

HOTEL MEDIODIA

EL TURISMO COMO FENÓMENO GENERADOR DE PAISAJES

CARLOTA BERNAD

Trabajo Fin de Grado. Bellas Artes

Dirección: Holga Méndez Fernández

Universidad de Zaragoza, Campus de Teruel

Facultad de CC. SS. y Humanas

2012-2013

1. Presentación	6
2. Introducción	7
3. Objetivos	8
4. Un mundo en proceso de cambio	
- La ciudad moderna	9
- Una ventana abierta al mundo	13
5. El auge del turismo	16
6. Referentes	20
7. Elaboración del proyecto	
- Metodología de trabajo	24
- Proceso	26
8. Conclusiones	28
9. Bibliografía	30
10. <i>Hotel Mediodía</i> : Fotografías	32

CARLOTA BERNAD PERIÉ
carlotabernad@live.com

Actualmente finalizando estudios de Bellas Artes y cursando Máster Internacional de Fotografía Documental Contemporánea en Efti.

Exposiciones colectivas

2010

Entre Azules, José Beulas. Galería A del arte, Zaragoza. Visiones de África. Casa del Cable de Javea. Visiones de África. Sala de exposiciones del ayuntamiento de Oliva. Arte joven Aragón. Museos de Huesca, Zaragoza y Teruel.

2011

Goya, Sala de la juventud de Teruel.

2012

Visiones femeninas, Escuela de arte de Teruel. Proyección Photofest 2012, Querétaro. Galería Alternativa. Calle de la Libertad, Zaragoza. Sin fronteras Zaragoza. Galería Alternativa. Balcón de San Lázaro, Zaragoza. Fragmentos de pensamiento. Sala de la Juventud de Teruel. La noche en Blanco, Galería Alternativa. Pasaje del Ciclón, Zaragoza. Reflejos, Galería Alternativa. Bar Bu!, Zaragoza.

Premios

2010

Concurso Entre Azules, José Beulas. Tercer premio Arte joven Aragón.

2012

Photofest Querétaro 2012. Dentro de las 50 mejores fotografías del concurso.

Colaboraciones

2009

Participación en el proyecto Laboratorio Límite. Campus de Teruel, Universidad de Zaragoza.

2012-2013

Prácticas con el fotógrafo José Luis Tabueña

2013

Feria Jääl Photo de fotografía en Madrid.

Cursos

2009

Diseño de páginas web.

2010

Procesos fotográficos. Técnicas antiguas en tiempos modernos. Video y montaje digital.

2011

Fotografía digital y photoshop.

2012

Fotografía cinematográfica.

2013

La fotografía en el mercado del arte. Fundación FiArt.

Publicaciones

2010

Catálogo Arte Joven Aragón.

Becas

2011

Beca Erasmus en la Universidad de Bellas Artes de Sakarya. Turquía.

2012-2013

Beca Sicue en la Universidad Complutense de Madrid. España.

1. PRESENTACIÓN

La fotografía es una herramienta para tratar con cosas que todos conocen pero a las que nadie presta atención. Mis fotografías se proponen representar algo que ustedes no ven.

Emmet Gowin

Siempre he sido una persona que se fija en los pequeños detalles: una cara, un lugar, un gesto; cosas que nos rodean en nuestro día a día y a las que, quizás por nuestro ritmo de vida o por cotidianas, no se les presta atención ni se les confiere el valor que de verdad tienen. Por ello, mi trabajo se centra principalmente en la documentación, narración y captura de esas pequeñas cosas intentando evitar con ello que pasen desapercibidas.

Quizás por esa necesidad de capturar el instante me he centrado más durante mis últimos años de carrera en la fotografía y los medios audiovisuales, al parecerme éstos por su inmediatez y fidelidad los más adecuados para llevar a cabo mis proyectos.

He vivido y estudiado gran parte de mi vida entre Huesca y Teruel, las dos ciudades pequeñas y poco transitadas. Por ello, este año que he pasado en Madrid me ha llamado especialmente la atención la gran cantidad de turismo que hay y la transformación tanto social como geográfica que éste supone. En este contexto surge *Hotel Mediodía*.

2. HOTEL MEDIODIA. INTRODUCCIÓN

*El nuestro es un mundo pequeño donde todo es cada vez más uniforme, donde todo se parece a todo.*¹

El centro de Madrid, así como el de otras muchas ciudades, se ha convertido en una especie de parque recreativo del turista creado para satisfacer sus necesidades más superficiales. Postales de monumentos importantes, camisetas de los más conocidos equipos de fútbol, peinetas y gorras con el toro abarrotan las estanterías de las tiendas de recuerdos reduciéndolo todo a un estereotipo basado en la visión subjetiva del visitante anónimo.

Como las tiendas de recuerdos, surgen por y para el turismo de masas todo tipo de negocios y formas de entretenimiento: restaurantes de comida típica, vendedores ambulantes y artistas disfrazados en las calles que globalizan las costumbres y el paisaje haciendo que se disuelvan las “identidades locales”.

A lo largo de los siguientes capítulos se desarrolla y estudia esta realidad a partir de los diferentes factores que la propiciaron.

