

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA
Grado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**Producción, Desarrollo y Difusión del
Reportaje Fotográfico
*Salou, Capital De La Costa Dorada***

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:
Clara López Pujol-Galcerán

Tutor/a:
Beatriz Herráiz Zornoza

GANDÍA 2018

RESUMEN

El Turismo de borrachera es el término comúnmente utilizado para definir el turismo barato y extranjero, el cual tiene como actividad principal salir de fiesta. España es uno de los países en los que este turismo parece estar cada vez más arraigado y las zonas afectadas están cambiando a un ritmo galopante.

En el siguiente trabajo nos disponemos a realizar el seguimiento a través de fotorreportaje de la situación real que existe hoy en día en Salou, capital de la Costa Dorada. En él estudiaremos qué pasos hay que seguir para realizar un fotorreportaje, veremos cómo se desarrolla y qué es necesario para difundir un reportaje fotográfico actualmente.

PALABRAS CLAVE

Fotorreportaje, Salou, Costa Dorada, Seguimiento, Realidad.

ABSTRACT

Binge tourism is the term commonly used to define cheap, foreign, tourism which has as main activity to party. Spain is one of the countries where this tourism seems to be getting more and more rooted and the affected areas are changing at a runaway pace. In the following work we are going to monitor the photo-report of the real situation that exists today in Salou, capital of the Costa Dorada. In it we will study what steps must be followed to take a photo report, we will see how it unfolds and what is nowadays necessary to diffuse it.

KEY WORDS

Picture Story, Salou, Reality, Documentary, Photography.

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Objetivos	6
2. CUERPO DE LA MEMORIA	6
2.1 INVESTIGACIÓN	7
2.1.1 Elección del tema para el reportaje fotográfico	7
2.1.2 Turismo en España	7
2.1.3 Opinión Pública de Salou	12
2.1.4 Enfoque Personal	14
2.1.5 Equipo	15
2.2 LA PROPUESTA	22
2.2.1 Intención	22
2.2.2 Metodología	22
2.2.3 Diario de Trabajo	23
2.3 EDICIÓN Y DIFUSIÓN	24
2.3.1 1er Visionado	24
2.3.2 Edición de Imágenes	25
2.3.3 Listado de fotografías del Reportaje	28
2.2.4 Formas de Distribución	35
3. CONCLUSIONES	39
4. BIBLIOGRAFÍA	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Niépce, Punto de vista desde la ventana del Gras, 1826.	5
Figura 2: Gráfico de la variación interanual de Turistas recibidos en España desde 2012 a 2016	8
Figura 3: Barcelona no està en venda, Ferran Vila (2017)8Figura 3: Barcelona no està en venda, Ferran Vila (2017)	8
Figura 4: Valla publicitaria autopista (1986)	9
Figura 5: Imagen de la playa de Salou (1910)	10
Figura 6: La Fuente Luminosa (1973)	10
Figura 7: Postal de Salou 1970	10
Figura 8: Construcción del Parque de Atracciones Port Aventura (1995).....	11

Figura 9: Playa de Salou (2017).....	12
Figura 10: Cuaderno de viaje 1	15
Figura 11: Cuaderno de viaje 2	15
Figura 12: Cámara Compacta	16
Figura 13: Cámara Réflex.....	16
Figura 14: Cámara Mirrorless.....	16
Figura 15: Logo de la marca alemana Leica.....	16
Figura 16: Comparación de la Imagen de un paisaje respecto a la distancia Focal.....	17
Figura 17: Comparación de la Imagen de un retrato respecto a la distancia Focal.....	17
Figura 18: Ejemplos de mochilas para cámaras	19
Figura 19: Fotografías tomadas en la Exposición de Sebastiao Salgado “Génesis”	25
Figura 20: Fotografías tomadas en la Exposición de Sebastiao Salgado “Génesis”.....	25
Figura 21: Comparación Antes y después de Photoshop de la fotografía de Steve McCurry.....	26
Figura 22: Exposición en Espaivisor de Ángeles Marco.....	37
Figura 23: Imagen de la serie “Geografía del Tiempo “de María Bleda y José María Rosa.....	37
Figura 24: Fotografía de Pilar Miñana de la Serie “Huellas”.....	38
Figura 25: Imagen de la exposición New Portraits de Richard Prince	39

1. INTRODUCCIÓN

Según la Real Academia Española, la fotografía se define como “Procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor.”

Existen dos valores absolutamente necesarios para poder estudiar una imagen. En primer lugar, la cámara, cuyo núcleo central es el sensor, imprescindible para poder tomar fotografías. En segundo lugar, la persona que coloque la cámara en el punto exacto que se desea.

Se podría decir que, comprendida como un medio para capturar un momento, se trata de una mirada que, mediante una máquina, congela la imagen y con ella el mensaje de un autor

Darle una fecha exacta al inicio de la fotografía es prácticamente imposible, pero se puede observar en la primera fotografía jamás realizada la naturaleza con la que se desarrolló la técnica. Según la famosa historiadora Marie-Loup Sougez “Así se puede considerar que la fotografía está inventada desde 1816 y la primera fotografía conocida data posiblemente de 1826”¹. La fotografía en la que se basa para afirmar esto es “Niépce, Punto de vista desde la ventana del Gras, 1926.” (Sougez, 2011: p.37).



Figura 1: Niépce, Punto de vista desde la ventana del Gras, 1826.

Es de esta intención de fotografiar la vida diaria de donde nace la fotografía documental, para crear un documento que perdure y pueda ser de uso en un futuro. Con el paso del tiempo y las mejoras técnicas aparecerán distintas formas expresivas de fotografía dependiendo de su uso. Pero la modalidad que incumbe realmente a este trabajo es la más antigua, la fotografía documental.

¹ En su libro “Historia de la fotografía” Marie-Loup Sougez analiza en detalle los descubrimientos realizados hasta ahora sobre el mundo de la fotografía.

Henri Cartier-Bresson, una de las voces más importantes de la fotografía documental, afirmará en su entrevista con Daniel Masclet que “La fotografía es un medio de expresión, desde luego, igual que la música o la poesía. Es mi medio de expresión y también mi oficio. Pero también es, además, el medio que nos permite a través de nuestras imágenes, **dar testimonio...** A los reporteros gráficos”² (Cartier-Bresson, Chéroux, Jones & Roche, 2014: p.1).

Es decir, la intención inicial de un fotorreportero debe nacer de la voluntad de dar testimonio, es decir, contar una historia de manera que las imágenes reflejan o denuncian una realidad social.

Recopilar estas imágenes con una estructura clara y un tema en común para su difusión es lo que se considera reportaje.

El trabajo que se presenta a continuación tiene como objetivo principal analizar los pasos por los que se tiene que pasar para llevar a cabo un reportaje fotográfico y cómo, una vez éste ha sido llevado a cabo, darlo a conocer y distribuirlo. Para ello se creará un reportaje fotográfico desde cero de forma que este sirva como ejemplo y nos ayude a comprender las dificultades que pueden surgir en el proceso.

Con la intención de analizar dichos pasos trabajaremos con un tema actual. El tema elegido sobre el que desarrollar este reportaje gráfico es *Salou, capital de la Costa Dorada*. En el camino de realizar el análisis del proceso de creación del reportaje gráfico, se observará en profundidad los cambios que ha sufrido Salou en la última década y se tratará de entender su situación actual.

1.1 Objetivos

El objetivo principal del trabajo es la creación del fotorreportaje *Salou, Capital de la Costa Dorada*

Los objetivos secundarios son:

- Realizar una memoria del proceso que comienza con la toma de fotografías para un reportaje gráfico hasta la distribución final de una exposición completa.
- Llevar a cabo un trabajo de investigación sobre el lugar sobre el que se realizará el reportaje
- Estudiar las posibilidades de distribución del reportaje en las galerías
- Adquirir experiencia a nivel práctico durante el fotorreportaje
- Mostrar cuáles son los posibles inconvenientes que pueden surgir y encontrar una solución para prevenirlos en un futuro.

2. CUERPO DE LA MEMORIA

En primer lugar, se explicará la estructura del trabajo.

El trabajo está dividido en 3 bloques principales: Investigación, Mi Propuesta y Edición y Difusión del reportaje. Estos estarán organizados de manera que el proceso que se intenta llevar a cabo quede lo más claro posible.

² La recopilación de entrevistas está ordenada temporalmente y se puede apreciar cómo las opiniones de Henri Cartier-Bresson sobre el mundo de la fotografía cambian ligeramente

En el primer bloque, se ahondará en la primera cuestión que surge a la hora de abordar un reportaje fotográfico “¿Sobre qué tema se quiere hablar?” Una vez el tema está explicado es necesario conocer la situación actual del mercado de fotografías local, las galerías en Valencia. Esto puede parecer apresurado, pero es necesario, en orden de convertir nuestras fotografías en material de valor, tomar las decisiones conociendo el mercado en el que se trabajará.

2.1 INVESTIGACIÓN

2.1.1 Elección del tema para el reportaje fotográfico

Cuando se habla sobre el reportaje fotográfico, se debe tener en cuenta la naturaleza del mismo. En este trabajo se plantea un reportaje fotográfico de naturaleza documental. En este tipo de reportaje, la finalidad del autor reside en establecer un testimonio sobre una situación social actual o pasada.

La mente de un fotógrafo documental no puede estar cerrada ya que va a realizar un trabajo de investigación que puede que cambie su propio punto de vista sobre la materia que va a trabajar, por ello, es importante intentar deshacerse de prejuicios y ser autocrítico en todo momento.

