



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES
ARTS DE SANT CARLES

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

Fotografía de viajes: reflexiones acerca de la experiencia
de viajar y el caso de Venecia

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: Guimerá Enguita, Julia Hongping

Tutor/a: Pérez García, Elías Miguel

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

Resumen

Foto ensayo de la ciudad de Venecia centrado en la fotografía como medio de registro de la experiencia de viaje.

Este trabajo se compone de dos partes, una de análisis y otra de práctica fotográfica. En la parte de análisis se parte de mi experiencia personal en viajes y fotografía para después analizar referentes históricos y actuales que hayan trabajado dichos temas. Se buscará la reflexión sobre conceptos como el Slow Travel, una forma de viajar que se opone al turismo de masas, o cómo la fotografía ha influido en la manera de viajar y viceversa. Por último el trabajo se centrará en el caso de Venecia como fenómeno turístico y fotografiado, y nos preguntaremos a nivel práctico y teórico si es posible aportar una nueva y única mirada a uno de los lugares más visitados y fotografiados del mundo.

En la parte de práctica fotográfica se realizarán fotografías en Venecia durante una de las semanas de carnaval tratando de representar a la ciudad de la manera más fiel posible. El objetivo de las fotografías será la de mostrar todas las facetas de Venecia, cómo es la ciudad, quiénes habitan en ella, cómo es su vida allí, cómo se vive en un lugar tan turístico... Además de responder a la pregunta anterior de si es posible mostrar nuevas maneras de fotografiar Venecia.

Ambas partes quedarán recogidas en un fotolibro donde se narre a través de imágenes y notas mi experiencia en la ciudad, así como reflexiones acerca de los viajes , el turismo, la ciudad y la fotografía de viajes.

Palabras clave: viaje, fotografía, Venecia, turismo.

Summary

Photo essay about the city of Venice with focus on photography as a medium of registration of the travel experience.

This project is divided into two parts, one analytic and one practical. The part of analysis uses my personal experience in the fields of traveling and photography as a starting point to analyse historic and contemporary referents that have dealt with those topics. It will look for reflections on concepts such as the slow travel, a way of traveling opposite to the one of mass tourism, or how photography has affected the way people travel and vice versa. Lastly, the project will focus on Venice's case as a touristic and photographic phenomena, and we will ask ourselves at a theoretical and practical level if it's possible to give a new and unique perspective of one of the most visited and photographed places in the world.

On the practical side I will take photographs of Venice during carnival's week trying to represent the city as accurately as possible. The goal of these photographs will be to show all the aspects of Venice, how the city is, who are the people who live there, how are their lives, how can they live in such a touristic place... and also to answer the question from above about whether or not you can show new ways of photographing Venice.

These two parts will be assembled in a photo book where photographs and notes will showcase my experience in the city, as well as some reflections on traveling, tourism, the city and travel photography.

Key words: photography; travel; tourism; Venice

Agradecimientos

Agradecer lo primero de todo a mis padres, por apoyarme siempre en todas mis decisiones y por darme todas las oportunidades posibles para cumplir mis sueños.

A Elias, mi tutor, por su tiempo y sus consejos en la realización de este proyecto.

Y agradecer sobre todo a mi Erasmus y a la gente que conocí allí. Porque fue allí donde descubrí mi amor por la fotografía con nuestros viajes y experiencias, y por todo el apoyo que me han brindado después.

1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	6
2.1. Primera parte: análisis	6
2.2. Segunda parte: fotografía	6
3. MARCO TEÓRICO	7
3.1. Viajes: experiencia y turismo de masas	7
3.1.1. El viaje como experiencia	7
3.1.2. El turismo de masas vs el slow travel	8
3.2. La fotografía de viajes	10
3.2.1. Antecedentes y evolución	10
3.2.2. Fotografía y turismo	11
3.3. El caso de Venecia en los ámbitos fotográficos y turísticos	13
3.4. referentes	14
3.4.1. William Eggleston	14
3.4.2. Martin Parr	15
3.4.3. Alex Webb	15
3.4.4. Ernst Haas	16
4. DESARROLLO Y RESULTADOS	17
4.1. Preproducción	17
4.2. Producción	18
4.3. Postproducción	19
4.4. Maquetación e impresión	20
4.5. Imágenes del proyecto	22
4.6. Imágenes de la maquetación final	24
5. CONCLUSIÓN	25
6. BIBLIOGRAFÍA	27
7. REFERENCIAS DE IMÁGENES	28

1. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el acceso a los viajes y al contenido relacionado con estos ha ido extendiéndose cada vez más y más en las sociedades modernas. Hoy en día podemos ver qué está sucediendo al otro lado del globo en tiempo real, acceder a información y fotografías de nuestro destino de ensueño con solo presionar un botón o comprar unos billetes de avión a la otra punta del continente por precios, muchas veces, ridículos. Estas facilidades a la hora de desplazarnos se ha traducido en un *boom* de la industria turística sin precedentes. Sin embargo, ¿es este tipo de turismo verdaderamente satisfactorio para nosotros? O ya puestos, ¿qué es lo que motiva este interés generalizado por viajar? ¿Es fruto de un deseo genuino por viajar o una manera de presumir delante de familiares y amigos?

Cuando me empecé a plantear este trabajo sabía que quería tratar el tema de los viajes y estas fueron algunas de las primeras cuestiones en aparecer. Me di cuenta observando mis fotografías de viajes anteriores de que estas eran bastante superficiales y de que en general ofrecían siempre la misma visión turística de la ciudad que había visitado, la misma que aparecía repetida cientos de miles de veces por otros tantos usuarios de internet.

Tras este primer análisis empecé a pensar en cómo llevar a cabo un trabajo diferente. En aquel momento tenía ya planeado un viaje a Venecia para finales de Enero, en plena semana de carnaval, y me di cuenta de que la ciudad era perfecta para profundizar en los temas que me preocupaban: turismo de masas, sobresaturación de imágenes, decepción por la diferencia entre la imagen y la realidad, lugares cuya imagen está causando más problemas que beneficios... Venecia cumplía con todos los requisitos, por lo que decidí utilizar ese viaje para llevar a cabo un proyecto fotográfico mediante el cual no solo reflexionar acerca de estos aspectos, sino mostrar además una visión alternativa de la ciudad más cotidiana y cercana.

Para este viaje decidí además que pondría en práctica la filosofía del movimiento *Slow Travel*, del cual hablaré en profundidad más adelante, pero que básicamente defiende el recuperar el placer de viajar yendo más despacio, aprovechando y disfrutando el momento. Me interesaba mucho profundizar en este concepto no solamente por la manera en que puede cambiar tu manera de experimentar los viajes y conectar, sino también por cómo este podía afectar también a la manera de fotografiar, y por tanto a las imágenes obtenidas.

En resumen, este trabajo tratará el tema del turismo, los viajes y la fotografía de viajes, así como las consecuencias e influencias que han tenido estos temas entre ellos. El resultado final, será un fotolibro que incluya mis reflexiones acerca de estos temas junto con imágenes de mi experiencia viajando por Venecia tratando de plasmar su esencia.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo final de este proyecto es la realización de un fotolibro que recoja reflexiones acerca del significado viajar hoy en día, las influencias que existen entre la fotografía y las redes sociales y el impacto que estas tienen sobre la experiencia del viaje.

Se trata de realizar un recorrido visual por la ciudad de Venecia, máximo exponente de la sobre-explotación de la imagen y los efectos negativos del turismo masivo; mediante el cual plantear cuestiones acerca de hacia dónde está yendo el turismo y que el espectador se cuestione sus propios hábitos a la hora de viajar.

El proyecto está dividido en dos fases: una teórica para sentar las bases conceptuales e ideológicas del proyecto y una práctica en la que se demostrarán mediante un ensayo visual los presupuestos teóricos.

2.1. PRIMERA PARTE: ANÁLISIS

La parte de análisis se divide en cuatro apartados: el viaje como experiencia y el turismo de masas, la fotografía y los viajes, el caso de Venecia y por último referentes.

