

Postales de una Valencia reencuadrada



Grado en Comunicación Audiovisual
TRABAJO FIN DE GRADO
Modalidad C

Autor/a: Aitana García Gómez
DNI: 23.826.741-Y

Tutor/a: Marta Martín Núñez

Junio, 2019

Resumen y palabras clave

El presente Trabajo Final de Grado desarrolla un proyecto fotográfico que explora el uso individualista que los turistas hacen de las fotografías en Instagram y realiza una crítica al concepto de “paisaje de postal” de Valencia, todo ello mediante la reapropiación de imágenes que los propios turistas han subido a Instagram en los lugares más turísticos de la ciudad y la reinterpretación de las postales-souvenirs de Valencia. Para ello ha sido necesario un extenso proceso, tanto de documentación, observación, reflexión y análisis de los espacios más turísticos de Valencia, como de búsqueda de la representación de estos espacios en Instagram, así como la lectura de varios libros relacionados con el uso de las fotografías en el contexto actual de las redes sociales.

Las redes sociales, unas herramientas que fueron pensadas para facilitar y fomentar el contacto e intercambio de información entre las personas, se han convertido en el mayor exponente del individualismo. Así, sólo hace falta consultar *Instagram* para comprobar un catálogo visual plagado de imágenes repetitivas y estereotipadas que se centran en la puesta en escena del yo. Esta exaltación del yo es más superlativa cuando se trata de imágenes relacionadas con lugares turísticos. Lejos de intentar dar a conocer el sitio a aquellos que se encuentran lejos, las imágenes que se pueden observar son réplicas idénticas de la reapropiación del paisaje de postal.

Tras todo el proceso que ha conllevado la realización de este proyecto fotográfico se han ampliado los conocimientos en lo que concierne a las imágenes en la era de Instagram y los patrones fotográficos de los “paisajes de postal” que se hacen servir tanto en redes como en el imaginario del turista. Por otro lado, también se ha profundizado en el grado de conocimiento de los espacios más turísticos de Valencia y se ha conseguido desarrollar y mejorar las habilidades en la edición fotográfica.

Postales de una Valencia reencuadrada

Palabras clave: redes sociales, individualismo, paisaje de postal, lugares turísticos, reapropiación, Valencia.

Abstract and key words

The present TFG develops a photography project which explores the individualist use that tourists make of photography on Instagram and criticizes the term postcard landscape in Valencia, all of it by the reappropriation of images which tourists have posted on Instagram in the most touristic spots of the city and the reinterpretation of the postcard-souvenir of Valencia. In order to accomplish this it has been necessary a large process, as of documentation, observation, reflection and analysis of this spaces on Instagram, as the reading of different books related to the use of photographs in the actual context of social network.

Social networks, that tool which was thought as a tool for making communication and the access to information easier between people, they have now become the greatest exponent of individualism. It is only necessary to check social networks as Instagram to realize a visual catalogue full with stereotyped and repetitive images which focus on the self staging. This self exaltation is more superlative when it comes to publishing tourist attractions images. Far from trying to approach those who are farther away to the tourist attraction, the images that you can find are an exact copy of the postcard landscape reappropriation.

On the one hand, after all the process which has entail the development of this photographic project the knowledge of images in the Instagram era and the photograph moulds of postcard landscape which appear as in social networks as in the tourist imaginary have widen. On the other hand, it has also helped me to take a close look at the knowledge degree of the most touristic spots in Valencia and it has developed and increased my skills in photographic edition.

Key words: social network, individualism, postcard landscape, touristic attractions, reappropriation, Valencia.

Índice

1. Introducción	7
1.1 Justificación e interés del tema	7
1.2 Objetivos del Trabajo de Fin de Grado	9
1.3 Estructura del trabajo	10
2. Marco teórico	15
2.1 Investigación sobre la fotografía en redes sociales	15
2.1.1 Apropiacionismo	15
2.1.2 Repetición y superposición	17
2.2 Investigación sobre la fotografía y el turismo	19
2.2.1 Postfotografía	19
2.2.2 Fotografía y redes sociales	21
2.2.3 Fotografía y turismo	23
2.2.4 Paisaje de postal	25
2.3 Argumentación sobre las decisiones discursivas tomadas	27
3. Desarrollo del proyecto	44
3.1 Concepto	44
3.2 Estructura del proyecto	45
3.3 Proceso creativo y metodología	46
3.4 Memoria de producción	55
3.5 El proceso de edición	57
4. Plan de explotación del producto	66
4.1 Análisis de mercado	66
4.2 Plan de comunicación y marketing	72
5. Resultados	74
6. Conclusión	83
7. Bibliografía	87
8. Anexos	93

Index

1. Introduction	11
1.1 Justification and interest of the matter.....	11
1.2 Objectives of the TFG.....	13
1.3 Assignment structure.....	14
2.Theoretical framework	30
2.1 Social networking photography investigation.....	30
2.1.1 Appropriationism.....	30
2.1.2 Repetition/accumulation and superposition.....	32
2.2 Photography and tourism investigation.....	34
2.2.1 Postphotography.....	34
2.2.2 Photography and social networks.....	36
2.2.3 Photography and tourism.....	39
2.2.4 Postcard landscape.....	41
2.3 Discursive decisions argumentation.....	42
3. Development of the project	44
3.1 Concept.....	44
3.2 Structure of the project.....	45
3.3 Creative process and methodology.....	46
3.4 Production memory.....	55
3.5 Edition process.....	57
4. Product exploitation plan	66
4.1 Market research.....	66
4.2 Communication and marketing plan.....	72
5. Results	74
6. Conclusions	85
7. Bibliography	88
8. Annex	94

1. Introducción

1.1. Justificación e interés del tema

Este proyecto fotográfico surge a raíz de una preocupación social por el impacto que las redes sociales tienen en la sociedad actual y los problemas que puede acarrear el uso individualista de las mismas. En un contexto en el cual la tecnología está al alcance de casi todo el mundo, las redes sociales han pasado a ser el eje vertebrador de una sociedad que se comunica mediante imágenes. El principal problema que se puede encontrar en la sociedad actual es la puesta en valor que los usuarios de redes, como Instagram, dan a las imágenes, puesto que, poseyendo la imagen una función apelativa por sí misma, ahora con las redes sociales se le añadiría la función fática¹ que cada vez cobra más intensidad, llegando a hacer todo lo posible por lograr la foto perfecta para conseguir el mayor número de “likes”. El uso que las personas dan a las redes sociales ha devenido en una herramienta para la reafirmación personal y, en consecuencia, las fotografías que se muestran en las mismas son un reflejo de ello. Nos encontramos en un contexto en el cual reina la apariencia, es decir, donde prima más el aparentar que el ser/estar, extinguiendo toda huella fotográfica del arte como *mimesis*. Y es esta, en cierto modo, una de las cuestiones que me motivó a realizar este proyecto fotográfico.

No obstante, cabe decir que lo que me realmente me impulsó a realizar este proyecto fue a raíz de un twit del Museo de Auschwitz, en Polonia, donde se pedía un mayor respeto por parte de los turistas a la memoria histórica de lo que aconteció entre aquellos muros, ya que muchos de los turistas que visitaban el recinto se dedicaban a buscar la pose más fotogénica para, posteriormente, subir la imagen a Instagram. Este no es un hecho aislado, pues es algo que también ocurre, por ejemplo, en el monumento al holocausto en Berlín, un lugar destinado al recuerdo a los judíos asesinados durante la Segunda Guerra Mundial, en California durante el “Super Bloom” de las amapolas o en una de las calles del barrio de Quinze-Vingts en Francia.

¹ Permanecer activo, dejar constancia de que estamos activos.

Además, esto es algo que también he podido contemplar tanto como turista, como residente de Valencia. El acto de llegar a un sitio turístico hacerse la foto estereotipada que hemos visto millones de veces, para abandonar el lugar al instante de conseguir la toma deseada es un hábito que se ha instaurado en la sociedad.

En definitiva, a lo largo de este TFG se abordan temas relacionados con las asignaturas de Teoría de la Imagen y Ética y Deontología Profesional, entre otras, pero sobretodo se basa en las nociones aprendidas en Teoría y Técnica de la Fotografía. En resumen, este proyecto nace como una declaración de temas sociales estrechamente relacionados con el uso individualista de las fotografías de los turistas en las redes y la estética de paisaje de postal, una respuesta al ideal de fotografía artificial, compuesta y medida, a la vez que despreocupada, que acontece actualmente en las redes sociales.

1.2. Objetivos del Trabajo Fin de Grado

Los objetivos propuestos para la elaboración de este proyecto fotográfico han sido los siguientes:

- Cuestionar el uso individualista/egocentrista que se hace de las imágenes en Instagram, vinculándolo al turismo en Valencia.
- Actualizar el concepto de “paisaje de postal” como imagen representativa de un lugar más que por su apariencia estrictamente estética.
- Analizar el catálogo de estereotipos visuales que se pueden encontrar en las redes sociales vinculados a lugares turísticos de Valencia.
- Dar a conocer los lugares más turísticos de Valencia, no por sus imágenes más típicas, que pueden ser fácilmente encontradas en cualquier postal-souvenir.
- Lograr realizar un análisis de la fotografía turística en redes sociales mediante el uso de la edición y la propia fotografía.

1.3. Estructura del Trabajo Fin de Grado

A lo largo de la memoria del Trabajo de Fin de Grado se intentará esclarecer el proceso de preproducción, producción y postproducción del proyecto fotográfico. Para ello, la memoria está dividida en 3 grandes bloques: marco teórico, desarrollo del proyecto y resultados y conclusiones.

El apartado del marco teórico contempla el grueso de la investigación previa a la realización del proyecto fotográfico. Aquí se tratará tanto el desarrollo del tema a tratar como la citación y explicación de los proyectos y autores referentes para el proyecto fotográfico. Además, también se argumentarán las decisiones discursivas, tanto a nivel expresivo como narrativo y enunciativo.

A continuación, en el apartado del desarrollo del proyecto se concreta la idea del proyecto fotográfico, es decir, mediante diversos subapartados, se describe el proceso que se ha llevado a cabo hasta finalizar el proyecto y obtener el producto final. De esta forma, en este apartado se explica minuciosamente toda la preproducción, producción y postproducción del proyecto fotográfico.

Por último, los resultados y conclusiones contemplan el producto final, es decir, las fotografías pertenecientes al proyecto fotográfico, así como una revisión del cumplimiento de los objetivos propuestos en primera instancia. En este apartado también se realiza una valoración del aprendizaje y el trabajo realizado.

1. Introduction

1.1. Justification and interest of the matter

This photographic project arises from a social preoccupation for the impact that social networks have in the actual society and the consequences that can incur the individualist use of themselves. In a context which technology is available for almost everyone, social networks have become the vertebral axis of a society who communicates by images. The main problem that can be found in our actual society is the value that social network users, like Instagram, give to images. If images itself have an apelative function, now with social networks a fatic² function can be added, a function that is increasing intensively. This is making users make everything that is possible to achieve the perfect photo on order to gain as much likes as possible. The use that people make of social networks has become a tool for personal reaffirmation, and, as a consequence, the photographs that can be found online are a reflection of it. We found ourselves in a context in which rules the appearance, where overrules the pretending more than the being, banishing all photographic print of art as mimesis. This is, to an extent, one of the reasons why I was motivated to begin this photographic project.

Nevertheless, all things said, what really made me start this project was due to a tweet that the Auschwitz Memorial Museum, in Polonia, published asking for a greater respect from the tourists to the history memory of what happened inside these walls, as a lot of tourists who visited the place just did it to look for the most photogenic pose in order to post it on Instagram. This is not an isolated case as it has happened also in other places as, for instance, at the Holocaust Memorial in Berlín, a place set aside for remembering the jews who where murdered in World War II, in California while the “Super Bloom” was taking place or in one of the streets of the district of Quinze-Vingts in France.

² To keep active, lay a record of our activity.

This fact is something that I have witnessed as a tourist as well as a Valencian resident. The act of arriving to a place and taking an stereotyped photo that we have already seen millions of times to leave the place right after achieving the wanted photo is a habit that has been established in our society.

Definitely, in this paper matters related to signatures as Theory of Image and Professional Ethics and Deontology are addressed, but above all this paper is based in the notions learned on Theory and Technique of Photography. To sum up, this project arises as a declaration of social matters closely linked to the individualist use that tourists make of photographs on social networks and the aesthetic of postcard landscape, an answer to the ideal of artificial photography, composed and measured, at the same time that unconcerned, which occurs nowadays in social networks.

1.2 Objectives of the TFG

The purposed objectives for the production of this photographic project have been the following:

- Question the individualist/egocentric use of the images on Instagram, linking it to the tourism in Valencia.
- Update the concept “postcard landscape as a representative imagen of a place more than its strictly aesthetic appearance.
- Analyze the visual stereotype catalogue that can be found in social networks related to touristic spots in Valencia.
- Make known the most touristic places in Valencia, not by its most popular images that can be easily found in any poscard-souvenir.
- Get to make an analysis of the touristic photographies on social networks through the use of edition and photography itself.

1.3 Assignment structure

Along the assignment memory I will try to enlighten the process of preproduction, production and postproduction of this photographic project. For this reason, the memory is divided in 3 big sections: theoretical framework, development of the project and results and conclusions.

The theoretical framework section takes into account the thickness of the previous investigation, made before starting the proper photographic project. This section will deal with the development of the matter as well as the mention and explanation of the projects and authors that have been a reference for this photographic project. Furthermore, this section will also deal with the argumentation of the discursive decisions, in an expressive, narrative and illustrative level.

Then, in the development of the project section the main idea of the photographic project is specified. Through different subsections the process which has taken place until finishing the project and obtaining the final product is described. This way, this section explains thoroughly all the preproduction, production and postproduction of the photographic project.

At last, the results and conclusions section consider the final product, that is to say the photographs which form the photographic project, as well as a review to check if the purposed objectives have been fulfilled. This section also evaluates what has been learned and the worked done.

2. Marco teórico

2.1. Investigación sobre la fotografía en redes sociales.

2.1.1 Apropiacionismo

Este proyecto fotográfico se sustenta en el proceso de reapropiación de imágenes, una de las corrientes artísticas de lo que se conoce como Arte conceptual, un movimiento en el cual se enfatiza más el concepto de la obra que el objeto tangible que se retrata. Este movimiento artístico se sustenta en empleo de obras de otros autores que el autor utiliza para conformar la suya propia. Pese a que pueda parecer, por el contexto de Internet, que esta corriente es reciente, lo cierto es que hay datos que afirman que este proceso de trabajo y creación ya se empleaba en la Edad Media tanto con la música como en otros campos como la biología, las matemáticas y la ingeniería. En lo que respecta a la fotografía no fue hasta los años 80 cuando se empezó a emplear.

Uno de los primeros referentes en la utilización del apropiacionismo fue la fotógrafa Sherrie Levine quién, con su trabajo “After Walker Evans” (1981), se dedicó a re-fotografiar las fotografías de Walker Evans del catálogo de la exposición de “First and Last”. Con ello lo que Levine quería transmitir era la idea de que “Una imagen no es substituta de nada, [...] sino que una imagen se puede volver a fotografiar y crear algo nuevo en este proceso” (Sherrie Levine, 1981). Desde entonces hasta la actualidad han sido varios los fotógrafos que basan sus obras en esta corriente artística y ya han habido algunos de ellos que han comenzado a integrar las redes sociales en sus obras. Uno de los ejemplos más conocidos es el de Richard Prince, un fotógrafo de renombre que se ha visto involucrado en varios juicios por su obra “New Portraits” (2014), una exposición que estaba compuesta por capturas de pantalla de imágenes de Instagram con ligeras modificaciones. Además “New Portraits” no es el único trabajo de Prince que le ha generado problemas legales pues toda su carrera versa sobre el propio apropiacionismo.

Para hablar de apropiacionismo de imágenes es necesario hablar del remix culture, haciendo referencia a términos como remix, sampling o mash-up, unas prácticas que han ganado un gran peso en las nuevas prácticas artísticas (Martín Prada, 2018:185). Nos encontramos en un contexto en el cual existe una saturación de imágenes donde el montaje, la remezcla y la relaboración de material visual ya existente parece la única salida posible.

“En un mundo saturado de imágenes caracterizadas por su disponibilidad, la creación visual digital se identifica cada vez más con el montaje, la combinación y la transformación de imágenes raptadas. El lenguaje del arte pasa a ser fundamentalmente lenguaje sobre lenguajes existentes, como si «expresar» sólo pudiera ser ahora resultado del uso de un diccionario ya compuesto, de un repertorio de elementos que combinar de diferentes maneras”. (Martín Prada, 2015:187)

Como bien menciona Juan Martín Prada, con este concepto tan usual en la época de la post-fotografía, “el fotógrafo recicla, reprocessa, se apropia, satiriza, revive y rehace el imaginario colectivo” (Martín Prada, 2018:106) y es este concepto el que interesa tratar para este proyecto fotográfico. Por lo tanto, este proyecto se enmarcaría dentro de la post-fotografía ya que “busca y explora las posibilidades de la acumulación de imágenes como creación de una supraestructura conceptual, expresiva y más sofisticada” (Creadores, 2013) donde las imágenes ya no tienen un significado autónomo.

2.1.2 Repetición/acumulación y superposición

Este proyecto también trabaja la repetición de patrones fotográficos y la superposición de los mismos, patrones que estarían directamente relacionados con los “clichés visuales” que existen en el imaginario colectivo. En este sentido, son muchos los artistas que tienen presente este aspecto en sus obras y cabe destacar que la mayoría de ellos relacionan estos patrones fotográficos con el turismo y la práctica de la fotografía souvenir. No obstante, quizás, el primer referente que se encuentre sea el de Idris Khan y su trabajo de apropiación de las fotografías realizadas por el matrimonio Becher en “Every... Bernd and Hilla Becher Gable Side House” o “Every... Bernd and Hilla Becher Prison Type Gasholders” (Colorado, 2013), unas fotografías que ilustran un interés por retratar las estructuras industriales alemanas en peligro de extinción y con una apariencia de máquina. Con este trabajo de superposición de fotografías se logra obtener una única imagen que genera “un efecto de dibujo impresionista o de un fotograma borroso” (Idris Khan, 2011) siendo posible vislumbrar varias «capas de experiencia».