¹ VEGA, Carmelo; Lógicas turísticas de la fotografía, Ediciones Cátedra, Madrid 2011, p. 153

3. OBJETIVOS

El objetivo principal de este proyecto es, entonces, estudiar la influencia del turismo –como fenómeno transformador de paisajes, globalizador de costumbres y creador de tópicos y estereotipos- partiendo de los dos factores más importantes que lo impulsaron: el aumento desmedido de la población en los núcleos urbanos y el desarrollo de nuevas vías de comunicación, y relacionándolo paralelamente con la fotografía en tanto elemento crucial para su desarrollo.

A partir de este estudio y como conclusión, se ha realizado un reportaje fotográfico que documenta dicha influencia -tomando como ejemplo final la ciudad de Madrid- y que trata de reflejar esa capacidad del turismo de ‘generar paisajes’ a la que se hace alusión en el título del trabajo. Entendiendo ‘generar paisajes’ no sólo como una referencia a la transformación de la ciudad desde el punto de vista urbanístico o arquitectónico, sino también a la transformación de la ciudad como suma de los elementos y factores socioculturales que intervienen en ella y la conforman.

El paisaje que se intenta retratar en las fotografías es un paisaje compuesto por calles, parques, tiendas y edificios, pero también por personas y actitudes, por colores, por los tópicos que el turismo le impone.

4. UN MUNDO EN PROCESO DE CAMBIO

LA CIUDAD MODERNA

Ya en el siglo XIX, con el aumento desmedido de la población en los núcleos urbanos consecuencia de la Revolución Industrial, atisbamos los primeros cambios a partir de los cuales se irían configurando las formas elementales de los espacios turísticos.

Entre 1853 y 1870 la aparición de los grandes bulevares en París supuso no sólo una reforma del paisaje urbano para facilitar el tránsito, sino también un cambio en las relaciones sociales resultado de un nuevo escenario en el que predominaba la masa, el grupo, frente al individuo. En adelante, ciudades de todo el mundo tomarían ejemplo influenciadas por el innovador planteamiento urbanístico.

En 1859 Baudelaire empieza a concebir una nueva teoría estética basada en la vida moderna en las grandes ciudades. En su poema *Las multitudes*, la ciudad se convierte en un obstáculo en el camino del hombre como “persona individual” y, como tal, ésta supone una liberación para el que disfruta de las ventajas de anonimato que la modernidad implica, y a la vez un caos para el que lo sufre.

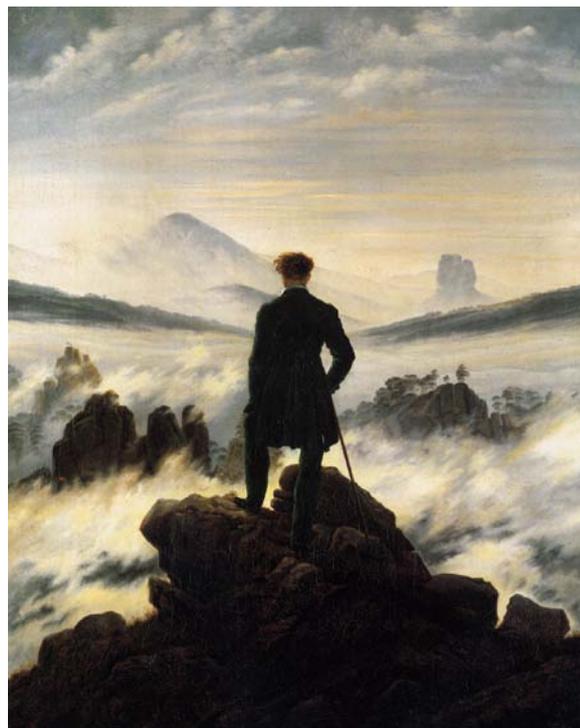
No todo el mundo tiene el don de bañarse en la multitud: gozar de la muchedumbre es un arte, y sólo puede entregarse a esa orgía de vitalidad, a costa del género humano, aquel a quien un hada infundió en la cuna el gusto por el disfraz y la máscara, el odio al hogar y la pasión por los viajes.

Muchos artistas de la época trataron este tema en sus obras como testigos de un mundo en proceso de transformación, un mundo de paisajes caóticos y uniformes que avanzaba rumbo a la despersonalización total. Ya no encuentran su fuente de inspiración en la naturaleza como hacían los románticos, sino en la ciudad. Buscan la implicación y el contacto con la vitalidad de la ciudad moderna; son, a parte de observadores, partícipes del mundo en el que viven.



George Grosz
Metropolis, 1916-17

Estas dos imágenes, ilustran a la perfección esa transformación que el aumento de la población y el predominio de la masa supuso tanto en las relaciones sociales como en la relación con el paisaje:



Caspar David Friedrich
El caminante frente al mar de niebla, 1818



Anónimo
Excursión al Monte Rigi, 1875

Y no solo los pintores, también escritores, psicólogos, filósofos y sociólogos se interesaron por este nuevo “escenario social”. En un relato de Edgar Allan Poe encontramos una de las más bonitas descripciones de ese caos que empezaba a gobernar las grandes ciudades:

La gran mayoría de los que iban pasando tenían un aire tan serio como satisfecho, y sólo parecían pensar en la manera de abrirse paso entre el apiñamiento. Fruncían las cejas y giraban vivamente los ojos; cuando otros transeúntes los empujaban, no daban ninguna señal de impaciencia, sino que se alisaban la ropa y continuaban presurosos. Otros, también en gran número, se movían incansables, rojos los rostros, hablando y gesticulando consigo mismos como si la densidad de la masa que los rodeaba les hiciera sentirse solos. Cuando hallaban un obstáculo a su paso, cesaban bruscamente de mascullar, pero redoblaban sus gesticulaciones, esperando con sonrisa forzada y ausente a que los demás les abrieran camino. Cuando los empujaban, se deshacían en saludos hacia los responsables, y parecían llenos de confusión. Pero, fuera de lo que he señalado, no se advertía nada distintivo entre esas dos clases tan numerosas.²

² POE, Edgar Allan; *El hombre de la multitud*, Cuentos (Vol. 1), Alianza Editorial, Madrid 1994, p. 246.