Esta parte tiene como finalidad entender qué empuja a la gente a viajar y sus motivaciones, para más tarde cuestionar hasta qué punto todos estos supuestos beneficios son ciertos. ¿Es cierto que la gente aprende tanto como dice de sus viajes o simplemente una excusa para justificar el turismo masivo?

Otro punto relevante a tratar será arrojar un poco de luz sobre de dónde viene la relación entre turismo y fotografía y la práctica de tratar de fotografiarlo todo una vez aterrizamos en nuestro lugar de destino. Se ahondará en los orígenes de esta práctica y se analizará cómo esta sigue teniendo consecuencias en nuestro mundo contemporáneo.

Por último, se analizará un poco el contexto de la situación que vive Venecia y cómo afecta el turismo tanto a la ciudad como a sus habitantes. También se analizará el estilo y trabajo de algunos referentes fotográficos que sirvan de inspiración para las fotografías de la parte práctica.

2.2. SEGUNDA PARTE: FOTOGRAFÍA

Durante la parte práctica se buscarán cuatro tipos de enfoques principales.

El primero de ellos mostrará la Venecia conocida y turística que vemos en las imágenes perfectas de las redes sociales, casi como de fotografía publicitaria.

La segunda se centrará en el turismo. Aquí entrarían, por un lado, fotografías que muestren las multitudes, el dinamismo y el agobio que puede generar el turismo de masas y, por el otro, imágenes que hablen de la obsesión por la imagen del turista fotógrafo.

Por último, el tercer enfoque buscará contrastar con el punto anterior creando imágenes más estáticas y serenas. La idea es que estas fotografías muestren la ciudad desde el punto de vista de un viajero *slow*, que observa la

ciudad desde un punto de vista externo (en el sentido de que no reside en la ciudad) pero que a la vez esté presente y vive el momento. Aquí las fotografías se centrarán en mostrar rincones de la ciudad no tan conocidos o cotidianos, además de cómo se desarrolla la vida en ella tanto por sus habitantes como por visitantes.

En cuanto a aspectos técnicos y estéticos de las imágenes el objetivo es tratar de buscar sobre todo contrastes fuertes y coloridos vibrantes para potenciarlos en el proceso de edición y crear una atmósfera un tanto cinematográfica para las imágenes. Se experimentará también un poco con exposiciones algo más largas para la parte centrada en el turismo y crear así más contraste de entre el segundo enfoque y el tercero.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. VIAJES: EXPERIENCIA Y TURISMO DE MASAS

3.1.1. *El viaje como experiencia*

Una de las primeras preguntas que me planteé al comenzar este proyecto fue de dónde venía mi propio interés por viajar, y qué es lo que espero sacar de ello. Más tarde me di cuenta de que aunque parezca una pregunta con respuesta sencilla debe de haber algo más allá del simple *solo busco desconectar o yo viajo únicamente para y por placer*, y de que no soy la única persona en plantearse esta cuestión.

Investigando un poco me encontré con varios estudios que trataban de dar con una respuesta a lo que motiva a los viajeros a marcharse a países y lugares remotos. Por ejemplo, un estudio de la Universidad Federal de Minas Gerais Belo Horizonte, Brasil (Pereira et al., 2017), entrevistó a diferentes personas que consideraban el acto de viajar como una prioridad en sus vidas, y creó en base a sus respuestas siete categorías diferentes mediante las cuales clasificar las motivaciones de los viajeros. De las siete, cinco se centraban en la búsqueda (de aventuras, de novedades, de libertad...) mientras que las otras dos tenían que ver con el interés por vivencial la diversidad cultural o romper con la rutina y escapar de la realidad. En cualquier caso, el estudio extrajo siete categorías de un pequeño grupo de viajeros, y expuso la dificultad que había supuesto crear la clasificación por lo que no es de extrañar que la tarea de dar con respuestas más o menos universales sea un tema complicado.

Otra de las teorías acerca del por qué viajan las personas es que se viaja por la necesidad del ser humanos de vivir experiencias. La RAE define experiencia como el “hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo”, y también como “conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas” (RAE, s.f.). No obstante, dar con una definición cerrada para esta palabra es complicado debido a que se trata de algo personal y único que apela a los sentimientos, emociones y sensaciones de cada uno.

En los siglos XVIII y XIX los románticos realizaban viajes con la idea de vivir una experiencia transformadora y de aprendizaje. La verdad es que viajar favorece en gran medida la posibilidad de vivir esas experiencias grandiosas y

transformadoras de las que hablaban los románticos, pues el viaje contiene dos elementos claves para la existencia de una experiencia: la diferencia y la novedad.

Durante un viaje contemplamos la cultura de destino desde un punto de vista externo y pasajero, lo que nos lleva inevitablemente a realizar una comparación (aunque sea de manera inconsciente) entre nuestra cultura y la de nuestro destino. Esto no debe entenderse como algo negativo, ya que es gracias a esta comparación que podemos abrirnos a nuevas posibilidades y aprendizajes que de otra manera podrían no suceder.

Viajar da lugar a un cambio en la cosmovisión de los viajeros, permitiendo que estos comparen las experiencias y conocimientos previos con nuevas realidades, y haciendo así que se desarrollen nuevas habilidades y competencias. Estos nuevos conocimientos no siempre se traducen en un conocimiento exhaustivo y profundo del país visitado, sino que tienen más que ver con el crecimiento personal, las habilidades sociales y facilidad de adaptación y resolución de problemas.

3.1.2. El turismo de masas vs el slow travel

Hasta ahora hemos hablado de los beneficios que puede aportar viajar y las motivaciones más comunes de los viajeros. Sin embargo, el viajar puede tener también su lado oscuro e incluso llegar a ser una experiencia negativa de la que arrepentirnos más tarde.

El efecto negativo más conocido es el famoso turismo de masas, término que se popularizó entre los años cincuenta y setenta del siglo pasado y que hacía referencia a que el número de turistas internacionales doblaba su número cada siete años (Gordon & B. M., 2002). Desde entonces, los números no han hecho más que aumentar, llegando a colocar al turismo como una de las mayores industrias económicas del mundo.

Hoy en día, los problemas que ocasiona el turismo de masas han ido ganando en popularidad especialmente gracias a las imágenes difundidas en redes sociales y las noticias alarmantes de algunas protestas contra los turistas en ciudades ultra masificadas como Venecia y Barcelona. Cada vez es más común ver todos los veranos las fotos de aquellos que viajaron a su lugar soñado solo para descubrir que apenas pueden moverse debido a la cantidad de turistas que invaden las calles en busca de su foto perfecta frente al monumento típico del lugar.

Sin embargo, los problemas del turismo de masas no se limitan únicamente a que el visitante tenga que abrirse paso a través de las hordas de turistas para poder disfrutar de sus vacaciones. El turismo de masas afecta tanto a los visitantes como a población local. Es más, es la población local la más perjudicada en este tipo de turismo ya que son ellos lo que constantemente tienen que lidiar con los problemas generados por los turistas. Algunas de estas consecuencias son el aumento de los precios, la contaminación, gentrificación y los malos comportamientos por parte de los visitantes.

Esta situación lleva a un malestar por parte de la población local que lleva en ocasiones a protestas y manifestaciones, pero también lleva al éxodo de la población local que no puede o no quiere seguir aguantando esa situación. A todo ello hay que sumarle la pérdida de la identidad las gentes locales y del propio lugar físico, todo ello en favor de seguir vendiendo la imagen que los turistas quieren y esperan.

El problema del turismo de masas es un problema complejo, y abordarlo en su totalidad requeriría de otro trabajo que se centrara únicamente en él. Por mi parte y para este trabajo me gustaría hablar de los efectos negativos del turismo de masas en la experiencia de los viajeros, y de cómo un cambio de actitud puede ser beneficioso tanto para el viajero como para el lugar visitado.