Cuando pregunté al fotógrafo documental Jürgen Schadeberg sobre la elección de un tema dijo:

El interés de un tema no depende en la popularidad, ni en cuanta gente quiera escuchar hablar de él. La fotografía documenta el día a día, los reportajes son pruebas gráficas para un futuro y cada uno escoge qué quiere observar. A veces hasta se elige de manera irracional. No hay que buscar lo más pomposo, la vida en un barrio, el trabajo de los pescadores en la playa o el proceso de crecimiento de un árbol puede ser el trabajo gráfico más interesante si se hace bien.³ (Jürgen Schadeberg, 2017)

El tema que se ha escogido para realizar el trabajo es el turismo en Salou en el año 2017. Este es un tema de actualidad, controvertido y cercano. Por eso, entre todas las posibilidades que se plantearon fue el más llamativo.

Realizándose este trabajo en el verano de 2017 y siendo un análisis visual, el trabajo se apoyará en datos e información de 2016 y años anteriores.

2.1.2 Turismo en España

Según los datos del ministerio de España, en el año 2016 el número de llegadas de turistas internacionales fue de 75.300.000 millones de personas. Con un incremento del 9'9% respecto al año anterior. Como se puede observar en la Figura 2 (INE, 2016), desde 2012 el turismo español solo ha crecido y los máximos históricos son los actuales.

³ Información extraída de una conversación no publicada con el fotógrafo documental Jürgen Schadeberg.



Figura 3: Gráfico de la variación interanual de Turistas recibidos en España desde 2012 a 2016

Según este documento, la comunidad que mayor número de turistas recibió en 2016 fue Cataluña con 17.032.815 visitantes, seguida de Baleares con 12.910.595 visitantes. Se calcula que el gasto medio por turista fue de 138 euros diarios, lo que son 77.000 millones de euros de gasto turístico y en los últimos 5 años el crecimiento es de un 31% respecto 2012. (Instituto Nacional de Estadística, 2016)

Según el INE en España actualmente residen 46.528.966 personas. Con estos datos de crecimiento, cabe plantearse cómo afecta esto socialmente a las ciudades españolas

Todo esto ha significado un cambio decisivo en las estructuras demográficas y económicas de las ciudades españolas. Algunos pueblos pequeños y desconocidos han pasado a ser ricos focos turísticos reconvertidos y famosos, visitados por miles de personas al año. Encontramos ejemplos a pequeña escala como Cadaqués o Mojácar hasta grandes ciudades como Barcelona o Madrid.

La opinión española está dividida, por una parte, muchos consideran que el turismo en las ciudades está creciendo a un ritmo inabarcable y está afectando a la identidad cultural de las mismas, condenándolas a convertirse en ciudades pensadas para turistas de paso.

Por otra, se argumenta que el crecimiento económico que el turismo supone y los cambios que produce son inevitables y positivos, apoyando al cambio y aportando puestos de trabajo que son necesarios.



Figura 5: *Barcelona no està en venda*, Ferran Vila (2017)

Como ejemplo claro de esta situación está Salou, uno de los puntos más polémicos de Cataluña, todos los medios de comunicación ponen el foco en esta situación y además los

movimientos vecinales tratan de denunciar la situación en la que se encuentran los vecinos de sus calles o la cantidad de dinero que ha acumulado y el crecimiento de su pueblo.⁴

2.1.2.1 Salou entonces

Salou, situado entre Vilafortuny y la Pineda, al sur de Tarragona, es uno de los puntos más conocidos de la Costa Dorada. Según los datos de 2016 del INE, Salou cuenta oficialmente con 26.386 habitantes, pero en temporada alta, este número puede llegar a duplicarse. Todos estos datos llaman más la atención si se conoce la historia y rapidez con la que Salou se convirtió en el destino turístico para miles de europeos y cómo ocurrió esto.

El primer año en el que se da un avistamiento turístico en Salou es 1863. En este año se construyen las primeras casetas de baño en la Playa de Ponent, y según la página oficial de turismo de Salou, aquí aparecen los primeros veraneantes. Dos años después se abre la primera línea de ferrocarril y con él el flujo de habitantes entre ciudades crece rápidamente. Cuando en 1887 empieza a funcionar el tranvía Salou-Reus que además de mercancías, transporta viajeros, Salou pasa a ser el balneario de los habitantes de Reus. Durante las siguientes décadas el crecimiento es rápido y el número de bañistas se multiplica, cada año Salou es más popular. En 1918 Salou empieza a parecerse al pueblo que conocemos actualmente, se extiende la actividad en la zona conocida como “La playa de Europa” y se construyen múltiples chalets de estilo modernista en la costa. (“Historia de Salou — Patronat de Turisme de Salou”, 2017)



Figura 7: *Valla publicitaria autopista (1986)*

Desde los años 20 multitud de proyectos urbanísticos se llevan a cabo y su imagen cambia por completo.

⁴ Las grandes manifestaciones, como la de la Figura 3 (Vila, 2017), organizadas durante el invierno de 2017 en el centro de Barcelona fueron noticia internacional y el gobierno de Ada Colau tomó medidas para frenar la apertura de hoteles en la ciudad con el plan PEUAT (El Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos).



Figura 9: Imagen de la playa de Salou (1910)



Figura 11: La Fuente Luminosa (1973)

En la Figura 6 (La Fuente Luminosa, 1973) aparece la construcción en 1972 de *La Fuente Luminosa* un diseño de Carles Buigas, arquitecto de la fuente de Montjuic.⁵ ("Horario de la Fuente Luminosa y las Fuentes Cibernéticas todo el año", 2017)

Tras el fin del aislamiento internacional del régimen franquista, las infraestructuras y medios de comunicación pudieron beneficiarse de la ayuda exterior de los Estados Unidos (en el marco de los Convenios de 1953), de los organismos internacionales (sobre todo la OCEC y el FMI) y de algunos países europeos con los que España mantenía acuerdos bilaterales (así Francia) [...] La cooperación técnica y militar entre España y los Estados Unidos favoreció la expansión de sectores fundamentales en el campo turístico. (Sánchez Sánchez, 2001: p.203).

Esta expansión de la que habla Esther M. Sánchez en la revista *Arbor* fue la que impulsó el sector turístico y lo convirtió en una de las fuentes económicas más fuertes para España.

En 1964 España logra superar a Italia y Francia y convertirse en el país de mayor recepción turística mundial.

Salou que en décadas anteriores había tenido, mayoritariamente, turismo nacional, comienza a recibir cada vez más turistas extranjeros que, en busca de sol y playa, abarrotan sus calles.

No será hasta la década de los 80 que Salou no vuelve a experimentar un crecimiento tan grande. Pero durante estos años se incluye el destino como punto clave en paquetes de viaje.



Figura 13: Postal de Salou 1970

⁵ Actualmente esta fuente forma parte de un circuito de atracciones turísticas que empieza con La fuente Luminosa, sigue con La fuente Cibernética y termina con El Laberinto de Salou.

Uno de los acontecimientos que propiciaron la afluencia de turistas esta zona, en continuo auge, fue la construcción del parque de atracciones Port Aventura. Mientras Salou no dejaba de crecer a nivel turístico y su economía al completo se centraba en esta actividad, se decidió construir uno de los parques de atracciones más grandes de Europa.⁶



Figura 15: Construcción del Parque de Atracciones Port Aventura (1995)

2.1.2.2 Salou actualmente

En un análisis realizado por el Diari de Tarragona en base a los datos turísticos de 2016 se establecieron las previsiones turísticas de Salou para 2017:

Tarragona vuelve a recuperar las cifras de años como el 2008, dándose un 87,6% de ocupación media en el epicentro de la costa dorada. Uno de los factores que han llevado a este aumento en 4,5 puntos respecto al año anterior es la recuperación económica tras la crisis. Las previsiones para 2017 por parte de operadoras, agencias de viajes y grupos hoteleros auguran un aumento de la llegada de turistas. Entre estos, se encuentra a británicos, franceses y rusos a la cabeza del turismo extranjero, que supera en su conjunto al turismo nacional, conformando un 61.1% del total según la web de turismo de Salou⁷ ("2017, otro año dorado para la Costa de Tarragona", 2016).

El efecto Brexit no impide continuar con una frecuencia de 26 vuelos chárter por semana, manteniéndose las cifras del año anterior. La caída del turismo en otros destinos como la Costa Azul y Túnez, debido a la desconfianza producida por el terrorismo islamista; o el caso de Turquía y su inestabilidad política, pronostican un posible aumento de las cifras para la temporada del 2017.

⁶ [Vídeo promocional de Port Aventura](#) (Port Aventura, 2011)

⁷ En este artículo se puede leer "El perfil del visitante ha sido el nacional, con la nada despreciable cifra de un 35,3% del total de turistas registrados. La mayor parte de este público nacional proviene precisamente de la vecina Barcelona, si bien también hemos asistido a la recuperación de las playas de Cambrils y Salou para visitantes de todas las regiones de España." unas cifras muy llamativas y a las cuales no se suele hacer mención.

Analizados estos datos, la conclusión es que el turismo en Salou continúa siendo la primera actividad económica más importante y en términos generales siempre ha crecido como destino. El sol y la playa siguen siendo un factor más que llamativo para los turistas internacionales que eligen este punto como destino veraniego.

Una de las críticas más contundentes que ha sufrido Salou es la incapacidad para mantener su identidad ante tal crecimiento turístico. Los extranjeros que llegan en masa todos los veranos son criticados por su conducta y costumbres. Además, los comercios que rodean las áreas más frecuentadas están pensados para atraer a una clientela que no es la autóctona.

Pero para poder entender qué es Salou hoy en día, el paso inevitable a dar es tratar de analizar cómo se vende Salou. Es decir, ¿Qué imagen quiere vender Salou al resto del mundo?

En la sección de turismo de la página oficial del Ayuntamiento de Salou ("Web oficial de Turismo de Salou | Patronato de Turismo de Salou", n.d.), se resume con el anuncio "Viu la Natura, viu la Platja, Viu el Camí de Ronda, Viu Portventura World, Viu en Família, Viu els Capvespres, Viu Salou". Lo presentan como un destino turístico para jóvenes, adultos, familias y seniors.