Es en el libro *La psychologie des foules -La psicología de las masas* (1895)- del psicólogo y sociólogo francés Gustave Le Bon, donde encontramos las primeras y más importantes reflexiones sobre el tema. En él, el autor analiza la disolución del individuo dentro de la masa y define este proceso como una metamorfosis que transforma el comportamiento del sujeto, haciendo que los pensamientos individuales desaparezcan para ser suplantados por “la mente colectiva de la masa”.³

A raíz de *La psicología de las masas*, Sigmund Freud escribe en 1920 el libro *Psicología de las masas y análisis del yo*, en el que atribuye el poder de sugestión de la masa del que hablaba Le Bon a cuestiones de libido y deseo.

Dentro del campo de la filosofía, José Ortega y Gasset publica en 1930 otra de las principales obras sobre este tema, *La rebelión de las masas*:

*Las ciudades están llenas de gente (...) Los hoteles llenos de huéspedes. Los trenes llenos de viajeros (...) Los espectáculos, como no sean muy extemporáneos, llenos de espectadores. Las playas llenas de bañistas. Lo que antes no solía ser un problema, empieza a serlo casi de continuo: encontrar sitio.*⁴

³ http://www.laeditorialvirtual.com.ar/pages/LeBon/LeBon_PsicologiaDeLasMasas.htm

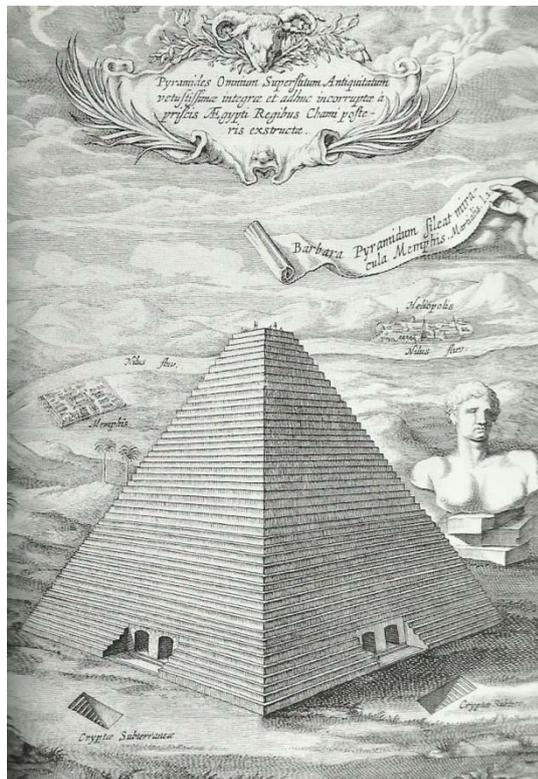
⁴ ORTEGA Y GASSET, José; *La rebelión de las masas*, Tecnos, Madrid 2003, p. 42

UNA VENTANA ABIERTA AL MUNDO

Además del aumento de la población en el entorno urbano, la Revolución Industrial supuso el desarrollo de nuevas vías de comunicación y, como consecuencia, viajar se convertiría en el mejor remedio a la incipiente necesidad social de libertad y evasión del ajetreo de la vida cotidiana. El placer del viaje -que antes estaba reservado sólo a unos pocos afortunados- se convirtió en accesible para muchos.

Paralelamente a esta forma de viajar como entretenimiento aparece la fotografía y, es en el momento del simultáneo nacimiento de ambas, donde encontramos los primeros indicios del surgimiento de lo que hoy llamamos turismo.

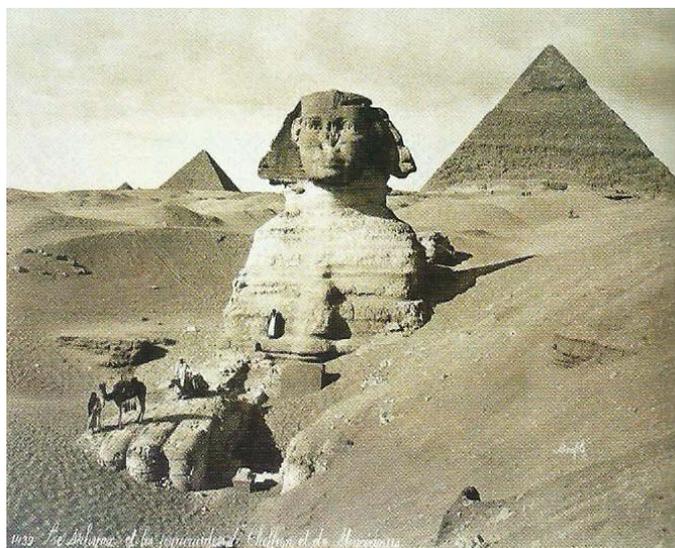
En el siglo XIX la aparición del primer daguerrotipo supuso una nueva forma de entender el viaje. Antes de la cámara fotográfica, lo único que se sabía de otros lugares era lo que los viajeros -los pocos que por entonces podían acceder a contemplarlos- habían dado a conocer de ellos a través de sus historias o dibujos. Ahora, sin embargo, cualquiera podía experimentar la visión del viajero y “recorrer” el mundo entero a través de sus fotografías.



