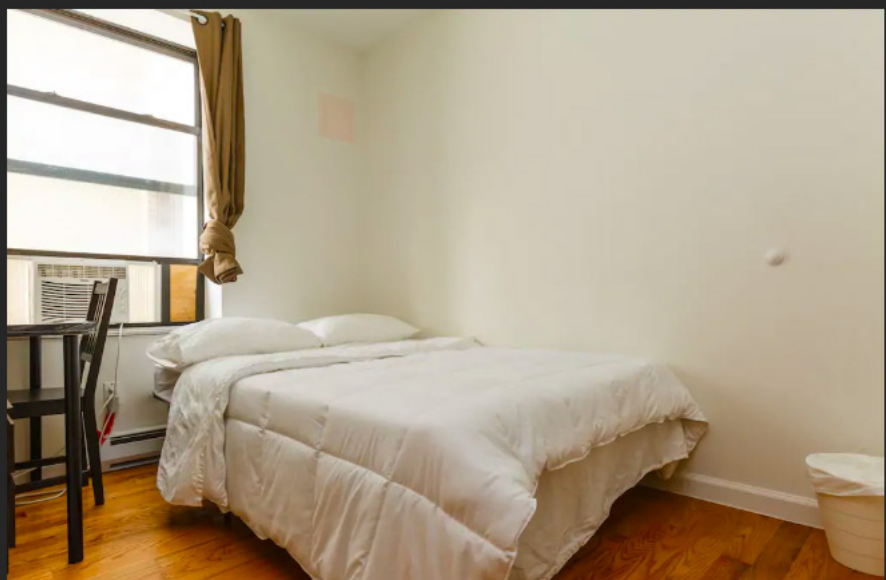


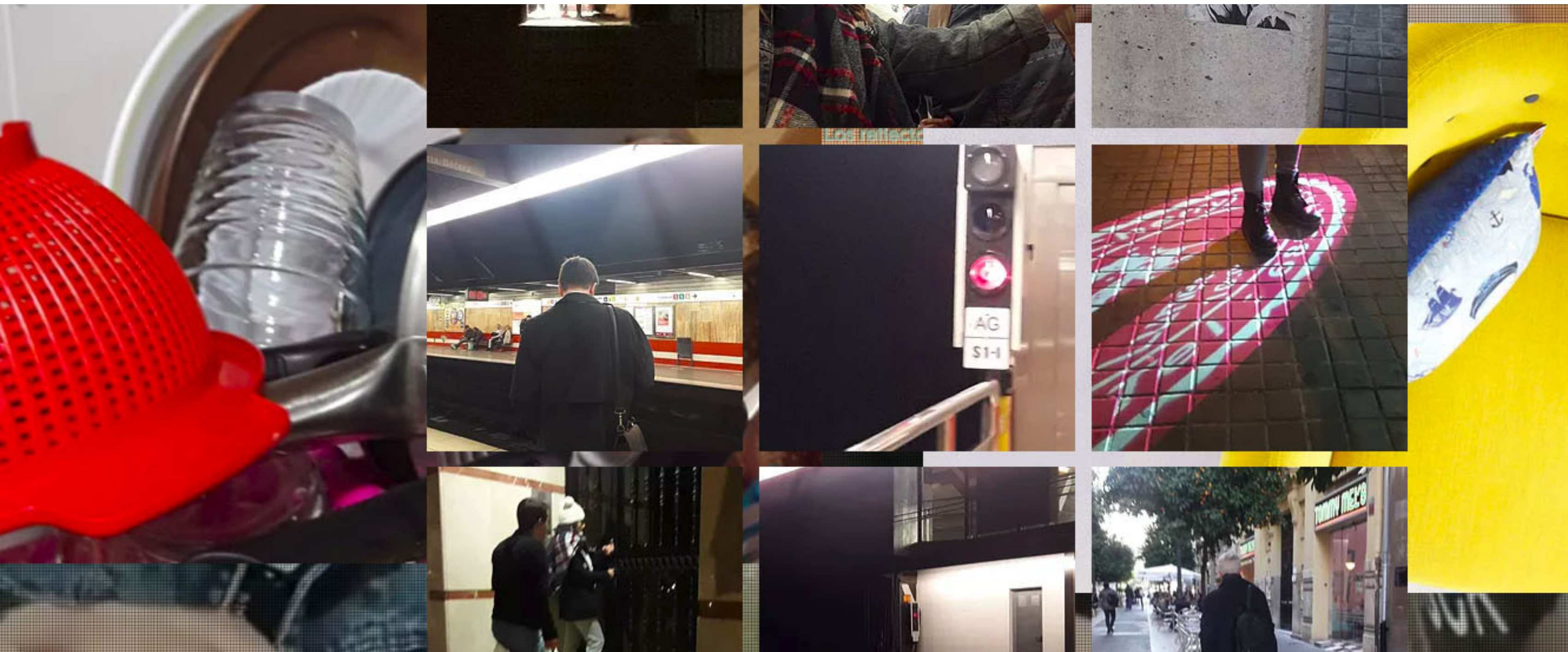
[READ MORE](#)





# CAMtrip

Stephanie Camila Blas Selas. 2019







## New York- Valencia

Nueva York es la ciudad más poblada de los Estados Unidos de América, una de las mayores del continente americano y del mundo. Desde finales del siglo XIX es uno de los centros de la economía mundial. Nueva York está considerada como una ciudad global, por sus influencias a nivel mundial en el comercio, la comunicación, en el entretenimiento, la política, en la educación, en la cultura y en la arquitectura. En esta ciudad se encuentra la sede central de la Organización de las Naciones Unidas, lo que también la convierte en un punto importante de las relaciones internacionales.