Al igual que en la página oficial turística, Salou es un destino en el que se hace hincapié en el "ocio". En contra de la opinión pública general, parece que Salou oferta más vacaciones familiares que fiestas juveniles. "Hosteleros e instituciones han explicitado también con un manifiesto que apuestan de forma unitaria para cerrar la puerta a las ofertas de "borrachera" y tienen la voluntad de reforzar el destino turístico de calidad." ⁸(La Vanguardia, 2016)

Si observamos el reclamo de las agencias turísticas reconocemos que hacen hincapié en este mismo concepto de viaje. Pero, al contrario que en las agencias extranjeras, no se menciona la vida nocturna. Ni tampoco en la página web oficial de turismo se hace mención de sus discotecas más famosas, Pacha o Kiss.



Figura 17: Playa de Salou (2017)

2.1.3 Opinión Pública de Salou

Si se tiene en cuenta la imagen que quiere dar Salou, cómo se vende y con qué idea compran sus vacaciones los extranjeros, no es fácil de comprender por qué la opinión pública del resto de España es tan negativa.

Durante los meses de junio, julio y agosto de 2016 el Periódico de Cataluña publicó un total de 34 artículos sobre Salou. Algunos de sus titulares [Dolor de muelas municipal](#) (Sánchez, 2017), [Gavà, Blanes y Palamós lideran la subida de precios en la vivienda de costa](#) (Botías,

⁸ Este cambio de imagen no ha venido precedido de un cambio político, sino como respuesta a la mala imagen que Salou representaba en los medios de comunicación.

2016), [Turistas más pobres](#) (Celma, 2016), [Turistas por un tubo](#) (Castán, 2016), [España recibe 32.8 millones de turistas extranjeros hasta junio y apunta al récord](#) (Sabriá y Jiménez Botías, 2016), [La invasión del turista de un día](#) (Mullor, 2016). Durante los mismo meses, el periódico el Mundo publicó 21 artículos con titulares como [Las dos caras de la 'marca Barcelona](#) (Mullor, 2016), ['El alquiler de una vivienda en las zonas de playa se encarece un 11%](#) (El Mundo, 2016), [Con 2.500 millones de euros de inversión y la creación de 10.000 empleos](#) (El Mundo, 2016), [Más turistas británicos en España en la antesala del Brexit](#) (Villaécija, 2016). En ellos se expone la situación, las dificultades y cambios que el turismo provoca en los pueblos españoles.

En 2017 la opinión pública negativa se puede apreciar mucho más fácilmente, los términos “turismofobia”, “turismo de borrachera” y “desplanificación urbanística” acompañan diariamente a los noticiarios de las televisiones.

Aunque turismofobia es un término que todavía no aparece en el diccionario de la Real Academia Española, hace referencia al rechazo que la población autóctona de un pueblo o ciudad desarrolla contra el turismo en masa.

A su vez, la desplanificación urbanística es un término que utilizó Emilio Gallego Zuazo, secretario general de la Federación Española de Hostelería (FEHR) en una entrevista con la BBC durante la que hablaba sobre cómo afecta a los precios de los barrios el uso de plataformas como Airbnb. "Es un problema de 'desplanificación' urbanística. En España el turismo es un fenómeno industrial que se desbarata de forma descontrolada con la entrada de plataformas como Airbnb".⁹ (Campoamor, 2016)

El 15 de mayo de 2017 el diario *The Independent* catalogó Barcelona como una de las 8 ciudades donde se rechazaba más el turismo¹⁰ (Coffey, 2016). Teniendo en cuenta que Salou es comúnmente conocida como la Capital Dorada y también como el epicentro del turismo de borrachera donde miles de jóvenes ingleses, españoles, alemanes y rusos aprovechan una semana al año para beber y salir, estos problemas le han afectado directamente.

...organizado por la empresa llovetour, que tiene lugar en marzo y abril y en el que se esperan unos 7.000 jóvenes británicos e irlandeses en su actual edición, un evento no muy del gusto de los vecinos pero que genera un impacto económico de cinco millones de euros (y en temporada baja). El precio global del viaje es de unos 300 euros per cápita ebria. El eslogan del evento, de fuertes resonancias antropológicas, esotéricas y hasta mitológicas, es: “el fundamental rito de paso para los estudiantes. (Fanjul, 2016)

En el artículo de Fanjul en el que se critica a la empresa llovetour por vender turismo de borrachera, desprecia a los jóvenes británicos denominándolos “cápita ebria”. De todas las reflexiones recogidas no hay que dejar de lado el enfoque clasista, en el cual se acusa al viajero por gastar poco dinero y la demonización a la que se somete al turista inglés de clase trabajadora que viaja a España caricaturizado como un borracho que no sabe disfrutar de la playa. Este punto de vista es en el que se basan muchos de los artículos que se pueden leer en los periódicos. Pero las continuas noticias sobre jóvenes borrachos desnudos en la playa y sexo oral en lugares públicos le han dado a Salou mala reputación y convertido en un punto conflictivo entre turistas y habitantes.

⁹ En este artículo Jaime Campoamor explica el conflicto actual de Barcelona contra el turismo.

¹⁰ Aunque estas listas no son muy fiables ya que no mencionan fuentes ni referencias, son interesantes para comprender la Imagen mediática que tienen las ciudades españolas.

2.1.4 Enfoque Personal

Una vez estudiado el tema del que tratará el fotorreportaje, es el momento de pensar en el enfoque personal.

Una cámara solo es un objeto que consigue congelar una imagen, que trata de asemejarse lo más posible al punto de vista del autor. Ignorar el hecho de que este autor tenga una manera de pensar, ideología y discurso es caer en la falsa idea de que una fotografía equivale a la realidad. Es cierto que lo que ocurre y lo que aparece en la fotografía está directamente relacionado, pero como un espejo de feria, la lente solo muestra una versión de la realidad.

Cada fotógrafo se enfrenta a un proyecto de una manera distinta. Por ejemplo, En una entrevista a Cristina García Rodero sobre su libro *España Oculta* dice

Intenté fotografiar el alma misteriosa, verdadera y mágica de la España popular, con su pasión, el amor, el humor, la ternura, la rabia, el dolor, con su verdad; y los momentos más intensos y plenos en la vida de los personajes, tan simples como irresistibles, con toda su fuerza interior, en un desafío personal que me dio fuerza y comprensión y en el que invertí todo mi corazón.”¹¹ (García Rodero, C., 2011)

En este caso para ella el enfoque personal que utiliza viene de la mano de la intención. Trabaja con una idea preconcebida de qué quiere encontrar, busca directamente cómo transmitir un mensaje que ella ya llevaba en su interior.

El autor escoge qué enseñar y cómo enseñarlo, desde el encuadre, colores, luz, tipo de lente, etc. Conscientemente el fotógrafo puede manipular el discurso de tal manera que espectador entienda exactamente lo que él quiere expresar. Inconscientemente, el autor tomará una serie de decisiones que afectarán a ese discurso y lo harán suyo.

No se trata de esconder la manipulación, es importante ser consciente de ella y saber qué exactamente se quiere contar para poder ser lo más sincero posible.

Todo reportero fotográfico elige un mensaje en el que quiere que sus fotografías se apoyen. Es cierto que existen facciones dentro del mundo de la fotografía que son más puristas en cuanto a esta materia, Henri Cartier Bresson dijo en una entrevista

La gente debería solo mirar. Debemos despertar nuestra sensibilidad. Pero la gente no lo hace. Si está en un decantador, no se atreven a decir que es un buen vino o uno malo porque no han visto el año, no saben de qué cosecha es. Eso es lo que me molesta. Creo que las fotografías no deben tener ningún título, sólo la ubicación y la fecha. La fecha es importante porque las cosas cambian.

Pero al principio de esa misma entrevista también dice “No estoy interesado en la documentación. La documentación es extremadamente aburrida y yo soy un pésimo periodista.” (Henri Cartier-Bresson, 1972)

Al contrario de Henri-Cartier Bresson, en este trabajo se intenta realizar un proyecto de documentarlos, para llevarlo a cabo, se explicará el enfoque personal con el que el autor realiza el proyecto.

A lo largo de la producción se ha utilizado un cuaderno de viaje para apuntar localizaciones, nombres y notas sobre cosas de interés.

¹¹ Cristina García Rodero es la única española que pertenece a la Agencia Magnum.

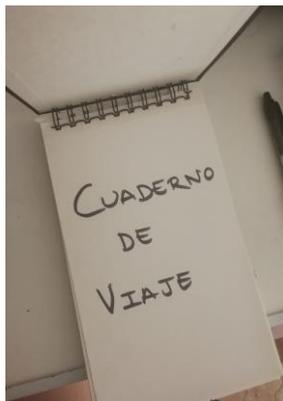


Figura 19: Cuaderno de viaje 1

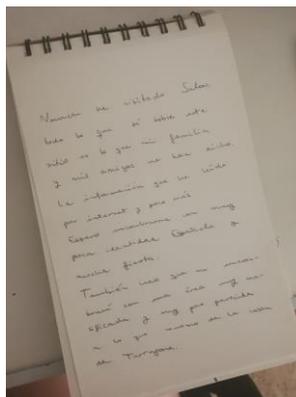


Figura 21: Cuaderno de viaje 2

El primer día se puede leer que escribí:

“Nunca he visitado Salou, todo lo que sé sobre este sitio es lo que mi familia y mis amigos me han dicho y la información que he leído sobre el sitio en páginas web. Espero encontrarme con mucha gente de fiesta y poca identidad española.

También creo que me encontraré con un área muy masificada y muy poco parecida a lo que conozco de la costa de Tarragona.”

2.1.5 Equipo

2.1.5.1 Material

La elección del material es un proceso muy estudiado para un fotógrafo. Trabajar como fotógrafo implica, en la mayor parte de ocasiones, tener que desembolsar grandes sumas de dinero en equipo fotográfico. En el momento de decidir qué material utilizar se tienen que tener en cuenta muchas variables y cada fotógrafo dará preferencia a distintas necesidades.