No obstante, con la aparición de Internet y las redes sociales, muchos artistas se han decantado por la apropiación y superposición de imágenes como forma crítica de mostrar la «mirada turística». “En “50 people see the Eiffel Tower” (2005) de Neil Kandalgaonkar, se presenta una obra creada a partir de la fusión automática de 50 imágenes de Flickr que presentaban la descripción «Torre Eiffel»” (Martín Prada, 2015: 126); mientras que en “Photo Opportunities” (2005-2010) de Cornie Vionnet las fotografías que componían el proyecto estaban formadas por la fusión de cientos de imágenes de lugares turísticos, como las Pirámides de Egipto, el Big Ben o la Torre de Pisa, encontradas en redes sociales como Facebook o Flickr. Con esta técnica de fusión y superposición de fotografías:

“se hacen presentes las iteraciones y repeticiones de patrones de formalización de las imágenes que la multitud de viajeros toman de esos lugares o monumentos y cómo la homogeneidad y la existencia de pautas de repetición prevalecen en la enorme diversidad, aparentemente infinita,

de las imágenes creadas y compartidas por la multitud interconectada” (Martín Prada, 2015:127).

Así, la repetición, acumulación y superposición se basaría en el solapamiento de capas de imágenes medio transparentes compuestas por lo que Martín Prada llama «fotografías-recuerdo» o «fotografías-souvenir». Es decir una prueba de que el turista ha estado en dicho lugar y ha realizado la misma fotografía que ha visto antes millones de veces. En resumen, nos encontramos en un mundo plagado de imágenes planas y sin contenido sin mayor justificación que el deseo de apropiación de los espacios visualmente reconocidos y valorados por el resto de usuarios de la red.

2.2. Investigación sobre la fotografía y el turismo

2.2.1 Postfotografía

La fotografía ha ido evolucionando en consonancia con el ser humano desde sus inicios. Lejos queda ya la época de la fotografía química o analógica en un contexto plenamente digitalizado, pues, pese a que aún queden románticos que retomen esta práctica, lo cierto es que la fotografía es digital y está por todas partes, accesible para cualquiera que disponga de un dispositivo móvil. No obstante, la fotografía ha seguido evolucionando hasta llegar a la era en la que todo parece estar capturado y, por tanto, no queda más remedio que el de releer las fotografías existentes: esta es la era de la postfotografía.

Actualmente, la forma en la que se realiza, difunde y entiende la fotografía ha cambiado, con ello no se hace únicamente referencia a la evolución tecnológica sino también de la aparición de Internet y el impacto que ésta ha generado en la evolución de la fotografía. Foncuberta ya señalaba que “la fotografía electrónica [...] no constituye una simple transformación de la fotografía fotoquímica sino que introduce toda una nueva categoría de imágenes que ya hay que considerar «postfotográficas.»” (Foncuberta, 2010:61). Con ello se hace referencia a que, en un contexto plagado de imágenes, la única opción que le quedaría a la imagen sería la de releerse mediante este proceso de edición de fotografías ya existentes. Pese a que la postfotografía “se caracterice [...] por el uso de las tecnologías digitales, la necesidad de creación y la metadiscusión” (Martín, 2006:14), no sería esta la única forma de expresión de la misma.

Por un lado, la aparición de la postfotografía no ha implicado una desaparición de la fotografía tradicional, pues ésta sigue existiendo, mientras que por otro lado, los procesos de las imágenes consideradas postfotográficas no las convierten en menos fotográficas ya que procesos similares, aunque fotoquímicos, se han usado siempre desde los inicios de la fotografía. Por lo tanto, la postfotografía no se debe de pensar como una evolución de la fotografía o una corriente suplantadora, sino que lo más adecuado sería referirse a la postfotografía como una corriente dentro de la misma.

La postfotografía es una corriente que ha surgido como consecuencia de la transversalidad tecnológica, no obstante, los procesos utilizados en la postfotografía pueden convivir con la propia fotografía y los procesos tradicionalmente empleados en la fotografía convencional. En cierto modo estos nuevos procesos no hacen más que enriquecer a la propia fotografía, mostrando otras formas de expresión vinculados a un contexto actual tecnológico.

2.2.2 Fotografías y redes sociales

Ya hay quien, como Foncuberta, defiende que “los seres humanos del siglo XXI nos hemos convertido en «homo-fotograficus» (Foncuberta, 2016), ya que somos uno mismo con los dispositivos móviles” (Salmerón, 2017). La aparición de la tecnología y la introducción de la misma en la sociedad como facilitador de la comunicación y el acceso a la información ha hecho del ser humano un ser totalmente dependiente de la misma, modificando sus conductas. Sin duda, la transversalidad de la tecnología es una de las características por la cual ha conseguido expandirse con tal rapidez por todo el planeta. Esta transversalidad ha afectado a la manera en la que concebimos la fotografía, entre otras tantas cosas, pues, si en sus inicios la fotografía cumplía un papel registrador, como en la ciencia, en la actualidad la fotografía se ha convertido en un medio más por el cual poder adueñarse de los espacios, no con el objetivo de mostrar dichos espacios, sino por la necesidad de omnipresencia que la tecnología nos ha infundido.

“A mediados de los años noventa del pasado siglo muchos artistas comenzaron a hacer de Internet el ámbito de investigación principal de sus obras y su contexto de actuación específico, considerándolo como un nuevo medio o espacio en el que intervenir y sobre el que reflexionar creativa y críticamente” (Martín Prada, 2015:9).

Así, son muchos los fotógrafos cuyas obras versan sobre la utilización que los usuarios de Internet ejercen de las redes sociales y de los contenidos que en ellas publican al alcance de todos. En *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales* Juan Martín Prada habla de las plataformas como una especie de memoria-ser, una memoria que ha sido externalizada. En dicha memoria se pueden contemplar cientos de imágenes que conforman lo que el mundo ve de nosotros, no obstante esta memoria-ser, memoria-mundo nunca podrá actuar como tal si tenemos la posibilidad de editarla. De esta forma Corinne Vionnet remarca que las fotografías que se encuentran en redes son resultado de un proceso de selección de un “lugar óptimo desde el cual fotografiar lo deseado y eliminar lo superfluo para construir nuestras propias

realidades” (Vionnet, 2005). Con su trabajo “Photo Opportunities” (2005-2010) Vionnet realiza una crítica al turismo de masas y su relación con la cultura digital mediante la fusión de cientos de imágenes encontradas en redes sociales de monumentos turísticos (Vionnet, 2005).

2.2.3 Fotografía y turismo

Susan Sontag defiende que la fotografía evoluciona al mismo tiempo que el turismo. En la actualidad parece sin sentido ir de viaje sin llevar la cámara con nosotros ya que la fotografía es una prueba más de que el viaje se ha realizado. En este sentido la fotografía seguiría cumpliendo el papel de documentador o memoria digital, una evidencia del consumismo llevado a cabo a espaldas de nuestros círculos más cercanos. Así, Sontag habla de las fotografías de los turistas como «foto-trofeos», “una forma de demostrar una experiencia a la vez que limitarla por la búsqueda de lo fotogénico, convirtiendo así la experiencia en una imagen, en un souvenir” (Sontag, 1979:177) y haciendo del hecho de viajar una forma de acumular imágenes como si de una lista de la compra se tratase.

Pese a que puede que Susan Sontag fuera la primera en hablar sobre la «foto-trofeo», lo cierto es que existen varios fotógrafos que han dedicado su obra a retratar este hecho social. En cierto modo, este proyecto bebe de influencias de otros trabajos como el del fotógrafo Martin Parr. Toda su obra refleja una preocupación por el mundo globalizado, el turismo, el ocio y el lujo, la identidad cultural y los excesos que han sido naturalizados a cauda del capitalismo. En concreto interesa su libro “Small World” (1995), donde Parr “subraya la presunción del turista, más pendiente de la foto que del monumento que ha ido a visitar” (Ruiz Espinal, 2019), revelando así las contradicciones del turismo, culturas que se pierden debido a la “homogeneización de las costumbres y el deseo del espectáculo del mundo digital” (Ruiz Espinal, 2019). Esto es algo que se ha acrecentado con la aparición de las redes sociales. Lejos de la fotografía como hobby o deleite personal, ahora la fotografía se ha convertido en un simple medio por el cual denotar nuestra presencia en el mundo.

“[...] en la postfotografía, la toma fotográfica [...] ha pasado a ser un gesto banal, “hoy tomar una fotografía ya no implica tanto un registro de un acontecimiento como una parte sustancial del mismo acontecimiento. Acontecimiento y registro fotográfico se funden” (Fontcuberta, 2010: 28).

Así, las redes se van llenando de imágenes de monumentos y lugares turísticos, meramente simbólicos, como si de una lista de “cosas por hacer” se tratase, con el único objeto de buscar la pose y el pie de foto más original para conseguir el mayor número de “likes” posibles. Ya “no se trata de hacer un documento, sino de inscribirse biográficamente en la realidad, el documento deja paso a esta marca autobiográfica, una de las características de la postfotografía” (Foncuberta, 2016).

Este es un hecho que ya ha sido denunciado por otros artistas mediante técnicas diversas. Uno de los casos más destacados es en de Shahak Shapira con “Yolocaust” (2017), una web donde se combinaban instantáneas de los turistas en el Memorial del Holocausto de Berlín con imágenes de las víctimas del nazismo. A través de unos fotomontajes irónicos que avergonzaban a los retratados, lo que Shapira pretendía era denunciar la falta de respeto a la memoria histórica por parte de los turistas.

2.2.4 Paisaje de postal

La tradición de fotografía de paisaje de postal nació casi al mismo tiempo que la fotografía en sí misma, ya que, cabe recordar que la fotografía nace con el propósito de poder documentar avances científicos, entre otros propósitos. No obstante, puede que la primera evidencia de una consciencia del concepto “paisaje de postal” llegase con las fotografías de Carleton Watkins, un fotógrafo estadounidense que consiguió convertir el valle de Yosemite en Parque Nacional. Fueron las imágenes de este proyecto de 1861 las que llevaron a Abraham Lincoln a firmar una ley de protección por un bien público que impedía cualquier tipo de desarrollo comercial en éste área. En este momento, estos “paisajes de postal” reflejaban un concepto de lo exótico, lo extraño e inusual, es por ello que llamaban tanto la atención. En la actualidad, las postales se han convertido en una forma de sintetizar los aspectos más destacado y atrayentes de un lugar, así:

“la foto postal habla en imágenes, enfatiza las vertientes de la imagen básicamente como paisaje, suministrando un repertorio de imágenes de la ciudad que muy probablemente convergen en fijar su imagen, la imagen del lugar” (Cabrerizo, Granalí y Rodríguez (2010-2011))

Desde entonces hasta ahora, la imagen turística se ha visto vinculada a este “paisaje de postal” y reafirmada, tanto por los folletos turísticos y souvenirs que los propios comercios locales elaboran, como por el catálogo visual turístico que los que visitan los lugares publican en Internet. Mediante la búsqueda del encuadre y composición más perfectos y estéticamente agradables a la vista se construye una imagen turística alternativa que reemplaza al referente real. Esta imagen turística se busca, no con el objetivo de enseñar un destino lejano de la mejor manera, sino con el propósito de generar un aspecto del lugar lo más exportable posible para conseguir mayores visitas. Así se contraponen los conceptos de la búsqueda de la belleza de los simétrico con la espectacularidad de lo natural, único e irregular. De esta forma, los

monumentos turísticos se convierten en una especie de bienes consumibles y las fotografías un justificante de la transacción de la experiencia.

He aquí entonces la importancia de las postales pues son el mayor exponente del resultado de la mirada del turista, ya no preocupado por profundizar sino por repetir, pues “[los turistas] consumen visualmente el entorno visitado, captando las imágenes que estéticamente son construidas según los cánones de belleza al uso y las expectativas extraídas del turista potencial” (Leonora Santillán, 2010:79). Estas imágenes, promovidas tanto por la gente local como por los foráneos se acaban convirtiendo en fragmentos superficiales y estereotipados del lugar. Por lo tanto, los paisajes de postal serían resultado de una mirada fragmentada del turista, en la cual una serie de aspectos relatables se convierten en identificaciones y referentes del lugar turístico. En definitiva,“(…) una visión fragmentaria de la realidad en versión ideal” (Leonora Santillán, 2010:80).

2.3. Argumentación sobre las decisiones discursivas tomadas

Debido a que este proyecto fotográfico tiene como objetivo principal el de realizar una crítica al uso individualista que los turistas hacen de las fotografías en las redes, más concretamente Instagram, y del concepto de “paisaje de postal” casi acuñado por Carleton Watkins, y puesto que se trata de la exposición de un tema ya tratado de diferente forma por otros autores como Juan Martín Prada en *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales* o Martin Parr en *Small World*, se puede decir que este proyecto es un trabajo de relectura y exposición de mi propio punto de vista respecto a este tema. Es por ello que el grosor de este trabajo se basa en la reapropiación de imágenes y la relectura del concepto de paisaje de postal mediante la técnica de *remix culture*, una obra basada en la derivación de otras mediante el uso de la edición o combinación de diversos materiales.

El proyecto está centrado, por un lado, en la red social Instagram, ya que es la red en la cual priman más las fotografías que cualquier otro tipo de contenido, y por otro lado, en aquellos sitios más turísticos de Valencia. Así, mediante la búsqueda de una ubicación exacta (Plaza del Ayuntamiento, Mercado Central, Torres de Serrano, etc.) se ha buscado un patrón fotográfico concreto por parte de los usuarios. Con ello lo que se pretende es acotar el área de trabajo a un círculo reducido para poder trabajar con suma precisión los espacios escogidos. Así pues, el trabajo se centra en concreto en 11 localizaciones: Plaza del Ayuntamiento, Plaza de la Reina, Estación del Norte, Mercado Central, Plaza de la Virgen, El Carmen, Torres de Serrano, Umbracle, Hemisfèric, el embarcadero de l’Albufera y la Playa de la Malvarrosa. La selección de dichos espacios está directamente relacionada con el número de fotografías idénticas localizadas en Instagram, dejando fuera otros lugares turísticos de Valencia, como la Plaza de Toros, que no entrarían, estéticamente hablando, dentro de los “clichés visuales”³ de las redes sociales.

³ Todo aquello que es digno de ser aprobado visualmente hablando.

Todo este proceso culmina con la reapropiación de dichas imágenes. De esta forma, de las cientos de imágenes seleccionadas para cada ubicación, resulta una nueva, fruto de la superposición por capas de dichas imágenes. La superposición por capas no hace más que enfatizar la repetición de los encuadres de las fotografías, haciendo especial hincapié en la cantidad de información diluida que se puede observar si se amplía la imagen, así como en las líneas y figuras desdibujadas de personas fantasma y edificios que se tambalean. Además, las capas son una forma simbólica de abordar el *deep web*, espacio en el cual se encuentra la gran mayoría de la información, encriptada y alojada en internet, únicamente accesible mediante protocolos de acceso específicos. La decisión de mantener las dimensiones de la imagen en un 1:1 se debe a que es el tamaño original de las publicaciones de Instagram, aunque en la actualidad, con todas las actualizaciones realizadas en la aplicación ya permite más tamaños. De esta forma, pese a que en la foto resultante se han integrado imágenes con otros tamaños, el tamaño que prima es el 1:1.

En tanto a lo que concierne a la relectura de la imagen de postal, pese a que pueda parecer una apuesta simplista, presenta un arduo trabajo de reflexión, tanto del concepto como del espacio que se quiere retratar. Para esta segunda parte del proyecto, cuyo objetivo principal es el de aportar mi propia visión crítica sobre los espacios turísticos mencionados anteriormente, se ha requerido un extenso proceso de documentación fotográfica de los lugares previamente seleccionados. De esta forma, una vez finalizado el proceso de reapropiación de las imágenes de las 11 localizaciones más turísticas de Valencia, era necesario acudir a esos mismos sitios para observar y analizar el espacio y concretar cuáles eran los detalles esenciales de esa localización que se perdían por culpa de un encuadre repetitivo y sustentado en el cliché. Como resultado de dicha documentación se elaboraron un total de 10 catálogos visuales que describían el espacio turístico con mayor precisión. Estos catálogos visuales, que cuentan como poco con 9 fotografías cada uno, siguen la estructura del feed de Instagram, es decir, imágenes del tamaño 1:1.

No obstante, pese a que las imágenes presentadas en este catálogo se acercaban más a la esencia del lugar, seguían siendo “paisajes de postal” y no se limitaban a un único espacio (por ejemplo, retrataban la Albufera en general, no el embarcadero de Cañas y Barro que es el lugar escogido por los usuarios de Instagram). Es por ello que, con el objetivo de potenciar la enunciación de la imágenes y la carga crítica que se pretendía alcanzar con este proyecto, tomé la decisión de volver a los mismos sitios exactos en los que se habían realizado las fotografías encontradas en Instagram para retratar “la otra cara” de la fotografía, es decir, lo que queda detrás de la cámara, lo que se escapa del cliché visual y normativo de las redes sociales, en otras palabras, lo que nadie ve/fotografía. De esta forma se consiguieron imágenes mucho más impactantes que, enmarcadas dentro de las típicas postales de Valencia encontradas en diversos puestos de souvenirs de la ciudad, suscitan al que las mira a realizar el mismo proceso de reflexión que se ha llevado a cabo a lo largo del proyecto.

Las fotografías resultantes no han seguido ningún tipo de edición de color, pues el objetivo de este proyecto no es el de embellecer las imágenes que lo componen, sino al contrario, criticar la necesidad actual de hacer de las fotografías algo espectacular que contemplar con el propósito de ser “aceptado” por el resto de usuarios de Instagram y conseguir un “me gusta” como intercambio.