El turismo de masas se fundamenta principalmente en la idea de vender un lugar (país, ciudad, pueblo, área...) a un público para que este sea consumido. Se trata de ofrecerle a la gente una idea, casi siempre idealizada, de lo que ese lugar es y cómo visitando dicho lugar será feliz. Para ello las empresas se sirven de campañas publicitarias y marketing, pero también de la imagen de esa ciudad en el imaginario y la cultura popular. Por ejemplo, cuando uno piensa en Nueva York no solo le vendrá a la cabeza las fotos publicitarias que las agencias de viajes tienen en los escaparates, sino también miles de fotografías que previamente ha visto en redes sociales, imágenes de películas y libros, y en definitiva se asocia a la ciudad con la idea del sueño americano, el éxito y una vida de película. Con esas ideas en mente, el turista se desplaza hasta su destino con la idea de que yendo allí será feliz, y que para conseguirlo tiene que visitar el punto A, el B y el C, porque de lo contrario su experiencia no estará completa. Este es el principal problema del turismo de masas: viajar por inercia persiguiendo la idea de aquel lugar que se nos ha vendido.

Como he mencionado, este problema no solo afecta a los residentes, sino que da lugar a viajes insatisfactorios en los cuales al final de todo nos dejan incluso más cansados y estresados que cuando nos fuimos; y lo que es peor, en muchas ocasiones apenas hemos disfrutado de las actividades que hemos hecho por la simple razón de que por mucho que el MoMA sea un gran museo de renombre mundial a nosotros no nos interesa el arte moderno, pero hemos ido igualmente porque es *lo típico que hacer en Nueva York*. ¿Quiere esto decir que no deberíamos viajar a estos lugares? No, pero sí que sería recomendable un replanteamiento a nivel personal de por qué queremos ir a ese lugar, y después decidir qué es lo que queremos hacer allí en base a nuestros gustos personales sin pensar en lo que externamente se nos dice que debemos hacer.

Para concluir me gustaría introducir el movimiento *Slow* y su filosofía, especialmente la tendencia del *Slow Travel*.

El *Slow* es un movimiento que nace en Italia en 1986 con las protestas por la apertura de un restaurante de comida rápida en la Plaza de España de Roma (*Slow Food*, 2023). Es entonces cuando Carlo Petrini funda el movimiento *Slow Food*, que no se limitaba solo a la defensa de la comida lenta como su propio nombre indica, sino que reivindica la pausa y el disfrute de el momento de comer y cocinar. *Slow* defiende un estilo de vida en el presente de una manera

real y consciente encontrando placer en la cotidianidad a la vez que se opone a la mentalidad capitalista de ir cada vez más rápido, de ser más productivos, de consumir cada vez más y desechar enseguida.

En la actualidad, *Slow* se ha extendido por todo el mundo y se ha ramificado para abarcar otros aspectos de la vida como las ciudades, la moda o el arte. El *Slow Travel* ha sido otra de estas vertientes y como su propio nombre indica trata de la desaceleración de los viajes. A menudo se ven anuncios que ofertan cada vez más destinos en menos tiempo, guías interminables de puntos imprescindibles que visitar en tal sitio o vídeos de gente diciéndote exactamente qué debes hacer si quieres que tu visita a la ciudad X esté completa. El resultado son viajes que parecen maratones donde te levantas a las cinco de la mañana para recorrer la ciudad lo más rápido posible y pasar a la siguiente, como quien *scrollea* por vídeos en redes sociales, o se pasa dos horas haciendo cola para poder sacarse una foto en ese lugar recomendado por *influencers* de viajes.

Viajar se ha convertido en otra cosa a consumir. Llegamos, vemos y nos marchamos, y nos pasamos la vacaciones estresados entre mareas humanas y tratando de ver lo máximo en el menor tiempo posible. *Slow Travel* plantea un cambio en esta actitud y propone una forma de viaje donde tomemos decisiones conscientes que nos satisfagan. Esto no tiene por qué significar que para poder practicar el *Slow Travel* debamos huir de las grandes ciudades y visitar únicamente pueblos recónditos y lugares comunicados. Lo que quiere decir es que pensemos en qué es lo que nosotros queremos ver y hacer sin importar las expectativas externas, y luego tomemos las decisiones que nosotros consideremos que van a aportar a nuestro viaje más placer y menos estrés.

3.2. LA FOTOGRAFÍA DE VIAJES

3.2.1. Antecedentes y evolución

La fotografía nace a mediados del siglo XIX de la mano de Nicéphore Niépce, a quien se le atribuye la fotografía más antigua realizada en 1826. No obstante, la fotografía tal y como la conocemos hoy en día es el resultado de innumerables avances e inventos realizados por diferentes personas a lo largo del tiempo. Sin embargo, si tuviéramos que nombrar un antecesor directo de la fotografía este sería sin ninguna duda la cámara oscura.

La cámara oscura existía desde hace varios siglos antes de que se inventara la fotografía, y consistía en una caja o habitación completamente oscura en las que se realizaba un pequeño agujero para que entrase la luz y proyectase la imagen del exterior en el lado opuesto. Esta imagen, aunque invertida, permitía una representación exacta de la realidad fuera de la cámara y sirvió durante muchos años como herramienta auxiliar a los artistas para la realización de sus obras.

Con el tiempo las cámaras oscuras fueron reduciendo su tamaño y se perfeccionaron sus sistemas de ópticas, lo que las convirtió en compañeras de viaje muy convenientes. El *Grand Tour* es el mejor ejemplo de la utilización de

la cámara oscura en el ámbito de los viajes, además de un claro antecedente del interés del ser humano por capturar imágenes de sitios que considera desconocidos o exóticos. El *Grand Tour* era un recorrido que los jóvenes aristócratas europeos realizaban por el continente como una forma de enriquecerse culturalmente, y la cámara oscura les permitía poder trazar dibujos exactos de los lugares que visitaban.

Como es de suponer la llegada de la fotografía facilitó y aceleró este proceso de captación de imágenes. Con el tiempo la fotografía evolucionó permitiendo cada vez tiempos de exposición más cortos y reduciendo el tamaño de las cámaras hasta hacerlas más portátiles. Se redujeron también costes, tanto en el precio de las cámaras como en el de revelado, y empresas como Kodak empezaron a trabajar en la creación de cámaras para aficionados que pusieron la fotografía al alcance de casi la totalidad de la población.

Hoy en día con la fotografía digital todo el mundo tiene en su móvil una cámara con la que tomar un número infinito de fotografías que puede visualizar y compartir al instante. No es de extrañar que la fotografía haya sido el relevo perfecto para la cámara oscura.

3.2.2. Fotografía y turismo

Hoy en día la industria del turismo es prácticamente inconcebible sin la presencia de la fotografía pero, ¿a qué se debe esta inseparable unión? Las causas principales son dos: en primer lugar un proceso de masificación de la fotografía (que hacia mediados del siglo XX se hizo accesible a las masas), y en segundo lugar al fenómeno *Picture ahead* de Kodak.

En realidad, ambas causas llevaban la firma de Kodak, que gracias a campañas publicitarias como la de *Picture ahead!*, que indicaba los lugares desde los que tomar fotografías, o la de *Kodak girl*, que animaba a llevar una cámara a todas partes, fue instaurando poco a poco el *estándar* de cómo debía hacerse la fotografía. La propia compañía creaba el deseo y la necesidad de salir al mundo a fotografiarlo, y al mismo tiempo se ocupaba de crear cámaras y procesos accesibles y fáciles de usar para el público general. Así pues Kodak creó una especie de ritual para la creación de imágenes. Marcaba los lugares a visitar y desde los que realizar la foto, además de indicarte cómo debías hacerla, y al mismo tiempo presentaba el mundo como un lugar con infinitas oportunidades fotográficas a la espera de ser encontradas.

