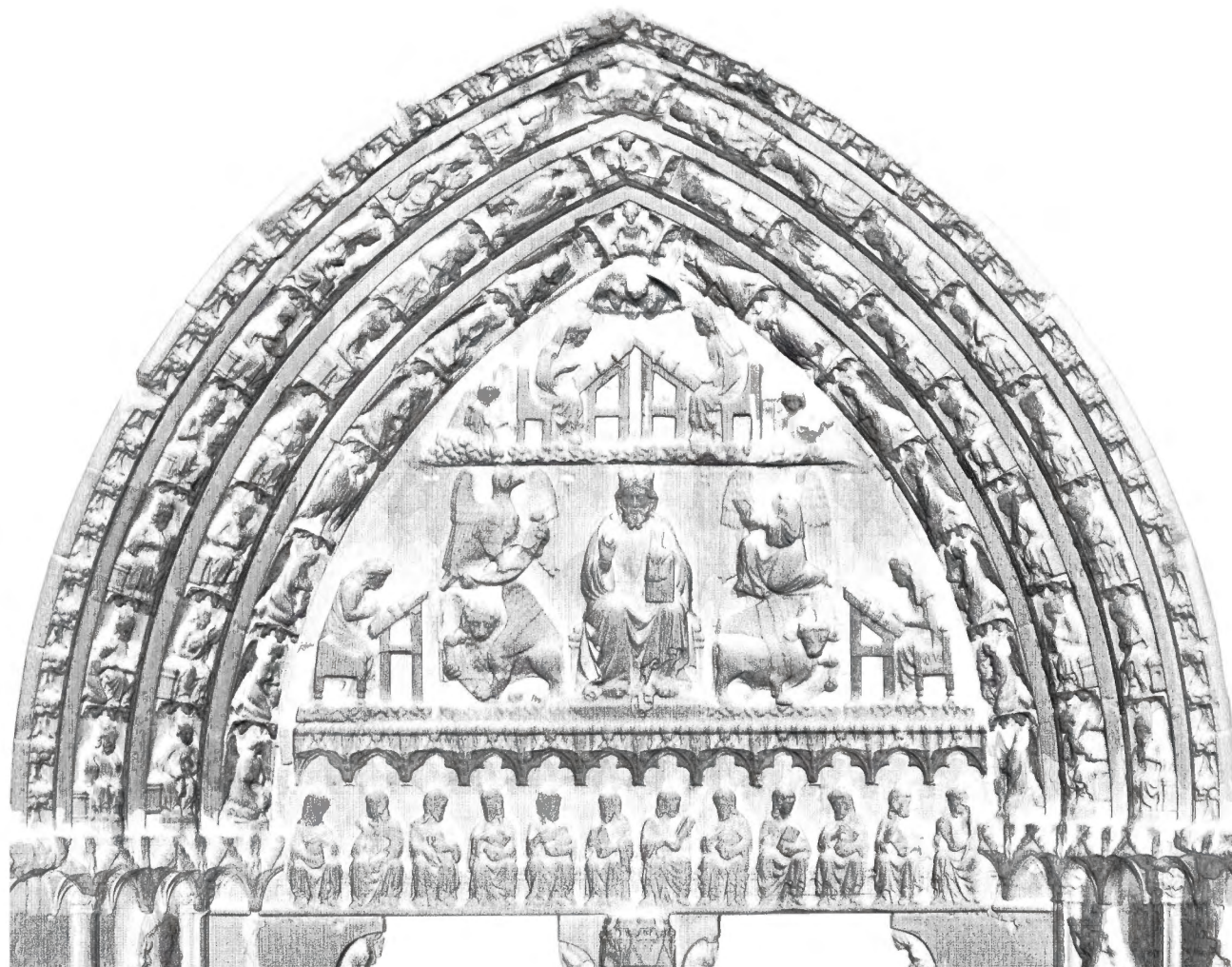


STEFANO BERTOCCI

GIOVANNI MINUTOLI

SUSANA MORA

GIOVANNI PANCANI



COMPLESSI RELIGIOSI E SISTEMI DIFENSIVI SUL CAMMINO DI SANTIAGO DE COMPOSTELA:
RILIEVI E ANALISI PER LA VALORIZZAZIONE E IL RESTAURO DELLA CATTEDRALE DI