Athanasius Kircher
La pirámide de Keops, 1679

*Las primeras fotografías fueron consideradas un prodigio porque, mucho mas directamente que cualquier otra forma de imagen visual, presentaban la apariencia de lo que estaba ausente (...) la apariencia del mundo es la confirmacion mas amplia posible de la presencia del mundo, y asi, la apariencia del mundo continuamente propone y confirma nuestra relacion con esa presencia, que alimenta nuestra razon de ser.*⁵

Ahora que, gracias a la cámara fotográfica, cualquiera podía registrar la realidad de los lugares que visitaba, el viaje por el viaje dio paso a lo que Carmelo Vega llama en su libro *el viaje útil*, que *vinculaba la experiencia del viaje al beneficio cultural y científico del conocimiento del mundo.*⁶



Bonfils
La esfinge y las pirámides de Kefrén y de Micerino,
1870

En 1859 la fotografía consiguió hacerse un hueco en el Salón de París, pero para los artistas, los críticos y el público en general ésta seguía siendo sólo eso: una forma de representación al servicio del conocimiento científico y cultural del mundo, una especie de catálogo de lugares y experiencias. Según Baudelaire, la fotografía estaba obligada y limitada a representar *lo que se ve*, a *dar a los objetos la precisión que le falta a la memoria.*

⁵ BERGES, John y MOHR, Jean, *Otra manera de contar*, Ed. Mestizo, Murcia, 1997, p. 87

⁶ VEGA, Carmelo; *Lógicas turísticas de la fotografía*, Ediciones Cátedra, Madrid 2011, p. 83-84

La fotografía mostraba al mundo por fin una visión exacta, verdadera y fiel de la realidad alejada de la subjetividad de los dibujos e ilustraciones ya existentes que, a partir de entonces, serían considerados más como una forma de arte e interpretación del paisaje que como una verdadera reproducción de él.

Es por esta forma de concebir la fotografía como instrumento para transportar el mundo y capturarlo en un papel, que la cámara fotográfica se acabaría convirtiendo en elemento indispensable en el equipaje de todo turista.

Más adelante veremos como estas imágenes, antes usadas para transportar experiencias, culturas y paisajes de todo el mundo hasta las casas del que no había estado ahí para verlos, se acabarían convirtiendo con el auge del turismo en una forma de reclamo usada por las agencias y guías de viajes para educar al turista sobre lo que debía ver y visitar en cada lugar, reduciendo el mundo a una serie de tópicos que acabarían influyendo tanto en la forma de mirar el paisaje como en el propio paisaje.

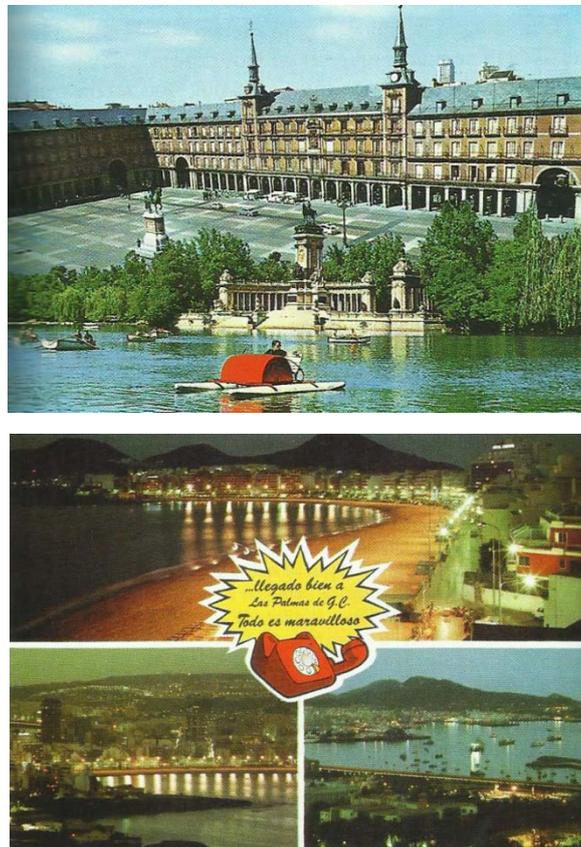
5. EL AUGE DEL TURISMO

Nuestra época prefiere la imagen a las cosas, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia y la simulación al ser. Sólo la ilusión es sagrada.

Ludwig Feuerbach

Con la expansión del turismo en tanto fenómeno de masas la imagen fotográfica - concebida inicialmente como vehículo transportador de lugares y experiencias y ventana abierta al mundo- fue degenerando hasta convertirse en una forma de estimular los deseos del turista y generar necesidades a través de la construcción de imágenes idealizadas e irreales del destino turístico.

La tarjeta postal se convirtió, pues, en un elemento esencial del turismo masivo que orientaba al turista sobre los lugares que debía visitar, reduciendo el mundo a un conjunto de imágenes estereotipadas, simplificadas y artificiales.