En el campo documental, los fotógrafos tienden a minimizar sus opciones. Muchas veces la fotografía depende de no ser visto, una cámara grande e incómoda puede ser más llamativa que una pequeña y condicionar la actitud de los sujetos que aparecen en las fotografías. Por eso, en un trabajo de esta naturaleza, se trabajará con el equipo más sencillo posible y más cómodo de transportar.

La Cámara

La cámara es la pieza angular del equipo, en base a la que adquiramos complementaremos con el resto de material. Por ello una de las primeras preguntas a las que tendremos que responder es ¿réflex, compacta o *mirrorless*?



Figura 23: **Cámara Compacta**



Figura 25: **Cámara Réflex**



Figura 26: **Cámara Mirrorless**

La cámara réflex muestra mediante un visor óptico exactamente la imagen que va a tomar. Este tipo de cámaras están compuestas por dos partes, el cuerpo y el objetivo.

Las cámaras compactas no tienen un objetivo desmontable, pero suelen ser mucho más sencillas de utilizar que las réflex.

Las cámaras *mirrorless* son compactas ya que no tienen espejo, pero incorporan grandes sensores y posibilitan cambiar objetivos.



Figura 27: **Logo de la marca alemana Leica**

Sony o Fujifilm fabrican cámaras de este tipo que cada vez están mejor valoradas y cuyo prestigio en el mercado está en alza.

Entre los fotógrafos documentales la marca Leica siempre ha sido la más conocida. Aunque actualmente, la tecnología de muchas otras cámaras ya ha alcanzado a Leica, son muy famosas por cumplir con tres cualidades que pueden ser de gran utilidad para un fotógrafo, estas son:

- Alta Calidad Óptica
- Ligereza
- Pequeña y Discreta

Al contrario que Canon, esta marca produce cámaras de un tamaño muy reducido y muy cómodas para viajar. Además, muchas de sus cámaras compactas ofrecen resultados comparables a las cámaras réflex.

Por otra parte, una de las mayores desventajas de Leica es que sus productos suelen ser muy caros, su cámara más sencilla se vende actualmente por 960 euros en la página oficial y comparado con otras marcas, por ese precio, Leica ofrece una gama más baja.

Objetivos

Los objetivos de las cámaras réflex varían dependiendo de la cantidad de milímetros que separa el centro óptico al plano focal. Este número suele venir especificado en el nombre y la cantidad de milímetros a la que se encuentren estos dos puntos afectará directamente a la distorsión de la imagen.

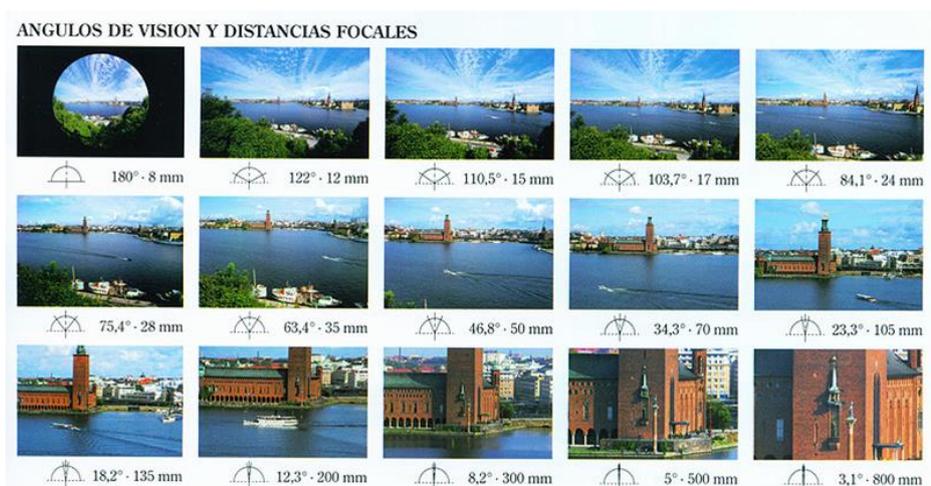


Figura 29: Comparación de la imagen de un paisaje respecto a la distancia Focal

En la Figura 16 (Comparación de la imagen de un paisaje respecto a la distancia Focal, n.d.) se percibe la distorsión, normalmente, en caso de querer realizar un retrato, se utilizará un objetivo distinto que con un paisaje.

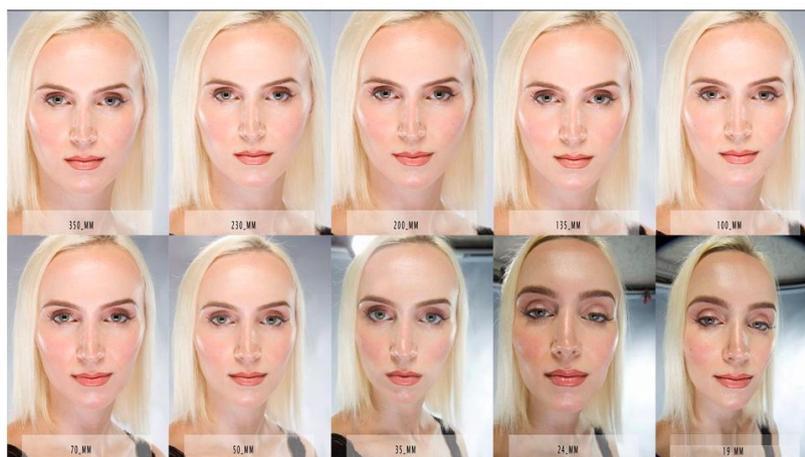


Figura 31: Comparación de la imagen de un retrato respecto a la distancia Focal

Para un reportaje fotográfico en el que se querrá tomar distintos tipos de fotografías hay que estar preparado para tener flexibilidad, por eso un *zoom* puede ser una herramienta muy útil. Sus ventajas son su fácil transporte y el ahorro en tiempo de cambio de objetivo. La mayor desventaja es que normalmente, los *zooms* permiten menos apertura de diafragma que los objetivos fijos, por lo que puede que sea más complejo tomar fotografías en situaciones de poca luz.

Trípode

No todos los fotógrafos utilizan trípode, pero en algunos casos puede ser un complemento muy interesante. El peso en un trípode es fundamental, por suerte actualmente existen

trípodes muy ligeros y fáciles de recoger que sirven para situaciones en las que se requiere velocidad.

Existen distintos tipos de trípodes:



BOLA Aconsejable para deportes o Monopie, es muy parecido al Joystick.



JOYSTICK Al igual que el de bola, es muy útil en caso de necesitar velocidad de acción.



TRES EJES El más común.



FLUÍDO Normalmente utilizado en la grabación de vídeo.

No se debe confundir un trípode con un monopie. El monopie solo consta una de una pata y se utiliza para fotografía deportiva. Está pensado para liberar de carga de peso al fotógrafo y permite libertad de movimiento. Para fotografía nocturna es más interesante utilizar un trípode ya que permite con mayor facilidad realizar largas exposiciones.

Bolsa de Material

Existen bolsas de todo tipo para transportar el material, las más comunes son las mochilas militares, ya que los fotógrafos de guerra tienen que ir especialmente preparados para ocasiones en las que requerirán velocidad y organización.

Pero esta opción puede no ser la más discreta para ciudad, por eso muchas marcas han creado sus propias líneas de mochilas inspiradas en ellas.

Todas las mochilas para cámaras comparten las siguientes características:

- Acolchado para la seguridad del material
- Muchos bolsillos para optimizar la organización
- Discretas



Tarjeta SD

Cada cámara actualmente recomienda el tipo de tarjeta ideal para su funcionamiento óptimo. Lo mejor es llevar una tarjeta de gran capacidad para que la memoria no sea un problema y en el momento de trabajar las sorpresas inesperadas no surjan. Se pueden adquirir con wifi y agilizar todo el proceso de edición y selección.

Baterías

Siempre hay que llevar más de una batería y el cargador encima por si fuese necesario. Las baterías son específicas para cada tipo de cámara. Algunas marcas han estandarizado sus baterías y sus distintos modelos pueden compartirlas.

Suelen ser caras así que mantenerlas como especifica en sus instrucciones es importante para que duren.

Cámara Extra

En algunos casos los fotógrafos llevan más de una cámara. En ocasiones esta lleva un objetivo distinto y se utiliza sobre todo para no tener que cambiar continuamente de objetivo y ser más rápido a la hora de hacer una fotografía.

En otros casos se utiliza una cámara extra por sus características especiales. Por ejemplo, una cámara analógica para conseguir una determinada estética en algunas fotografías. En caso de trabajar con una cámara analógica, parte de la inversión económica será para la compra de rollos de negativo. Actualmente cada vez se utiliza menos, pero la fotografía analógica todavía tiene el suficiente peso como para ser interesante trabajar con ella. Los carretes podrán ser para fotografía en blanco y negro o a color y el revelado e impresión de ellos variará de precio según con cual se decida trabajar.

Carrete

Encontrar carretes fotográficos hoy en día no es muy fácil, lo más aconsejable es comprarlos por internet, donde los precios suelen ser mucho más bajos y hay más variedad.

Dependiendo del tipo de cámara el carrete será de distinto formato. El más común es el 35mm y lo venden para 36 o 24 exposiciones. Kodak vende los más económicos en Amazon. Otra posibilidad es comprar carretes “caducados”, en la mayor parte de los casos no están dañados.

2.1.5.2 Lista de Material con el que se trabajará en este reportaje

En base a todo lo explicado previamente sobre el material, se ha tomado una serie de decisiones sobre qué se utilizará. En un caso ideal, el factor económico no sería un problema, pero el reportaje gráfico *Salou, Capital de la Costa Dorada* es un trabajo práctico que vamos a llevar a cabo y por ello tenemos un presupuesto limitado. Como hemos explicado previamente, el paso inicial es decidir qué cámara utilizar. A nuestro alcance tenemos dos posibilidades, La Leica X (TYP 113) o la Cámara Canon EOS 6D. Aunque la Leica es mucho menos pesada y cómoda de transportar, disponemos de mucho más material para la Canon EOS 6D, por ello utilizaremos esta cámara.