SANTA MARIA LA REAL A SASAMÓN

COMPLESSI RELIGIOSI E SISTEMI DIFENSIVI SUL CAMMINO DI SANTIAGO DE COMPOSTELA:
RILIEVI E ANALISI PER LA VALORIZZAZIONE E IL RESTAURO DELLA CATTEDRALE DI
SANTA MARIA LA REAL A SASAMÓN

STEFANO BERTOCCI

GIOVANNI MINUTOLI

SUSANA MORA

GIOVANNI PANCANI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE
DIDA
DIPARTIMENTO DI
ARCHITETTURA



*Copyright © Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di
Firenze 2015*

*Stampato
in Firenze presso il Centro Stampa
del Consiglio Regionale della Toscana
nel mese di aprile 2015*

ISBN 9788896080184

*Fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate
nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro il
pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, comma 4,
della Legge 22 aprile 1941 n. 633 ovvero dall'accordo stipulato tra
SIAE, AIE, SNS, e CNA, ConfArtigianato, CSA, CLAAI, ConfCommercio,
ConfEsercenti il 18 dicembre 2000.
Le riproduzioni per uso differente da quello personale sopracitato
potranno avvenire solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata
dgli aventi diritto/dall'editore.*

Comitato Scientifico

Stefano Bertocci Università di Firenze
Susana Mora Alonso-Muñoyerro Escuela Tecnica Superior de
Aerquitectura de Madrid
Saverio Mecca Università di Firenze
Paola Puma Università di Firenze
Andrea Ricci Università di Firenze
Giovanni Minutoli Università di Firenze
Giovanni Pancani Università di Firenze
Andrea Arrighetti Università di Siena
Mario Pagni Già Soprintendenza Archeologica della Toscana

Editing

Matteo Bigongiari, Pierpaolo Lagani

Graphic design project

Matteo Bigongiari, Pierpaolo Lagani

INDICE

<i>Prefazione</i>	7
Paolo Bambagioni	
<i>Presentazione</i>	9
Saverio Mecca	
<i>La iglesia de Sasamón</i>	11
Francisco Gil Hellín	
<i>Il cammino di Santiago de Compostela</i>	13
Mario Scalici	
<i>La toma de datos geométricos como herramienta necesaria en el diagnóstico previo a la intervención en el patrimonio arquitectónico</i>	15
Juan Monjo Carrió	
<i>Sasamón y su iglesia</i>	17
D. Agustín Heras Alarcia	
LA FABBRICA DI SANTA MARIA LA REAL SUL CAMMINO DI SANTIAGO	
<i>Chiese e cattedrali sul Cammino di Santiago de Compostela</i>	23
Stefano Bertocci	
<i>Sasamón</i>	39
Susana Mora Alonso-Muñoyerro	
<i>Contributo alla lettura e interpretazione dei simboli della chiesa cattedrale di Santa Maria la Real - Sasamón</i>	55
Mario Pagni	
RILIEVO, LETTURE TEMATICHE, PROGETTO	
<i>Il rilievo laser scanner della cattedrale di Sasamón</i>	61
Giovanni Pancani	
<i>Modellazione tridimensionale da nuvola di punti per la conservazione del patrimonio architettonico</i>	77
Matteo Bigongiari	
<i>Modellazione e fruizione multimediale</i>	81
Graziella del Duca	
<i>Analisi e valutazioni dello stato di conservazione della chiesa di Santa Maria la Real a Sasamón</i>	89
Giovanni Minutoli	
<i>Stratigrafia e storia costruttiva della cattedrale di Santa María la Real de Sasamón</i>	107
Andrea Arrighetti	
<i>Conservazione e progetto</i>	123
Andrea Ricci	
<i>Los valores invisibles en Santa María la Real de Sasamón</i>	127
Marcos Hernanz Casas, Elena Zapatero Rodríguez, Pablo Fernández Cueto, Sara Peñalver Martín, Adela Rueda Márquez de la Plata, Pablo Cruz Franco	
<i>De cómo la lluvia cae sobre el tejado</i>	135
Pablo Fernández Cueto	
<i>Il sistema di immagine, comunicazione e marketing del nuovo Museo della Cattedrale di Sasamón</i>	137
Paola Puma	

PORTFOLIO

Il sistema di immagine, comunicazione e marketing del nuovo Museo della Cattedrale di Sasamón

Paola Puma

Dipartimento di Architettura, Università degli Studi di Firenze

Lo studio applicativo di tematiche significative ed emblematiche di alcune possibili modalità di declinazione dell'intervento di architettura nell'esistente -dalla progettazione per la riconfigurazione di complessi e organismi urbani alla progettazione ex novo con inserimento in contesti costruiti preesistenti- rappresenta da anni la cifra identificativa prima del Laboratorio di Sintesi finale del settore ICAR 17 e attualmente del Seminario tematico *Rilievo, riqualificazione e riprogettazione dell'architettura*, che da due anni a questa parte è stato attivato nel Dipartimento di Architettura di Firenze, a disposizione degli studenti di I e II livello formativo.

