

Propuesta de un Proyecto Transmedia para el Patrimonio Modernista de la ciudad de Olot, Girona

Proposal of a transmedia project for the modernist heritage of the city of Olot, Girona

Martina Fernández Rovira*

Fecha de del Tribunal Fin de Máster: 29.02.2024

Tutora: Raquel Caerols Mateo

Palabras clave

Transmedia, Patrimonio, modernismo, participativo, comunicación

Keywords

Transmedia, Herititage, modernism, participative, communication

Resumen

El patrimonio cultural supone un aspecto inherente en todos los territorios. Es un mecanismo para plasmar y comunicar historias y sobre todo puede transformarse en un mecanismo de identidad y vinculación para sus habitantes. No obstante, en muchos casos existe una gran falta de concienciación general en la ciudadanía sobre la importancia que representa conocer y aprender sobre el patrimonio cultural para poder transmitirlo a futuras generaciones y conseguir que así siga persistiendo su legado.

Esto es lo que se está empezando a vivir en la ciudad catalana de Olot, en la provincia de Girona con su patrimonio y legado de la época del modernismo catalán. Un estilo artístico y movimiento cultural que surgió a finales del siglo XIX en Cataluña, en relación con la voluntad de una parte de la sociedad catalana de reivindicar su identidad propia. Fue un movimiento que tuvo mucha repercusión y seguimiento sobre todo en Barcelona: la capital quedó (y sigue estando) repleta de ricas y ornamentadas fachadas modernistas. No obstante, también llegó hasta Olot, esta pequeña ciudad del noreste que contaba con cierto reconocimiento y vinculación del mundo cultural y artístico gracias a la fundación de la Escuela pictórica de Olot impulsada por el célebre pintor Joaquim Vayreda.

El modernismo se instauró en Olot añadiendo pinceladas de creatividad, color y elementos naturales alrededor de su casco histórico. Pese a ello, esta rica herencia ha quedado olvidada debido a su poca difusión y falta de recursos para crear unas herramientas más dinámicas e interesantes hacia la ciudadanía y el turismo que recibe el territorio. Los principales esfuerzos que las instituciones públicas destinan a potenciar y divulgar el patrimonio son destinados a sus parajes naturales y zonas volcánicas, uno de los mayores atractivos con los que cuenta.

En el presente trabajo de fin de máster se plantea un proyecto en formato transmedia que pretende establecer una comunicación entre un espacio, un patrimonio, sus ciudadanos y sus visitantes. Olot Modernista es un proyecto de rehabilitación, dinamización y valorización del patrimonio modernista y el casco histórico de Olot enfocado a un público joven, con unas edades comprendidas entre los 18 y los 30 años. El hecho de haber conceptualizado una estrategia a modo de narrativa transmedia se da debido a que la transmedialidad se ha convertido en una de las mejores herramientas para

* **Autora** es alumna del Máster El Patrimonio Cultural en el Siglo XXI: Gestión e Investigación, martif09@ucm.es

llegar a un usuario que ya no quiere ni debe ser pasivo, y que adopta un rol activo y que pasa a ser fundamental a la hora de co-crear y aportar sentido a este tipo de proyectos con su participación y vinculación. El académico Henry Jenkins ya lo expresó en el año 2015 en su publicación *Cultura Transmedia*: “estamos de frente a nuevos modos de producción, tipos de contenido nunca vistos y renovadas formas de relación entre productores y audiencias.” (Jenkins, 2015)

La metodología empleada para desarrollar el presente trabajo ha empezado por un exhaustivo estudio, documentación e investigación sobre el estilo modernista y su contexto histórico y espacial, para a continuación, poner el enfoque a la ciudad de Olot y realizar un trabajo de campo con la intención de llegar a conocer en profundidad la historia y el trasfondo del patrimonio modernista olotense y sus figuras más relevantes para poder determinar aquellos elementos en los que se centrará el proyecto y poder confeccionar la piedra angular de Olot Modernista: una narrativa storytelling que conecte con el público objetivo y conduzca el hilo narrativo de todo el proyecto.