A pesar de que han pasado años desde que Kodak lanzase estas campañas publicitarias su influencia en lo que se refiere a fotografía y turismo son innegables. Es más, con la aparición de la fotografía digital y las redes sociales estos procesos *rituales* de fotografiar y compartir cada momento de cada viaje se han disparado hasta llenar internet de millones y millones de imágenes.

En cuanto a las consecuencias más destacadas de esta práctica encontramos:

- El turista se convierte en creador y consumidor de la imagen turística.

- Aparición de una nueva manera de influir en las decisiones del turista mediante las imágenes subidas por los usuarios a las redes sociales.
- La imagen turística del lugar ya no depende únicamente de su representación por medios *oficiales* turísticos, sino que el turista también tiene poder sobre ella.
- La aparición de un turismo puramente fotográfico que persigue la captación de imágenes previamente vistas en internet. La imagen se convierte en reclamo a la vez que objeto de consumo para los turistas.

El mejor ejemplo de este fenómeno de captación y exhibición de la imagen turística es un trabajo realizado por la artista Corinne Vionnet con su serie *Photo Opportunities*. En este trabajo la artista recogió miles y miles de fotografías de la red que contenían geolocalizaciones de algunos de los lugares más icónicos y fotografiados del mundo. Vionnet superpuso entonces todas las imágenes de un mismo lugar para crear una imagen hecha con miles de fotografías que la gente había hecho y subido a internet, y que se trataban siempre de prácticamente la misma foto.



Fig. 1. Vionnet, C. (2005) Imagen de Venecia de la serie *Photo Opportunities*.

El resultado de este trabajo demuestra que ese *lugar ideal* para sacar la foto sigue existiendo en la memoria colectiva, al igual que el deseo/necesidad de exhibir nuestras fotografías como trofeos. Aquel proceso que inició Kodak hace tanto tiempo sigue presente en nuestra sociedad actual agravado por la entrada de las redes sociales e internet, que dictan a dónde debes ir, cómo debes hacer la foto y qué no te puedes perder.

3.3. EL CASO DE VENECIA EN LOS ÁMBITOS FOTOGRÁFICOS Y TURÍSTICOS

Confieso que la elección de Venecia como lugar donde llevar a cabo este proyecto fue pura coincidencia, pero creo que ha sido la mejor elección en cuanto a ciudad exponente de las consecuencias negativas del turismo de masas y ciudad sobre explotada a nivel turístico y visual. Estamos hablando de una de las ciudades más fotografiadas del mundo, concretamente la sexta (Lanacionar, 2014), y una ciudad que recibe de media unos doce millones de visitantes al año (Staiff, R., 2013), lo que la convierte en el lugar idóneo para explorar cómo se entrelaza la imagen de la ciudad con sus elevados números de turistas, y cómo esto crea un círculo vicioso en el que imagen e impulso de viajar se retro-alimentan.

Uno de los principales puntos a la hora de escoger destino para viajar es lo que sabemos previamente de ese lugar, ya sea por la mitología que ese sitio ha creado a lo largo de los años o por su presencia en las redes sociales. Venecia tiene ambas. Se trata de una ciudad que históricamente ha sido conocida por estar abierta al intercambio cultural, en gran medida motivado por sus intereses comerciales, llegando a recibir el apodo de *la Serenísima*. Esto sumado a su geografía, arquitectura y arte únicos la ha llevado a ser desde hace siglos un lugar atractivo para todos aquellos que podían permitirselo. En la actualidad, y gracias a la democratización de la industria turística este mito se ha visto reforzado por las miles y millones de fotografías que los millones de turistas que la visitan suben a las redes. Este turismo es el que hoy en día mantiene a flote la economía de la isla, pero se ha convertido también en uno de los grandes enemigos de la ciudad.

El problema del turismo en Venecia es complejo y extenso que lleva años siendo objeto de debate. Sin embargo podríamos resumir sus principales impactos en los siguientes puntos:

- Inflación

En primer lugar tenemos la subida de precios en la isla. No solo hablamos de que el hecho de ser una red de islas donde todo debe ser transportado por barcos (encareciendo así los precios), sino también de la imposibilidad de la población local a acceder a una vivienda. Cada vez es más difícil para los venecianos encontrar viviendas disponibles para alquilar, ya no mencionemos comprar. La mayoría de los edificios de la ciudad no solo requieren un elevado coste de mantenimiento debido a la antigüedad, sino que están en manos de industrias privadas que prefieren alquilarlas a turistas antes que a los locales porque es mucho más lucrativo.

- Éxodo de población

La subida de precios, que abarca desde la vivienda hasta el costo de vida en general en la isla, se traduce en un éxodo de la población local a tierra firme. “En 1951 había 175.000 residentes; en 2017, menos de 54.000” (El Confidencial, 2018, 17 febrero). Esta pérdida de población no hace más que aumentar cada año, llevando a que cada vez haya menos servicios en la isla y a

que cada vez haya menos oportunidades laborales para los jóvenes, continuando así un círculo vicioso y dejando a la isla habitada prácticamente por turistas.

- Pérdida de identidad

Por último está el peligro que corre la ciudad de perder su identidad y convertirse en una suerte de *Disneyland* al servicio de los turistas, olvidando cada vez más a sus residentes. Venecia ha hecho del turismo, para bien o para mal, su piedra angular, y para conservarlo la imagen de la ciudad debe corresponderse con la que el público general tiene de ella: una ciudad de canales, puentes y edificios históricos donde parece que la modernidad ha pasado de largo.

En resumen, creo que Venecia es uno de los mejores ejemplos a nivel mundial de una ciudad que está ineludiblemente ligada a su imagen, y que está pagando caras las consecuencias de esa unión. La gente viaja a Venecia atraída por la imagen de San Marcos, Rialto, las góndolas, los canales y el carnaval, muchas veces obviando todo lo demás y generando toda una serie de problemáticas diferentes a la vez que complejas, pero todas con el mismo resultado: la desaparición de Venecia como ciudad y su conversión en un mega parque temático en medio de una laguna.

3.4. REFERENTES

3.4.1. William Eggleston

Eggleston es un fotógrafo estadounidense conocido por ser uno de los pioneros en el uso de la fotografía a color de una manera *seria* en el mundo del arte. Hasta entonces, en el mundo fotográfico se consideraba que la fotografía de verdad debía ser en blanco y negro, pero esto cambió cuando en 1976 el MoMA realizó la primera exposición de fotografía a color, en la cual participó Eggleston (Centro de Documentación de Fundación, s. f.).

La fotografía de Eggleston está influida por Henri Cartier-Bresson, por Robert Frank, Eugène Atget y Walker Evans. Sus comienzos en la fotografía fueron con el *momento decisivo* y el blanco y negro, aunque no tardó en pasarse a la fotografía a color que lo caracteriza. Sus imágenes pasaron también a retratar más que un momento decisivo un momento congelado en el tiempo reforzado por un uso del color tan característico y particular. Retrató sobre todo los espacios suburbanos y en deterioro de Estados Unidos, mostrando el lado poético y estético de lo cotidiano.

Lo que más me interesa de la fotografía de Eggleston es el colorido de sus imágenes que otorga al mundo cotidiano del artista un aire cinematográfico elevando dicha cotidianidad a la categoría de arte.



Fig. 2. William Eggleston, *Untitled*, (1965-74)

3.4.2. Martin Parr

Parr es un fotógrafo británico y miembro de la agencia Magnum conocido principalmente por sus fotografías a color y con flash, donde se tratan los temas del turismo o el consumismo de una manera muy irónica y satírica. Grandes ejemplos de ello son *El último centro turístico* (1985) o *Small world* (1996). En ambos trabajos Parr trata el tema del turismo desde un punto de vista divertido, aunque no por ello menos crítico. Parr nos muestra algunas actitudes o situaciones un tanto ridículas que se dan en el ámbito del turismo de masas o de *domingueros* y que a pesar del tiempo transcurrido siguen siendo perfectamente visibles en nuestros días.

El trabajo de Parr fue uno de los primeros que inspiró este proyecto por el colorido vibrante y saturado de sus imágenes además de por su manera crítica a la vez que satírica de retratar el turismo.