All'interno dell'articolato quadro didattico per la formazione degli architetti, infatti, è a nostro parere indispensabile proporre anche una esperienza di filiera "paraprofessionale" che porti lo studente a confrontarsi con realistici scenari di processo totale, dal rilievo al progetto alla valutazione economica, alla comunicazione dell'impatto delle trasformazioni ipotizzate.

In questo piano formativo si iscrive la presenza nel Seminario tematico suddetto del modulo di *Rappresentazione e comunicazione multimediale*, che comprende tutte le formulazioni di scenario progettuale attinenti all'Information Design ed alla comunicazione del progetto.

Il progetto di restauro e valorizzazione dell'importante Cattedrale di Sasamón per il nuovo museo liturgico trova perciò anch'esso compimento nella fase di analisi, layout di scenari e progettazione esecutiva della strategia di immagine, comunicazione e marketing dell'intervento.

Nell'ipotesi di un progetto di valorizzazione della Cattedrale di Santa Maria La Real che sia realmen-

te attivato sul territorio della Comunità autonoma di Castiglia e Leon, il momento del completamento delle opere di trasformazione materiale della cattedrale rappresenta anche il momento di inizio della progettazione della una serie di dispositivi finalizzati alla rappresentazione del nuovo manufatto, della sua presenza e del suo ruolo nel proprio contesto culturale.

Insieme alla facciata fisica, infatti, una struttura museale pubblica possiede anche una facciata immateriale che si affianca e può indirizzare più o meno efficacemente il destino dell'opera definendone verso il pubblico la mission, le caratteristiche ed il profilo configurando l'intera percezione della sua funzione museale.

Finalità e azioni del sistema di immagine, comunicazione e marketing del nuovo Museo della Cattedrale di Sasamón

L'ampiezza di una scala di progetto della comunicazione che va dal logo alla presenza su social implica l'organizzazione di un processo progettuale che vede la definizione dei contenuti come l'esito di una operatività che sviluppa con continuità obiettivi-strategie-linee guida-strumenti a costruire un vero e proprio sistema comunicativo.

Assumersi, infatti, anche la responsabilità di includere nella efficiente organizzazione di informazioni anche la formulazione del contenuto dei messaggi e del linguaggio, implica il farsi carico di progettare un sistema informativo completo e massimamente inclusivo sia in termini fisici (allargare e favorire il più possibile l'informazione museale in termini di bacino geografico) che sociali (allargare e favorire l'informa-

In questa pagina:
pianificazione della piattaforma di comunicazione per Santa Maria la Real

nella pagina a fianco:
concept dell'immagine coordinata per Santa Maria la Real (in alto),
brand design per Santa Maria la Real (in basso)

Santa Maria la Real, Sasamón

Home Museo Il Progetto Eventi Orari e Tariffe Dove siamo

Lingua
Cerca

segisamalareal@live.com

PT
Plaza Mayor
9123 Sasamón, Burgos
(Castiglia e Leon)

Seguitemi su
Follow us on :

Facebook
Instagram
YouTube
Twitter
QR Code
Google Plus
Pinterest

#SegisamaLaReal

SANTIAGO DE COMPOSTELA

SASAMÓN
Seguama

Simbolo del cammino di Santiago de Compostela

Santa Maria La Real

SASAMON

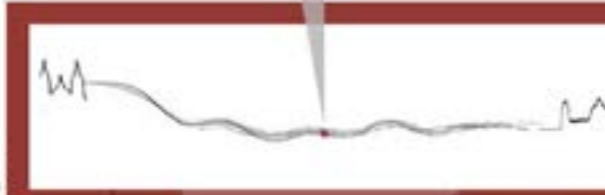
una tappa ritrovata sul Cammino di Santiago