Los objetivos que llevaremos serán un Objetivo 40 mm y un Objetivo Zoom Canon 24-105mm. El objetivo principal con el que trabajaremos será el zoom, como se ha explicado en el apartado de Objetivos, la versatilidad de este objetivo es muy útil para trabajar rápidamente. También incluiremos un objetivo 40mm de mayor apertura para las tomas nocturnas.

En cuanto al material, ser previsor siempre es favorable, nuestra idea principal no es utilizar el trípode ni el flash, pero lo llevaremos en el coche por si surge la necesidad. Vamos a un sitio que no conocemos y no sabemos si la situación los requerirá.

Por último, la tarjeta SD con la que se trabajará es la Extreme 90MB/s 64GB de SanDisk.

2.1.5.3 Previsión de Gastos

El presupuesto de un reportaje fotográfico puede variar muy ampliamente. Dependiendo del tema, y cantidad de tiempo del que se vaya a requerir para tomar las fotografías puede ser de alto o bajo coste.

La mayor inversión de dinero se encontrará siempre en el material fotográfico, aun buscando las mejores opciones, por lo general, para conseguir calidad profesional, requiere de una inversión inicial en material bastante alta.

En el reportaje *Salou, Capital de la Costa Dorada* se ha realizado una tabla en la cual se desglosa todos los gastos necesarios para llevarlo a cabo.

El viaje consta de 2 noches en Tarragona (la estancia no es de pago).

VIAJE



Ida y Vuelta

Gasolina Gandia-Tarragona (347km) 50 euros



Comida para 2 días

35 euros



Ida y Vuelta	4 euros
Gasolina Tarragona - Salou (15km)	

MATERIAL



Cámara Digital Canon EOS 6D	900 euros
-----------------------------	-----------



Lente Canon zoom 24-105mm	600 euros
---------------------------	-----------



Lente Canon 40mm	115 euros
------------------	-----------

GASTO TOTAL **1689 euros**

2.1.5.4 Consejos para ahorrar en el material

- Al trabajar en movimiento en todo momento, comprar comida de supermercado y llevarla preparada encima, nunca se sabe cuándo se podrá comer.
- Lentes y cámaras es muy común comprarlas de segunda mano, sobre todo las analógicas ya que actualmente son muy baratas en relación calidad-precio
- Los carretes son mucho más económicos si se adquieren por internet, pueden llegar a costar la mitad que en una tienda física.
- De ser un reportaje realizado únicamente con fotografía analógica, en caso de tener los conocimientos, es recomendable aprender a revelar individualmente.
- Lo normal es disponer previamente a el reportaje fotográfico del material personalmente, sin necesidad de hacer la inversión de golpe para el reportaje.

2.1.5.4 Datos previos interesantes

Como el tiempo del que se dispone es limitado, es recomendable organizar las fotografías que se quiere realizar por bloques.

FOTOGRAFÍAS

- Establecimientos
- Hoteles
- Calle
- Playa

El Passeig de Sant Jaume I es una de las zonas más transitadas y la playa donde se ubica es uno de los puntos más importantes de Salou.

Según la página web Tripadvisor ("10 Mejores opciones de vida nocturna en Salou", n.d.), los establecimientos más famosos de Salou son:

Danny Boy	Dirección: Av. del Principat d'Andorra, 13, 43840 Salou, Tarragona
Koko Beach Club	Dirección: Carrer de Brussel·les, 26, 43840 Salou, Tarragona
Robin Hood	Dirección: Avenida d'Andorra, Salou, España
Christy's Irish Bar	Dirección: Carrer Falset, 43840 Salou, España
The Butler Beer House	Dirección: Carrer de Navarra, 11, 43840 Salou, Tarragona

Se intentará realizar un recorrido que abarque todas estas localizaciones y se valorará cuáles son las adecuadas para las fotografías.

2.2 LA PROPUESTA

Una vez elaborado todo el trabajo de organización y recopilación de información es el momento de organizar una propuesta personal en la que decidir con qué punto de vista realizaremos el trabajo, cuáles son los motivos que nos han empujado a trabajar y cuál será nuestra metodología.

2.2.1 Intención

Como hemos dicho anteriormente, la polémica actual de Salou está muy candente y puede funcionar muy bien a un nivel gráfico, pero es la cuestión de la pérdida de la identidad lo que nos empuja a querer realizar este reportaje. Salou se trata de un lugar en el Mediterráneo que en un período de tiempo muy corto ha cambiado mucho, tanto que dicen que es absolutamente irreconocible al sitio que era apenas 50 años atrás. Pero formularnos una idea de lo que fue es prácticamente imposible porque no existe un documento gráfico que establezca una imagen del pasado para poder comparar. De esto nace la intención de realizar este reportaje fotográfico. Se trata de una manera de conocer Salou y acercarnos desde el punto de vista de una persona, pero también preservarlo. Entenderlo por imágenes y mantener el recuerdo de lo que es actualmente.

2.2.2 Metodología

De la experiencia obtenida tras trabajar dos años con el fotógrafo documental Jürgen Schadeberg hemos absorbido mucho de su metodología. Jürgen Schadeberg plantea un fotorreportaje como una historia, mediante las fotografías se establece una línea narrativa que va guiando al espectador. Para poder hacerlo, utiliza una técnica basada en la distancia, de lejos a cerca, establece un espacio inicial y poco a poco acerca el sujeto fotografiado a las personas que lo observan. Por eso, trabajaremos inicialmente con planos

generales, fotografías de situación, que nos ayuden a establecer un ambiente inicial, de ahí será la mirada del fotógrafo la que marque el ritmo al que nos acerquemos y observemos. De esta manera, el fotógrafo actúa como conductor en un viaje en el que el espectador observa, analiza y saca sus propias conclusiones.

2.2.3 Diario de Trabajo

La investigación funciona para prevenir todos los problemas que puedan surgir durante el reportaje. Los días de trabajo lo más importante es saber encontrar soluciones en caso de sufrir inconvenientes, disfrutar del proceso y optimizar al máximo las posibilidades.

Las horas son aproximadas a cuando se escribieron esos comentarios.

-Día 1- FOTOGRAFÍAS DE HOTELES Y PLAYAS

10:00

He ido a Salou para conocer el espacio. He buscado puntos desde las alturas para sacar fotografías generales de la zona, como introducción al reportaje fotográfico. Hay muchísima gente y pasar desapercibido es muy difícil, aun así, parece que están cómodos y nadie se ha quejado.”

12:30

Por ahora solo he visto extranjeros o jóvenes españoles, me he acercado a varios comercios y preguntado a varias personas sobre la zona, pero ninguno de ellos era natal. Algunos solo venían a trabajar a la zona en verano y no conocían la parte del pueblo prácticamente. Me han señalado que, como ya imaginaba, la parte en la que más turistas y movimiento voy a encontrar es en la zona de la playa. Seguramente me centre en este punto, aunque me gustaría encontrar a algún habitante nativo de Salou y hacerle varias preguntas.

17:00

La hora de la mañana no es demasiado aprovechable, la fuerza de la luz no es cómoda y las fotografías no me han gustado. Volveré al atardecer para probar con una luz más suave.”

Al anochecer el tiempo cambia y parece que va a llover. Ya están las fotografías de hoteles y de la playa al atardecer. Por culpa del tiempo las calles se vacían y se decide parar hasta el día siguiente.

-Día 2- FOTOGRAFÍAS DE ESTABLECIMIENTOS Y CALLE

18:00

La intención es trabajar hoy centrándome en los establecimientos y en la calle, sobre todo en los trabajadores de los negocios de Salou, por la tarde y noche hay más gente en las calles, hoy trabajaré 8 horas (más las que sean necesarias) para centrarme también en la noche.

20:30

He tenido un percance con unos trabajadores que estaban en la calle, le he pedido hacer una foto a una mujer que hacía trenzas y al principio estaba de acuerdo, ha salido un compañero suyo y ha gritado que me fuese y las borrara.

Ella se ha arrepentido de haberse hecho las fotografías y me ha pedido por favor que las borrara y así lo he hecho. No me escondo para echarlas y si alguien no quiere aparecer en mis fotos no voy a hacer nada en contra de su voluntad.

22:00

Hay muchísima gente, pero todavía no he visto el “ambiente de borrachera” del que se habla, muchas más familias de las que me esperaba.

22:30

He hablado con una de las chicas que trabaja en la feria y dice que este año hay mucha menos gente de fiesta de lo normal y bastante policia. Son mucho más duros con las multas y, aunque en las calles sigue habiendo fiesta, el descontrol se reduce muchas veces a los hoteles.

2.3 EDICIÓN Y DIFUSIÓN

2.3.1 1er Visionado

Una vez se han tomado las fotografías es necesario hacer un primer visionado con detenimiento. No borrar ninguna ni descartar sin antes estudiar en profundidad qué es lo que se quiere incluir.

El paso más complicado es elegir qué fotografías van a ser las que formen parte de la serie y si estas funcionan como narrativa. Es posible que en el primer visionado se sepa si son o no son el resultado que el fotógrafo esperaba.

La narrativa de las fotografías puede tener distintas estructuras, por ejemplo, en la exposición de Sebastiao Salgado *Génesis* las fotografías están ordenadas por bloques y cada bloque responde a una zona geográfica. Cada autor elige cómo estructurarlas dependiendo del tipo de medio en el que las vaya a utilizar. En el fotorreportaje *Salou, capital de la Costa Dorada* se hicieron 203 fotografías. De esas 203, en la primera selección se escogieron 70. De esas 70 se hizo una segunda selección y se redujo a 54 fotografías para editar.