A continuación, se ha querido tener en cuenta la voz y opinión del público objetivo con tal de poder asegurar que el proyecto que se lleva a cabo les representa y llega a ellos para cumplir el objetivo de vincularlos con el patrimonio cultural del territorio y con el desarrollo de la localidad. Es por ello por lo que se han llevado a cabo un total de 20 entrevistas en profundidad a personas con edades comprendidas entre los 18 y los 30 años, tanto de Olot y cercanías como de fuera, siendo esto un estudio determinante para definir los aspectos fundamentales de la estrategia transmedia y su difusión enfocada a este determinado segmento de población.

La metodología del trabajo también estudia y analiza el funcionamiento, las bases y principios de la comunicación transmedia, en este aspecto se contará con el apoyo de Sílvia Casellas y Rafael de Villasante, fundadores de la empresa *Iternatura Comunicación* para llegar a entender y determinar las claves del éxito de un proyecto en formato transmedia y todo lo que supone su realización.

Con todo el proceso de estudio e investigación en todos los campos necesarios, se ha podido estructurar el proyecto de Olot Modernista, empezando por su storytelling, que narra la historia de Lluïsa, una joven diseñadora olotense de 26 años que encuentra el último mensaje que le dejó su abuelo acabado de fallecer. Él fue su mayor inspiración, su maestro y el motivo por el cual ella se enamoró del mundo del arte y el diseño. En el mensaje le dejaba el legado de un diario que había estado conservando toda su vida como un diccionario artístico, el diario del célebre arquitecto modernista Alfred Paluzie, y el tatarabuelo de Lluïsa. Su abuelo le pedía como último favor que no dejara que la historia y obra de Alfred quedara en el olvido, así como sus vivencias y conocimientos, y así es como nace Olot Modernista, un proyecto que (supuestamente) crea Lluïsa Paluzie para difundir y revalorizar el patrimonio modernista olotense.

La clave de la transmedialidad es el uso de diferentes medios y la participación de los públicos, es por ello por lo que el proyecto se fundamenta y desarrolla en varias actividades presenciales, una aplicación gamificada y unos contenidos en redes sociales que sustentan, alimentan y dan sentido a las acciones. Las actividades presenciales se componen por una asamblea joven para debatir la rehabilitación de la Casa Prat, uno de los bienes destacados en Olot Modernista que se encuentra en abandono; una feria artesanal de artistas artesanos y artesanas especializados en las artes y oficios que fueron imprescindibles para el modernismo; y muy en línea con la historia que se proyecta en el storytelling, unos talleres de creación de un diario creativo personal, en los que se va a poder personalizar un diario y aprender técnicas de expresión creativa.

A todo ello se le añade una actividad que supondrá la piedra angular de todo el proyecto y que tendrá una continuación temporal: una aplicación gamificada para smartphone nombrada “Diario de un Modernista”. Los usuarios que participen en ella, van a poder seguir una ruta guiada a través de la

app por la ciudad de Olot, en la que se van a usar diferentes tecnologías innovadoras como la realidad virtual (RV) con tours virtuales en 360°, la inteligencia artificial (IA) que permitirá recrear escenas y personajes, y el geocaching, que va a garantizar que la aplicación se usa en Olot y siguiendo el recorrido, enfatizando así la importancia y el objetivo de tejer el vínculo con el territorio y su patrimonio. Esta aplicación se va a desarrollar a través de la historia de Lluïsa y la misión que tiene con el diario de su tatarabuelo, y a través de diversos medios y plataformas, como las redes sociales, grabaciones en audio y vídeo, libros, impresos y elementos in situ se irá desarrollando el guion y el recorrido que hará pasar a los participantes por todos los bienes destacados del patrimonio modernista de Olot mientras conocen sus características, su historia y sus curiosidades.