2. Theoretical framework

2.1 Social networking photography investigation

2.1.1 Appropriationism

This photographic project is based on the process of image reappropriation, one of the artistic current of what is known as Conceptual art, a movement which emphasises more the work's concept than the tangible object which is portrayed. This artistic movement is based on the use of works from other authors that the artist uses to form his own work of art. Even though this could seem a recent current, because of the Internet context, the truth is that there are facts that confirm that this work and creation process did exist in the median age and was used in music as well as other fields like biology, mathematics and engineering. Regarding to photography, it was not until the 80' when appropriationism began to be used.

One of the first referents on the application of appropriationism was the photographer Sherrie Levine who, with her work "After Walker Evans" (1981), devote herself to rephotographing the Walker Evans photographs from the exposition catalog "First and Last". What Levine wanted to transmit with it was the idea "An image can't replace anything, [...] but an image can be rephotographed and create something new in this process" (Sherrie Levine, 1981). From then on there have been a few the photographers who based their work on this artistic current and there are some of them that have also started to include the social networks in them. One of the most known examples is Richard Prince, a renowned photographer who has been involved in some trials for his work "New Portraits" (2014), an exposition which was formed by Instagram screenshots with few modifications. In addition, "New Portraits" is not the only work that has caused him trouble as his whole career is about appropriationism.

In order to talk about images it is necessary to talk about the remix culture, making reference to terms like remix, sampling or mash-up, practices which have become increasingly important in the new artistic practices (Martín

Prada, 2018:185). We are in a context where there is a saturation of images and where the montage, the remix and the relaboration of visual content pre-existing is the only way to follow.

“In a world saturated of images marked by its availability, the digital visual creation is even more identified with the montage, the combination and the transformation of kidnaped images. The art language becomes language upon pre-existing language, like if «expressing» now could only be the result of the use of a dictionary already made, of a repertoire of elements to combine in different ways”. (Martín Prada, 2015:187)

As Juan Martín Prada mentions, with a concept that usual in the post-photography age, “the photographer recycles, reprocesses, appropriates, satirises, revivies and remakes the collective imaginary” (Martín Prada, 2018:106) and this is the concept which interests the most when dealing with this photographic project. Therefore, this project is framed inside the post-photography current as “searches and explores the possibilities of the images accumulation as a way to create a conceptual superstructure, expressive and mor sophisticated” (Creadores, 2013) where images don’t have an autonumus significant anymore.

2.1.2 Repetition/accumulation and superposition

This project also deals with photographic patterns and the superposition of themselves, patterns which could be directly related with the “visual clichés” that exist in the collective imaginary. According to this, there have been a lot of artist who have this fact present in their work, not to mention that most of them relate those photographic patterns with tourism and the practice of photography as a souvenir. Nevertheless, maybe the first referent that can be found surrounding this matter is Idris Khan and her work of reappropriation of the photographs taken by the couple Becher in “Every... Bernd and Hilla Becher Gable Side House” or “Every... Bernd and Hilla Becher Prison Type Gasholders” (Colorado, 2013), photographs that illustrate an interest in portraying the industrial german structures in danger of extinction and with a machine appearance. This work of superposition of photographs obtains one unique image that generates “an effect of impressionist drawing or of blurred frame” (Idris Khan, 2011) being possible to glimpse different «experience layers».

Nevertheless, with the appearance of Internet and the social networks, a lot of artists have opt for the image apropiation and superposition as a critic way to show the «tourist look». “In “50 people see the Eiffel Tower” (2005) from Neil Kandalgaonkar, the author introduces his work by the automatic blending of 50 images from Flickr which had the description «Eiffel Tower»” (Martín Prada, 2015: 126), while in “Photo Opportunities” (2005-2010) from Cornie Vionnet the photographs that contained the project were made by the blending of hundreds of images from touristic attractions as the Egyptian pyramids, the Big Ben or the Pisa Tower, images that were found on social networks like Facebook or Flickr. With this blending and superposition technic of photographs:

“it makes present the iterations and repetitions patterns of formalization from the images which the traveller crowd have captured of those places or monuments and how the homogeneity and the existence of repetition

patterns prevail in the huge diversity, apparently infinite, of the images made and shared by the interconnected crowd” (Martín Prada, 2015:127).

This is why the repetition, accumulation and superposition would be based on the blending of layers of half transparent images compound by, what Martín Prada calls, «memory-photograph» o «souvenir-photograph». That is to say a proof that the tourist has been in that place and has taken the same picture we have already seen millions of times. To sum up, we live in a world teeming with plane and without content images which are the only justified by the desire of apropiation of the spaces that are visually recognized and valued by the rest of network users.

2.2 Photography and tourism investigation

2.2.1 Postphotography

Photography has evolved in accordance with the human being since its very beginning. It seems so far away to talk about chemical photography or analog photography in a fully digitalized context, even if there is still people who is taking back this technique, the truth is that photography is digital and we are all surrounded by it, available to anyone who has a smartphone. Nevertheless, photography has been evolving until arriving at a point where everything seems to have been photograph, that's the reason why it looks like the only way of moving forward is rereading the pre-existing photographs: this is called the postphotography era.

Nowadays, the way that photography is taken, widespread and understood has changed. This statement not only refers to the evolution of technology but also to the appearance of Internet and the impact that it has had on the evolution of photography. As Foncuberta pointed out “the electronic photography [...] does not represent a simple chemical photography transformation but introduces a whole new image category that can be considered as «postphotographics.»” (Foncuberta, 2010:61). This makes allusion to that, in a context fraught with images, the only possible option for photography would be rereading pre-existing images through an edition process. Even though postphotography “is characterized [...] by the use of digital technology, the need of creation and the metadiscussion” (Martín, 2006:14), this is not the only way of expression itself.

On the one hand, the appearance of postphotography hasn't involved the disappearance of traditional photography, as this one is still alive, while on the other hand, the processes of the images considered as postphotographic do not make them less photographic as there have been similar processes, but photochemical, since the beginning of photography. This is why postphotography shouldn't be thought as an evolution of photography itself or as a supplanter current, but refer to it as a current inside photography.

Postphotography is a current that has emerged as a consequence of the technological mainstreaming, nevertheless, the processes used in postphotography can live together with photography itself and the traditional processes of the images. Somewhat, this new processes don't do else than enrich photography, sharing other kinds of expression related to an actual technological context.

2.2.2 Photography and social networks

Some people claim that, as Foncuberta says, “human beings of the 21st century have turned ourselves into «homo-fotograficus», as we are one all together with mobile devices” (Salmerón, 2017). The appearance of technology and its introduction in society as an enabler of communication and access to information has made the human being a dependent on technology being, modifying its behaviors. Without any doubt, this transversality of technology is one of the characteristics why it has get to spread itself so easily across the planet. This transversality has affected the way in which we consider photography, as, if in its beginning photography had a recorder paper in fields like science, nowadays photography has developed in another tool for owning places, not with the objective of showing those places but because of the urge of omnipresence that technology has fill us with.

“By mid-nineties of the last century a lot of artist began to make of Internet their principal research area of their works and its specific action context, considering it as a new mean or space where operate and reflect creatively and critically” (Martín Prada, 2015:9).

Many photographers have focused their work on the use that Internet users make of social networks and the content that they share, available for everyone. In *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales* Juan Martín Prada talks about platforms as a kind of memory-being, a memory that has been outsourced. In that memory, hundreds of images that conform what the world sees about us can be seen, nevertheless this memory-being, memory-world could never act like it if we have the possibility to edit it. Corinne Vionnet remarks that the photographs that can be found online are the result of a selection process of “an optical place from where photograph the desired and remove the superfluous in order to build our own realities” (Vionnet, 2005). With her work “Photo Opportunities” (2005-2010) Vionnet critics mass tourism and its relation with digital culture by the blending of hundreds of images of found on social network tourists attractions (Vionnet, 2005).

2.2.3 Photography and tourism

Susan Sontag defends that photography evolves at the same time that tourism does. Nowadays traveling abroad without picking the camera with us seems nonsense as photography is one of the most valuable proof that the trip was done. In that way, photography keeps fulfilling the recorder or digital memory paper, an evidence of consumerism carried apart from our closest friends. This is why Sontag talks about tourist photographs as «photo-trophy», “a way to prove an experience at the same time that limiting it by the search for the photogenic, converting the experience in an image, a souvenir” (Sontag, 1979:177) and making the fact of traveling a way of accumulating pictures as if it was a shop list.

Even though Susan Sontag may have been the first to talk about the «photo-trophy» concept, the truth is that there are some photographers that have covered this issue in their work. In a way, this project is influenced by other works as the one of the photographer Martin Parr. All his work reflects a concern about a globalized world, the tourism, the leisure and the luxury, the cultural identity and the excess that has been naturalized by capitalism. Specifically it's of interest to have a look in his book “Small World” (1995), where Parr “highlights the tourist presumption, who is more worried about taking a good photo of a monument than seeing the monument itself” (Ruiz Espinal, 2019), revealing the contradictions of tourism, cultures that disappear because of the “homogenization of the traditions and the desire of performance of the digital world” (Ruiz Espinal, 2019). This is something that has increased with the appearance of social networks. Far from considering photography as a hobby or personal pleasure, now photography has become a simple way to denote our presence in the world.

“[...] in postphotography, the capture of the photography [...] has become an ordinary gesture, “nowadays taking a photo does not imply the recording of an event as a substantial part of the event itself. Event and photographic recording have melt” (Fontcuberta, 2010: 28).

This way, social networks are being filled with photographs of monuments and touristic attractions, purely symbolic, as if it was of a “to do” list, with the only purpose of seeking the more original pose and caption to gain the bigger number of “likes” as possible. “It’s not about creating a document but of register ourselves biographically in the reality, the document leads to this autobiographical mark, one of the characteristics of postphotography” (Foncuberta, 2016).

This is a fact that has already been reported by other artists with different techniques. One of the most known cases was the one of Shahak Shapira with “Yolocaust” (2017), a web where snapshots of tourists at the Holocaust Memorial in Berlin were combined with photographs of the victims of nazism. With these ironic photomontages that made the portrayed ashamed, what Shapira wanted was to report the lack of respect of tourists to the historic memory.

2.2.4 Postcard landscape

The tradition of postcard landscape photography was born nearly at the same time that photography itself, as it must be remembered that photography was born to serve the purpose of recording the scientific advances, besides other purposes. However, maybe the first evidence of a conscience of the concept “postcard landscape” arrived with the Carleton Watkins photographs, an American photographer who achieved to convert the Yosemite Valley in a National Park. It was the images of this project of 1861 what made Abraham Lincoln sign a protection law for a public good that prevent the place from any kind of comercial developement. At that moment, this places known as “postcard landscapes” reflected a concept of the exotic, the strange or inusual, that’s why they attract so much attention. Nowadays, postcards have become a way of summarizing the most noted and attractive aspects of a place, this way:

“the postcard photo speaks in images, stresses the aspects of the photograph basically as landscape, providing a catalog of images of the city that, very provably converge fixing its image, the image of the place” (Cabrerizo, Granalí y Rodríguez (2010-2011))

From there until now, the touristic image has been related to this “postcard landscape” and reaffirmed, as in the touristic brochures and souvenirs that the same local business make, as in the touristic visual catalog from those who visit the places and share their images online. By searching the perfection and the visual aesthetic on the framing and the composition of the image it builds up an alternative images that replaces the real referent. This touristic image is searched, not with the objective of showing a faraway destination in the best way possible but with the purpose of generating a look of the place that can be as exportable as possible in order to get more views. Therefore there is a contradiction of the concepts “search of the beauty of the symmetrical” with the “spectacular nature”, unique and irregular. This way, the touristic monuments are transformed into a type of consumable good and the photographs are transformed into a kind of receipt of the transaction.

Here lays the importance of postcards as they are the greatest exponent of the tourists look result. A look that's not worried about going in depth but about repeating, as "[tourists] visually consume the known environment, taking those images that are aesthetically built by the usual beauty canons and the expectations of the prospective tourists" (Leonora Santillán, 2010:79). These images, promoted by the local people as well as the foreigners end up being superficial and stereotyped fragments of the place. In that case, the "postcard landscapes" would be the result of the fragmented look of the tourist, in which a set of relatable aspects are modify into indentifications and referents of the touristic place. Definetely, "(...) a fragmented vision of the reality in its ideal versión" (Leonora Santillán, 2010:80).

2.3 Discursive decisions argumentation

As this photographic project has as principal objective the purpose of criticize the individualist use that tourists make of photographs on social networks, Instagram to be more concreted, and the concept of “postcard landscape” nearly coined by Carleton Watkins, and as this matter has already been addressed by other authors from a different perspective, as Juan Martín Prada with *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales* or Martin Parr with *Small World*, it can be said that this project is a re-reading and exposition of my own point of view paper about this matter. This is why the most important part of this paper is based on the reapropation of images and the re-reading of the concept “postcard landscape” by using the remix culture, a work based on the derivation of other by the use of editing or blending different materials.

This project is focused, on the one hand, on the social network Instagram, as is the social network in which images stand out from any othe type of content. On the other hand, this project is also focused on the most touristic places in Valencia. This way, by the search of an exact location (Plaza del Ayuntamiento, Central Market, Torres de Serrano, etc.) I was looking for a concrete photographic pattern stablished by the users of Instagram. Doing this helped me to limit the work areas to a reduced circle in order to analyze in detail the selected spaces. As a result, this project is focused on 11 locations: Plaza del Ayuntamiento, Plaza de la Reina, Estación del Norte, Central Market, Plaza de la Virgen, El Carmen, Torres de Serrano, Umbracle, Hemisfèric, Albufera’s pier and the Malvarrosa beach. The selection of those spaces is directly related with the number of identical photos located on Instagram, leaving behind other touristic places of Valencia, as the Plaza de Toros, which wouldn’t be a “visual cliché”⁴ on social networks, according to its aesthetics.

⁴ Everything that is worthy of being visually approved.

All this process concludes with the reappropriation of the mentioned images. This way, of the hundreds of photos selected for each location, it emerges a new one, as a result of the superposition by layers of these images. The superposition by layers has the important role of highlighting the repetition of the framing on Instagram's photos, emphasizing the number of diluted information that can be seen if extending the image as well as emphasizing the lines and blurred figures of ghost people and buildings that stagger. In addition, this layers are a symbolic way to deal with the deep web, a space in which almost all the Internet information is located, encrypted and only accesible with specific access protocols. The decision of keeping the image dimensions in a 1:1 is due to the original size of Instagram posts in its very beginning, even though nowadays the application allows other dimensions. Although the resulting image is composed by images from different dimensions, the dimension that prevails is 1:1.

In respect of the postcard images re-reading, even if it may seem simple, the truth is that it hides a hard process of reflexion of the concept as well as of the spaces that I wanted to portray. For this second part of the project, which objective was to give my own critic vision about the touristic spots mentioned before, it has been needed an extensive photographic documentation process of the selected places. Once finished the image reappropriation process, of the 11 most touristic spots of Valencia, it was necessary to go to those spots in order to observe and analyze the space and concrete which were the essential details of that localization that were lost because of a repetitive framing, underpinned in a cliché. As a result of that documentation, 10 visual catalogs were made. In those catalogs, one for each place, the touristic spaces were described with mor accuracy. Each of them counts with, at least, 9 photographies that follow the Instagram feed structure, in other words, images with 1:1 size.

Nevertheless, even the submitted images in these catalogs were nearer to the essence of the place, they were still "postcard landscapes" and they didn't refer to only one space, but a whole location (for instance, they refer to the Albufera

in general, not only to the Cañas y Barro pier that is the place where tourist locate their Instagram pictures). That's the reason why, with the purpose of enhancing the images enunciation and the critic charge that I wanted to reach with this project, I decided to go back to the same places and exact spots in which the Instagram photos had been taken in order to portray the "other side" of the photograph, that is to say, what is left behind the camera, what escapes from the normative and "visual cliché" on social networks, in other words, what no one sees/photographs. That way the resultant images were way more shocking and, framed inside the typical postcard-souvenir of Valencia found in different touristic places in town, they arouse, those who watch them, to the same reflection that it has been taken along this project.

The resultant photographs haven't follow any type of color editing, as the purpose of the project is not beautifying the images that conform it, but on the contrary, criticize the actual need to make of photography something spectacular to contemplate with the purpose of being "accepted" by the rest of the Instagram users and gaining a "like" as an exchange.

3. Desarrollo del proyecto

3.1 Concepto

Este proyecto fotográfico nace de una preocupación por la dependencia desmesurada de la sociedad a la tecnología y la exposición personal y datos que todos los usuarios ceden a la red. Además también se centra en la modificación de las conductas humanas en lo que a la fotografía concierne, pues con la aparición de las redes sociales las fotografías se han convertido en una forma de reafirmación personal y apropiación de espacios. Por todo esto, lo que se quiere alcanzar con esta serie de fotografías es una crítica al uso individualista de la red social Instagram como medio de fomento del “postureo” y la propagación de la fotografía de “paisaje de postal”.

Para plasmar estas ideas conceptuales en fotografías se ha trabajado el término de “reapropiación de imágenes”, dividiendo el proyecto en dos bloques fotográficos: un fotomontaje de 11 fotos de Instagram y un montaje de 11 fotos propias enmarcadas en postales-souvenir de Valencia.

3.2 Estructura del proyecto

En tanto a la estructura del proyecto fotográfico se divide en 3 partes: preproducción, producción y postproducción.

En primer lugar, el apartado de preproducción se da cuenta de todo el proceso de desarrollo conceptual e ideológico del proyecto, así cuenta con todas las fuentes que han sido necesarias consultar (libros, páginas web, conferencias, etc.), así como otros proyectos fotográficos que han servido de referente para la realización de este proyecto fotográfico.

En segundo lugar, el apartado de producción contempla todo el desarrollo del proyecto. De esta forma, se cuenta cómo se ha llevado a cabo la materialización de la idea, es decir, cómo se ha pasado del concepto a la realización de las fotografías.

Por último, en el apartado de postproducción, apartado de mayor peso del proyecto, se explica todo el proceso de edición al cual se han visto sometidas las fotografías. Aquí se da cuenta tanto el proceso de selección de imágenes de Instagram, cómo las técnicas de montaje que se han seguido para las mismas, así como el resultado final del proyecto fotográfico.