Genesi del logo

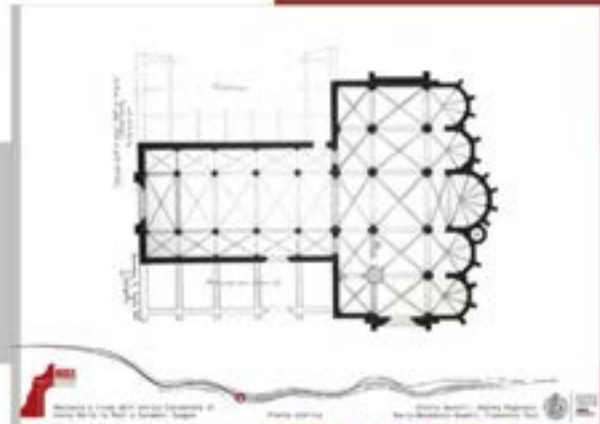


Concepti di progetto

1. individuazione di elementi identitari
 - Cammino di Santiago → storia di un luogo
 - Portale della cattedrale → l'ingresso alla chiesa e l'ingresso al museo
2. stilizzazione degli elementi
3. scelte cromatiche legate al territorio → toni della bandiera spagnola (ROSA, BLU, BIANCO)
4. racconto del nostro viaggio da Firenze a Sasamón



Brand Design



Layout tavolo di progetto



Layout sito web

In questa pagina:
 schema del workflow del piano di comunicazione per Santa Maria la Real

zione museale in termini di tipologie di utenti diversi).

Gli obiettivi prioritari di questa architettura dell'informazione sono stati individuati:

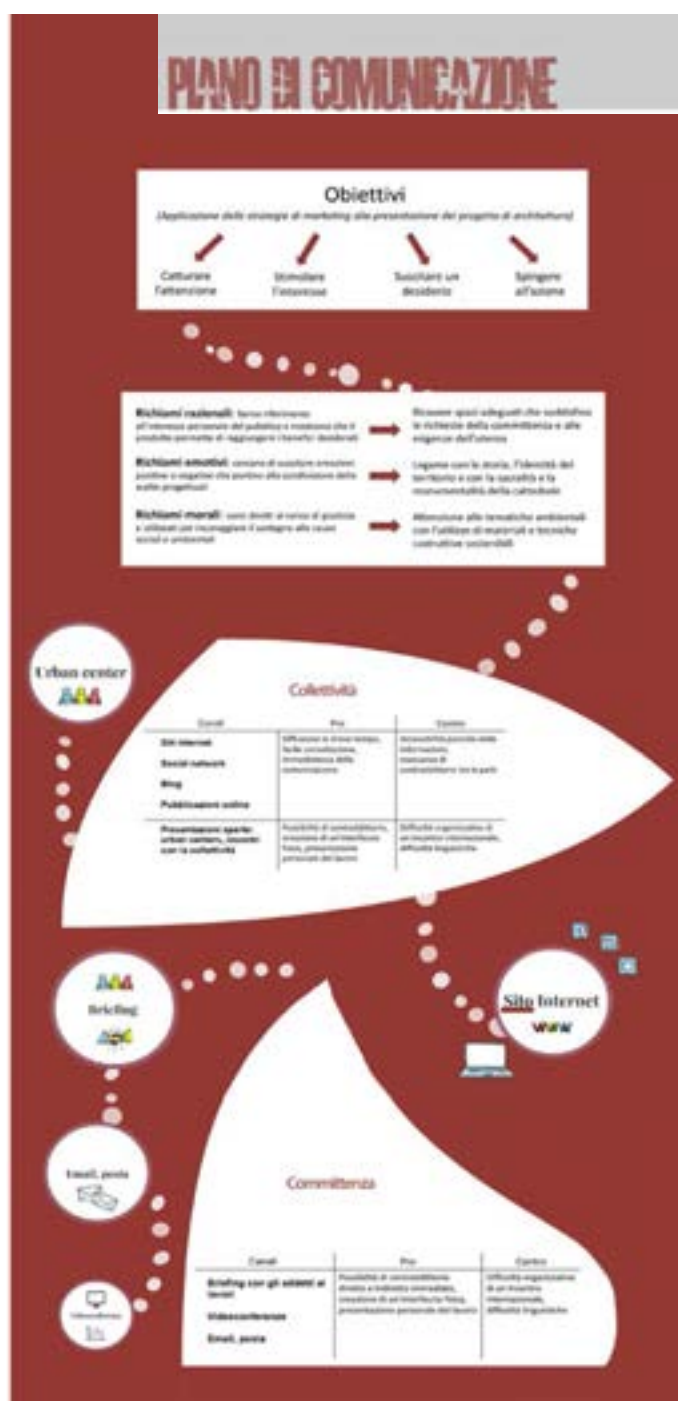
- nella *qualificazione* -intesa come definizione e descrizione- del patrimonio costituito sia dalla Cattedrale di Santa Maria La Real che dai beni mobili del nascente museo al fine di garantirne una congrua fruizione da parte sia dell'utente occasionale che del turista del Cammino di Santiago di Compostela;