Pero para establecer un orden general, tomaremos como referencia el estilo de Sebastiao Salgado y lo organizaremos por localizaciones. Al contrario que en *Génesis* las fotografías han sido realizadas todas en la misma ciudad, por lo que la división no será tan obvia, pero los sitios donde se tomaron las fotografías las agruparan.

Tras esta primera división, como se ha explicado en el punto 2.2.2, una de las técnicas que se utilizará para organizar las fotografías será dependiendo de la distancia a la que está el sujeto fotografiado. Siendo entonces el orden: Plano General > Plano Medio < Plano Cerrado.



Figura 35: Fotografías tomadas en la Exposición de Sebastiao Salgado "Génesis".



Figura 37: Fotografías tomadas en la Exposición de Sebastiao Salgado "Génesis".

2.3.2 Edición de Imágenes

Existen distintas tendencias en la fotografía respecto a la fase de postproducción, algunos fotógrafos prefieren no editar prácticamente las fotografías ya que creen que para conseguir la "realidad" hay que ser completamente sincero con el momento en el que la fotografía fue realizada. Estos se oponen totalmente a cualquier tipo de edición que no sea estrictamente necesaria.

Por otro lado, están los fotógrafos que opinan que las fotografías no son solo un medio de representación de la realidad, sino una forma de expresar un punto de vista y consideran necesario la edición porque mediante ella pueden mostrar mejor cómo ven las cosas. Este tema es todavía muy polémico y muchos profesionales se preguntan ¿Dónde están los límites del retoque? Si lo que intentamos expresar es de carácter documental, ¿Cuánto afecta a ello nuestra edición?

Un caso muy interesante que levantó mucha controversia en 2016 fue el del fotógrafo Steve McCurry por los retoques que realizaba a sus fotografías, en la Figura 21 (McCurry, n.d.) se muestra una comparativa de la foto antes y después.



Figura 21. Comparación Antes y después de Photoshop de la fotografía de Steve McCurry

Steve McCurry entonces se defendió alegando que él no es un fotógrafo documental, algo que sorprendió a muchos siendo que siempre se le había considerado un referente en el campo. ¹²(Cade, 2016)

Para editar las fotografías en el reportaje *Salou, Capital de la Costa Dorada* se ha trabajado únicamente la luz y el color. No consideramos que haya una norma estricta a la que aferrarse, cada fotógrafo decide a cuánta edición quiere someter a las imágenes y consideramos que los límites de lo que se cree “la realidad” o “la verdad” son muy relativos. Como en este caso, la fotógrafa así lo quiere, trabajaremos con una edición muy básica, en primer lugar, editaremos el color y la exposición. En segundo lugar, trabajaremos la luz por áreas como lo haríamos con la edición analógica de cuarto oscuro.

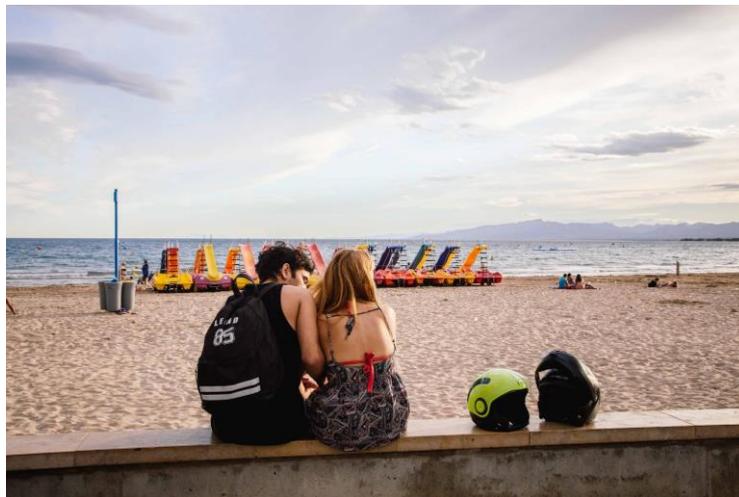
Con la herramienta Lightroom se han editado los colores y exposición, en cambio, Photoshop permite editar la luz en zonas específicas y algunos detalles más fácilmente. Estos son los ejemplos de antes y después de utilizar Lightroom:

ANTES DE UTILIZAR LIGHTROOM

¹² Muchos fotógrafos han tenido que dar explicaciones a lo largo de su carrera sobre el retoque de sus fotografías. En 1983 Ansel Adams respondió a esta cuestión diciendo “Sí, el negativo es como la partitura de un compositor. Utilizando la analogía, la impresión es la ejecución.” (*Ansel Adams Interview*, 1983)



DESPUÉS DE UTILIZAR LIGHTROOM



Estos son los ejemplos de antes y después de utilizar Photoshop:

ANTES DE UTILIZAR PHOTOSHOP



DESPUÉS DE UTILIZAR PHOTOSHOP



Tabla

2.3.3 Listado de fotografías del Reportaje

Para trabajar con las fotografías, la manera más habitual de organizarlas y apreciarlas como conjunto es mediante listas. Estas listas son importantes porque son el medio con el que se trabajará con las galerías.

A continuación, se presenta un ejemplo de 10 fotografías seleccionadas del reportaje *Salou, capital de la Costa Dorada*.



Playa a través de los edificios



Paseo marítimo al atardecer



Puesta de sol en el balcón



Escalera a la playa



Pareja de veraneantes



Churrería al ocaso



Clientes esperando frente a churrería



Churrera



Restaurante en primera línea de playa



Coctel

2.2.4 Formas de Distribución

El mundo de la fotografía es muy competitivo y el trabajo más complicado para un fotógrafo puede ser la distribución de su trabajo si no conoce las posibilidades.

La información es muy limitada sobre cómo funciona el mercado actualmente, así que para este punto se entrevistó a Claudia Schadeberg, historiadora del arte, productora de documentales y encargada de la distribución de la obra del fotógrafo documental Jürgen Schadeberg. Esta entrevista (anexo 2) nos servirá de guía para entender cómo debemos plantear las formas de distribución del reportaje.

2.2.4.1 Revistas y Periódicos

Como jóvenes fotógrafos el principal medio por el que darse a conocer son tanto revistas en papel como digitales. Las revistas digitales actualmente tienen mucho más peso y son fáciles de contactar.

El objetivo principal es ofrecer tu trabajo y establecer los términos y condiciones que en un futuro aseguren que continúas siendo el dueño de tus fotografías. El caso de Alfred Eisenstaedt es un ejemplo de lo que puede ocurrir a largo plazo con los derechos de fotografías¹³.

2.2.4.2 Galerías

Una vez se entra en contacto con las galerías, se envía el material. En caso de estar interesadas, cada galería tiene sus términos y condiciones, pero, por lo general, exigen un porcentaje del 50 por ciento del valor de la obra una vez se haya vendido.

Normalmente las exposiciones duran entre 1 y 3 meses dependiendo de lo grandes que sean y una vez se compromete una parte del material, durante este período, otra galería no puede utilizarlo para realizar ventas.

Los galeristas son las personas que están más en contacto con coleccionistas y a los autores les interesa conocer su opinión ya que en muchas ocasiones eligen conociendo las ventas que seguro pueden realizar.

Entrar en contacto con una buena galería no es fácil, suele hacerse mediante contactos, pero en caso de conseguirlo, estas suelen ser el medio por el que otras galerías se interesan por el trabajo. Aun así, no es aconsejable exponer sin antes meditar el valor que puede tener la galería. Al igual que un galerista baraja el valor de la obra que va a exponer, el fotógrafo debe hacer lo mismo ya que las galerías con más prestigio se fijarán en el historial del autor.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que las galerías son muchas veces las encargadas de mover la obra por festivales de fotografía. En Valencia, por ejemplo, Espai Visor tiene stands en las mejores ferias de fotografía del mundo.

¹³ Alfred Eisenstaedt es uno de los fotógrafos documentales más famosos de la historia. Durante el período en el que trabajó para Time Magazine tomó algunas de sus fotografías más populares, (siendo "El Beso" la más famosa) todas estas fotografías pertenecían directamente a la revista y no a él por lo que perdió los derechos a la comercialización de su obra. (Anexo 2)

La mejor opción que tiene un fotógrafo primerizo es intentar acceder a las mejores galerías, si estas no están interesadas, exponer en espacios públicos puede ser de gran ayuda y despertar el interés del público.

Descripción actual de las Salas de Exposición de Valencia

Hay decisiones importantes que vale la pena tomarlas teniendo en cuenta las prioridades que más tarde las salas de exposición van a tener. Esto no quiere decir renunciar por completo al gusto personal, la fotografía no es una ciencia cuantificable y el resultado final puede ser muy interesante y triunfar mucho o no, independientemente a lo ya establecido. Pero antes de tomar decisiones mayores vale la pena tener la información.

Listado de las principales galerías en Valencia

http://espaivisor.com/	C/ Carrasquer, 2 46001, Valencia, Spain. tel: +34 96 392 23 99 móvil: +34 62 888 12 45 info@espaivisor.com
http://www.muvim.es/	C/ Quevedo, 10, 46001 València
http://www.bombasgens.com/es/	Av. de Burjassot, 54-56, 46009 València, España info@bombasgens.com (+34) 963 463 856
https://www.espaidartfotografic.com/	Carrer de Sueca, 12, 46006 València Teléfono: 963 51 36 38
http://www.railowsky.com/	Carrer del Gravador Esteve, 34, 46004 València Teléfono: 963 51 72 18

Programación Verano 2017

- ESPAI VISOR

Espai Visor abrió sus puertas en 2006 y se dedica a exponer trabajo de artistas que utilizan la fotografía y vídeo en sus instalaciones. En su página web definen sus últimos tres años de trabajo así:

Además, espaivisor ha centrado sus esfuerzos, durante los últimos 3 años, en mostrar artistas del este de Europa. Con esta nueva línea de exposiciones, espaivisor ha intentado poner en contraste la vida y la escena artística de España y algunos de los países del este europeo. (Espaivisor.com, n.d.)