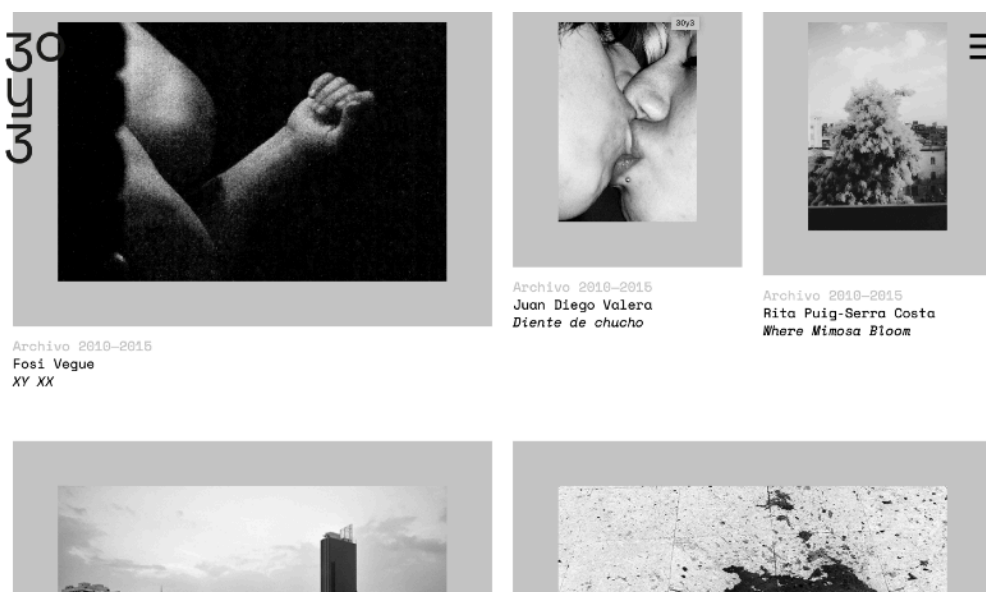
3.3 Proceso creativo y metodología

La fase de la preproducción contempla el desarrollo de todo el proceso creativo del proyecto fotográfico. Este proceso empezó con una investigación acerca de las preocupaciones actuales sobre la imagen y las formas de representación actual.

El propósito era realizar un proyecto que plasmara mis propias preocupaciones, y puesto que éstas estaban principalmente vinculadas con las redes sociales como generadoras de una representación, que en ocasiones, sustituye a la propia realidad, y el abandono de zonas rurales, comencé a mirar proyectos fotográficos que estuvieran relacionados con dichas temáticas en repositorios de imágenes donde se muestran trabajos, tanto de fotógrafos como de artistas visuales actuales. Entre los repositorios más consultados destacan el de 30y3 y Raïm, dos plataformas independientes que se dedican a la difusión y apoyo de trabajos fotográficos contemporáneos de España, entre otros.

30y3

Este repositorio es un archivo alojado en Internet que recoge proyectos fotográficos de artistas internacionales. Generalmente, dichos trabajos se caracterizan por ser conceptuales, no obstante también se pueden encontrar trabajos con base documental en las que se realiza un trabajo de relectura de imágenes ya existentes.



Lo más destacable de este repositorio es que, para cada proyecto se adjunta un texto que aproxima al lector al proyecto. Dichos textos, generalmente son fragmentos escritos por los propios artistas en los que, o bien se describe el término o concepto sobre el cual versa todo el proyecto o explica la procedencia de las fotografías y la justificación de la relectura de las imágenes.

Raïm

En este caso, el repositorio únicamente contempla proyectos fotográficos de artistas valencianos. Así, este repositorio presenta un amplio archivo de proyectos fotográficos tanto de artistas valencianos y, como consecuencia, sobre Valencia en sí misma. Este repositorio ha sido el archivo que más me ha servido de inspiración, pues al fin y al cabo, el proyecto fotográfico se sustenta en esta misma ciudad. No obstante, mientras que 30y3 muestra proyectos fotográficos concretos en profundidad, Raïm ese presenta como un repositorio en el que poder descubrir artistas de Valencia e investigar sus obras, más que tratar proyectos concretos en profundidad.

Artistas

Raïm

[INICIO](#) [ARTISTAS](#) [EVENTOS](#) [PROPUESTAS](#) [BLOG](#) [CONTACTO](#)



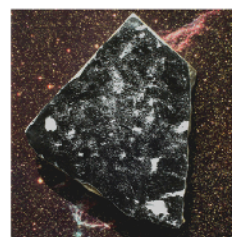
Alberto Feijóo



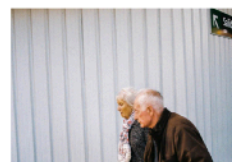
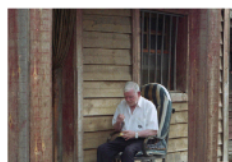
Albert Martinez



Alejandra Tomás



Amanda Moreno



Postales de una Valencia reencuadrada

Tras todo este proceso de observación e indagación en los diferentes repositorios y proyectos fotográficos que llamaron mi atención y que sirvieron como forma de enriquecimiento visual y conceptual, hicieron aflorar algunas ideas y preocupaciones sociales que podían servir para el proyecto como: redes sociales vs. realidad, hombre vs. naturaleza, inutilización de las carreteras secundarias, etc. Finalmente opté por una idea propia inspirada en proyectos como el de “Paths to Land” de Carla Andrade, “El río invisible” de Paco Llop, “Túria” de Juan Margolles y el proyecto de “Caminar en círculo” de Albert Gusi.



Paths to Land (2012) por Carla Andrade



El río invisible (2017) por Paco Llop



Turia (2017) por Juan Margolles



Caminar en círculo (2015) por Albert Gusi

Entre los aspectos que llamaron mi atención de estos proyectos se encontraba la utilización de internet, en este caso Google Maps, como hilo conductor de la narración o el empleo de un espacio como narrador.

A través de la lectura y observación de estos proyectos, me surgió la idea de tratar aquellos espacios que Google Earth, Google Maps o Google Street View no alcanza, demostrando así que la realidad no es alcanzable mediante la tecnología. Esta fue la primera aproximación de la temática del proyecto fotográfico. A su vez, comencé a explorar mediante Google Maps, Earth y Street View sitios de Valencia para ver hasta qué punto mostraban la realidad, realizando capturas de pantalla de aquello que más me interesaba para, en un futuro, acudir a esos sitios a realizar mis propias fotografías. Lo siguiente fue buscar en dichas capturas aspectos que fuesen interesantes de investigar para así buscar subtemas del proyecto. De esta forma surgieron los siguientes temas:

- Final de camino: lo último que se puede observar a través del Google Maps cuando se llega al final de una ruta, aunque el camino continúe.
- Errores: fallos en las imágenes de Google Maps, ya sea por fallos de unión entre fotos duplicando objetos, pixelado de caras en carteles publicitarios o no pixelado de ciudadanos, etc.
- Incidir en la imagen: rastro que deja el coche de Google al capturar fotos, ya sea su propia sombra o generación de polvo que oculta parte del paisaje.
- Instantaneidad: detalles capturados que indican el paso del tiempo o la congelación del mismo.
- Desde el cielo: sitios o lugares a los cuales sólo se puede acceder con vista de satélite: circuito de Fórmula 1, Estación de Renfe o el Aeropuerto.

Postales de una Valencia reencuadrada

Al comenzar la fase de producción, la idea del proyecto, sustentado en Google Maps, fue cambiando de enfoque debido a diversos factores. A finales del mes de febrero, empezó la fase de realización de las fotografías en Castellón, no obstante encontré algunos problemas. Si se buscaba captar la instantaneidad y la cotidianeidad en las imágenes, las personas que pasaban por delante de la lente se apartaban de la imagen al escuchar el ruido del obturador. Por ello decidí decantarme por realizar fotografías en lugares mucho más repletos de gente donde las personas ni se inmutasen por ser fotografiadas y así poder captar la naturalidad de la escena. De esta forma, comencé a hacer fotos en Valencia donde me surgieron nuevas inquietudes con respecto a las redes sociales, la fotografía y el turismo de masas. Esto sumado a la lectura de noticias como la de la falta de respeto de los turistas en el Museo de Auschwitz, en California durante el “Super Bloom” de las amapolas o en una de las calles del barrio de Quinze-Vingts en Francia fue lo que me impulsó a cerrar la idea de este proyecto.





La idea final, con base en la anterior, consiste en mostrar la poca privacidad y protección de datos que existe en Internet en lo que respecta a los usuarios y cómo este medio está fomentando el uso de la apariencia y la propagación de la fotografía de “paisaje de postal”. Puesto que la aparición de las redes sociales es bastante reciente, era difícil encontrar documentación sobre la utilización de la fotografía en Internet, es por ello que mi tutora me recomendó acudir a una conferencia en la Universidad Jaume I cuyo ponente era Juan Martín Prada, autor de diversos libros relacionados con el arte contemporáneo y estudios visuales, entre ellos *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales* o *El ver y las imágenes en la época de Internet*. Estas lecturas sirvieron para extraer conceptos como los de remix culture, memoria-ser y la relación de la imagen y las redes sociales. Por otro lado, también ha sido necesario consultar y retomar conceptos de otros autores y fotógrafos como Foncuberta, ya tratado durante el grado. Además, también indagué en otros proyectos que tratasen el turismo de masas, como “Small World” de Marin Parr o “Yolocaust” de Shahak Shapira; o el estereotipo visual de paisaje de postal y su repetición, como lo que realiza Idris Khan con las imágenes de Hilla y Bernd Becker en “Every...Bernd And Hilla Becher” (2004),

Postales de una Valencia reencuadrada

“50 people see the Eiffel Tower” (2005) de Neil Kandalgaonkar o la serie “Photo Opportunities” (2005-2010) de Cornie Vionnet.



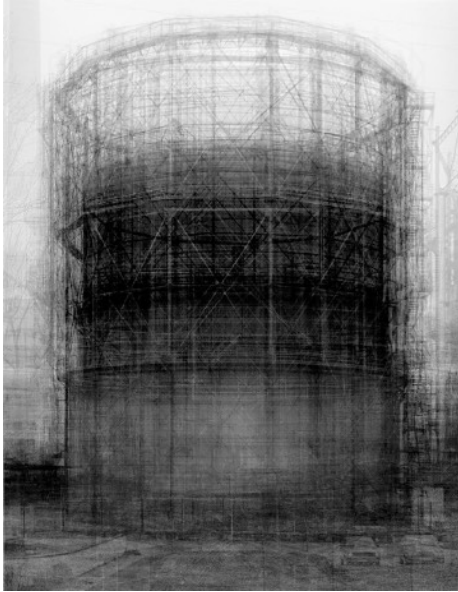
Small World (1995) de Martin Parr



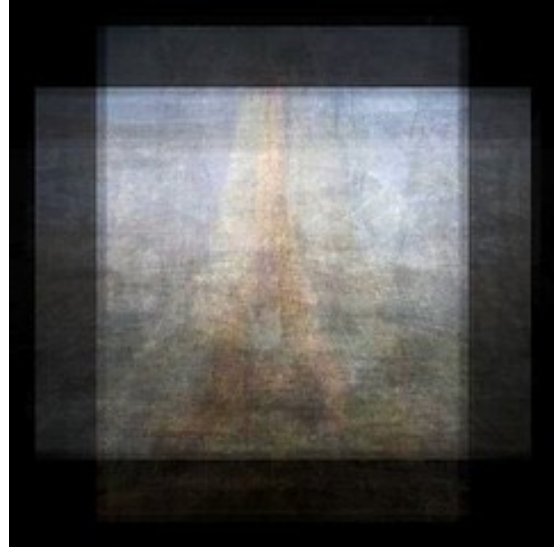
Yolocaust (2017) de Shahak Shapira

Para plasmar todos estos conceptos en un proyecto fotográfico con sede en Valencia decidí dividir el proyecto en 2 partes: por un lado, el montaje fotográfico de imágenes en un mismo espacio que han sido alojadas en Instagram por parte de diferentes usuarios/turistas y por otro lado, el montaje fotográfico de diversas fotografías propias tomadas en el mismo espacio donde se tomaron las fotos los turistas/usuarios de Instagram y enmarcadas en postales-souvenir. De esta forma se marcaba una diferencia entre el espacio real y el espacio encuadrado para la foto, aportando así una visión diferente de un lugar conocido. Para seleccionar las localizaciones busqué aquellos lugares de Valencia que más se repitiesen en Instagram bajo el hashtag #Valencia y, una vez seleccionadas todas las localizaciones, un total de 11 (Plaza del Ayuntamiento, Plaza de la Reina, Estación del Norte, Mercado Central, Plaza de la Virgen, El Carmen, Torres de Serrano, Umbracle, Hemisfèric, el embarcadero de l'Albufera y la Playa de la Malvarrosa), se programaron las sesiones fotográficas y la exploración de los lugares que contemplaron los meses de marzo y abril. Además, para hablar de paisaje de postal y realizar el montaje posterior se compraron varias postales-souvenirs de Valencia, culminando así la fase de la preproducción y comenzando la producción.

Postales de una Valencia reencuadrada



Every... Bernd And Hilla Becher
(2004) de Idris Khan



50 people see the Eiffel Tower
(2005) de Neil Kandalgaonkar



Photo Opportunities (2005-2010) de
Cornie Vionnet

3.4 Memoria de producción

La producción del proyecto fotográfico se fue desarrollando al mismo tiempo que se profundizaba en el concepto que se quería retratar pues, al empezar con un tópico tan grande como “redes sociales” y “paisaje de postal”, era difícil obtener el resultado deseado mediante la fotografía. Por ello se partió de una primera aproximación: centrarse en la red social Instagram y en Valencia como localización; con esta premisa empezó la producción y la realización de las primeras fotografías.

El primer paso fue acudir a los sitios seleccionados previamente por Instagram para realizar una primera aproximación de dichos lugares. De esta forma, si el trabajo se centra en concreto en 11 localizaciones: Plaza del Ayuntamiento, Plaza de la Reina, Estación del Norte, Mercado Central, Plaza de la Virgen, El Carmen, Torres de Serrano, Umbracle y Hemisfèric (Ciudad de las Artes y las Ciencias), el embarcadero de l’Albufera y la Playa de la Malvarrosa; se acudieron a todos estos sitios para documentarse acerca del paisaje y de los elementos que lo componían. Además, también se analizó el comportamiento de aquellas personas que se acercaban hasta estos puntos y qué es lo que les atraía de ellos. Estas fotografías sirvieron como catálogo visual⁵ de aquella visión que se presenta en las redes sociales, es decir, las imágenes correspondían a una estética de “paisaje de postal”. Como resultado de dicha exploración, se crearon collages de un total de 9 fotos por localización, más o menos, y se utilizaron como muestra para reflexionar sobre otras posibles miradas y encuadres. Tras volver a los sitios, al menos un par de veces, y reflexionar sobre cómo poder aportar mi propia mirada y pensar en encuadres en los que los turistas jamás pensarían en fotografiar, fue necesario acudir una última vez a las localizaciones para realizar fotografías con esos encuadres. Estas fotografías se acabaron realizando desde el mismo exacto sitio que se habían realizado las de Instagram pero de espaldas al monumento que en Instagram se retrataba.

⁵ Anexo 2

Si bien es cierto que realizar unas fotografías, a primera vista tan simples como las que he seleccionado para el proyecto, puede parecer muy sencillo, no lo ha sido tanto, pues nuestra mente está acostumbrada a un tipo de fotografía, que alguien ha considerado como normativa, que nada tiene que ver con el tipo de fotografía que se requería para este tipo de proyecto fotográfico. Algunas de las cuestiones que se plantearon previamente como opciones para aportar una mirada diferente partían del concepto “fotos que, como turista, nunca harías”. Con este enfoque fue mucho más fácil escapar de la normatividad fotográfica y centrarse en otro tipo de encuadres del paisaje turístico. Algunas de las fotografías que se realizaron fueron: planos del suelo en el mismo sitio donde todas las cámaras habían disparado sus fotos para Instagram; fotos del suelo pero con mis pies en él, apropiándome así también del espacio; primeros planos de texturas que pudiesen describir aquellos lugares pero no de forma evidencial... Y algunas de estas fotos son fotografías que al final se han acabado incluyendo en el trabajo.

3.5 El proceso de edición

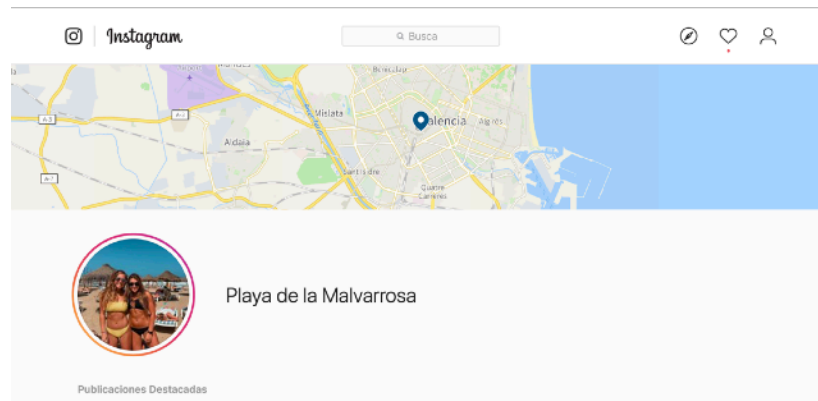
Puesto que este proyecto se basa en el concepto de reapropiación de imágenes, el apartado de edición es el apartado al cual se le ha dedicado más tiempo. Este proceso se divide en dos: selección, edición y ordenación de las imágenes encontradas en Instagram y la selección, edición y ordenación de las postales. Para todo este proceso de edición ha sido necesario emplear Adobe Photoshop.