La aplicación cuenta con una función extra, y es que en cuanto los usuarios hayan terminado el recorrido por el casco histórico de la ciudad, tendrán la oportunidad de reservar a través de la misma app unas visitas guiadas a alguno de los 3 parajes naturales que se presentan como fuente de inspiración para los artistas modernistas y unos lugares donde el más célebre poeta de la época, Joan Maragall, escribió alguno de sus versos y dónde cuenta, encontró refugio y un escenario donde tomar algunas de las decisiones más determinantes de su trayectoria. (Casacuberta, 2020) La inclusión del patrimonio natural en esta propuesta se da por el gran peso turístico y de atracción de visitantes que tiene en esta zona, queriendo hacer de ello una fortaleza y una adición con valor al proyecto. A su vez, se justifica con el estrecho enlace que tiene el modernismo con la naturaleza, un estilo que la toma como referente y fuente de inspiración principal.

Todo el proyecto contará con una estrategia de comunicación 360, a todos los niveles y con diferentes acciones, propuestas y colaboraciones. Se van a crear redes sociales de Olot Modernista en las plataformas de Instagram, X y TikTok con contenidos adaptados a la naturaleza de cada una de ellas y que busquen llegar a una audiencia joven y que puedan participar en ellos, adoptando la técnica User-Generated Content (UGC); también se va a realizar una campaña de gráfica impresa, con carteles y panfletos tanto de las actividades por individual, como del proyecto en general, que este último va a ser escogido a través de un concurso abierto mediante redes sociales; en el ámbito de los medios de comunicación tradicionales, se van a realizar notas de prensa para que revistas y agendas culturales locales como La Comarca, Nació Garrotxa o Olot Cultura, y autonómicas como la revista Núvol, puedan incluir un artículo sobre el lanzamiento del proyecto y sus actividades en sus páginas.

A su vez, y con el fin de cumplir uno de los objetivos del proyecto como es la activación de la economía local y la dinamización cultural de la ciudad, se van a hacer colaboraciones con comercios locales de entidades como Comerç Olot con tal de poder realizar las acciones y proyectos con su ayuda para que ellos a cambio puedan recibir una retribución con los visitantes y la visibilidad que se les aportará desde Olot Modernista.

En último lugar, se planteará un detallado cronograma para la organización y realización de todas las tareas y acciones, y para llegar a determinar de la forma más fidedigna posible la viabilidad que podría llegar a tener el proyecto, se desglosará un presupuesto aproximado de su totalidad con tal de buscar unas posibles fuentes de financiación para llevarlo a cabo. Se investigará a través de subvenciones tanto públicas como privadas con el objetivo de poder ver si actualmente existirían financiaciones que den apoyo económico a proyectos para la valoración y la dinamización del patrimonio cultural con tal de que se pueda hacer realidad todo lo que se desarrollará en las próximas páginas del presente trabajo.

Para recapitular, en Olot Modernista se plantea un proyecto con el que a través de diversas propuestas y diferentes medios pretende poner en valor, divulgar y dar a conocer mejor este patrimonio modernista que había quedado condenado al olvido. A la vez se pretende dinamizar la

vida cultural, turística y económica de la ciudad e implicar a sus locales. Todo ello a través de una estrategia de narrativa transmedia, asumiendo con esto los retos y los desafíos actuales para poder llegar a un público más exigente, sumergido en el mundo de las nuevas tecnologías, y que tiene completamente integrada una nueva manera de relacionarse con su entorno.

Short Version

Cultural heritage is an inherent aspect of all territories. It is a mechanism for capturing and communicating stories and, above all, it can become a mechanism of identity and bonding for its inhabitants. However, in many cases there is a general lack of awareness among citizens of the importance of knowing and learning about cultural heritage in order to pass it on to future generations and ensure that its legacy continues to persist.