Actualmente la exposición principal es de Ángeles Marco¹⁴ y una instalación de arte contemporáneo “DE LA DIALÉCTICA FORMAL AL YO SOY”.



Figura 22. Exposición en Espaivisor de Ángeles Marco

- MuVIM

El MuVIM fue inaugurado en 2001. Expone todo tipo de obras y en él se realizan distintas actividades. Actualmente en artes gráficas están las siguientes exposiciones: Lletramorfosi, Las imágenes del poder, Poder y Propaganda y Valencia en el cómic. (MUVIM, n.d.)

- BOMBAS GENS

Bombas Gens inauguró el verano de 2017, su espacio es muy amplio y tienen todo tipo de exposiciones. La pertinente al campo de fotografía actualmente es Bleda y Rosa. Geografía del tiempo¹⁵



Figura 23. Imagen de la serie “Geografía del Tiempo” de María Bleda y José María Rosa

¹⁴ Ángeles Marco, doctorada por la UPV en 1987, diseña instalaciones y esculturas.

¹⁵ El trabajo de María Bleda y José María Rosa recibió en 2008 el Premio Nacional de Fotografía y son actualmente dos entidades dentro del campo de la fotografía española (Bombas Gens, n.d.)

- RAILOWSKY

Railowsky fue fundada en 1985, es uno de los espacios de exposición más antiguos de Valencia y está especialmente enfocado a fotografía documental. Actualmente cuenta con el trabajo de Pilar Miñana, fotógrafa contemporánea que trabaja tanto el color como el blanco y negro.¹⁶ ("Acerca de nosotros - Librería Railowsky S.L. (Valencia)", n.d.)



Figura 24: Fotografía de Pilar Miñana de la Serie "Huellas"

Todas estas galerías están trabajando en el mundo de la fotografía y todas ellas coinciden en los siguientes aspectos:

- Fotografía a Color
- Fotografía experimental/Contemporánea
- Autores Europeos/españoles

Subastas

El mundo de las subastas está reservado para los fotógrafos que ya tienen una carrera de prestigio. Las casas de subastas adquieren entre un 10 y 20 por ciento de beneficio, pero también son el mercado que más alza el valor de la obra. Suelen garantizar beneficios porque, normalmente, ellas entran en contacto contigo. A través de las subastas (y galerías), los coleccionistas adquieren fotografías.

Una de las casas más famosas de subasta del planeta es Sotheby's¹⁷ ("Sothebys", n.d.) y en ella se subastan las fotografías de mayor valor del momento.

2.2.4.3 Editoriales o Auto publicación

Al igual que con las revistas, las editoriales, por lo general, trabajan por encargo por eso la publicación independiente suele ser la mejor salida para los fotógrafos. Los libros de

¹⁶ La Galería Railowsky es una de las más antiguas de Valencia, en ella han expuesto fotógrafos de gran renombre mundial y sigue en activo desde 1985.

¹⁷ En su página web se puede acceder a la información de las futuras subastas, precios y catálogo de artistas. Sothebys.

fotografía funcionan como catálogos de publicidad en la mayor parte de las ocasiones y sus diseños están estandarizados. Las herramientas más prácticas para diseñar un libro de fotografía son InDesign y Corel.

2.2.4.4 Redes Sociales y Web

Otra opción a la que recurren muchos fotógrafos es elaborar una página web personal en la que se presenta su propio trabajo. Respecto a las redes sociales, existe todo tipo de maneras de pensar y trabajar.

Plataformas como Instagram o Facebook no protegen los derechos

de las fotografías y una vez se sube una fotografía a ellas, pasa a formar parte de un archivo interno con el cual pueden trabajar independientemente al autor original.

Un ejemplo del peligro que esto puede suponer es lo ocurrido con Richard Prince¹⁸, en su obra *New Portraits* en el que bajo el lema “Art of Appropriation” utilizó fotografías de Instagram ajenas, algunas de ellas se llegaron a vender por 100,000 dólares. El caso es que estaba en todo su derecho de hacerlo y ha sido objeto de debate desde entonces.

Por otra parte, muchos fotógrafos consideran que estas redes sociales son cruciales para publicitarse y es la manera más efectiva de llegar a las masas hoy en día.

3. CONCLUSIONES

En este trabajo se muestra el proceso de creación y difusión del fotorreportaje *Salou, Capital de la Costa Dorada*. El apartado de creación necesitó 3 meses de preparación y producción y el proyecto de difusión sigue en pie.

El objetivo principal de este trabajo es dar a conocer cuáles son las fases por las que hay que pasar para llevar a cabo un reportaje gráfico documental. Para realizar este proyecto me basé principalmente en todo lo que he aprendido de Jürgen Schadeberg, Doctor Honoris Causa de la UPV y fotógrafo documental. He trabajado con él 3 años y al fin he podido poner en práctica todo lo que me ha enseñado.

Cuando inicié el proceso de investigación para el fotorreportaje yo conocía muy poco *Salou*. Inevitablemente, estaba sugestionada a lo que había escuchado y leído y me lo imaginaba una experiencia parecida a visitar Magalluf en Mallorca. Lejos de esta realidad, me encontré con un pueblo masificado en el que sobre todo había familias de extranjeros disfrutando de vacaciones en la playa. Evidentemente en *Salou* existe actualmente un grave problema, al igual que en muchos pueblos españoles, entre turistas y residentes de su área. La

¹⁸ Esta no fue la primera vez que Richard Prince levantaba polémica sobre la autoría de una obra. Durante la época en la que trabajó para Time-Life utilizó imágenes de campañas publicitarias para sus collages. “*Para Prince y otros artistas similares como Cindy Sherman o Barbara Kruger se trataba de presentar las imágenes de la cultura de masas fuera de su contexto y de su finalidad. Así, y dentro del movimiento New Wave, el artista siguió realizando sus creaciones en la refotografía usando catálogos comerciales, fotos anónimas, algunas fotos personales, que él volvía a fotografiar para sus creaciones.*” (Carrero, 2014)

responsabilidad sobre esta situación recae sobre los gobiernos, los políticos y políticas deben encontrar una solución y establecer un equilibrio entre la estabilización de una economía basada en el turismo y la seguridad de mantener el espíritu personal de su pueblo.

Durante cada fase me encontré con dificultades totalmente distintas, durante la fase de investigación mi problema principal fue encontrar información suficiente sobre Salou antiguamente, existen muchas fotografías y artículos sobre él hoy en día, pero encontrar un nexo de comparación entre lo que es y lo que fue ha sido un reto. La solución a este problema la encontré en la web, contrastando información entre lo que se decía en blogs de internet y Wikipedia, informándome sobre los datos estadísticos y, comparando con lo que ha ido ocurriendo en otras ciudades españolas como Barcelona.

En la segunda fase de este trabajo, la creación, me encontré principalmente con un problema. Cuando calculé la cantidad de horas que quería dedicarle a la toma de fotografías no tuve una toma de contacto previa con el lugar, solo había estudiado la teoría pero no había llegado a conocer la estructura de Salou ni lo había visto previamente. Si tuviera que repetir todo el proceso en otro fotorreportaje, establecería un periodo de una semana para conocer la estética y cultura del lugar, estableciéndome ahí y viéndolo con mis propios ojos.

Por último, la edición, al contrario que la difusión, no supuso ningún problema. Puedo afirmar que el punto que más complicado ha sido para mí es el de difusión, no solo porque no he podido llevarlo a la práctica con mi propio proyecto todavía, sino porque documentarse en cuanto a la comercialización de una obra no es fácil, no existen libros y reglas que indiquen cuáles son los pasos a dar. Por suerte, de mi entrevista a Claudia Schadeberg aprendí mucho y, en cuanto al trabajo, logramos recopilar información de interés para fotógrafos que estén en la misma situación que yo.

En cuanto a los objetivos establecidos, he cumplido con mi objetivo principal, he desarrollado el Reportaje Gráfico Salou, Capital de la Costa Dorada. Respecto a los objetivos secundarios, he realizado una memoria que abarcase desde la investigación hasta la distribución del fotorreportaje y espero que pueda ser de utilidad en un futuro. Por último, he podido poner en práctica lo aprendido durante mis años de universidad y durante los 3 años en mi puesto de trabajo como asistente personal de un fotógrafo documental..

Finalmente, me gustaría hablar del futuro del proyecto. Este reportaje gráfico tiene una funcionalidad documental, pasa a formar parte de un archivo fotográfico que se explotará en un futuro. El paso del tiempo es fundamental dentro del campo de fotografía documental y por consiguiente su valor aumenta a medida que los años pasan. Por mi situación actual, no distribuiré actualmente el fotorreportaje, pero esta memoria me servirá durante años como guía para futuros proyectos

4. BIBLIOGRAFÍA

Sougez, M. (2011). *Historia de la fotografía* (p. 37). Madrid: Cátedra.

Cartier-Bresson, H., Chéroux, C., Jones, J., & Roche, C. (2014). *Ver es un todo* (p.1). Barcelona: Gustavo Gili.

Herce, J. A. (2017). *El turismo se reinventa*. Análisis: El País.

https://politica.elpais.com/politica/2017/08/01/actualidad/1501609534_879033.html

Instituto Nacional de Estadística. (2016). *TURESPAÑA AVANCE CIERRE 2016* (pp. 1-7). Fuente: FRONTUR -INE y estimación elaboración propia sobre la base de los datos FRONTUR-INE.

Historia de Salou — Patronat de Turisme de Salou. (2017). Disponible en

<http://www.visitsalou.eu/es/descubre-salou/sobre-salou/salou-retro>

Horario de la Fuente Luminosa y las Fuentes Cibernéticas todo el año. (2017). Disponible en https://www.salou.com/es_ES/noticia/cultura/horario-fuente-luminosa-fuente-cibernetica-laberinto-salou

Sánchez Sánchez, E. (2001). *El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta*. Arbor CLXX, (669), p.203. Recuperado de:

<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/918/925> [Accedido el 20 jun. 2017].