Por un lado, para la selección de las imágenes de Instagram, primero se ha realizado una búsqueda general con el hagshtag #Valencia y se han seleccionado 11 de los sitios de Valencia que más se repetían, los sitios que, según los usuarios de Instagram, son más fotogénicos. A continuación se ha realizado una búsqueda por localización, así, por cada sitio seleccionado se realizaba una búsqueda con el nombre de dicho lugar. Al cargar los resultados de la búsqueda, dependiendo de la cantidad de imágenes que hubiesen, se intentaban buscar hasta 3 patrones fotográficos por lugar, es decir, encontrar 3 enfoques diferentes de un mismo sitio, pese a que había veces que a lo sumo habían 2. Los criterios que se han tenido en cuenta para seleccionar las imágenes son los siguientes: que el propio usuario que publicaba la imagen saliese en la misma, ya fuera mediante un selfie o una fotografía al uso; que, pese a que presentase un encuadre diferente, siguiera un patrón general de foto, es decir, aunque no en el mismo sitio, ni la misma angulación de cámara, sí que presentase el mismo fondo; y que hubieran imágenes de diferentes tamaños, tanto en vertical como en horizontal.

Postales de una Valencia reencuadrada

Así un ejemplo de selección de fotografía podría ser la siguiente:

En primer lugar, la búsqueda de una ubicación de las 11 seleccionadas, en este caso la Playa de la Malvarrosa.

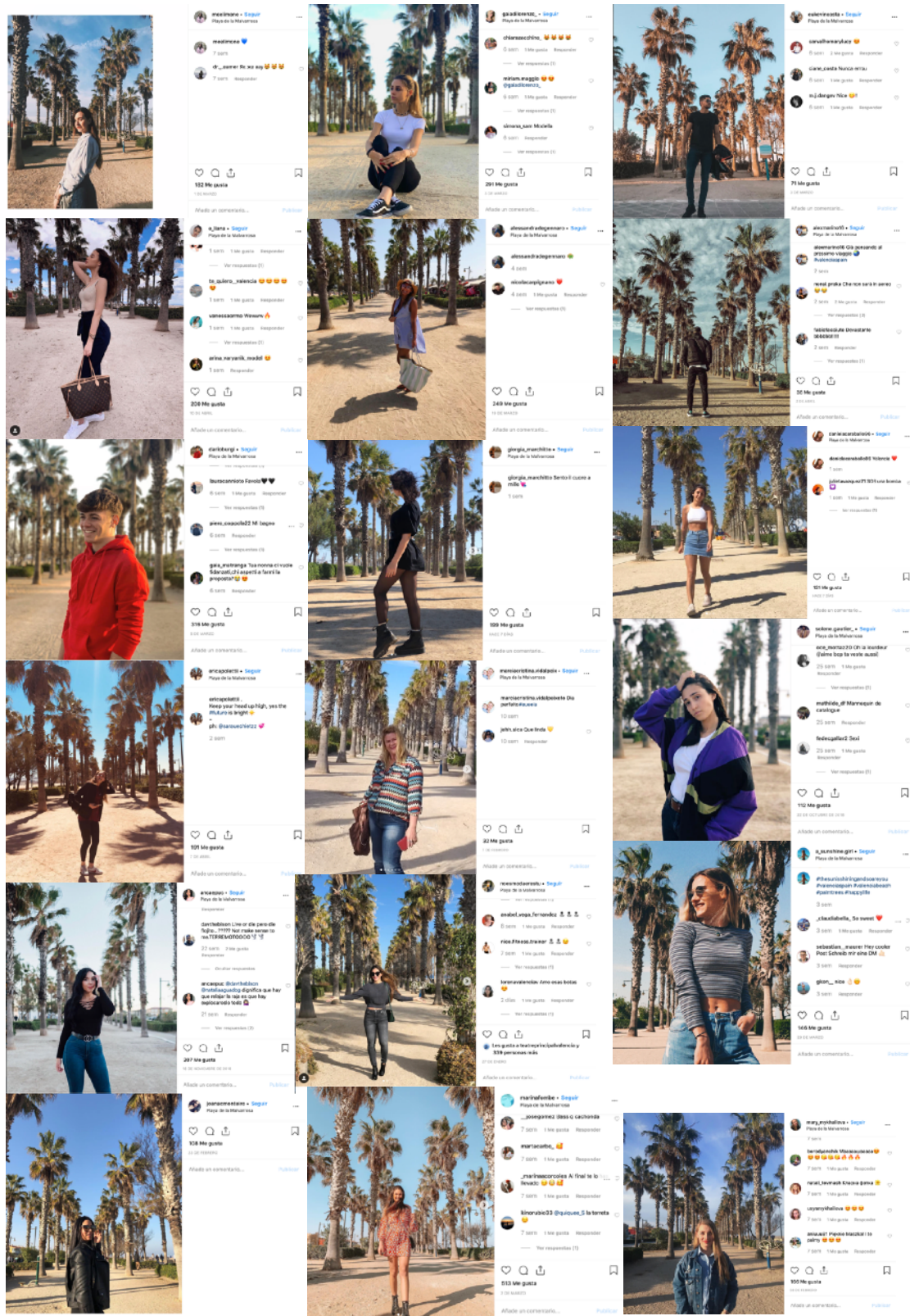


A continuación se realizaba un escaneado por todas las fotografías que estaban localizadas en este sitio hasta encontrar un patrón fotográfico.



Estos son los 3 encuadres que se consiguieron extraer de dicha ubicación y, pese a que finalmente sólo me quedé con uno de ellos, que es en este caso el primero, lo cierto es que tuve que realizar varios fotomontajes hasta conseguir el resultado deseado. No obstante, la cantidad de imágenes encontradas rondaban las 300 imágenes seleccionadas por ubicación en total. A continuación se muestra una pequeña selección de las imágenes que han acabado conformando la fotografía final de la ubicación de La Playa de la Malvarrosa.

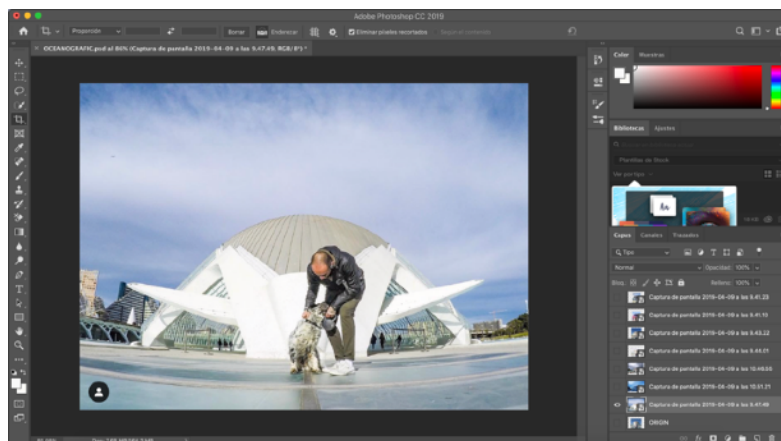
Postales de una Valencia reencuadrada



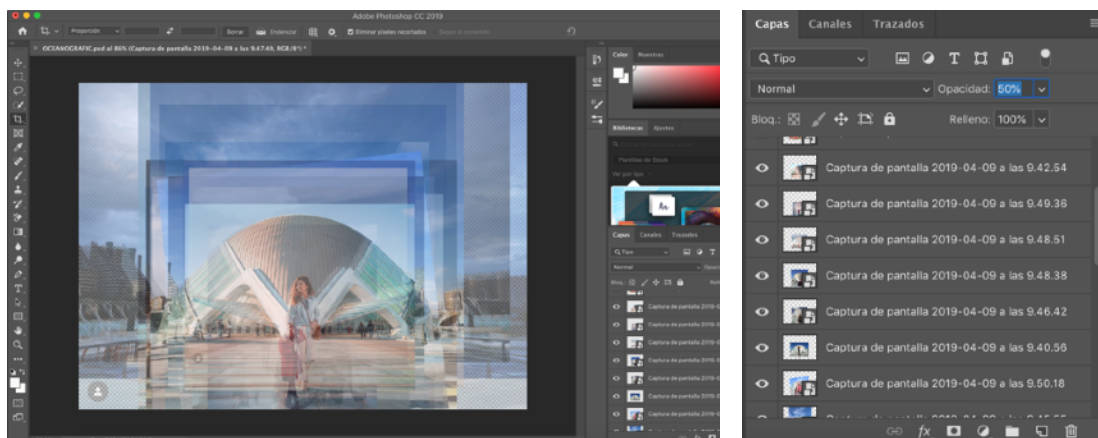
Postales de una Valencia reencuadrada

El proceso de edición de las fotografías ha sido un poco más complejo pues, para cada posible fotomontaje, seleccioné alrededor de cien fotografías aproximadamente. La técnica empleada para lograr los fotomontajes ha sido la siguiente:

En un primer lugar se buscaba una imagen de buena calidad en horizontal que se utilizaba como fondo sobre el cual orientar el resto de fotografías.

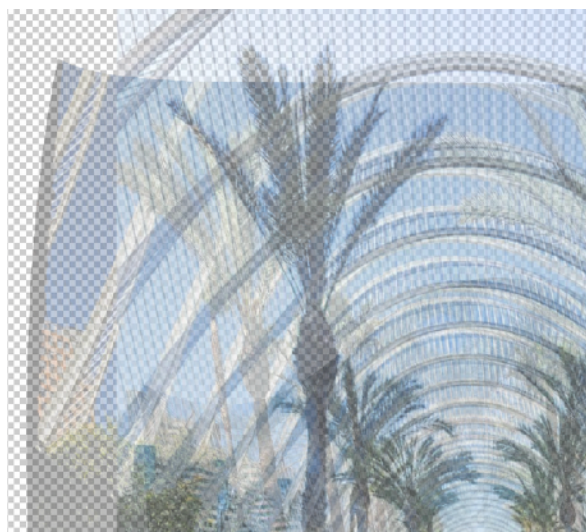
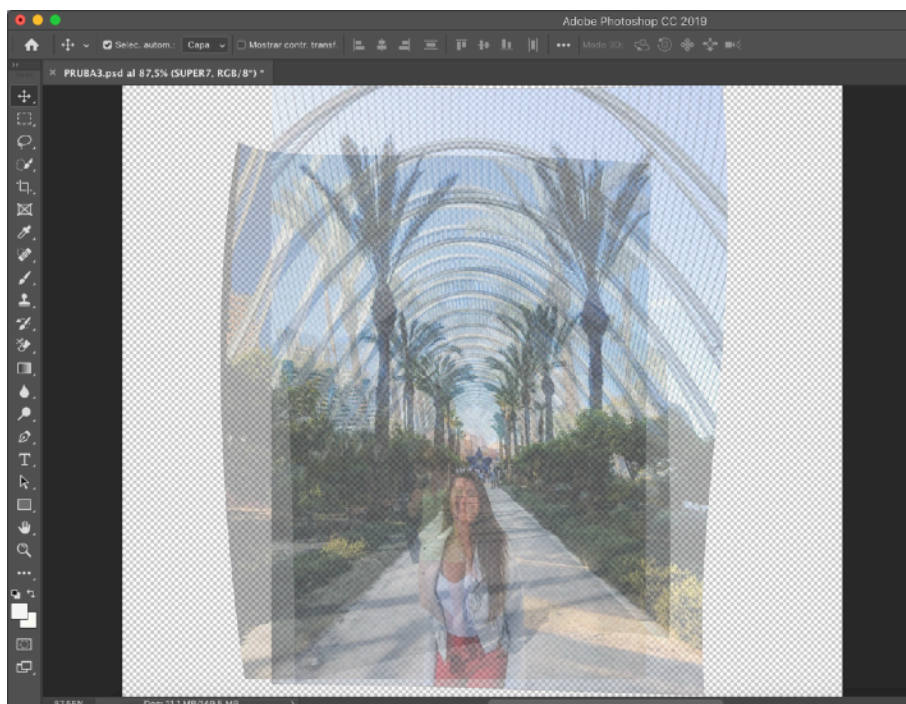


Una vez establecido el fondo se superponían según el tamaño, de más grande a más pequeño, el resto de fotografías con una transparencia del 50% intentando que los elementos principales de las imágenes casasen con el del fondo del proyecto, llegando a modificar los bordes de la fotografía cuando fuere necesario.



Postales de una Valencia reencuadrada

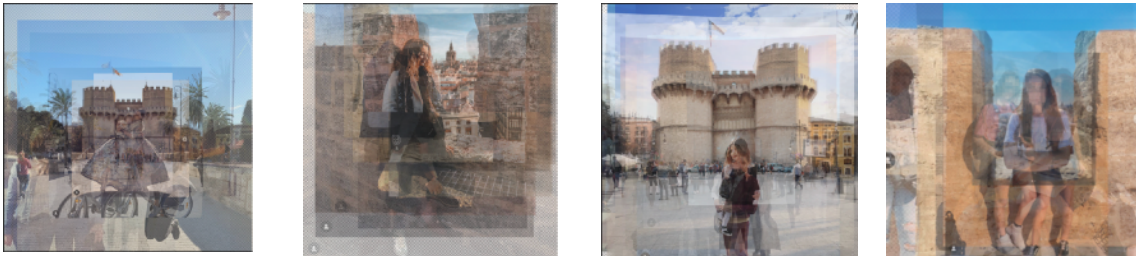
Para ello se ha jugado siempre con la transformación de la escala y la perspectiva llegando a distorsionar y deformar la imagen cuando fuere necesario. En este caso, para realizar el fotomontaje de la localización de Umbracle fue necesario distorsionar un poco las imágenes para que los arcos cuadrasen, pese a que finalmente no ha sido un aspecto de la imagen que se haya seguido de forma fiel, pues parte del encanto de este tipo de montajes es observar las incoherencias que resultan de mezclar aleatoriamente las imágenes.



Postales de una Valencia reencuadrada

Tras realizar al menos 2 fotomontajes de cada localización se ha realizado un proceso de evaluación y selección de las imágenes resultantes en la cual se han desestimado aquellas fotografías que no funcionasen narrativamente, dando lugar a los 11 fotomontajes definitivos. De esta forma, algunos de los parámetros que se han tenido en cuenta para seleccionar los fotomontajes definitivos han sido, en primer lugar, que existiesen las suficientes imágenes de Instagram realizadas desde ese mismo enfoque para que en la imagen resultante no quedase ningún borde transparente, que en la imagen resultante se pudiese apreciar el lugar turístico en el que la persona se encuentra, que en la imagen resultante se pudiese observar la intención de los turistas de realizar un encuadre determinado o que en la imagen resultante se pudiesen observar cambios como consecuencia de la captura de un instante.

Así, por ejemplo, de la ubicación Torres de Serrano se realizaron 4 fotomontajes en función de las diferentes perspectivas que se encontraron en Instagram.



Posteriormente estas fotografías han sido exportadas en tamaño 1:1, tamaño base original de las imágenes en Instagram en sus inicios.

Postales de una Valencia reencuadrada

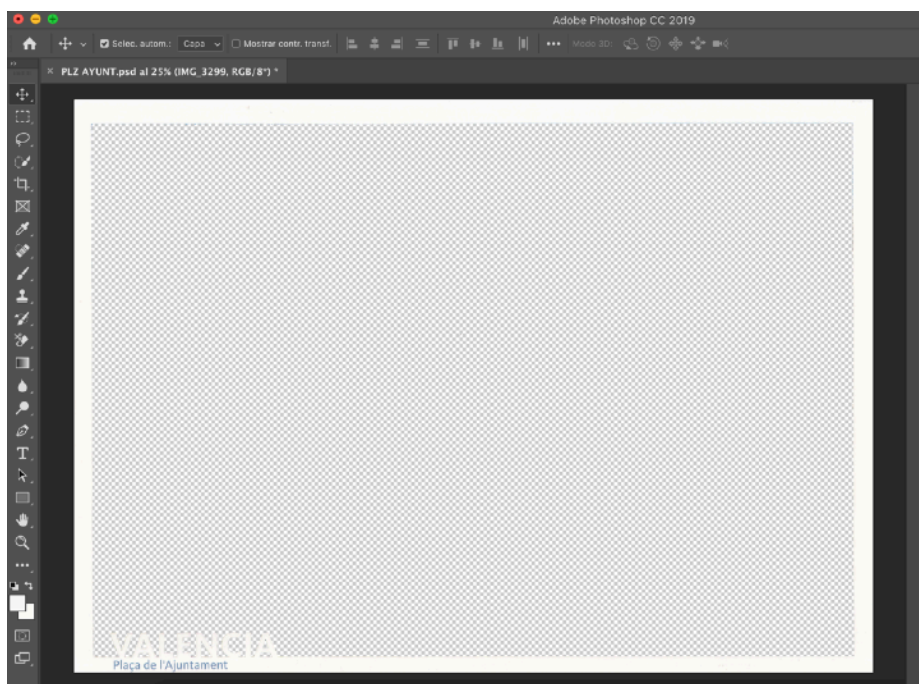
Tras tener seleccionados todos los fotomontajes, se ha pasado a la edición de las imágenes propias. En un primer lugar, para poder reflexionar sobre la mejor fotografía que criticase la “imagen de postal” se han observado el tipo de postales que se podían encontrar de los sitios más turísticos de Valencia. Así, las postales-souvenir encontradas han sido las siguientes:



Postales de una Valencia reencuadrada

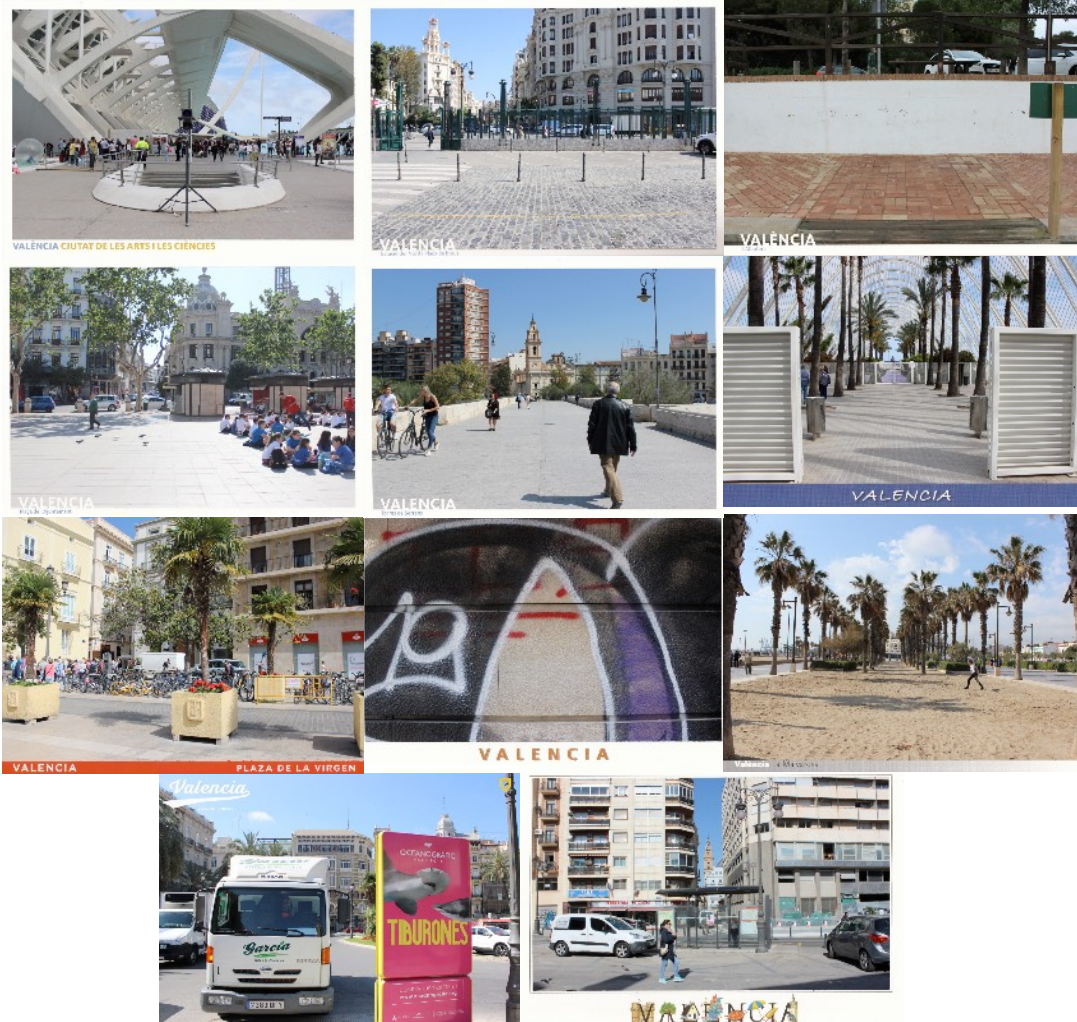
El criterio seguido para seleccionar las fotografías propias se ha basado en la evaluación, tanto de los fotomontajes resultantes de Instagram como de las imágenes que se han encontrado en las postales-souvenirs. Debido a que en todas estas imágenes se puede observar una gran intención, por parte del fotógrafo, de obtener la imagen más atractiva de la ubicación, pese a que no tenga por qué corresponderse con la realidad, el criterio de selección ha sido el de encontrar aquella imagen que naturalizara el espacio sin modificarlo. Es decir, realizar una captura que, por un lado, se alejara del “cliché visual” de la imagen turística que suelen tomar los extranjeros y, que se reafirma mediante las postales promocionales de la ciudad; y, por otro lado, obtener la imagen más semejante a la realidad y cotidianidad de la localización.

En tanto a la edición de estas fotografías, esta se ha basado en el escaneo de las postales-souvenir de Valencia y la integración de las fotografías anteriormente mencionadas en las mismas. Para ello se han pasado todas las postales por Photoshop y se ha borrado la imagen turística, dejando únicamente el marco de la postal, como en el siguiente ejemplo de la postal de la Plaza del Ayuntamiento.



Postales de una Valencia reencuadrada

A continuación se ha incluido la imagen propia como fondo de la postal, generando una postal nueva con un contenido completamente distinto, dando como resultante las siguientes postales-souvenir de Valencia.



4. Plan de explotación del producto

4.1 Análisis del mercado

Este proyecto fotográfico tiene como objetivo primordial el de remover las conciencias de aquellos que lo observan, es por ello que todas las decisiones tomadas van en pro de un deseo de reflexión sobre la imagen. Principalmente este proyecto está destinado a todas aquellas personas que presentan cierta sensibilidad a pensar el turismo de otro modo que no es el normativo, es decir, el turismo de forma sostenible y compaginado con la vida diaria de la ciudad. Es por ello que este proyecto pertenece a las calles de Valencia, a sus turistas y a sus residentes.

Debido al carácter del proyecto, la exposición o presentación del mismo a la sociedad podría contemplar diversos formatos, siendo el formato performático y expositivo los formatos principales, pero también contemplaría otros formatos, quizás más accesibles a todo el público, como el fotolibro o Instagram. En un primer lugar, este proyecto se centraría en los dos primeros formatos: el performático y el expositivo.

El formato performático del proyecto es el más importante, pues es aquel que permite al proyecto fotográfico expresarse por sí sólo, ya que éste formato, al igual que el concepto general del proyecto, da más valía al contenido que al producto en sí mismo. Este carácter es algo a tener en cuenta pues este proyecto no se contempla como un producto a comercializar, sino como una idea sobre la cual reflexionar. Además, este tipo de formato es idóneo para el propósito del proyecto ya que permite entrar en contacto con la ciudad y con las personas que se encuentran en ella. Así la parte performática del proyecto constaría de una exposición en los lugares de Valencia a los que el proyecto hace referencia, colocando cada foto en el lugar que representa. De esta forma, las fotografías no necesitarían ningún tipo de texto explicativo del proyecto, ya que por el tipo de contenido que presentan las imágenes y el contexto en el que se las enmarca, las fotografías hablarían por sí solas. De esta manera, el mensaje quedaría a libre interpretación del receptor, que

Postales de una Valencia reencuadrada

dependiendo de su propio contexto interpretaría el proyecto de una forma u otra. Lo cierto es, que independientemente del contexto del receptor, la localización de las imágenes en los propios espacios en los que se han realizado las capturas genera ya un debate sobre la forma en la que miramos los lugares turísticos y sobre la forma en la que compartimos las imágenes, ya sea mediante las redes sociales o mediante postales-souvenirs.

A continuación, le seguiría el formato expositivo que constaría de la reunión de todas las imágenes del proyecto en una exposición en Valencia. Esta exposición podría tener lugar en diferentes lugares de Valencia, pues actualmente existen varios espacios cedidos por Russafa Art que permiten la exposición de cualquier tipo de expresión artística en sus paredes, no obstante, debido al carácter del proyecto, quizás el lugar más idóneo, dado el tipo de contenido que alberga y la ubicación, sería el museo del Carmen: CCC - Centro del Carmen Cultura Contemporánea. Este es un lugar que en los últimos años está apostando por el arte contemporáneo en todas sus formas, además de apoyar a los artistas valencianos.

Además, desde el Centro del Carmen Cultura Contemporánea se realizan una serie de convocatorias para promover proyectos con temáticas similares a las de este proyecto, en las que se dan ayudas a los proyectos más originales con el propósito de que la idea se pueda desarrollar. Por ejemplo, una de las convocatorias que está abierta actualmente trata de “el ocio como fuerza de transformación”.



Por último, este proyecto también tendría cabida en Instagram, pues es la fuente de la cual nace. El proyecto podría contar con una cuenta en la red social de Instagram donde se publicara la parte del proyecto basada en la crítica al uso individualista de la fotografía por parte de los turistas. De esta forma, tal y cómo pasó con el proyecto de “Yolocaust” de Shahak Shapira, los retratados se podrían dar por aludidos y reflexionar sobre el uso que de la fotografía en las redes sociales. Además, sería de gran interés poder publicar esta obra en Raïm, el Archivo de Artes Visuales de Valencia, Alicante y Castellón (Comunidad Valenciana), pues esto ayudaría a promover la fotografía en este territorio, ya que:

“[el objetivo de dicha web] es no sólo formar una red que permita la difusión del trabajo de artistas nacidos o residentes en la comunidad, sino crear un espacio de incubación del pensamiento entorno a la imagen, un lugar que instigue el intercambio y la colaboración entre artistas, agentes culturales y el público en general” (Raïm, 2019).

Pese a que este proyecto no está destinado a ser visualizado en un libro, sino que es un proyecto fotográfico que pretende formar parte de las calles de Valencia y ser visualizado como arte libre y vivo en cada uno de los lugares de Valencia a los que el proyecto hace referencia, como ya se ha comentado anteriormente, para presentar el trabajo ante el tribunal se ha decidido reunir todas las fotografías que componen el proyecto en un fotolibro.

El libro se divide por localizaciones, así al abrir el libro, en una de las hojas de la página se encontraría la imagen de la cual se parte, que es la reapropiación de fotografías de Instagram y en el otro lado se encontraría mi propia visión de este paisaje de postal turístico. En tanto a lo que concierne a los fotomontajes se presentan dentro de publicaciones de Instagram. Así, mediante la herramienta web Zeob se ha conseguido lograr este efecto que genera un mayor impacto en el espectador, puesto que, aunque en un primer momento puede parecer una imagen usual con un encuadre normativo, si se mira con detenimiento se pueden vislumbrar todos los detalles que conforman la

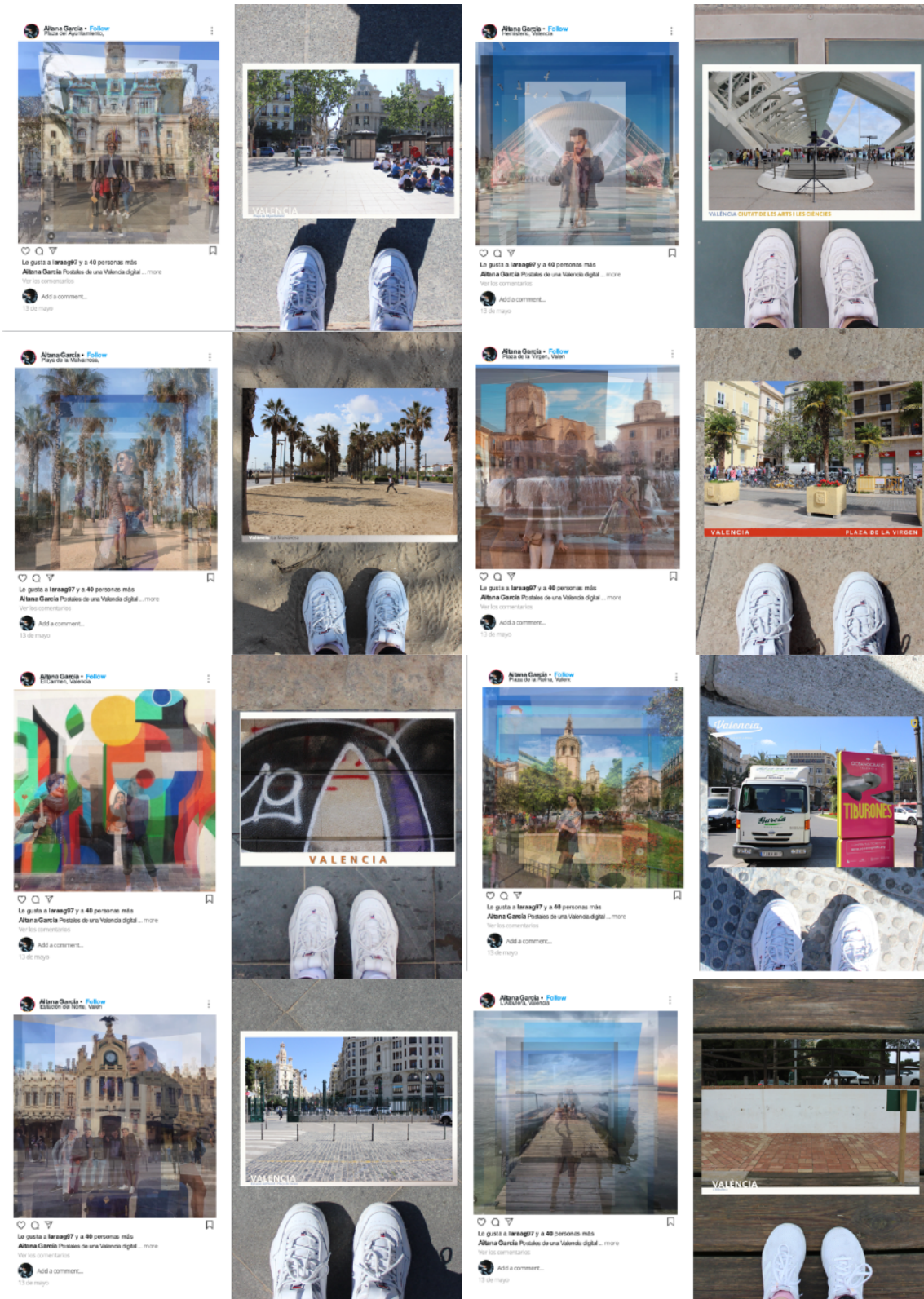
Postales de una Valencia reencuadrada

imagen. Por otro lado, en tanto a las postales-souvenirs, éstas aparecen como contrapunto sobre imágenes de fondo en las cuales se puede ver el suelo de cada una de las localizaciones desde donde se han realizado las fotografías. En estas imágenes de fondo también se pueden observar unos pies, los míos en concreto, que funcionan como una forma de apropiación del espacio que se ha fotografiado, así como los turistas realizan con sus capturas. La elección de este fondo no hace más que subrayar la presencia del ente tras la cámara y cuestionar la forma de apropiación del espacio que realizan los turistas, que sólo miran hacia lo ya observado millones de veces pero no se preocupan por mirar en otras direcciones, como puede ser hacia el suelo en este caso. Con esta presentación se pretende esclarecer el enfoque del proyecto y diferenciar fácilmente las dos miradas.

El criterio que se ha seguido a la hora de ordenar las fotografías ha dependido del número de veces que se repetían las localizaciones en Instagram mediante el hashtag #Valencia, siguiendo el siguiente orden: Torres de Serrano, Umbracle, Plaza del Ayuntamiento, Hemisfèric, Playa de la Malvarrosa, Plaza de la Virgen, El Carmen, Plaza de la Reina, Estación del Norte, el embarcadero de l'Albufera y el Mercado Central. Así, el resultado del fotolibro sería el que se muestra a continuación:



Postales de una Valencia reencuadrada



Postales de una Valencia reencuadrada



Por lo tanto, cada formato de exposición del proyecto iría destinado a un público distinto. Esto no quiere decir que un público determinado sólo pueda acceder al proyecto por una única vía, sino que este proyecto busca ser transversal, y como tal se han buscado estrategias para que el proyecto pueda ser alcanzado por todas aquellas personas que presenten cierta sensibilidad a pensar el turismo de otro modo.

4.2 Plan de comunicación y marketing

Debido a que este proyecto fotográfico no se trata como un producto comercial al uso, el plan de comunicación y marketing iría dirigido a la consecución de becas, subvenciones o apoyos municipales que me ayuden a dar a conocer mi proyecto en mi ciudad, Valencia, y “venderlo” a los agentes culturales de la ciudad. Así, este proyecto podría interesar a agentes como VLC Turismo Valencia o Visit Valencia, que actualmente es quién, junto al Ayuntamiento de Valencia, se encarga de la promoción internacional de la marca Valencia.

Así, tomando como modelo la *Convocatoria de subvenciones para programaciones y proyectos culturales de 2019*, una ayuda que pretende impulsar el desarrollo de jóvenes artistas de la ciudad de Valencia, a la vez que apoyar aquellos artistas valencianos que ya se encuentran consolidados, mediante la visualización y acceso a la actividad y obras de los mismos, se ha generado la siguiente propuesta de solicitud y presentación del proyecto. En el dossier para la solicitud constarían los siguientes datos:

- Nombre del proyecto: Postales de una Valencia reencuadrada.
- Justificación de la necesidad: el motivo de la solicitud de esta subvención se debe, principalmente, a la necesidad de dar a conocer un proyecto sobre el turismo en Valencia. Este es un proyecto que podría ayudar a dar a conocer la ciudad en mayor profundidad y cambiar la perspectiva y la imagen de Valencia.
- Objetivos e impacto esperado del proyecto en relación al público: el objetivo principal del proyecto es hacer reflexionar al receptor sobre la mirada normativa hacia los lugares turísticos y las prácticas fotográficas que acontecen en esos lugares, prácticas que se han visto paulatinamente modificadas por la aparición de redes sociales destinadas a la compartición de imágenes como es el caso de Instagram. Este proyecto está destinado a aquellas personas que perciben el turismo de una forma diferente a la habitual, así como a los turistas y habitantes de Valencia.

Postales de una Valencia reencuadrada

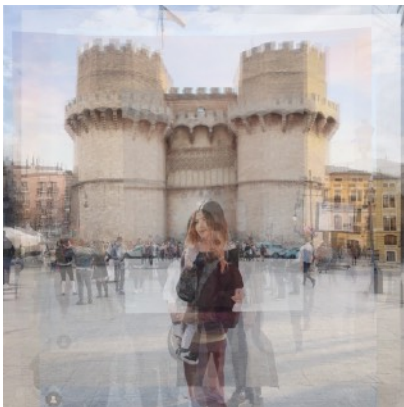
- Descripción de la actividad o actividades: el siguiente proyecto que se presenta en un proyecto fotográfico que cuenta con un total de 22 fotografías sobre Valencia donde se realiza una crítica a la mirada turística y el uso de las redes sociales. Lo que se pretende es realizar una exposición de todas las fotografías, una al lado de cada sitio turístico de Valencia al cual se hace referencia, para posteriormente realizar una exposición conjunta con todas las fotografías.
- Temporalización: la exposición duraría 3 meses. Localizándose así en los meses de mayor afluencia turística de Valencia, junio, julio y agosto; para posteriormente alojarse en un recinto como el Centro del Carmen Cultura Contemporánea durante 1 año.
- Presupuesto total y desglosado por conceptos de la actividad o actividades a subvencionar y forma de financiación: el presupuesto estaría compuesto por los siguientes apartados:
 - Impresión de 22 carteles de plástico corrugado tamaño A1: 110,49€
 - Impresión de 22 carteles en placas de espuma rígida tamaño A1: 427,55€

Por último, este dossier contaría con una presentación de las fotografías que forman el proyecto.

