aquí es, pues, donde radica el valor inmenso de esta contrapartida.

La producción de estas lonas correrá siempre a cargo de la empresa patrocinadora y la creatividad propuesta deberá ser aprobada por el Capitol Catedral.



ettic

PATROCINIO Y COMUNICACIÓN

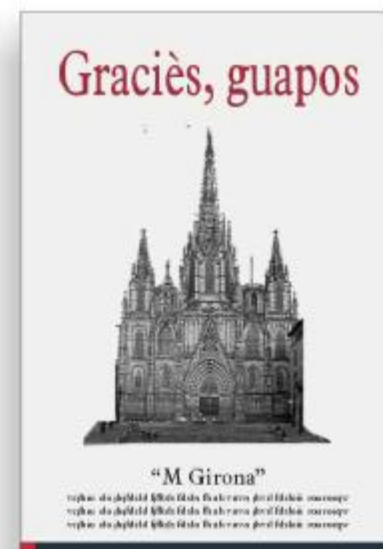
#### ANUNCIO EN PRENSA

Las instituciones promotoras del proyecto o alguna de ellas podría plantearse la publicación de un anuncio de prensa en algunos diarios de la ciudad al final de la restauración. En ese caso, la ciudad agradecería a todos los patrocinadores/anunciantes su colaboración.

#### LA INAUGURACIÓN

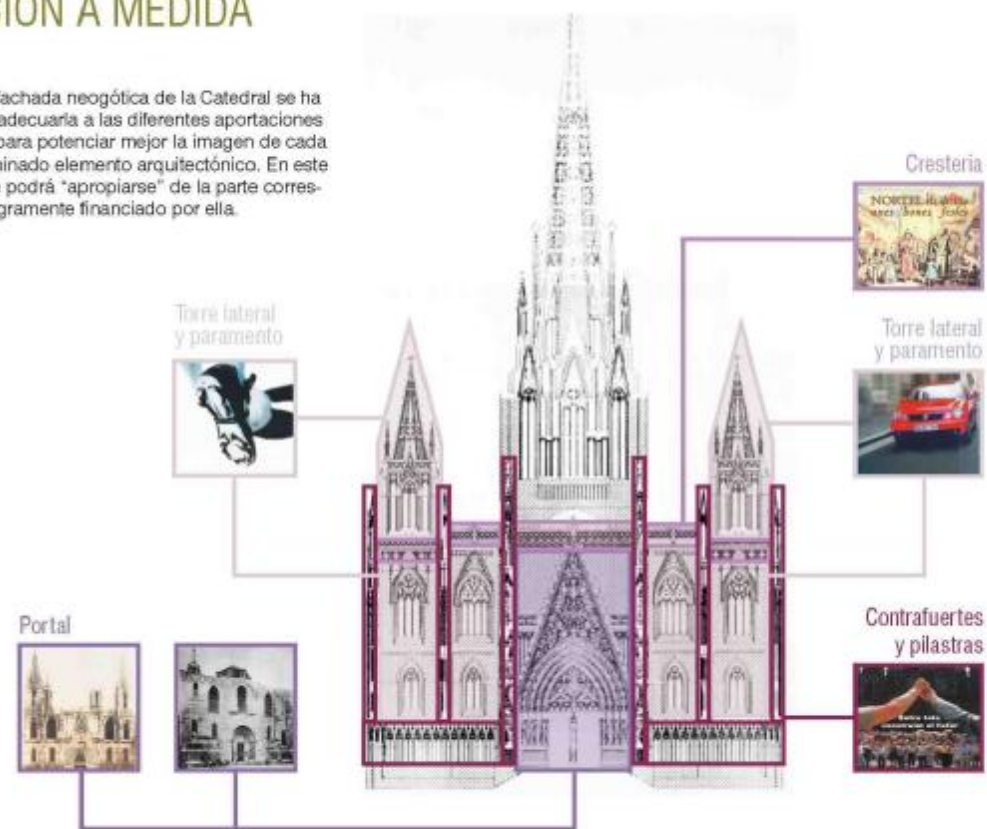
El día en que se descubra la fachada restaurada sonarán todas las campanas en un acto que sin duda tendrá mucho de fiesta popular. En esa ocasión y para recordar el patrocinio se fundirá una llave de bronce que servirá para abrir por primera y última vez en cien años el gran portalón de madera que cierra el pórtico, dando acceso a la Catedral.

Al final del acto, las autoridades presentes ofrecerán a aquellas empresas que hayan hecho posible la restauración, esa llave simbólica en un estuche, cuya forma y textura recordará a un sillar de la Catedral varias veces centenaria. Sobre su superficie aparecerá el nombre de la empresa y las fechas de la construcción de la fachada neogótica y de su restauración.



## UNA RESTAURACIÓN A MEDIDA

Una obra de las dimensiones de la fachada neogótica de la Catedral se ha de plantear por fases, no sólo para adecuarla a las diferentes aportaciones económicas de las empresas, sino para potenciar mejor la imagen de cada una de ellas, asociándole un determinado elemento arquitectónico. En este caso cada patrocinador/ anunciante podrá "apropiarse" de la parte correspondiente de fachada que será íntegramente financiado por ella.



ettic

PATROCINIO Y COMUNICACIÓN