Fig. 3. Martin Parr. *The Leaning Tower of Pisa*, (1990)



Fig. 4. Martin Parr. *The Acropolis*, (1991)

3.4.3. Alex Webb

Otro de los pioneros que introdujo el color en la fotografía profesional en la década de los 70. Fotógrafo americano también miembro de la agencia Magnum, Webb es conocido por sus fotografías de México y Latinoamérica, aunque sus inicios fueron con la fotografía en blanco y negro. Su fotografía es principalmente callejera a la vez que documental de la cultura y las gentes de los países que visita, donde el color amplía la potencia de las imágenes. El resultado son fotografías que muestran el color, la luz y la vida de la calle, con unas composiciones en apariencia simples pero llenas de ambigüedades, y que plantean al espectador más preguntas que respuestas.

Su manera de retratar lugares a través de sus gentes y cómo estas viven su día a día en las calles es por lo que está incluido en esta lista de referentes.



Fig. 5. Alex Webb, from the series *The Suffering of Light*, (1979)

3.4.4. Ernst Haas

El último fotógrafo de esta lista de referentes es Ernst Haas, quien me interesa por sus fotografías con velocidades largas y su manera de fotografiar grandes ciudades.

Fotógrafo nacido en Viena y también pionero del color, llegando a trabajar entre otros con la revista LIFE y la agencia Magnum. Se mantuvo fiel a la fotografía a color a pesar de los prejuicios de la época hacia esta, e innovó también al utilizar exposiciones lentas que le daban a sus fotografías un acabado casi abstracto en algunas ocasiones y muy pictórico.

Los reflejos también son un elemento importante en la fotografía de Haas, especialmente en sus fotografías de la ciudad de Nueva York. Los reflejos sirvieron a Haas para mostrar la ciudad de una manera personal y nunca antes vista, permitiéndole además mostrar una visión de la ciudad desde un punto de vista de alguien que vive en la ciudad y convive con monumentos como la Estatua de la Libertad, el Puente de Brooklyn o Times Square



Fig. 6. Ernst Haas Estate, *Skyline at sunset*, (1957). Courtesy of Getty Images



Fig. 7. Ernst Haas Estate, *Twin City, Third Avenue*, (1952). Courtesy of Getty Images



Fig. 8. Moodboard de referentes fotográficos para el proyecto

4. DESARROLLO Y RESULTADOS

4.1. PREPRODUCCIÓN



Fig. 9, 10 y 11. Julia Guimerá. Imágenes de prueba en Valencia y Madrid. 2023.

Para la realización de este proyecto originalmente tenía pensado utilizar imágenes del archivo fotográfico de mis viajes para hacer una especie de recapitulación de mi experiencia viajando y fotografiando en los últimos años. Sin embargo, tras una primera selección de dichas imágenes y una tutoría me di cuenta de que la idea no iba a tener mucho recorrido. A las imágenes les faltaba cohesión entre ellas y una idea que las uniera, además de que mi experiencia dentro del mundo de la fotografía comenzó hace apenas dos años, por lo que especialmente las primeras imágenes tenían mucho de fotografía amateur.

Revisé una vez más las imágenes y llegué a una conclusión, o buscaba una buena idea que uniera las imágenes que ya tenía para conseguir sacar un trabajo o utilizaba lo que tenía como base para un nuevo proyecto. Me di cuenta de que mis fotografías no se ajustaban a mis objetivos con este proyecto, y de que las más interesantes solían ser aquellas que se centraban en mostrar un momento preciso más que un lugar bonito.

Sabiendo esto, decidí que era mejor la segunda opción, empezar un nuevo proyecto. En aquel entonces ya tenía reservado, por circunstancias ajenas a este trabajo, un viaje a Venecia para finales de enero por lo que vi la oportunidad perfecta para el proyecto. En primer lugar porque me permitiría trabajar sobre la fotografía de viajes, que era uno de mis objetivos principales, y en segundo lugar porque veía muchas similitudes entre Venecia y la crisis que estaba teniendo acerca de mi manera de fotografiar y viajar hasta la fecha. Enfocaré mi trabajo a la relación entre la experiencia propia de viajar y las imágenes, cómo estas influyen y modelan la manera en que viajamos, y qué sucede cuando nos salimos de ese frenesí para poder volver a disfrutar de lo que es viajar.

Con la idea ya clara y definida dediqué los meses previos al viaje a realizar el marco teórico. Investigué un poco sobre la propia experiencia de viajar con el fin de entender qué impulsa a la gente a viajar, y cómo eso puede llegar a ser un problema más que un beneficio (turismo de masas). Otro tema a desarrollar fue el del *Slow Travel* con el fin de explorar una aproximación hacia los viajes poco conocida y contraria al turismo veloz que parece predominar. Además, me informé sobre la relación entre fotografía y viajes desde sus inicios, la situación de Venecia respecto al turismo y referentes fotográficos que pudieran servir para abordar el tema en la parte práctica.

Para la parte práctica estuve realizando además fotografías de prueba en Valencia para ver qué tipo de imágenes me funcionaban mejor para reflejar los temas que quería tratar y llegar a Venecia con una idea general de qué imágenes buscar. Descubrí que lo más complicado sería cómo abordar el tema de la ciudad y la gente que la habita, si debía centrarse únicamente en el espacio urbano o si era mejor hacer retratos muy cerrados de personas.

Al final consideré que funcionaba mejor un término medio donde las personas fueran protagonistas pero que se las vieran interactuando con el espacio de la ciudad. Otras ideas que surgieron fue el utilizar velocidades largas para enfatizar el agobio del turismo de masas y la necesidad de utilizar un teleobjetivo para llevar a cabo ciertas imágenes.

4.2. PRODUCCIÓN

La dinámica a seguir durante el proceso de producción en Venecia fue en general flexible. Uno de los puntos principales del marco teórico fue un poco la crítica a los viajes cerrados con un itinerario medido al milímetro, por lo que no tenía sentido que yo hiciera eso en mi trabajo. Esto no quiere decir que no hubiese planificación, pero sí que no había un plan concreto que seguir.

Antes de mi llegada a la ciudad realicé un mapa con información sacada de internet y guías de viaje sobre cosas que hacer en la ciudad. Esta es una práctica que me gusta llevar a cabo cuando planeo mis viajes ya que me permite ver rápidamente mis opciones, dónde están las zonas más turísticas, dónde puedo comer y qué tipo de actividad puedo llevar a cabo. La función de estos mapas es siempre orientativa, y casi nunca termino yendo a todos los sitios marcados, pero me ayudan mucho a la hora de organizar mi tiempo en las ciudades que visito.

Organicé la ciudad un poco por sus barrios originales y los distribuí a lo largo de la semana. No obstante, una vez allí a veces cambiaba los sitios de día o revisitaba zonas que me habían parecido interesantes. Mencionar también que originalmente tenía previsto trabajar también en las áreas de Lido, Murano o Burano, pero por cuestión de tiempo me pareció que no iban a aportar tanto al trabajo, así que me centré en las islas principales del centro de Venecia.

Durante la semana que estuve en Venecia dediqué las mañanas y las primeras horas de la tarde para explorar la ciudad y sacar fotografías. A partir de las cinco o seis de la tarde ya era de noche, por lo que volvía al hostel a descansar y hacer una recapitulación del día y planificar el siguiente. Revisaba también las fotografías que había sacado para ver qué funcionaba y qué no, además de planear el día siguiente en función de aquello que quería fotografiar. Por último, aprovechaba ese tiempo también para hacer pequeñas reflexiones de lo que había visto aquel día y anotar ideas que me habían surgido en relación a la ciudad.