This is what is beginning to be experienced in the Catalan town of Olot, in the province of Girona, with its heritage and legacy from the Catalan Modernisme period. An artistic style and cultural movement that arose at the end of the 19th century in Catalonia, in connection with the desire of part of Catalan society to claim its own identity. It was a movement that had a great impact and following, especially in Barcelona: the capital was (and still is) full of rich and ornate Modernist façades. However, it also reached Olot, this small town in the north-east of the country, which enjoyed a certain recognition and links with the cultural and artistic world thanks to the founding of the Olot School of Painting, promoted by the famous painter Joaquim Vayreda.

Modernism was established in Olot, adding touches of creativity, colour and natural elements around its historic centre. Despite this, this rich heritage has been forgotten due to its lack of dissemination and the lack of resources to create more dynamic and interesting tools for the citizens and the tourism that the territory receives. The main efforts made by public institutions to promote and disseminate the heritage are aimed at its natural landscapes and volcanic areas, one of its greatest attractions.

This master's thesis proposes a project in transmedia format that aims to establish communication between a space, a heritage site, its citizens and its visitors. Olot Modernista is a project for the rehabilitation, revitalisation and enhancement of the modernist heritage and the historic centre of Olot focused on a young audience, aged between 18 and 30. The fact of having conceptualised a strategy in the form of a transmedia narrative is due to the fact that transmediality has become one of the best tools for reaching a user who no longer wants to or should be passive, and who adopts an active role and becomes fundamental when it comes to co-creating and contributing meaning to this type of project with their participation and involvement. The academic Henry Jenkins already expressed it in 2015 in his publication *Transmedia Culture*: "we are facing new modes of production, types of content never seen before and renewed forms of relationship between producers and audiences". (Jenkins, 2015)

The methodology used to develop this work began with an exhaustive study, documentation and research into the modernist style and its historical and spatial context, followed by a focus on the city of Olot and fieldwork with the intention of gaining in-depth knowledge of the history and background of Olot's modernist heritage and its most important figures in order to determine the elements on which the project will focus and to be able to create the cornerstone of Olot Modernista: a storytelling narrative that connects with the target audience and drives the narrative thread of the entire project.

Next, we wanted to consider the voice and opinion of the target audience in order to ensure that the project represents them and reaches them in order to fulfil the objective of linking them to the cultural heritage of the territory and the development of the town. For this reason, a total of 20 in-depth

interviews were carried out with people aged between 18 and 30, both from Olot and the surrounding area and from abroad, this being a decisive study to define the fundamental aspects of the transmedia strategy and its dissemination focused on this specific segment of the population.

The methodology of the work also studies and analyses the functioning, bases and principles of transmedia communication. In this aspect, *Sílvia Casellas* and *Rafael de Villasante*, founders of the company *Iternatura Comunicació*, will support us in understanding and determining the keys to the success of a project in transmedia format and everything involved in its realisation.

With the whole process of study and research in all the necessary fields, it has been possible to structure the Olot Modernista project, starting with its storytelling, which tells the story of *Lluïsa*, a young 26-year-old designer from Olot who finds the last message left to her by her grandfather, who has just passed away. He was her greatest inspiration, her teacher and the reason why she fell in love with the world of art and design. In the message he left her the legacy of a diary that he had been keeping all his life as an artistic dictionary, the diary of the famous modernist architect *Alfred Paluzie*, and *Lluïsa's* great-great-grandfather. Her grandfather asked her as a last favour not to let *Alfred's* history and work be forgotten, as well as his experiences and knowledge, and this is how Olot Modernista was born, a project that *Lluïsa Paluzie* (supposedly) created to disseminate and revalue Olot's modernist heritage.

The key to transmediality is the use of different media and the participation of audiences, which is why the project is based and developed on several face-to-face activities, a gamified application and content on social networks that support, feed and give meaning to the actions. The face-to-face activities are made up of a youth assembly to debate the rehabilitation of *Casa Prat*, one of the outstanding assets in Olot Modernista that is in abandonment; a craft fair of artisan artists and craftsmen specialising in the arts and crafts that were essential for modernism; and very much in line with the story that is projected in the storytelling, workshops to create a personal creative diary, in which people will be able to personalise a diary and learn techniques of creative expression.