Como la cámara fotográfica, la tarjeta postal cumple una doble función: es a la vez un documento o “trofeo” del viaje que certifica que “hemos estado allí”; y una forma de interpretación y acercamiento a la realidad que opera de intermediaria entre el lugar de destino y el turista como consumidor frívolo y acelerado, sin tiempo para pararse y profundizar en las cosas.

Postales, guías de viaje, agencias turísticas con itinerarios ya establecidos..., en el turismo contemporáneo no hay tiempo para el placer de explorar nuevos territorios, de perderse, de descubrir y experimentar el paisaje sin ideas preconcebidas propio de los viajeros inaugurales del siglo XIX.⁷

Madrid en un día



★★★★★ (1 Vote)

f Share 0



9-10.30 horas. Arrancamos en la **Puerta del Sol**, centro de Madrid. Pasea por la plaza y no olvides fotografiarte junto al Oso y el Madroño, uno de **los** símbolos de la ciudad. Después dirige tus pasos a la calle Arenal y busca la chocolatería San Ginés donde **puedes** ☑ desayunar un chocolate con churros.

10.30-12.30 horas. Para **bajar** el desayuno camina hasta el **Teatro Real**, rodéalo y descubrirás el **Palacio Real** junto con la Catedral de Nuestra Señora de la Almudena. Disfruta de este conjunto arquitectónico. **Puedes** ☑ visitar el interior del Palacio y los Jardines Sabatini o el Campo del Moro.

12.30-14 horas. Por la calle Mayor nos adentramos en el **Madrid de los Austrias**. Aquí no **puedes** ☑ dejar de visitar la **Plaza Mayor** y disfrutar de un aperitivo: ¿qué tal una caña y un bocadillo de calamares sentado en una de sus terrazas? Después échale un vistazo a las tiendas de sellos y monedas que hay por los alrededores, a lo mejor encuentras algún tesoro... Sal de la Plaza por el Arco de Cuchilleros y piérdete entre las estrechas calles de esta zona.

⁷ Imagen: <http://www.turismomadrid.es/madrid-en-un-dia>

Pero la realidad es que la visión idílica representada en las postales y difundida en la propaganda turística está muy lejos de ser cierta. En ocasiones, la complejidad y riqueza de muchas ciudades se ha visto gravemente afectada por el turismo y su capacidad para simplificar los lugares y convertirlos en objetos comerciales, en museos vivientes en pro del beneficio económico y el disfrute del visitante anónimo.

He elegido este fragmento del libro *Apología turística de España* de Rafael Calleja porque, aunque fue escrito en 1943, describe perfectamente la situación actual de muchas ciudades que como Madrid, y debido al turismo, han perdido parte de su autenticidad cultural para acabar transformándose en estereotipos de sí mismas:

*Madrid, hoy, irrecuperablemente mejorado, ha perdido su personalidad genuina (...) Ya es una ciudad grande, y empieza a ser como las otras. (...) cada rincón abrupto del planeta, cada secreto seguro deleitoso, van estando ya tan sobados como solo estaban la Gran Pirámide o la Torre Eiffel.*⁸

El turismo, como los miradores que hay en los parques desde donde nos paramos a contemplar las vistas de la ciudad, nos ciega y aleja de la realidad, de la experiencia de entender y experimentar -por nosotros mismos y en su totalidad- el paisaje, y lo disfraza para el regocijo del visitante, que lo que espera encontrar es la imagen idílica que ha visto en las postales y no la realidad.

*El turismo es también (...) un fenómeno generador de paisajes; por un lado modifica el territorio, es decir, lo urbaniza turísticamente adaptando el espacio urbano y geográfico a sus necesidades; por otro, crea e inventa nuevos espacios (...) que funcionan como sucedáneo de lo real. Lo curioso es que a ellos asistimos con la intención de “ver” y conocer el mundo, de sentir lo que sentiríamos si pudiésemos estar ante el original.*⁹

⁸ CALLEJA, Rafael; *Apología turística de España*, Dirección General del Turismo, Madrid 1943, p. 31-32

⁹ VEGA, Carmelo; *Lógicas turísticas de la fotografía*, Ediciones Cátedra, Madrid 2011, p. 159

Para seguir hablando sobre el paisaje, sería necesario recordar su significado. El Diccionario de la Real Academia Española define así el término *paisaje*:

1. m. Extensión de terreno que se ve desde un sitio.
2. m. Extensión de terreno considerada en su aspecto artístico.
3. m. Pintura o dibujo que representa cierta extensión de terreno.

Tomando como referencia esta definición se podría decir, entonces, que el paisaje es un aspecto visible y perceptible del espacio y, aunque esta es -desde mi punto de vista- una deducción un tanto genérica para un concepto con tantas connotaciones como el de *paisaje*, es curioso como en cierto modo, la necesidad de la existencia de alguien que lo perciba y lo analice está implícita en ella.

El paisaje no es solo una porción de terreno que “está ahí”, es también una construcción, una forma de ver el mundo impregnada de connotaciones culturales e ideológicas, un producto resultado de la sociedad y de la cultura que se desarrolla en ese lugar y que lo convierten en algo único y en continua evolución. Por ello, conservar la autenticidad de un paisaje no significa mantenerlo intacto, sino mantener la especificidad y originalidad de los elementos que lo constituyen.

