

Creación del Logotipo del CUARTO REAL DE SANTO DOMINGO

El Cuarto Real de Santo Domingo es un monumento de excepcional interés declarado Bien de Interés Cultural (BIC) desde 1919 y propiedad del Ayuntamiento de Granada. Está ubicado en la Cuesta de Aixa, junto a la Plaza de los Campos Eliseos, en pleno barrio del Realejo. Su singularidad y valor cultural residen en ser el único testimonio de **almunia real** que se ha conservado intramuros a la antigua ciudad nazarí. Así mismo, la parte ceremonial de dicha almunia (que es la que se ha conservado: recinto ajardinado delimitado con qubba o salón de recepciones ubicado dentro de un torreón de la muralla) constituye el antecedente directo de los palacios de la Alhambra, por ser el lugar donde se experimentaron las soluciones arquitectónicas y decorativas que luego se llevaron a cabo en el Palacio de Comares. Además, la qubba –fechada en época de Muhammad II– está construida sobre una estructura anterior de época almohade. Todo ello contribuye a hacer de este Monumento un ejemplo único de la cultura andalusí.

En el año 1990 el Ayuntamiento de Granada adquirió la propiedad del Cuarto Real de Santo Domingo. Tras la compra, inició los trámites y actuaciones para llevar a cabo una serie de estudios y excavaciones arqueológicas que culminaron en 2004 con la restauración de su **elemento más destacado y delicado: la qubba**. Sin embargo, el celo con el que el Ayuntamiento ha conservado y salvaguardado siempre el edificio no han sido suficiente para poder llevar a cabo la total y definitiva puesta en valor y difusión del edificio con una visita pública de calidad, ya que ésta necesitaba de una importante inversión económica que permitiera llevar a cabo un proyecto global de intervención sobre toda la propiedad, no solamente la qubba.

En este sentido, el **Plan de Turismo de Granada** ha sido quien ha permitido abordar no solo dicho proyecto, aprobado en su día, mediante concurso público, por el Ayuntamiento y autorizado por la Delegación Territorial de Cultural del la Junta de Andalucía; sino también la musealización del espacio para su visita y disfrute público. Este Plan de Turismo esta conveniado por el Excmo. Ayuntamiento de Granada (40%), la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía (60%), la Federación de Hosteleros de Granada y gestionado por la Agencia Publica Albaicín Granada, siendo un ejemplo de la eficacia y cooperación entre las administraciones municipal y autonómica. En términos generales, el objetivo de este Plan es consolidar Granada como un destino turístico de «excelencia» constituyendo una apuesta por mejorar la oferta turística de

la ciudad mediante la puesta en valor de nuevos recursos turístico-culturales, siendo el del Cuarto Real una de sus medidas de acción principales.

Así pues, el Ayuntamiento de Granada recupera para la ciudadanía un espacio privilegiado de la ciudad y no suficientemente conocido y potenciado entre visitantes y ciudadanos de Granada debido a que el estado de conservación del edificio y sus jardines no permitía hasta hoy su visita pública.

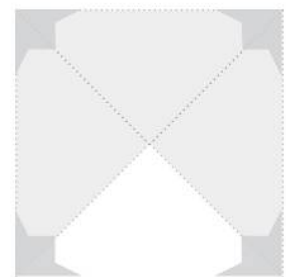
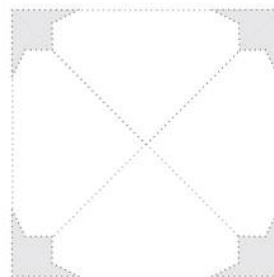
La musealización que se va a emprender ha contemplado dotar al edificio de una imagen de identidad corporativa, es decir, de un logotipo que identifique este monumento tan singular situándolo dentro de los circuitos internacionales a la altura de los más importantes monumentos del mismo periodo histórico: la Alhambra, la Mezquita de Córdoba, etc.



Para la creación de la marca "Cuarto Real de Santo Domingo" se han recurrido a varios elementos de identidad visual que se han fusionado de manera precisa para dar lugar a un sello de indiscutible personalidad.

Para el imatgotipo (la parte simbólica de la marca), hemos querido aunar los elementos que creemos más significativos de este lugar.

Estos elementos son, de un lado, el formato cuadrado propio del edificio principal y una vista cenital de la cúpula, de forma que se aprecian los 4 cuartos que componen el techo de forma que la caracteriza. De otro lado, uno de esos "cuartos" (concepto que a su vez hace un guiño al nombre del recinto) se convierte en una ventana al interior de la Qubba, a través de la cual podemos vislumbrar los orígenes árabes del edificio, representados mediante motivos gráficos identificativos de este estilo.



El logotipo elegido para identificar al Cuarto Real ha sido seleccionado mediante la celebración de un **concurso público** al que concurrieron numerosas empresas en condiciones de anonimato, pues sus propuestas iban firmadas bajo seudónimo. La calidad de las propuestas presentadas fue tal, que la Empresa ganadora –**Comuniqar, Consultores de Marketing, S. L.**– lo hizo tan solo por un voto de diferencia con el segundo clasificado.

Así pues, para la creación de la marca «Cuarto Real», la empresa Comuniqar –según palabras de sus propios creativos– *«ha recurrido a varios elementos de **identidad visual** que se han fusionado de manera precisa para dar lugar a un sello de indiscutible personalidad. Para el imago tipo (la parte simbólica de la marca), hemos querido aunar los elementos que creemos más significativos de este lugar. Estos elementos son, de un lado, el formato cuadrado propio del edificio principal y una vista cenital de la cúpula, de forma que se aprecian los 4 cuartos que componen el techo de forma que la caracteriza. De otro lado, uno de esos «cuartos» (concepto que a su vez hace un guiño al nombre del recinto) se convierte en una ventana al interior de la Qubba, a través de la cual podemos vislumbrar los orígenes árabes del edificio, representados mediante motivos gráficos identificativos de este estilo.»*

En Granada, a 6 de febrero de 2015