Port Aventura (2011). *Empieza la Aventura - Port Aventura - TVE* (1995). [video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=7kf3TRIWEME> [Accedido 18 Jul. 2016].

Diari de Tarragona. (2016). *2017, otro año dorado para la Costa de Tarragona*. [online] Disponible en: <https://www.diaridetarragona.com/turismo/2017-otro-ano-dorado-para-la-Costa-de-Tarragona-20161216-0046.html> [19 Jun. 2017].

Web oficial de Turismo de Salou | Patronato de Turismo de Salou. Disponible en

http://www.visitsalou.eu/pagina-de-inicio?set_language=es

La Vanguardia. (2016). *El turismo de Salou vira hacia el deporte y la vida sana*. [online] Disponible en:

<http://www.lavanguardia.com/local/tarragona/20161006/41823214223/turismo-salou-vira-hacia-deporte-vida-sana.html> [17 Jul. 2017].

Sánchez, G. (2016). *Dolor de muelas municipal*. *El periódico*. Disponible en

<https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20160605/manteros-barcelona-colau-urbana-conflicto-vendedores-5179315>

Botías, M. (2016). *Gavà, Blanes y Palamós lideran la subida de precios en la vivienda de costa*. [online] *elperiodico*. Disponible en:

<https://www.elperiodico.com/es/economia/20160614/gava-blanes-y-palamos-lideran-la-subida-de-precios-en-la-vivienda-de-costa-5204155> [Accedido 26 Jun. 2017].

Celma, E. (2016). *Turistas más pobres*. *EL Periódico de Cataluña*. [online] Disponible en:

<https://www.elperiodico.com/es/economia/20160628/turistas-britanicos-mas-pobres-5235497> [Accedido 26 Jul. 2017].

Castán, P. (2016). *Turistas por un tubo*. *El Periódico de Cataluña*. [online] Disponible en:

<https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20160728/aumento-viajeros-este-verano-pone-prueba-convivencia-infraestructuras-barcelona-y-costa-catalana-5295188> [Accedido 26 Jun. 2017].

Sabriá, S. and Jiménez Botías, M. (2016). *España recibe 32,8 millones de turistas extranjeros hasta junio y apunta al récord*. El Periódico de Cataluña. [online] Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20160729/el-incremento-acumulado-de-llegadas-en-el-semestre-es-del-117-con-los-britanicos-en-primer-lugar-5296675> [Accedido 26 Jun. 2017].

Castán, P. (2016). *La invasión del turista de un día*. El Periódico de Cataluña, [online] pp. Martes, 23/08/2016. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20160823/invasion-del-turista-un-dia-barcelona-son-mas-de-146-millones-anuales-5339467> [Accedido 26 Jun. 2017].

Mullor, M. (2016). *Las dos caras de la 'marca Barcelona'*. El Mundo. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2016/07/05/577bdab8e2704ecc288b468a.html> [Accedido 26 Jun. 2017].

El Mundo (2016). *El alquiler de una vivienda en las zonas de playa se encarece un 11%*. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2016/07/05/577bdab8e2704ecc288b468a.html> [Accedido 26 Jun. 2017].

Villaécija, R. (2016). *Más turistas británicos en España en la antesala del Brexit*. El Mundo. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/economia/2016/08/05/57a44524268e3e904e8b473d.html> [Accedido 26 Jun. 2017].

El Mundo (2016). *El alquiler de una vivienda en las zonas de playa se encarece un 11%*. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2016/06/30/5775092bca474132558b4635.html> [Accedido 26 Jun. 2017].

Campoamor, J. (2016). *Turismofobia: Barcelona y otras ciudades en pie de guerra contra el turismo de masas*. BBC Noticias. [online] Disponible en: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507> [Accedido 26 Jun. 2017]

Coffey, H. (2016). *EIGHT PLACES THAT HATE TOURISTS THE MOST*. The Independent. [online] Disponible en: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/places-hate-tourist-the-most-countries-ban-visitors-venice-thailand-amsterdam-japan-onsen-santorini-a7733136.html>[Accedido 28 Jun. 2017].

Fanjul, S. (2016). *'Turismo de borrachera': la ruta al desenfreno étílico que esconde España*. El país. [online] Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/04/20/tentaciones/1461172147_507687.html [Accedido 28 Jun. 2017].

Fundación" la Caixa" (2011). *España oculta. Fotografías de Cristina García Rodero*. Colección de Arte Contemporáneo Fundación" la Caixa"... [online] Disponible en: https://prensa.lacaixa.es/obrasocial/exposicion-espana-oculta-cadiz-esp_816-c-14488_.html [Accedido 26 Jul. 2017].

Henri Cartier-Bresson: Living and Looking 1972. (2013). The New York Times. [online] Disponible en: <https://lens.blogs.nytimes.com/2013/06/20/henri-cartier-bresson-living-and-looking/> [Accedido 29 Jun. 2017]. TRADUCCION Jesus G Pastor

Ansel Adams Interview. (1983). Playboy. Disponible en <http://www.isplayboy.com/issue/19830501>

10 mejores opciones de vida nocturna en Salou. Disponible en https://www.tripadvisor.es/Attractions-g562814-Activities-c20-Salou_Costa_Dorada_Province_of_Tarragona_Catalonia.html

Cade, D. (2016). *Botched Steve McCurry Print Leads to Photoshop Scandal*. Disponible en <https://petapixel.com/2016/05/06/botched-steve-mccurry-print-leads-photoshop-scandal/>

Espaivisor.com. (n.d.). Sobre La Galería | espaivisor. [online] Disponible en: <http://espaivisor.com/sobre-la-galeria/> [Accedido 29 Jun. 2017].

MUVIM. (n.d.). MUVIM. [online] Disponible en: <http://www.muvim.es/> [Accedido 29 Jul. 2017].

Bombas Gens. (n.d.). Bleda y Rosa. *Geografía del tiempo* - Bombas Gens. [online] Disponible en: <http://www.bombasgens.com/es/exposiciones/bleda-y-rosa-geografia-del-tiempo/> [Accedido 1 Jun. 2017].

Acerca de nosotros - Librería Railowsky S.L. (Valencia). Disponible en <http://www.railowsky.com/content/4-acerca-de-nosotros>

Sotheby's. Disponible en <http://www.sothebys.com/en.html>

Carrero, M. (2014). *Richard Prince: Biografía, Obras y Exposiciones*. Alejandra De Argos Por Elena Cué. Disponible en <http://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/348-richard-prince-biografia-obras-y-exposiciones>

REFERENCIAS FIGURAS

Niépce, *Punto de vista desde la ventana del Gras*, 1826.. (1926). [Imagen]. Disponible en <https://tuitearte.es/2012/07/07/niepce-vista-desde-la-ventana-en-le-gras/>

INE. (2016). *Gráfico de la variación interanual de Turistas recibidos en España desde 2012 a 2016* [Imagen]. Disponible en <http://www.mincotur.gob.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/2017/Documents/TURESPA%C3%91A%20AVANCE%20CIERRE%202016.pdf>

Vila, F. (2017). *Barcelona no està en venda*, [Imagen]. Disponible en https://www.elnacional.cat/es/sociedad/barcelona-venta-manifestacion_134331_102.html

Valla publicitaria autopista. (1986). [Imagen]. Disponible en <http://www.visitsalou.eu/es/descubre-salou/sobre-salou/salou-retro>

Imagen de la Playa de Salou. (1910). [Imagen]. Disponible en <https://quinalafem.blogspot.com/search/label/Salou>

La Fuente Luminosa. (1973). [Imagen]. Disponible en <http://www.visitsalou.eu/es/descubre-salou/sobre-salou/salou-retro>

Postal de Salou. (1970). [Imagen]. Disponible en <http://www.visitsalou.eu/es/descubre-salou/sobre-salou/salou-retro>

Port Aventura. (1995). [Imagen]. Disponible en <http://www.visitsalou.eu/es/descubre-salou/sobre-salou/salou-retro>

Playa de Salou 2017. (2017). [Imagen] Disponible en: <http://www.quotidiendutourisme.com/destination/espagne-la-costa-dorada-va-afficher-complet-cet-ete/149452> [Accedido 17 Jul. 2017].

Cámara Compacta. [Imagen]. Disponible en <https://Imagens-eu.ssl-Imagens-amazon.com/Imagens/l/41W9E7oct4L.jpg>

Cámara Réflex. [Imagen]. Disponible en <https://Imagens-eu.ssl-Imagens-amazon.com/Imagens/l/41W9E7oct4L.jpg>

Leica Logo. [Imagen]. Disponible en <https://i.pinimg.com/originals/1c/f2/f8/1cf2f88a8ebf93ef96cdfcf9d12f6ac.png>

Comparación de la Imagen de un paisaje respecto a la distancia Focal. [Imagen]. Disponible en <https://buenasfotos.files.wordpress.com/2013/04/Imagen9.png>

Comparación de la Imagen de un retrato respecto a la distancia Focal. [Imagen]. Disponible en https://i.blogs.es/ce44ad/cabecera-quapa-fea/450_1000.jpg

McCurry, S. *Comparación Antes y después de Photoshop de la fotografía de Steve McCurry* [Imagen]. Disponible en *Comparación de la Imagen de un retrato respecto a la distancia Focal*. [Imagen]. Disponible en https://i.blogs.es/ce44ad/cabecera-quapa-fea/450_1000.jpg

Exposición en Espavisor de Ángeles Marco. [Imagen]. Disponible en <http://espaivisor.com/sobre-la-galeria/>

Bleda, M., & Rosa, J. (2016). *BLEDA Y ROSA. GEOGRAFÍA DEL TIEMPO* [Imagen]. Disponible en <http://www.bombasgens.com/es/exposiciones/bleda-y-rosa-geografia-del-tiempo/>

Pequeño, P. (2016). *Huellas* [Imagen]. Disponible en <http://photoalicante.com/pha18/exposiciones/santamaca/>