Paisaje y turismo son, entonces, dos realidades fuertemente relacionadas y es sorprendente que, siendo como es el paisaje un elemento fundamental y necesario en cualquier oferta turística, sea precisamente el turismo uno de los principales causantes de su degradación.

En muchas ciudades el impacto que ha tenido la generación de nuevas infraestructuras turísticas ha supuesto para el equilibrio entre el paisaje real y el paisaje turístico una importante ruptura cultural, convirtiéndolo con ello, en algo a mitad de camino entre lo real y lo imaginario o artificial.

6. REFERENTES

A parte de algunos de los artistas que ya se han ido nombrando a lo largo de los anteriores capítulos, mis principales referentes a la hora de llevar a cabo este proyecto han sido Thomas Struth, Martin Parr, Reiner Riedler y Duane Hanson.



Imagen 1: Thomas Struth. Museo del Prado, Madrid 2005
Imagen 2: Thomas Struth. *Hermitage 1*, San Petesburgo 2005

Thomas Struth, más en concreto, por su serie *Museum photographs*, en la cual el artista retrata la relación del público con las obras y propone una reflexión sobre el

arte. Me llamaron la atención estas fotografías porque, aunque lo que él se plantea al realizarlas es el diálogo entre público-espacio-arte, para mí están estrechamente ligadas con la práctica del turismo: grupos en masa de personas escuchando los comentarios del guía con folletos y mapas en la mano, niños de excursión tomando apuntes de lo que el profesor les cuenta sobre una pintura, gente que hace fotos o escucha a través de los auriculares la historia detrás de una obra, caras que miran sin ver y gestos que sugieren más la obligación o actitud de turista de ir ‘para poder decir que has estado’ que el placer de la contemplación.

Es imposible realizar cualquier trabajo sobre el turismo sin nombrar al fotógrafo Martin Parr. En sus series *The last resort* (1986) o *One day trip* (1989) el artista documenta lo peor del turismo: su frenética actividad y la decadencia que fomenta tanto en la conducta de los propios turistas como en las ciudades.



Martin Parr
De la serie *The last resort*, 1986

En todas las obras de Martin Parr encontramos este factor común: el turismo; el cual funciona como eje central para hablar de las conductas cotidianas y domésticas de la clase media y trabajadora. A través de una visión irónica y despiadada de esta práctica, nos invita a reflexionar sobre nuestra actitud frente al mundo, un mundo, cada vez más, creado para el disfrute y la satisfacción de los intereses superfluos del turista.

Aunque su trabajo gira siempre en torno al turista en tanto individuo o estereotipo, en proyectos posteriores: *West Bay* (1997), *Benidorm* (1999), *México* (2006) o *Tutta Roma* (2007), hará hincapié en esta transformación que el turismo supone en el paisaje de las ciudades debido a la explotación a la que éstas son sometidas por intereses puramente económicos.

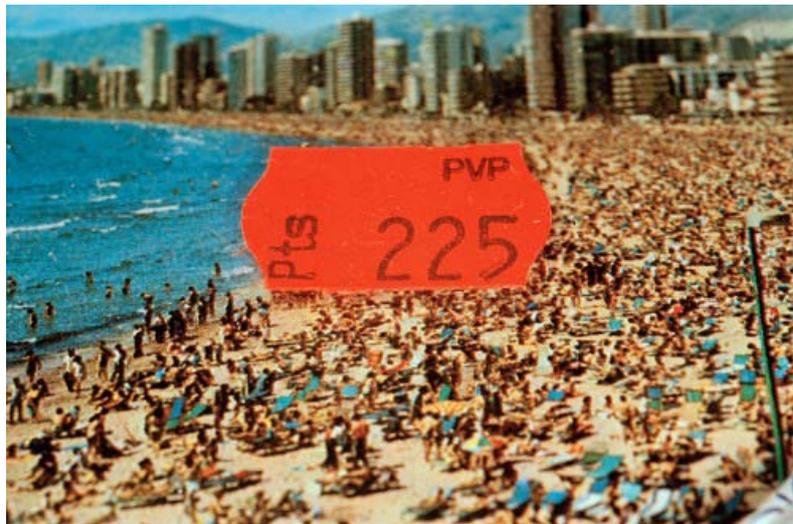


Imagen 1: Martin Parr, *Benidorm* 1999
Imagen 2: Martin Parr, *Tutta Roma* 2007

Reiner Riedler, al igual que Martin Parr, indaga sobre la práctica del turismo y habla de él a través de una serie de imágenes que, en este caso, documentan y retratan más que los hábitos y actitudes del turista, los diferentes lugares artificiales creados exclusivamente por y para su entretenimiento.



Reiner Riedler
Tropical Islands Resort, Berlin-Brandenburg, Alemania 2007
De la serie *Fake Holidays*, 2009

También en el ámbito de la escultura encontramos importantes referencias al tema del turismo. En su trabajo *Tourist* (1970), Duane Hanson reproduce en forma de esculturas hiperrealistas los diferentes tipos de turistas y sus actitudes ante la práctica del viaje. Todos ellos ataviados con la vestimenta y los complementos precisos y contemplando con cara indiferente lo distinto o exótico que el destino turístico les ofrece.