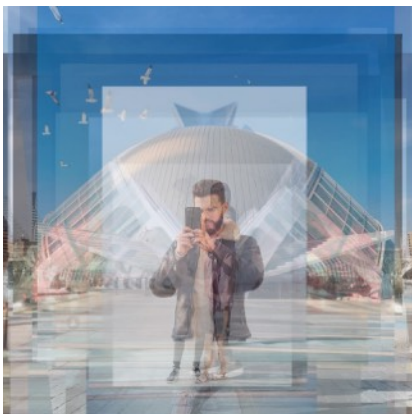
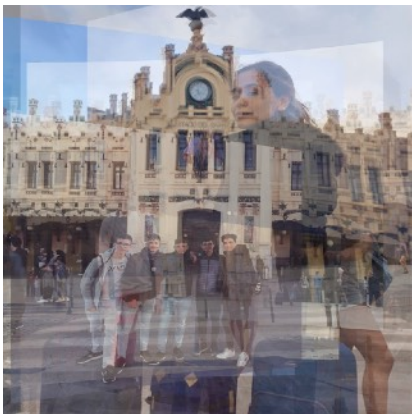
5. Resultados

Como resultado del Trabajo Final de Grado el proyecto fotográfico consta de un total de 22 fotografías en las cuales se analiza el uso individualista que los turistas ejercen sobre las fotografías en Instagram a la vez que se critica la tradición de paisaje de postal como un ideal de fotografía artificial y estereotipada. Con todo el trabajo realizado, tanto de documentación, como de realización y posteriormente de edición, el proyecto fotográfico ha concluido en las siguientes imágenes.

Por un lado se encuentran los fotomontajes resultado de la reapropiación de las imágenes encontradas en Instagram y, como contrapunto, se encuentran las postales-souvenir aportando otra mirada al sitio al cual pertenecen.



Postales de una Valencia reencuadrada



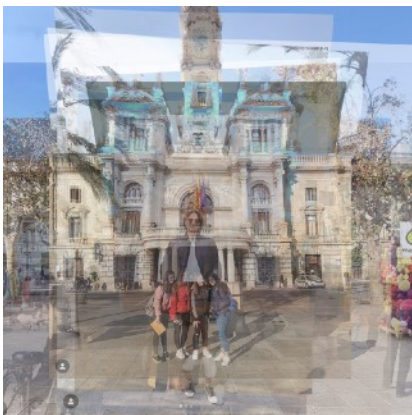
Postales de una Valencia reencuadrada



VALENCIA



VALENCIA

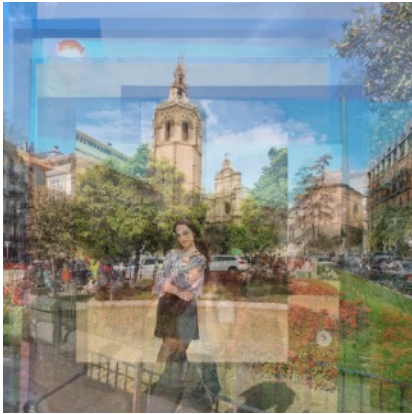


VALENCIA
Plaça de l'Ajuntament



VALENCIA
L'Estació

Postales de una Valencia reencuadrada



Previamente al análisis de la evaluación del cumplimiento de los objetivos es de gran interés destacar que gracias a la realización de este TFG se ha conseguido generar un hábito de interés, curiosidad y consulta de proyectos fotográficos contemporáneos actuales que no poseía anteriormente. Con ello, he despertado un interés por descubrir aquellos temas que actualmente se están tratando en proyectos fotográficos, pero también en otros tipos de expresiones artísticas como la pintura, por ejemplo, algo que ha pasado a formar parte de mi rutina diaria. Además, tras todo el proceso de documentación se ha logrado un mayor grado de conocimiento de la fotografía, de los tipos de proyectos fotográficos existentes y de la evolución de la misma, así como de los procesos sociales vinculados con las redes sociales y el turismo. Gracias a mi tutora, Marta Martín Núñez, he entrado en contacto con webs muy interesantes de fotografía, así como con artistas que desconocía como es el caso de Oscar Colorado, cuya web se encuentra repleta de entradas muy interesantes sobre todo tipo de información acerca de la fotografía. Además, gracias a ella también he conocido la obra de Juan Martín Prada, al que tuve el placer de escuchar en directo en una conferencia en la Universidad Jaume I sobre “La mirada y las imágenes en la época de las redes sociales” y cuyas aportaciones sobre las redes sociales como memoria-ser me han ayudado en gran parte a esclarecer el enfoque del trabajo. A nivel personal, este proyecto también me ha ayudado a cambiar mi modo de ver la fotografía, de manera que, ahora como turista, me planteo y reflexiono de otra forma a la hora de captar mis propias fotografías.

En tanto a lo que respecta a los objetivos, a continuación se tratarán de forma individual para analizar su consecución.

El primer objetivo era el de “Cuestionar el uso individualista/egocentrista que se hace de las imágenes en Instagram, vinculándolo al turismo en Valencia”. En este sentido se ha podido observar, no sólo el uso egocentrista en redes sino que, al acudir a los sitios a documentarse, también se ha podido observar el uso individualista de la práctica fotográfica por parte de los turistas a la hora de ejercer su mirada. En tanto al uso egocentrista que los turistas hacen de las imágenes en Instagram se han podido observar varios estereotipos de actuación que se mencionarán a continuación. En una lucha por ser la fotografía más vista de Instagram en determinada localización, los usuarios de Instagram, no sólo presentan la necesidad de realizar la foto icónica del lugar para que todos los usuarios reconozcan el lugar, sino que también sienten la urgencia de etiquetar la ubicación para que todo aquel que busque determinada localización pueda ver su foto. A su vez, los usuarios también necesitan convertir su experiencia en hashtags para llegar al mayor público posible. Por lo tanto, irónicamente, el uso individualista o egocentrista de las imágenes turísticas en Instagram responde a una necesidad de compartir desmedida, de hacer saber dónde nos encontramos y que lo estamos pasando genial, un sentimiento de ubicuidad que ya se mencionaba al inicio de este trabajo.

El segundo objetivo era el de “actualizar el concepto de “paisaje de postal” como imagen representativa de un lugar más que por su apariencia estrictamente estética”. Quizás este haya sido el proceso más largo y el objetivo más costoso de cumplir puesto que suponía modificar por completo la forma de mirar los espacios. De hecho, fueron necesarios varios intentos hasta dar con la fotografía deseada pues, en una mente educada en el “cliché visual”, era complicado identificar aquello que se escapase de lo estético pues mi mirada siquiera acudía a esos sitios. No obstante, finalmente, tras indagar más en la mirada del turista se consiguió desaprender la mirada normativa. La mirada ejercida en las fotografías que contrarrestan a las imágenes de Instagram ha estado presente todo el tiempo, no obstante requiere de mucho tiempo de observación y reflexión encontrarla. Seguramente, todo turista haya pasado su mirada por dicho enfoque pese a que ninguno se ha detenido a mirar más que a la imagen que ya tienen predeterminada por “paisaje de postal”. En definitiva, las imágenes que surgen de este proceso pueden ser incluso más representativas del lugar que las imágenes que se pueden encontrar online o en las postales-souvenirs, imágenes fuera del cliché visual de las redes y, por tanto, con un mayor impacto en la retina del espectador.

El tercer objetivo era el de “analizar el catálogo de estereotipos visuales que se pueden encontrar en las redes sociales vinculados a lugares turísticos de Valencia”. Este objetivo se ha completado casi al mismo tiempo que se formulaba el planteamiento del trabajo, ya que fue este el motivo por el cual el proyecto fotográfico empezó. Durante mucho tiempo estuve indagando en las fotografías que la gente localizaba en zonas turísticas y me llamaba la atención de que todo el mundo empleaba los mismos 3 encuadres y que se perdía el espacio entremedias. No obstante, de una curiosidad ha tenido que pasar a una materia de estudio, por ello, los patrones encontrados son los que se mencionarán a continuación. Todas las fotografías realizadas en lugares turísticos únicamente muestran el exterior del monumento turístico, algo tan superficial como las propias fotografías. De esta forma, ningún turista se fotografía dentro de lugares como el Mercado Central, que es realmente donde

reside la experiencia del turismo. Además, las personas que aparecen retratadas se sitúan siempre en el centro de la imagen, tapando parte del monumento y, según la Ley de Tercios, siendo el centro de atención de la fotografía. En esta búsqueda también se observó que, mientras que aquellos que buscan los “likes” siempre localizan sus publicaciones, son muy pocos los que localizan sus fotografías si no aparecen ellos en la misma. Por último, el patrón de fotografía más habitual de todos reside en la gestualidad de las caras de los retratados, pues todos aparecen felices, respondiendo a una de las premisas que aportaba Juan Martín Prada según la cual “en Instagram únicamente se retrata la felicidad, se elimina la complejidad de la vida”.

En este aspecto he llegado un poco más allá pues, tras tantas horas dedicadas a este trabajo la pregunta que se me planteaba era ¿porqué se realizan estas determinadas fotografías con unos encuadres idénticos? Si bien es cierto que cada uno tendrá sus propios motivos, la realidad es que al final todos los turistas acaban coincidiendo. La conclusión a la que se ha llegado es que, al igual que en la vida, lo que todo el mundo aprueba es lo que no se sale de la norma, la fotografía convencional todo el mundo la entiende y por lo tanto todo el mundo puede opinar sobre ella, no obstante, la fotografía perteneciente a la postfotografía no todo el mundo la entiende. Es mucho más cómodo remitirse a imágenes que forman parte del imaginario fotográfico colectivo y que todo el mundo comprende, a realmente explorar los espacios por lo que son y no por lo que contienen superficialmente. En resumen, el uso que se le da a las fotografías en las redes sociales como Instagram es la de compartir contenido comprensible y aceptable por y para todos, sin tener que hacer reflexionar al que lo recibe porque entonces puede que pierdas el “like”.

El cuarto objetivo era el de “dar a conocer los lugares más turísticos de Valencia, no por sus imágenes más típicas, que pueden ser fácilmente encontradas en cualquier postal-souvenir”. Este es un objetivo que se ha llevado a cabo mediante un extenso proceso de documentación y observación y que está muy vinculado con el objetivo número dos. No obstante este objetivo

no ha acabado formando parte final del proyecto fotográfico debido a que el planteamiento era demasiado superficial. Este objetivo se puede decir que se ha cumplido a medias, pues con él lo que se quería llevar a cabo era una serie de fotografías de primeros planos de elementos comunes que, aunque por separado no fuese obvio el lugar donde se habían tomado las imágenes, conjuntamente evocasen al sitio al que se quería hacer referencia. Este apartado sí que se ha realizado, no obstante se ha realizado bajo la misma óptica que el turista, es decir, buscando fotografías estéticamente bonitas y representativas del lugar. Por todo esto estas fotografías acabaron siendo descartadas del proyecto final aunque sí que se adjuntarán como anexo ya que forman parte del período de documentación de los espacios turísticos.

Así, a lo largo del cumplimiento de los objetivos que requerían una fijación en lo estético de los espacios o las imágenes para luego romper con dicho concepto, he podido observar cómo la mente, con una memoria de visualización de cientos de imágenes perfectamente compuestas, siempre acababa buscando una composición conforme a la Ley de Tercios, y automáticamente descartaba cualquier tipo de encuadre que no se asimilase a alguna fotografía ya visualizada previamente. Por tanto, he podido comprobar como todo el imaginario y bagaje visual que vamos adquiriendo a lo largo de nuestra vida nos condiciona como autores a la hora de hacer nuestras propias fotografías, y este es un condicionante que hay que ser consciente de que existe para ser capaces de eliminarlo y que no ejerza como autocensura de una obra.

El quinto y último objetivo era el de “lograr realizar un análisis mediante el uso de la fotografía y la edición”. Este objetivo es uno de los objetivos con el que más sorprendida me hallo, ya que en ningún momento llegué a pensar que, gracias a la necesidad de edición de este proyecto, conseguiría desarrollar tanto manejo con herramientas como Photoshop o Lightroom. Sin embargo, lo que realmente me sorprende es haber conseguido, mediante todo este proceso, lograr unas imágenes que hablen por sí solas, que, aunque por pertenecer a un proyecto postfotográfico puede que no hablen de manera

autónoma, sí que transmiten una idea común. Además, la esencialidad de la edición en un proyecto fotográfico como este también me ha llevado a documentarme más sobre las posibles técnicas de edición de fotografías contemporáneas actuales, y, aunque existen otros tipos de edición para proyectos postfotográficos, pienso que los seleccionados han sido los que más acorde van con la narrativa del proyecto.

6. Conclusiones

Este Trabajo Final de Grado ha sido un proyecto que ha nacido de mis propias inquietudes sociales y de temáticas que se han ido mencionando a lo largo del grado. Pese a que el tema no se centre en aspectos vistos en asignaturas de la carrera, lo cierto es que la forma de producirlo y los planteamientos que se llevan a cabo a lo largo del proyecto sí que tienen cierta vinculación con el grado. Para la consecución de este proyecto han sido necesarias muchas lecturas e investigación y, sobretodo, tiempo de reflexión y observación, con el único objetivo de conseguir un proyecto fotográfico que expresara las preocupaciones de una generación joven ante la invasión de Internet y la adicción generada a las redes sociales. Pero ante todo, este proyecto ha sido fruto de una realidad actual con la que me encuentro todos los días en Instagram: la falta de originalidad y creatividad a la hora de publicar imágenes y el miedo a que la evolución de la fotografía siga derivando por esos caminos, en los cuales Valencia quede relegada a las superestructuras turísticas que se en ella se pueden encontrar.

Pese a que en general estoy contenta con los resultados del proyecto, lo cierto es que en ciertos aspectos creo que el proyecto se ha quedado algo corto. Los temas abordados son tan amplios y requieren de tantos procesos de reflexión que no se ha podido abordar en su totalidad. También es cierto que a lo largo de la realización del proyecto me he encontrado con ciertas complicaciones conceptuales que entraban en conflicto con el bagaje e imaginario visual en el que he sido educada. Así, pienso que la segunda parte del proyecto se podría haber trabajado mucho mejor con algo más de investigación sobre el “paisaje de postal” y con un mayor tiempo de reflexión acerca de este tema. Así, los apartados de reapropiación de las imágenes y la fotografía turística, al igual que la influencia de las redes sociales, están mucho más desarrollados que el de “paisaje de postal”. A su vez, uno de los propósitos que me planteé al inicio del proyecto era intentar realizar un proyecto que no fuese documental, no obstante, al final sí que se podría considerar una documentación sobre la mirada del turista.

No obstante, con este proyecto he conseguido extender mis conocimientos sobre la fotografía y su evolución, sobretodo en las últimas décadas, y la forma en la que se aborda el turismo desde la fotografía. Además, también me he nutrido de diversos trabajos, los cuales me han servido de inspiración para realizar el mío propio. Otro aspecto que destacaría de la realización de este proyecto es que me ha sido de gran utilidad para reencontrarme con mi ciudad, un lugar que he visto tantas veces y que, gracias a este trabajo he conseguido mirar desde otra perspectiva. Con todo el proceso de documentación que he tenido que realizar para este proyecto me he empapado de Valencia, explorando hasta el más mínimo detalle de cada zona turística y descubriendo cosas que no sabía de mi ciudad. Además, todo este análisis también me ha hecho reflexionar, tanto como residente de una ciudad, como como turista de otros lugares. De esta forma, ahora pienso mucho más sobre la esencia de los espacios y lo que quiero retratar cuando voy de viaje, y sobre todo, sobre qué es lo que comparto en mis redes sociales.

El resultado del trabajo no sólo contempla el resultado final de las fotografías, sino que, personalmente, también contempla el proceso de aprendizaje y reflexiones que se han llevado a cabo para la finalización del mismo. Por lo tanto, debo destacar que, pese a que el trabajo pueda seguirse desarrollando en algunos aspectos, el resultado final es bastante satisfactorio, pues es resultado de la cavilación de unas preocupaciones que han sabido plasmarse en fotografías y han hecho cuestionarme mis propios hábitos fotográficos.

6. Conclusions

This TFG has been a project that has arisen from my own social concerns and worries about topics that have been addressed meanwhile the degree. Even if the topic is not focussed in any of the signatures from the degree, the truth is that the way in which the project has been produced and the different approaches that are carried out in it do have a relation with the degree. In order to fulfill the project it was necessary a lot of readings and investigation as well as time for reflection and observation, with the only objective of reaching a photographic project that was able to express the worries of a young generation about the invasion of Internet and the addictions that social media has created. But, above all, this project is the result of an actual reality in which I find myself every day when I use Instagram: the lack of originality and creativity when it comes to publishing images and the fear that the evolution of photography continues that way, a way in which Valencia would only be seen as the superstructures that can be found in it.

Even though I'm satisfied with the results of the project, the truth is that in some aspects I think that the project needs more development. The topics addressed are that broad that need a lot of time for reflection, that is the reason why they haven't been dealt in its totality. It is also true that over the realization of the project I have found some conceptual complications that conflicted with the baggage and the visual imaginary in which I have been educated. So, from my point of view, the second part of the project could have been more developed with some more investigation about the "Postcard landscape" and with more time for reflection about the topic. This way, the parts of the project that verse about the reapropiation of images and the touristic photography, as well as the influence of social media, have been way more developed that the part of the project that deals with the "Postcard landscape". In addition, at the beginning of the project I had the purpose of making a non-documental project, but in the end this project could be a documental project about the gaze of the tourists.