El proceso de la toma fotográfica fue bastante intuitivo. Yo tenía una serie de ideas que me interesaba reflejar, que se dividían en: el turismo, la ciudad turística, los habitantes de la ciudad y la ciudad habitada; e intentaba que mis fotografías encajasen al menos en una de las cuatro categorías. A veces las fotografías surgían de manera natural sin que yo las buscara, simplemente paseando encontraba escenas que me recordaban a imágenes de alguno de mis referentes, mientras que otras iba a buscarlas a zonas específicas de la ciudad.

Todas las imágenes de este proyecto fueron tomadas con una cámara Sony modelo ILCE-6100. Se utilizaron dos objetivos diferentes, un E PZ 16-50mm

F3.5-5.6 OSS y un E 55-210mm F4.5-6.3 OSS, y todas las imágenes fueron realizadas en formato RAW para su posterior edición.

4.3. POSTPRODUCCIÓN

El primer paso cuando volví a España fue organizar todo el material fotográfico, que constaba de aproximadamente 1500 fotografías. Tanto para este proceso como para el de la edición utilicé Lightroom Classic. Hice una primera selección seleccionando las imágenes que a primera vista estaban mejor ejecutadas o me parecían más interesantes, lo que redujo las imágenes a unas 500, y sobre estas imágenes empecé a trabajar.

Para la edición iba observando las imágenes seleccionadas una a una para determinar si me interesaba para el resultado final. Si así era empezaba a trabajar en ella retocando encuadres y modificando luces y sombras. Suelo buscar que mis fotos tengan un protagonista o punto de interés claro y utilizo mucho el contraste para remarcarlo, a veces mediante máscaras.

El segundo paso en mi proceso de edición es el apartado de color y es también al que más tiempo dedico. Mi objetivo es crear una atmósfera para cada imagen como si formase parte de su propia película. Para ello utilizo en primer lugar los colores que ya existen en la imagen para potenciarlos, modificarlos o atenuarlos y luego paso a las ruedas de color para darle homogeneidad a la fotografía. Aquí me inspiró mucho el uso del color de Eggleston, pero también la estética de la fotografía analógica y la fotografía de la película *La Vida Secreta de Walter Mitty*.

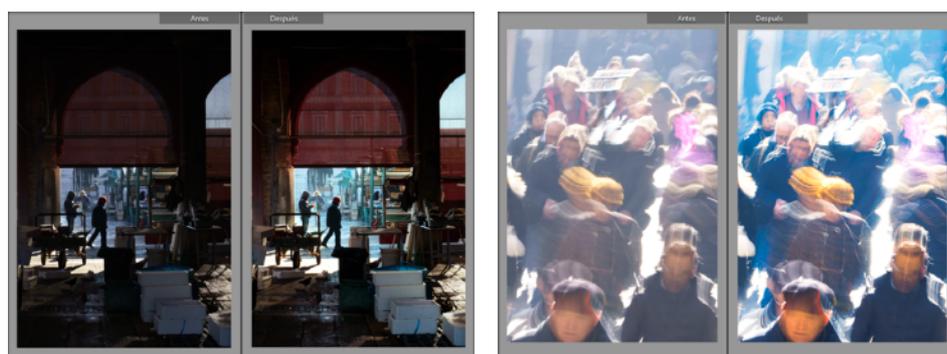


Fig. 12 y 13. Imágenes de la edición. Original izquierda, editada derecha.

La edición terminó con la selección original reducida a aproximadamente 200 fotos. Estas fueron clasificadas en cinco categorías por colores usando Lightroom: rojo para el turismo y la sobresaturación de la imagen; amarillo para detalles de la vida en Venecia; verde para planos generales de Venecia (por lo general turísticos); azul para imágenes del carnaval; y morado para mostrar la vida de la gente en la ciudad.

Como puede observarse, las categorías coinciden con aquellas que establecí antes del viaje excepto la del carnaval, que si bien es uno de los motivos por los que me desplazé a Venecia para este trabajo me parecía más relevante por su

capacidad de atraer a las masas a Venecia. Así pues hay menos imágenes del carnaval de lo que cabría esperar, pero consideré que para este trabajo no era necesario hacer hincapié en los disfraces sino en las multitudes.

4.4. MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN

La maquetación del proyecto se llevó a cabo en InDesign en un documento de dimensiones A4 en horizontal, con páginas opuestas.

Para la realización del fotolibro partí de la idea de ir de la parte turística y saturada a la de la calma. El libro sería como un diario en el que comenzaría tratando mis expectativas (y las que podría tener cualquiera) así como la realidad del turismo en la ciudad. Esta parte ocuparía alrededor del primer tercio del libro y sería la parte con más texto también, donde reflexionase acerca del tema del turismo de masas y la sobresaturación de imágenes.

En la segunda parte colocaría las imágenes de la vida en las calles de la ciudad y las fotografías de detalle. Se trata de aportar una visión de Venecia mucho más cercana, aquella que está ahí a la vista de todos pero en la que no todo el mundo se fija. Aquí se dará más protagonismo a la imagen que al texto con el fin de que las imágenes hablen por sí solas y el espectador descubra las otras facetas de la ciudad fuera del turismo de masas.

La parte más complicada de la maquetación fue el texto más que las fotografías. Teniendo las imágenes organizadas por colores y temas era cuestión de añadirlas que mejor se ajusten a la narrativa. El texto, por el contrario requirió de más tiempo para poder concretar bien las ideas que quería transmitir y la manera de contarlas.

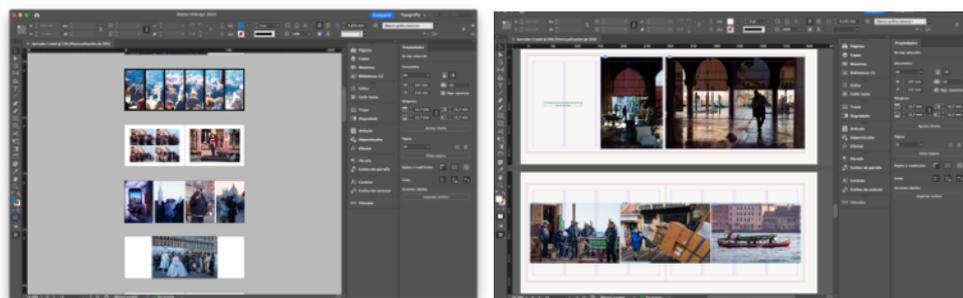


Fig. 14 y 15. Imágenes del proceso de maquetación

En cuanto al título del fotolibro, *Questa non è Venezia*, está inspirado por una frase de la canción *Italodisco* de *The Kolors*, que fue muy popular en Italia en verano de 2023 y que decía en su estribillo *Questa non è Ibiza*. Esta frase me recordó a su vez a la obra de Magritte *La Traición de las Imágenes* (1929), más conocido como *Ceci n'est pas une Pipe*, la cual me pareció que resumía a la perfección el tema que estaba retratando en el fotolibro.

En primer lugar, porque la imagen no es su referente, sino una representación. En el caso de Venecia, esto tiene aún mayor importancia

debido a la idealización de la ciudad por medio de las imágenes subidas a redes sociales, que intentan por todos los medios convencernos de la perfección de la Serenísima, y uno de los puntos claves de mi trabajo.

Y en segundo lugar, porque la visión que muestro en mi fotolibro no es la imagen que uno esperaría ver cuando piensa en Venecia, y menos aún en carnavales. Es mi visión de la ciudad, y la manera en que yo la viví y experimenté tanto en sus lugares más icónicos y turísticos como en sus olvidados.

Por último, la impresión del fotolibro fue realizada por Línea 2.



Fig. 16, 17, 18 y 19. Bocetos de portadas

4.5. IMÁGENES DEL PROYECTO

Algunas imágenes finales del proyecto ordenadas según etiquetas de colores que corresponden con los diferentes enfoques utilizados para el trabajo.



Fig. 20, 21 y 22. Imágenes con etiqueta amarilla, detalles y *slow life* de la ciudad.