Duane Hanson
Turistas, 1970

7. ELABORACIÓN DEL PROYECTO

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Desde el principio tuve claro que mi Trabajo fin de Grado iba a girar en torno a la fotografía, más concretamente en torno al género documental, por ser ésta la disciplina con la que me siento más cómoda y mejor puedo explicar cómo siento y percibo el mundo.

No creo que sea necesario alejarse de la realidad para expresar y comunicar, pues ésta es de por sí lo suficientemente bonita y expresiva si se le presta atención. Por otro lado, la fotografía posee una inmediatez y veracidad que otros géneros artísticos no tienen, lo que la convierte en el instrumento idóneo para capturar y mostrar los lugares, rostros y momentos que la realidad nos ofrece y además hacerlo a través de la visión artística y personal que implica el participar y estar en contacto continuo y directo con ella.

Además de ser la disciplina con la que me siento más cómoda, decidí que para tratar el tema del turismo de masas era, además, la más adecuada. Como ya hemos visto en los apartados anteriores, turismo y fotografía son dos conceptos inseparables.

El turista contemporáneo no se detiene a mirar por el camino, no disfruta del placer del recorrido y de todo lo que la ciudad le puede ofrecer a parte de monumentos emblemáticos y lugares puramente turísticos. Sólo se detiene en el punto de interés para tomar la foto, quedando su visión de la realidad limitada al rectángulo dentro del cual se compone la imagen fotográfica. El turista conoce y analiza el mundo a través del visor de su cámara y yo, en este caso, analizo el turismo a través del visor de la mía.

Quizás también podría haber elegido para este tema el formato audiovisual -de hecho lleve a cabo una serie de pruebas de video y sonido mientras iba realizando las fotografías- pero finalmente consideré que, como el turismo es algo que estamos tan acostumbrados a ver, era necesario romper con esa cotidianidad parando la rapidez que lo caracteriza para así analizar mejor su realidad y consecuencias.

Por otra parte y en cuanto al encuadre y perspectiva utilizada en las fotografías, he preferido, en este caso, tomar un punto de vista alejado que dé a conocer mi opinión y a la vez permita al espectador interpretar libremente las imágenes, basándome en la siguiente afirmación que extraje del libro *Otra manera de contar* y que me pareció totalmente cierta y muy interesante: *lo que el fotógrafo muestra va con cualquier historia que uno decida inventar.*¹⁰

¹⁰ BERGES, John y MOHR, Jean, *Otra manera de contar*, Ed. Mestizo, Murcia, 1997, p. 87

PROCESO:

- *Lectura y búsqueda de documentación*

A raíz de la búsqueda de información sobre el turismo en libros, de recopilar imágenes y de conocer a otros artistas que trataban el mismo tema, fueron surgiendo las primeras reflexiones sobre el planteamiento y el punto de vista desde el que se iba a tratar.

- *Concreción de los puntos clave en torno a los que van a girar el proyecto*

El turismo como fenómeno generador de paisajes, globalizador de costumbres y creador de tópicos y estereotipos.

- *Reflexión*

Después de informarme sobre el tema, decidí qué quería contar y cómo lo quería contar

1. *Qué*: El turismo como práctica que supone una estandarización y uniformidad que no sólo da como resultado un paisaje estereotipado e idéntico a tantos otros, sino que también supone el fomento de una relación de inautenticidad entre el ser humano y el paisaje en la cual éstos son creados por y para el consumo de un público de masas y tratados como “cosas”.
2. *Cómo*: A través de la fotografía ya que, como hemos visto anteriormente, fotografía y turismo son conceptos íntimamente relacionados y me pareció la manera más adecuada de enfocar el tema.

- *Lectura y búsqueda de documentación más específica*

Después de leer sobre el fenómeno del turismo en la actualidad, busqué información sobre su origen y los factores que lo propiciaron: la Revolución Industrial – que supuso el advenimiento de las masas y el desarrollo de nuevos medios de comunicación- y la aparición de la cámara fotografía. Consulté libros y opiniones sobre el tema: Ortega y Gasset, Sigmund Freud, Charles Baudelaire...

- ***Estudio acerca de la materialización del proyecto***

Para ello, primero acudí a la oficina de turismo, busqué folletos y calendarios y me informé sobre los sitios más turísticos de la ciudad, eventos de interés cultural y horarios de más concurrencia. Visité los lugares durante varios días para encontrar las zonas, la luz y los ángulos más adecuados para tomar las fotografías.

- ***Primeras pruebas y fotografías***

Una vez tanteado el terreno acudí con la cámara a probar las diferentes opciones, a partir de las cuales surgieron nuevos planteamientos. Decidí que lo que quería era tratar el tema desde un punto de vista más “alejado”, poniéndome en la piel del turista y usando la cámara de la misma manera que él lo hace cuando fotografía un monumento: como medio para conocer y analizar la realidad.

- ***Método de trabajo***

1. Fotografías:

Normalmente, aunque solía concretar tres o cuatro días a la semana para ir a hacer las fotos, siempre que tenía que pasar por el centro salía de casa con la cámara.

Al acabar cada sesión seleccionaba las mejores imágenes, las editaba y, si en alguna de ellas no me gustaba la luz o el encuadre, acudía de nuevo al mismo sitio para volver a tomar la fotografía.

Finalmente escogí de entre todas las que consideraba que funcionaban mejor como parte de la serie y elegí el tamaño de impresión y la forma de montaje.

