

## CajaSur ofrece a los turistas los patios de Córdoba en primavera todo el año con 'Viana Essence'

La Fundación CajaSur ya ha culminado, para su próxima puesta en marcha, un proyecto multimedia permanente en tres dimensiones, denominado 'Viana Essence', que, mediante una experiencia interactiva para el visitante, recrea los sonidos, colores y olores de la primavera en los patios del Palacio de Viana, a través de un 'mapping' multisensorial único, que transporta al turista hasta los patios de Córdoba en primavera, sin importar qué época del año sea en realidad.



El director de la Fundación CajaSur, Ángel Cañadilla, ha explicado, durante la presentación a los medios de comunicación, que se ha buscado "generar una experiencia que implique pasar de visitar el patrimonio a disfrutar del patrimonio", a través de una iniciativa pionera en España, apoyada en las nuevas tecnologías.

Ello ha implicado "reproducir, por perfumistas de Londres, las esencias naturales" presentes en los patios del antiguo palacio nobiliario cordobés, ofreciendo al visitante "diez esencias, representativas del paseo por los patios de Viana en primavera y que, sumadas, dan el aroma" del palacio, con olores a jazmín, naranjo, azahar, ciprés o pericón, para "construir una experiencia que invita al sosiego y a vivir la primavera en Córdoba".

En la presentación también ha tomado parte el primer teniente de alcalde y delegado de Turismo del Ayuntamiento de Córdoba, Pedro García, quien ha agradecido a CajaSur que "regale a la ciudad" este "nuevo producto turístico, y además hacerlo desde la innovación, que es lo que marca la diferencia hoy en día", desde la calidad.

Ello es clave, según ha argumentado, pues los patios de Córdoba ya hacen a la ciudad "única", de ahí la "importancia de esta nueva iniciativa, que ayuda a combatir la estacionalidad" de los patios, los cuales tienen su temporada alta entre abril y junio, pero que ahora se pueden experimentar en cualquier otra época del año en Viana.

A ello se suma, según ha subrayado García, que "sirve para explicar al visitante de la ciudad que en Córdoba hay mucho más que la judería y el entorno de la Mezquita-Catedral, pues tienen Viana o las iglesias fernandinas", entre otros atractivos en su gran casco histórico.

## EL PROYECTO

El proyecto es obra del estudio cordobés 'A las 6 en la playa' y de la empresa Hanan-Pacha, en cuyo nombre ha intervenido César de la Torre, quien ha señalado que 'Viana Essence' se pondrá en marcha el próximo enero, pero del que ya se han hecho pruebas con grupos de turistas muy heterogéneos que visitan a diario el Palacio de Viana y con resultado muy positivo.

'Viana Essence' se basa en "regalar una experiencia sensorial al visitante, combinando para ello el 'mapping', como recurso audiovisual que escanea e interpreta el entorno como espacio de proyección tridimensional, con el marketing olfativo".

Ello se ofrece en una nueva sala interactiva, a la que se podrá acceder en una jornada de puertas abiertas del Palacio de Viana el próximo martes, donde el visitante "podrá descubrir, durante todo el año, el color y olor de la primavera".

De esta forma, gracias a las nuevas tecnologías, en el Palacio de Viana siempre será primavera, es decir, "tendrá temporada alta todo el año", merced a 'Viana Essence', que es "una instalación museográfica única en España: una sala participativa donde el color de las flores y el olor de sus esencias transportan al visitante a los patios de Córdoba en primavera".

Llegar a este resultado de 'Viana Essence' ha supuesto un año de exploración e investigación por parte de un amplio equipo de

profesionales, para la selección de las esencias más representativas de los patios de Viana, utilizando exclusivamente esencias naturales de flores, así como imágenes rodadas durante la primavera del presente año 2015 en los patios y en el jardín del histórico inmueble nobiliario.

El objetivo último de este nuevo proyecto de la Fundación Viana es "comunicar desde los sentidos", con un nuevo recurso museográfico "que despierta los sentidos, para convertir a los visitantes en los embajadores de Viana", buscando que las imágenes que vean "perduren en su retina" y que los olores que les inundan "despierten su imaginación".