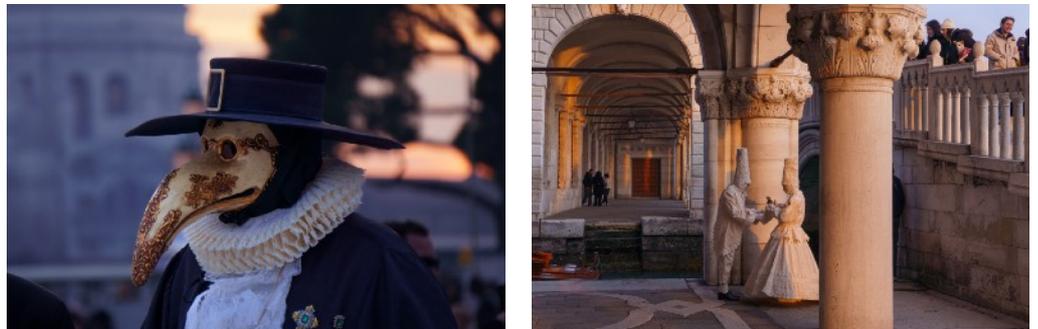


Fig. 23 y 24. Imágenes con etiqueta azul, carnaval.

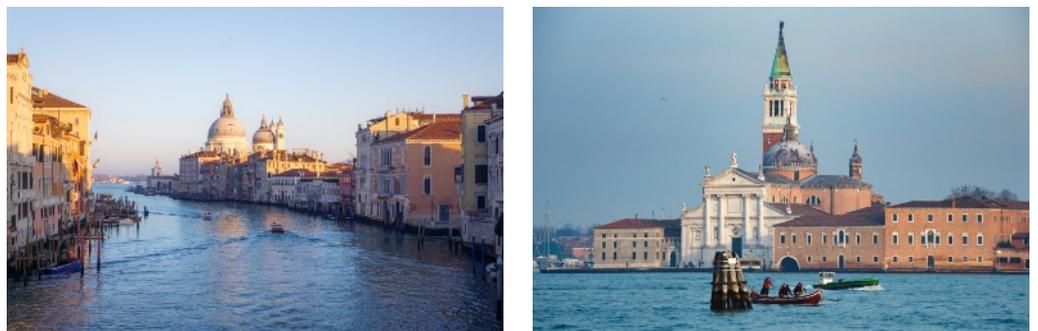


Fig. 25 y 26. Imágenes con etiqueta verde, planos generales de la ciudad.



Fig. 27, 28, 29 y 30. Imágenes con etiqueta morada, imágenes de la vida de la gente en la ciudad.



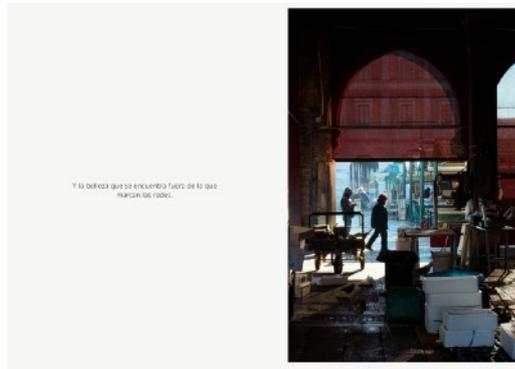
Fig. 31, 32, 33 y 34. Imágenes con etiqueta roja, imágenes relacionadas con el turismo de masas.

4.6. IMÁGENES DE LA MAQUETACIÓN FINAL



Aunque nosotros escribimos, en realidad encontramos aquellas imágenes de los problemas, y articulamos en nuestra estructura de género que nosotros escribimos con la intención de encontrar un punto, dentro que nosotros. Y si, pero en que está en el fondo sabemos que los viajeros que lo hacen son muy diferentes a la realidad.

Ahora así, seguimos generando ideas de viaje, en la oportunidad de experimentar la ciudad por nosotros mismos. Y si el final resulta que la experiencia es en tan satisfactoria como esperamos, al menos tendremos un momento de fotos "buenas" con las que dar emoción a familiares y amigos durante los próximos meses.



Y la belleza que se encuentra fuera de lo que marca los roles.



Me preguntaba si el futuro es el verdadero problema de Venecia o si, por el contrario, es solo el futuro quien se que está moviendo a la ciudad. Pero bien es para mí, la ciudad depende de muchos y probablemente en cualquier momento que sea una solución. Tiempo podemos de repente cambiar o cualquiera que sea una amenaza contra la ciudad y la labor de limitar el crecimiento que genera son más la conservación de la ciudad en su estado histórico.

No voy a ponerme a dar lecciones de cómo se deberían cambiar leyes o de cómo deberían que actuar los políticos para solucionar. No es algo que yo pueda decir y no tengo los conocimientos necesarios para aportar soluciones de ese tipo. Lo que sí puedo hacer, como viajero y fotógrafo, es trabajar a quienes están más frías y reflexionar sobre nuestras experiencias, maneras de viajar. ¿Cómo giramos en los lugares donde se de verdad se aparece o es porque lo vemos en Instagram? ¿Cómo que los recuerdos a nosotros que visitan en el viaje los amigos porque se acerca o por presión social?

Estamos en punto de que que sea a un sitio que se conoce lo máximo posible en la normal, al igual que querer sacar fotografías de recuerdos. Solo sé que la próxima vez que voy a volver una parte de la historia a través de la experiencia de estar viajando. Porque no es necesario acercarse para llegar a verla TODO o no más apático. Y porque la foto siempre será un buen recuerdo, aunque no por eso la calidad de nuestros recuerdos dependa de la foto.



Fig. 35, 36, 37 y 38. Imágenes de la maqueta final.

5. CONCLUSIÓN

En primer lugar considero que he cumplido con el objetivo final de este proyecto que era la realización de un fotolibro que recogiese mi experiencia y visión del viaje a Venecia, además de con los objetivos individuales tanto de la parte práctica como de la teórica.

La parte teórica creo que fue la más compleja. Para empezar me fue difícil delimitar los temas a tratar y profundizar, ya que no hay dos viajes iguales y cada uno los experimenta a su manera. El turismo de masas es también un fenómeno complejo como aprendí mientras investigaba, y va mucho más allá de un montón de gente que no puede disfrutar de sus vacaciones en paz. No obstante creo que el análisis realizado hace un buen resumen de la situación del turismo, tanto en Venecia como en el mundo en general, y recoge las bases del pensamiento *Slow* y la evolución de la relación de los viajes y la fotografía.

Antes de enumerar mis conclusiones de esta parte me gustaría aclarar que mi objetivo no es dar una solución a los problemas generados por el turismo. Tampoco pretendo crear una guía de cómo se debe viajar o fotografiar. Mi intención fue siempre la de llegar a comprender mejor los problemas generados por el frenesí viajero que parece extenderse cada vez más y explorar alternativas que me sirvieran a mí o a cualquier otra persona en mi situación para volver a reconectar con el placer de viajar y experimentar el lugar.

- El turismo no es el problema. Eliminar el turismo generaría a la larga más problemas que beneficios, y tampoco es justo que solo un pequeño grupo de *privilegiados* pueda disfrutar del arte, naturaleza o maravillas que cada lugar del mundo tiene que ofrecer.
- Siempre existirá la figura del turista fotógrafo. No podemos evitarlo, fotografiamos porque es nuestra manera de inmortalizar, porque lo que hace especial la foto es que la hemos tomado nosotros. Esto no lo convierte necesariamente en una mala práctica pues todos disfrutamos recordando aquel viaje que hicimos hace tiempo y las fotografías son nuestra ventana a esos momentos.

De hecho, creo que lo que nos da nostalgia no es tanto el lugar en sí mismo sino el recuerdo de nuestra experiencia en él. Nos acordamos de la vez que nos perdimos por las calles del Dorsoduro, de la impresión de ver el primer vestido de carnaval, de aquella cena con amigos en un antro de Cannaregio y de cómo reímos paseando por Strada Nuova. Esas serán las fotografías que volvamos a ver y las que tendrán significado mientras que las imágenes de San Giorgio Maggiore con las góndolas terminarán siendo una más entre las millones de fotos que guardamos en la nube.