2. Redacción del proyecto y edición del catálogo:

A partir de los apuntes y la información recopilada a lo largo del proceso, decidí la estructura del proyecto y edité el catálogo de las fotografías.

8. CONCLUSIONES

Hotel mediodía comenzó como un trabajo personal, como una forma de acercamiento a través de la fotografía a una realidad que sentía la necesidad de entender y conocer más a fondo. De hecho, empecé a tomar fotos mucho antes de saber que acabaría siendo el tema de mi Trabajo fin de Grado.

La idea surgió cuando llegué a vivir a Madrid, el turismo me parecía algo molesto y exagerado y lo que empezó como simple curiosidad ha acabado convirtiéndose en algo que para mí ha significado poder aprender mucho sobre este fenómeno y todo lo que implica, así como sobre mi forma de trabajar.

Sobre el turismo he llegado a la conclusión de que la estandarización y uniformidad que implica no sólo da como resultado un paisaje estereotipado e idéntico a tantos otros, sino que también supone el fomento de una relación de inautenticidad entre el ser humano y el paisaje en la cual éstos son creados por y para el consumo de un público de masas y tratados como “cosas”.

Sobre mi forma de trabajar he aprendido a comprender lo que hago y por qué lo hago, y es que no me interesa tratar grandes temas ni cambiar el mundo o la opinión de los demás a través de la fotografía, prefiero utilizarla como medio para intentar comprender las cosas que nos rodean a diario y por las que siento curiosidad, así como para fomentar el mismo interés en el espectador. Normalmente perdemos rápido la curiosidad por todo lo que estamos demasiado acostumbrados a ver y de esta forma quitamos importancia a cosas de las que todavía podemos aprender mucho si nos paramos a analizarlas.

Por otra parte, a lo largo de la realización de este proyecto me he dado cuenta de la importancia de los conocimientos aprendidos en algunas de las asignaturas de la carrera y su repercusión en el resultado final de la obra. La parte de Historia del Arte así como la de Tratamiento digital de la imagen son muy importantes pero, sin duda, la pintura y el diseño han sido las principales.

En la fotografía, como en la pintura, la luz y el encuadre son dos elementos esenciales a la hora de componer la imagen. Teniendo en cuenta que las fotografías

fueron todas tomadas en la calle y con luz natural, tener conocimientos previos me ha sido de gran ayuda a la hora de elegir el punto de vista y el momento del día adecuado para la toma.

De la misma forma, he intentado aplicar la importancia que le da el diseño a la planificación del espacio, para un mejor entendimiento de los elementos que lo componen así como para facilitar la lectura y comprensión de la imagen, tanto de forma aislada como en relación con el resto de imágenes de la serie.

Este proyecto ha supuesto un reto para mí, he trabajado en él durante mucho tiempo con el objetivo de obtener el mejor resultado posible y lo he terminado con muchas ganas de seguir mejorando y trabajando en la fotografía documental.

9. BIBLIOGRAFÍA

ANTÓN CLAVÉ, Salvador y GONZÁLEZ REVERTÉ, Francesc, *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*, UOC, Barcelona, 2007

AUMONT, Jacques, *La imagen*, Paidós, Barcelona, 2009.

BARTHES, Roland, *El grado cero de la escritura*, Siglo XXI, 2005

BARTHES, Roland, *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*, Paidós Comunicación, Barcelona, 2001

BARTHES, Roland, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Paidós, Barcelona, 1986

BERGER, John, *Algunos pasos hacia una pequeña teoría de lo visible*, Árdora Exprés, Madrid, 1997

BERGER, J., *Mirar*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003.

BERGER, J., *Modos de ver*, Gustavo Gili, Barcelona, 2004.

BERGER, John y MOHR, Jean, *Otra manera de contar*, Ed. Mestizo, Murcia, 1997

CALLEJA, Rafael; *Apología turística de España*, Dirección General del Turismo, Madrid 1943

CUARTEROLO, M. Longoni, E. *El poder de la imagen: apuntes sobre fotografía periodística*, FotoZoom, Buenos Aires, 1996

DIEGO, Estrella de, *No soy yo. Autobiografía, performance y los nuevos espectadores*, Siruela, Madrid, 2011

FREUND, G. *La fotografía como documento social*. Gustavo Gili, Barcelona, 1996

JOLY Martine, *La imagen fija*, Buenos Aires, Editorial La Marca, 2004

KOTTLER, Jeffrey, *Viajar como experiencia transformadora*, Paidós, Barcelona, 1998

MACCANNELL, Dean, *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, Melusina, Barcelona, 2003

ORTEGA Y GASSET, José; *La rebelión de las masas*, Tecnos, Madrid 2003

ORTEGA Y GASSET, José, *Notas de andar y ver. Viajes, gentes y países*, Alianza, Madrid, 1988

PARR, Martin, *Small World. A Global Photographic Project*, 1987-1994, Stockport, Dewi Lewis Publishing, 1995

POE, Edgar Allan; *El hombre de la multitud*, Cuentos (Vol. 1), Alianza Editorial, Madrid 1994

SONTAG, Susan, *Sobre la fotografía*, México, Alfaguara, 2006.

TAGG John, *El peso de la representación*, Gustavo Gili, Barcelona, 2005

VEGA, Carmelo, *Lógicas turísticas de la fotografía*, Ediciones Cátedra (Grupo Anaya S.A.), Madrid, 2011