Added to all this is an activity that will be the cornerstone of the whole project and will have a temporary continuation: a gamified application for smartphones called "Diary of a Modernist". Users who participate in it will be able to follow a guided route through the city of Olot through the app, in which different innovative technologies will be used, such as virtual reality (VR) with 360° virtual tours, artificial intelligence (AI) that will recreate scenes and characters, and geocaching, which will ensure that the application is used in Olot and following the route, thus emphasising the importance and the objective of weaving the link with the territory and its heritage. This application will be developed through the story of *Lluïsa* and the mission she has with the diary of her great-great-grandfather, and through various media and platforms, such as social networks, audio and video recordings, books, printed matter and in situ elements, the script and the route that will take the participants through all the outstanding assets of Olot's modernist heritage while they learn about their characteristics, history and curiosities will be developed.

The application has an extra function, which is that once users have finished the tour of the historic centre of the city, they will have the opportunity to book guided tours through the same app to one of the 3 natural sites that are presented as a source of inspiration for modernist artists and places where the most famous poet of the time, *Joan Maragall*, wrote some of his verses and where, he says, he found refuge and a stage where he made some of the most decisive decisions of his career. (*Casacuberta*, 2020) The inclusion of the natural heritage in this proposal is given by the great tourist weight and attraction of visitors that it has in this area, wanting to make it a strength and a valuable addition to the project. In turn, it is justified by the close link that modernism has with nature, a style that takes it as a reference and main source of inspiration.

The whole project will have a 360° communication strategy, at all levels and with different actions, proposals and collaborations. Olot Modernista social networks will be created on the Instagram, X and TikTok platforms, with content adapted to the nature of each of them and aimed at reaching a young audience that can participate in them, adopting the User-Generated Content (UGC) technique; a print graphics campaign will also be carried out, with posters and leaflets both for individual activities and for the project in general, the latter to be chosen through an open competition via social networks; in the field of traditional media, press releases will be produced so that local magazines and cultural agendas such as *La Comarca*, *Nació Garrotxa* or *Olot Cultura*, and regional ones such as *Núvol magazine*, can include an article on the launch of the project and its activities in their pages.

At the same time, and in order to meet one of the objectives of the project, which is the activation of the local economy and the cultural revitalisation of the city, collaborations will be made with local businesses of entities such as Comerç Olot in order to carry out the actions and projects with their help so that they can receive a reward in exchange for the visitors and the visibility that will be provided by Olot Modernista.

Finally, a detailed chronogram will be drawn up for the organisation and implementation of all the tasks and actions, and in order to determine as reliably as possible the feasibility of the project, an approximate budget will be broken down in order to look for possible sources of funding to carry it out. Both public and private subsidies will be investigated with the aim of being able to see if there is currently funding available to give economic support to projects for the valuation and revitalisation of cultural heritage so that everything that will be developed in the following pages of this work can become a reality.

To recapitulate, Olot Modernista is proposing a project which, through various proposals and different means, aims to enhance, disseminate and raise awareness of this modernist heritage that had been condemned to oblivion. At the same time, it aims to boost the cultural, tourist and economic life of the city and involve its locals. All this through a transmedia narrative strategy, taking on the current challenges and challenges to reach a more demanding public, immersed in the world of new technologies, and which has completely integrated a new way of relating to its environment.

Referencias

Casacuberta, Margarida. (2020). Joan Maragall a Olot. Colecció Històries d'Olot Num. 3

Jenkins, Henry (2003). Transmedia Storytelling

Scolari, Carlos A. (2015). En: Cultura Transmedia (Jenkins, Henry)

Oneto, M. (2022). User Generated Content y Narrativas Transmedia: Cómo los usuarios ayudan a expandir el universo narrativo de Batman. En: Narrativas y usuarios de la sociedad transmedia, Colección Conocimiento Contemporáneo

Soler, Pilar. (2001). El Modernisme, Quaderns de la Revista de Girona. Núm. 93.