Nevertheless, through the making of this project I have extended my knowledge about photography and its evolution, especially in the last decade, and the way in which tourism is addressed in photography. In addition, I have also checked different works, which have served as inspiration when making my own project. Another aspect that I would like to highlight about the creation of this project is that it has been very useful to get to know my city better, a place that I have seen so many times but that I now look with different eyes. With this whole process of documentation I have immersed myself into Valencia in a way I had never experienced, as I have explored all the details of each of the touristic spots in the city, finding things that I had never seen in it. This analysis has also made me reflect, as a citizen but also as a tourist of other places. I know think twice before taking a picture, as I reflect about the essence of the place I'm in and what I want to portray in the photo, but I also reflect about what I want to share in my profiles on social media.

The result of the project not only considers the final result of the photographs but also the whole process of learning and the reflections that have been carried out in order to finish the project. This is why I would like to highlight that, even if there are some aspects that can be more developed, the final result is rather gratifying, as is the result of the reflection of some worries that I have been able to convert in images and that have made me think about my photographic habits.

7. Bibliografía

AFOM (2018). Ansel Adams y el sistema de zonas. [en línea] [Fecha de consulta 05/05/19] Disponible en: <https://afom.org.es/wp-content/uploads/2018/03/20180315-AFOM-Charla-Ansel-Adams-r0.pdf>

After Walker Evans (2019). [en línea] [Fecha de consulta: 12/02/19] Disponible en: <http://www.afterwalkerevans.com/imagesA.html>

Ahijado, Mariano (2017). *Mira bien esta foto y comprueba lo grotesco que es ejercer de turista*. El País. [en línea] [Fecha de consulta: 28/03/19] Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/11/13/icon/1510593681_097976.html

Ajuntament de València (2019) Convocatoria de subvenciones para programaciones y proyectos culturales 2019 [en línea] [Fecha de consulta: 15/06/19] Disponible en: http://www.valencia.es/ayuntamiento/tablon_anuncios.nsf/vDocumentosWebListado/1A05ABE9ED8FBBF3C12583DF003A6470?OpenDocument&lang=1&nivel=13&bdOrigen=

Andrade, Carla (2012) *Paths to Land* [en línea] Disponible en: <https://carlafernandezandrade.com/Paths-to-Land>

Área de Competitividad Turística (Agència Valenciana del Turisme) (2017). *Balance turístico Comunitat Valenciana 2017 (acumulado Noviembre y proyecciones anuales)*. [en línea] [Fecha de consulta: 10/05/19] Disponible en: http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/anuarios/Balance_ano_2017.pdf

Centre del Carme Cultura Contemporània (2019) [en línea] [Fecha de consulta: 15/06/19] Disponible en: <http://www.consorcimuseus.gva.es/centro-del-carmen/?fbclid=IwAR3vb3rcj-i6pIC-IFBbMpBwSVnxRQFbpd7JbmlmzXKxY1ak25aRGvpPql>

Cabrerizo, Casilda, Rodríguez, Granalí y Rodríguez, Isabel (2010-2011) *La imagen postal y el lugar turístico*. España: Universidad Carlos III de Madrid

Colorado, Oscar (2012). *Géneros y subgéneros en la fotografía artística contemporánea*. [en línea] [Fecha de consulta: 10/05/19] Disponible en: <https://oscarenfotos.com/2012/08/05/generos-y-subgeneros-en-la-fotografia-contemporanea/>

Colorado, Oscar (2013). *El paisaje industrial de Bernd y Hilla Becher*. [en línea] [Fecha de consulta: 23/03/19] Disponible en: <https://oscarenfotos.com/2013/09/29/el-paisaje-industrial-de-bernd-y-hilla-becher/>

Colorado, Oscar (2014). *Postfotografía: informe especial*. [en línea] [Fecha de consulta: 05/05/19] Disponible en: https://oscarenfotos.com/2014/08/23/postfotografia/#_edn22

Creadores (2013) *Joan Fontcuberta-La postfotografía*. Rteve. [en línea] [Fecha de consulta: 10/05/19] Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/creadores/aventura-del-saber-joan-fontcuberta-postfotografia/1870690/>

Cultura Inquieta (2019). *Yolocaust, la perturbadora reprimenda a los turistas que se hacen fotos "divertidas"*, abril 2019. [en línea] [Fecha de consulta: 15/03/19] Disponible en: <https://culturainquieta.com/es/lifestyle/item/15446-yolocaust-la-perturbadora-reprimenda-a-los-turistas-que-se-hacen-fotos-divertidas.html>

De Lucas, Andrea (2019). *Críticas desde Auschwitz a las 'fotos de posturoo' de los turistas*. Elplural.com. [en línea] [Fecha de consulta: 25/03/19] Disponible en: https://www.elplural.com/sociedad/criticas-desde-auschwitz-a-las-fotos-de-posturoo-de-los-turistas_213082102

Foncuberta, Joan (2010). *La cámara de Pandora: La fotografi@ después de la fotografía*. España: Gustavo Gili.

Foncuberta, Joan (2016) *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. España: Galaxia Gutenberg

Getty Images (2015). *Carleton E. Watkins: The photographer who saved Yosemite Park*. [en línea] [Fecha de consulta: 05/05/19] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=hsnfaH53Lwg>

Gusi, Albert (2015) *Caminar en Círculo* [en línea] Disponible en: <http://www.30y3.com/albert-gusi-caminar-en-circulo/>

Instagram (2019). *Photoclubvalencia*. [en línea] [Fecha de consulta: 10/11/18] Disponible en: <https://www.instagram.com/photobookclubvalencia/>

Khan, Idris (2004) *Every...Bernd And Hilla Becher* [en línea] Disponible en: <https://www.guggenheim.org/artwork/21637>

Khan, Idris (2007). *Idris Khan: "Bernd and hilla Becher" Works (photography)*. [en línea] [Fecha de consulta: 23/03/19] Disponible en: <http://azurebumble.wordpress.com/2011/02/23/idris-khan-bernd-and-hilla-becher-works-photography/>

Kandalgaonkar, Neil (2005) *50 people see the Eiffel Tower* [en línea] Disponible en: <http://neilk.net/blog/2005/03/15/50-people-see/>

La vanguardia (2019). *Los vecinos de la calle de París más famosa en Instagram amenazan con cerrarla*, Marzo, 2019. [en línea] [Fecha de consulta: 15/03/19] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20190307/46900754886/rue-cremieux-paris-vecinos-hartos-turistas-instagram.html>

Leonora Santillán, Vilma (2010). *La fotografía como creadora de la imagen de un destino turístico. Buenos Aires a través de sus tarjetas postales*. Revista Pasos de Turismo y Patrimonio Cultural. [en línea] [Fecha de consulta: 10/05/19] Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/8110/PASOS19.pdf#page=79>

Levine, Sherrie (1981). *Introducción al arte de apropiación y obra de Sherrie Levine*. [en línea] [Fecha de consulta: 05/05/19] Disponible en: <https://b1mod.wordpress.com/2013/04/13/inicios-del-arte-de-apropiacion-y-obra-de-sherrie-levine/>

Llop, Paco (2017) *El río invisible* [en línea] Disponible en: <https://masterfotografia.es/alumnos/paco-llop/el-rio-invisible/>

Margolles, Juan (2017) *Túria* [en línea] Disponible en: <http://juanmargolles.com/portfolio/turia/>

Martín, Marta (2006). *¿Ha muerto la fotografía? reflexiones en torno a la fotografía y la posfotografía*. [Fecha de consulta: 21/05/19] Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78651/forum_2006_29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martín Prada, Juan (2015) [2012]. *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*. España: Akal.

Martín Prada, Juan (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. España: Akal.

Palou, Neus (2019). *Una avalancha de 'Instagramers' casi arruina la floración de amapolas en California*, marzo, 2019. [en línea] [Fecha de consulta: 15/03/19] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/natural/tu-huella/20190321/461154613841/super-bloom-floracion-amapolas-california-avalancha-turistas-instagramers-caos-selfies.html>

Parr, Martin (1995) *Small World*. Italia: ProStampa Sud Graphica Editoriale.

Portalic (2015). *¿Ha ido demasiado lejos Richard Prince con Instagram o realmente ha creado arte?*. Europapress. [en línea] [Fecha de consulta: 17/02/19] Disponible en: <https://www.europapress.es/portalic/socialmedia/noticia-ido-demasiado-lejos-richard-prince-instagram-realmente-creado-arte-20150603134040.html>

Raïm (2017-2019). [en línea] [Fecha de consulta: 10/11/18] Disponible en: www.raim.es

Ruiz Espinal, Maria Antonia (2019). *Una mirada al presente a través del lente de Martin Parr*. [en línea] [Fecha de consulta: 28/03/19] Disponible en: <https://www.revistaarcadia.com/agenda/articulo/una-mirada-al-presente-a-traves-del-lente-de-martin-parr/72880>

Shapira, Shahak (2017) *Yolocaust* [en línea] Disponible en: <https://yolocaust.de>

Salmerón, Cristina (2017). *Postfotografía: ¿qué es y por qué dicen que le robó la pista a la fotografía?*. [en línea] [Fecha de consulta: 10/05/19] Disponible en: <http://malvestida.com/2017/08/postfotografia-que-es-y-por-que->

esta-desplazando-a-la-fotografia/

Sontag, Susan (1979) [1977]. *On Photography*. Reino Unido: Penguin. [en línea] [Fecha de consulta: 10/05/19] Disponible en: <http://writing.upenn.edu/library/Sontag-Susan-Photography.pdf>

Vionnet, Corinne (2005). Photo Opportunities. [en línea] [Fecha de consulta: 08/02/19] Disponible en: <http://www.corinnevionnet.com/photoopportunities.html>

Zas Marcos, Mónica y Luna, José Antonio (2019). *Auschwitz a través de filtros de Instagram: la memoria del horror lucha por no caer en la frivolidad*. Eldiario.es. [en línea] [Fecha de consulta: 28/03/19] Disponible en: https://www.eldiario.es/cultura/fenomenos/Auschwitz-filtros-Instagram-memoria-frivolizacion_0_881911970.html

30y3 (2010-2019) [en línea] [Fecha de consulta: 10/11/18] Disponible en: www.30y3.com

8. Anexos

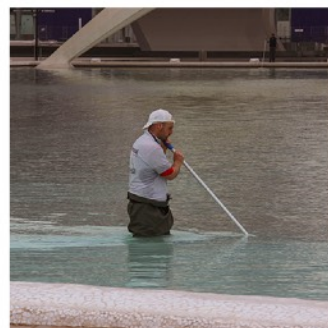
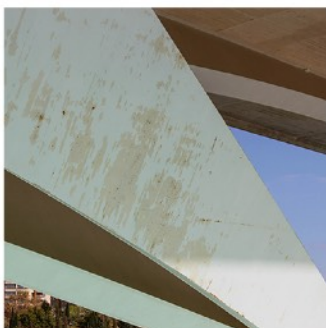
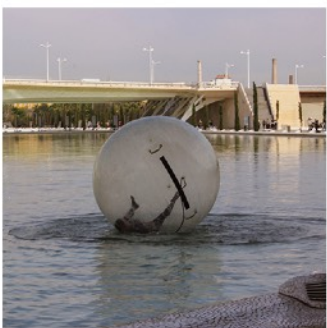
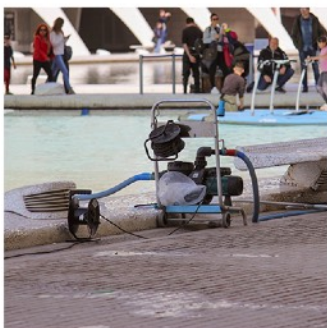
Anexo 1. Documentación lugares turísticos de Valencia

Torres de Serrano, Valencia



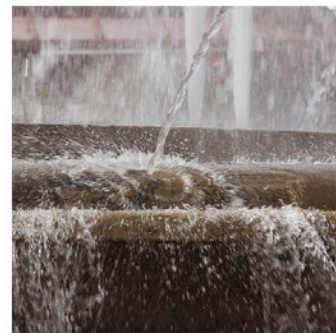
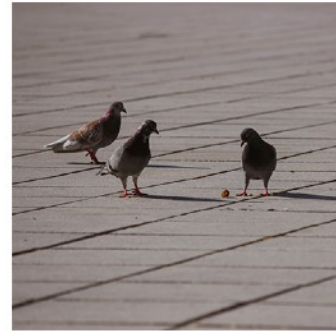
Postales de una Valencia reencuadrada

Ciudad de las Artes y las ciencias, Valencia



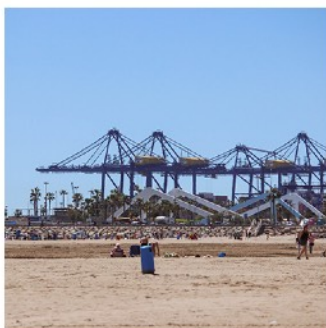
Postales de una Valencia reencuadrada

Plaza del Ayuntamiento, Valencia



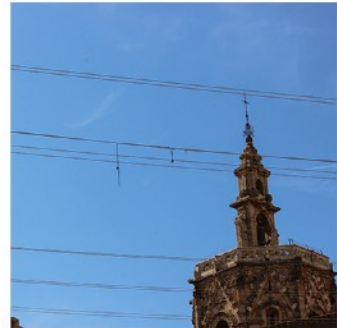
Postales de una Valencia reencuadrada

Playa de la Malvarrosa, Valencia



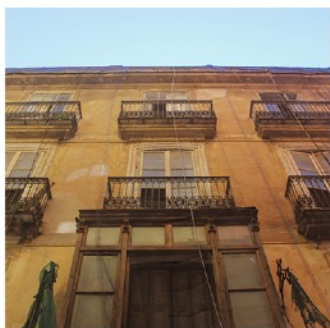
Postales de una Valencia reencuadrada

Plaza de la Virgen, Valencia



Postales de una Valencia reencuadrada

El Carmen, Valencia



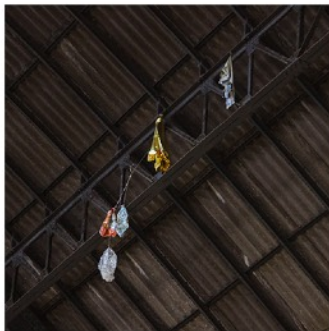
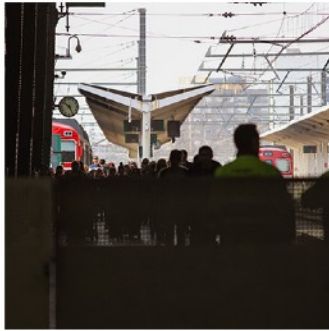
Postales de una Valencia reencuadrada

Plaza de la Reina, Valencia



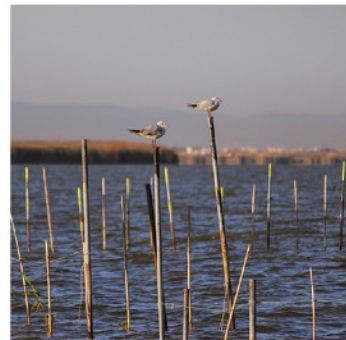
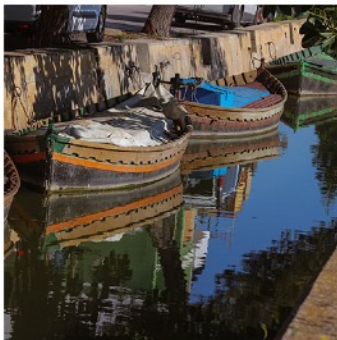
Postales de una Valencia reencuadrada

Estación del Norte, Valencia



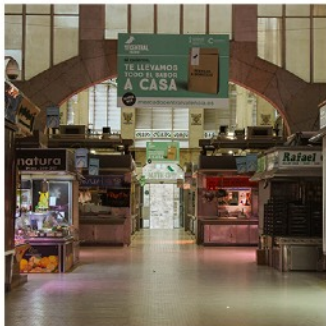
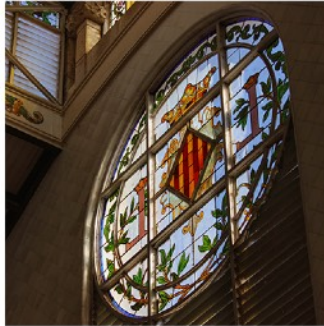
Postales de una Valencia reencuadrada

L'Albufera, Valencia



Postales de una Valencia reencuadrada

Mercado Central, Valencia



Anexo 2. Currículum Vitae



Aitana García Gómez (23826741Y), 21 años, reside en Valencia-Castellón. Estudiante de último año de carrera de Comunicación Audiovisual en la Universidad Jaume I (UJI). Gran pasión por el cine y la fotografía. Gran capacidad de auto aprendizaje y trabajo en equipo. Ilusión por participar en nuevos proyectos, adquirir más formación y poder presentar mis ideas.

FORMACIÓN

2009-2012: **Educación Secundaria** en el Colegio Juan Comenius, Valencia

2013-2015: **Bachillerato Humanidades y Ciencias Sociales** (Letras puras) en el Colegio Juan Comenius, Valencia

2015-2019: **Grado en Comunicación Audiovisual (CAV)** en la Universidad Jaume I (UJI), Castellón de la Plana

2019: Prácticas en **Eye Slice Pictures**

PROYECTOS

2014 - Ganadores de **“La creatividad no está en crisis”** en nombre del Colegio Juan Comenius

2016 - Productora y realizadora del serial radiofónico **“Las 1001 noches”**

2016-2017: Redactora en la revista de crítica de cine **“Erebus”**

2017 - Guionista y Jefa de producción del corto **“Paranoide”**

2018 - Sript y Jefa de producción en el corto **“El viaje”** junto al grupo On Focus

EXPERIENCIA

2016 - Curso de doblaje en la Universidad Jaume I (UJI)

2017 - Teleprompter en informativo de la Universidad Jaume I (UJI)

2018 - Curso de fotografía en la LENS (Escuela de artes visuales)

2019 - Delegada de producción de los Premios Fugaz 2019

2019 - Ayudante de producción en el cortometraje “Cicatriz” de Carlos G. Velasco

2019 - Sript y Jefa de producción en Spot El Greco, Toledo

IDIOMAS

Castellano, Valenciano, Inglés (C1), Frances (B1)