- nella *valorizzazione del rapporto* tra il museo e il pregiato contesto del patrimonio culturale del percorso: l'appartenenza alla rete dei punti di sosta del Cammino posiziona, infatti, il nuovo museo in posizione decisamente e reciprocamente vantaggiosa.

La definizione della successiva strategia di azione prende da qui le mosse verso la progettazione dell'immagine coordinata e della conseguente comunicazione seguendo i consolidati principi organizzativi di chiarezza, marcatura di identificazione, omogeneità dell'impatto visivo, flessibilità del messaggio in funzione dei canali comunicativi etc.

Linee guida e strumenti del sistema di immagine, comunicazione e marketing del nuovo Museo della Cattedrale di Sasamon

La complessiva proposta di corporate identity del Museo della Cattedrale di Sasamon è stata così articolata nella costruzione dei supporti informativi dinamici e statici i cui tasselli si dispongono secondo un approccio scalare: dalla panoramica dei diversi canali di comunicazione attivabili in funzione della efficacia comunicativa relativa (studiata e verificata, cioè, in relazione al contesto sociale target della committen-



za pubblica o della collettività) al progetto di layout dei supporti al progetto di Immagine coordinata.

Tutto il lavoro di consultazione e audit per la individuazione di una identità visiva del nuovo museo precisa, chiara e omogenea ha perciò rappresentato in fase didattica una prima, approfondita e attenta fase in cui far emergere e fisicizzare tutta una ragnatela di segni, poi diventati riferimenti grafici, che dessero espressione visiva al portato di immaginario che la progressiva maturazione del progetto architettonico aveva via via accumulato e sedimentato.

Dare visibilità a un'immagine comune articolata su canali, forme e supporti diversi ha significato esperimentare un lavoro di progressivo affinamento di concept che portasse alla trascrizione della configurazione fisica dell'edificio nella configurazione visual della sua identità in termini di logo, marchio, web design, layout dei materiali informativi, della carta intestata, progetto dei gadget museali etc., fino alla prefigurazione di un sintetico progetto di piattaforma per la comunicazione social.

Andare oltre il marchio per affermare uno stile ed un modo di essere sia all'interno che all'esterno del museo significa, infatti, far scaturire al tempo stesso una serie di elementi distintivi del museo ma anche un'idea del bene culturale per come esso vuole essere presente e fruibile nel suo territorio.

“Perché il messaggio sia efficace occorre che l'emittente si sintonizzi sul ricevente: il messaggio deve essere chiaro, breve e tarato sulle capacità di comprensione del destinatario”: l'assunto cardine della comunicazione visiva si concretizza nel progetto per

Sasamon nella creazione e nella successiva strategia di diffusione di un'immagine riconoscibile e chiara che conferisca uniformità linguistica a tutte le sue forme di presenza fisica e non.

Il sistema di information design prevede pertanto tutta una serie di strutture relative a:

- segnalazione/individuazione della struttura museale fuori e dentro l'edificio: segnaletica esterna con dislocazione urbana, segnaletica di accesso esterno, totem, forme di wayfinding interno etc.

- design dei supporti materiali per la conoscenza e la promozione del museo entro un'identità unitaria: dal marchio alla grafica coordinata di materiali informativi, brochure, foldy tascabili;

- design di nuovi strumenti promozionali: kit del Museo e gadgets, materiali di maggiore impatto estetico e comunicativo con l'obiettivo di formare e consolidare una memoria della visita al museo.

- costruzione di un piano integrato su web: dal sito (costruito con particolare attenzione ad un'utenza turistica e con l'intenzione di offrire una serie di servizi informativi ed interattivi di gestione dei servizi affini come prenotazioni, reperimento in tempo reale dei dati di fruizione del museo, la possibilità di colloquiare in rete con gli altri punti del Cammino, l'offerta di percorsi tematici dal museo al territorio e dal territorio al museo) alla presenza su social.