- El *Slow Travel* no es una solución mágica y universal para todo el mundo, o al menos no se trata de una fórmula que se pueda seguir al pie de la letra. Cada persona y cada viaje tienen sus circunstancias particulares, y habrá incluso quienes disfrutarán de viajar con packs de viaje organizados.

Al final la clave del *Slow Travel* se reduce a aprovechar el viaje, que lo disfrutemos, y que lo que decidamos hacer en él sea por y para nosotros.

Porque rentabilizar un viaje no es matarnos a caminar de un lado para otro durante siete días seguidos siguiendo al pie de la letra lo que dice una guía de viaje, y a veces es simplemente parar y vivir el momento.

- Venecia es un caso extremo e icónico del turismo de masas. La ciudad se asemeja cada vez más a un parque temático hecho ciudad, y las últimas medidas como el cobro de una entrada para quienes vayan a pasar el día no hacen más que reforzar esa realidad.

La ciudad se enfrenta a una dura decisión: o pone freno al turismo invirtiendo en su población local, dando ayudas a quienes ya no pueden pagar los alquileres estratosféricos, renovando la ciudad para adaptarse a las necesidades de una población cada vez más envejecida y generando industrias que eviten la emigración de sus jóvenes (con todo lo que ello conlleva); o cede ante las demandas del turismo dejando que este consuma toda la autenticidad de la ciudad. Sea cual sea su decisión final creo que esta marcará el futuro de muchos otros destinos en situaciones similares, especialmente en caso de elegir la primera.

En cuanto a la parte práctica estoy muy contenta con los resultados. Considero que a nivel fotográfico he conseguido mostrar las diferentes facetas de la ciudad, turísticas y desconocidas, y que he cubierto todos los enfoques que buscaba plasmar mencionados en los objetivos. Creo también que los enfoques seleccionados fueron de mucha ayuda una vez en la ciudad para tener una organización a la hora de fotografiar, y que facilitaron a su vez la creación de una narrativa que sirviera de hilo conductor para el fotolibro.

Por último, considero que el fotolibro cumple con su función, que es que tanto el espectador como yo misma nos paremos a reflexionar sobre sus propias motivaciones para viajar y hábitos. Creo que tanto las imágenes como los textos funcionan complementándose los unos a los otros y que la edición de las imágenes contribuye dando cohesión y atmósfera al trabajo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Ahlfert, C. (2012). El viaje como experiencia. *Papers TSI*, 2012, 2, 91-109.
- Bourgeois-Vignon, A. (2022, 26 julio). The suffering of light. Magnum Photos. <https://www.magnumphotos.com/arts-culture/alex-webb-the-suffering-of-light/>
- Callard, A. (2023, 24 junio). The case against travel. *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/culture/the-weekend-essay/the-case-against-travel>
- Centro de Documentación de Fundación MAPFRE - William Eggleston : El misterio de lo cotidiano. (s. f.-b). Centro de Documentación de Fundación MAPFRE. <https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/bib/183880.do>
- Clay, E. (2024, 17 enero). A brief history of landscape photography | The Independent Photographer. The Independent Photographer. <https://independent-photo.com/es/news/a-brief-history-of-landscape-photography/>
- El Confidencial (2018, 17 febrero). Venecia está en venta. . . y las grandes empresas se están haciendo con ella. https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-02-12/venecia-turismo-masas-diaspora-italia-turistas_1519777/
- Ernst Haas. (2023, 15 diciembre). International Center of Photography. <https://www.icp.org/browse/archive/constituents/ernst-haas?all/all/all/all/0>
- Estrin, J. (2016, 9 septiembre). A father, a son, a disease, and a camera. Lens Blog. <https://archive.nytimes.com/lens.blogs.nytimes.com/2016/09/06/capturing-complexity-and-color-in-mexico/>
- Fundación MAPFRE (2023, 28 septiembre). *Exposición de William Eggleston en Barcelona*. <https://www.fundacionmapfre.org/arte-y-cultura/exposiciones/centro-fotografia-kbr/william-eggleston/>
- Fineman, Mia. "Kodak and the Rise of Amateur Photography." In Heilbrunn Timeline of Art History. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000-. http://www.metmuseum.org/toah/hd/kodk/hd_kodk.htm (October 2004)
- Gordon, B. M. (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX.
- History Of Science Museum (s. f.). *Camera obscura*. <https://www.hsm.ox.ac.uk/camera-obscura>
- Lanacionar. (2014, 21 mayo). Las 10 ciudades más fotografiadas del mundo. LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/las-10-ciudades-mas-fotografiadas-del-mundo-nid1693312/>
- Lubben, K. (2017). *Magnum contact Sheets*. National Geographic Books. Pg 290-295 y 312-313.
- Magnum Photos. (2022, 14 julio). Alex Webb • Photographer Profile • Magnum photos. <https://www.magnumphotos.com/photographer/alex-webb/>
- Magnum Photos. (2024, 4 enero). Ernst Haas' early color images of New York. <https://www.magnumphotos.com/arts-culture/ernst-haas-early-color->

- [images-of-new-york/?utm_source=linkedin&utm_medium=social&utm_campaign=editorial](#)
Magnum Photos. (2020, 18 diciembre). Martin Parr • Photographer profile • Magnum photos. <https://www.magnumphotos.com/photographer/martin-parr/>
- Martín-Cabello, A., & García-Manso, A. (2015). Aprender a través del viaje: el turismo mochilero como experiencia educativa. *Opción*, 31(1), 430-448.
- Pereira, G. A., & Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 62-85.
- O'Toole, I. (2024, 17 enero). Ernst Haas: Master of Photography | The Independent Photographer. The Independent Photographer. <https://independent-photo.com/es/news/ernst-haas-master-of-photography/>
- Photo opportunities — Vionnet. (s. f.). <https://corinnevionnet.com/Photo-Opportunities>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.7 en línea]. < <https://dle.rae.es/experiencia?m=form> >
- Sebastian. (2022, 28 marzo). *The impact of mass tourism in Venice - Venezia autentica*. Venezia Autentica | Discover and Support the Authentic Venice. <https://veneziaautentica.com/impact-tourism-venice/>
- Slow Food. (2023, 14 diciembre). Nuestra historia - Slow Food. <https://www.slowfood.com/es/nuestra-historia/>
- Slow Travel Europe | A manifesto for slow travel*. (s. f.). <https://www.slowtraveleurope.eu/slow-travel-manifesto>
- Small world. (s. f.). Magnum Photos Store. <https://www.magnumphotos.com/shop/collections/books/small-world/>
- Sorabella, J. (October 2003) "The Grand Tour." In Heilbrunn Timeline of Art History. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000–. http://www.metmuseum.org/toah/hd/grtr/hd_grtr.htm
- Staiff, R. (2013). Tourism geography. Contemporary tourism issues. Venice: a case study.
- Vainikka, V. (2013). Rethinking mass tourism. *Tourist studies*, 13(3), 268-286

7. REFERENCIAS DE IMÁGENES

- Bourgeois-Vignon, A. (2022, 26 julio). *The Suffering of Light*. Magnum Photos. <https://www.magnumphotos.com/arts-culture/alex-webb-the-suffering-of-light/>
- Eggleston Art Foundation. (s. f.) <http://egglestonartfoundation.org/>
- Havlin, L. (2021, 26 octubre). Global Tourism. Magnum Photos. <https://www.magnumphotos.com/arts-culture/travel/global-tourism-martin-parr/>

Magnum Photos. (2024, 4 enero). Ernst Haas' Early Color Images of New York.

<https://www.magnumphotos.com/arts-culture/ernst-haas-early-color-images-of-new-york/>

Vionnet. (2005). *Photo opportunities* [https://corinnevionnet.com/Photo-](https://corinnevionnet.com/Photo-Opportunities)

[Opportunities](https://corinnevionnet.com/Photo-Opportunities)