### Valencia

Es un municipio y una ciudad de España, capital de la Comunidad Valenciana y de la Comunidad Valenciana. Con una población de 791.413 habitantes. Es la tercera ciudad más poblada de España, por detrás de Madrid y Barcelona.

Figura nº1. Exposición en Santo Domingo



# ÍNDICE

<b>I</b> ntroducción .....	6
<b>E</b> l papel del artista en la época de la posverdad .....	8
<b>P</b> rocesocreativo	
<b>D</b> ibujos inconexos .....	10
<b>L</b> a mujer , el escaparate y la publicidad .....	12
<b>L</b> a experiencia de viajar .....	18
<b>G</b> amtrip. Una red creada para ser recorrida .....	22
<b>C</b> onclusión .....	42
<b>B</b> ibliografía .....	44







# Introducción

Pertenecemos a una sociedad que vive en la época de la desinformación, donde reina la posverdad y la falta de conocimientos sobre cosas que nos conciernen y que determinan nuestra forma de vivir y ver el mundo. Nos encontramos en un estado de saturación de mucha información que es lanzada hacia nosotros. Ya no somos capaces de sentir empatía ni interés por cuestiones de las que incluso dependemos.

No podemos fiarnos de nuestro propio sentido común, ha sido abordado y defiende otros intereses mayores. Se produce un estancamiento de la racionalidad, se cae todo y se borran las huellas por dónde debíamos volver en caso de pérdida. Somos el resultado de la banalización y del popurrí, de la desesperación y la indiferencia al mismo tiempo <sup>1</sup>. Esta idea se ve reflejada en la primera parte del proceso creativo a través de dibujos que se perciben como inconexos.

La segunda parte de este proceso deriva con la base de este problema hacia la publicidad. Dónde no solo podemos hablar de la moda y la descontextualización de los objetos en ella sino también del papel de la mujer como bien dentro de la sociedad actual en la que el cuerpo femenino es utilizado para llamar la atención del público o como un valor intercambiable.

Esto se puede percibir en las redes sociales actuales que pertenecen al mundo de la publicidad, dónde no sólo aparecen mujeres sino también lugares paradisiacos que nos incitan a querer vivir experiencias extraordinarias como las que se anuncian. Una vida despreocupada en la que ya no interesa acumular bienes sino más bien recolectar vivencias. Todo esto es generado dentro de nuevos espacios los cuales influyen sobre como actuamos e intervenimos en un mundo cada vez más subjetivo.

---

1 HAN,B. (2014). En el enjambre, pág. 9 y 20







# El papel del artista en la época de la posverdad y el desarrollo tecnológico.

Los artistas en la posverdad<sup>2</sup> idean llevar a cabo un sistema de comunicación y de producción colectivo que comprometa a los receptores para darles un papel dinámico. Un precedente que encontramos de este suceso lo hallamos en las piezas abiertas. El artista se ha adaptado a esta distribución del entorno, atrapado por hipertextos, saturado de enlaces a páginas webs y las ondas de retroalimentación. Tienen una impresión de la realidad más metódica y participativa.

El hombre es un artista que planifica mundos variables. Se desvanece la diferencia entre arte y ciencia , ambos son una aspiración.

La figura del ciberflaneur<sup>3</sup> hace referencia a un individuo que es apto para coexistir con la diversidad de nuevas informaciones en un contexto de transformación. Un paseante evolucionado que divaga como un nómada por diferentes entornos digitales, reflexionando sobre ellos, observando y analizando.

Una persona que genera recorridos a través de los hipertextos o vínculos que llevan a diferentes avenidas.

El ciberespacio se convierte en una dimensión que se abre al mundo, inexplorada y virgen, al alcance de cualquier usuario. Esto es perceptible en los nombres de los primeros buscadores como Internet Explorer o Netscape Navigator. Se producen excursiones que no pertenecen a un perfil utilitario y por eso mismo se aproximan más a la experiencia artística.

El collage, el remix y el mashup aparecen como maneras de ofrecer un significado. Internet se manifiesta como un abanico de textos e imágenes dispuestas para ser enmascaradas y manejadas. El ciberflaneur navega y se deja llevar por un espacio virtual que puede llegar a transformarse en un espacio físico.

---

2 HAN, B .(2014) En el enjambre, pág. 26 y 33

3 TORRECILLA, Elia.(2013) Paseando Espacios: Del Flaneûr al Ciberflaneûr, pág. 100





Figura nº2. "Juguete" perteneciente a la serie "Dibujos Inconexos".

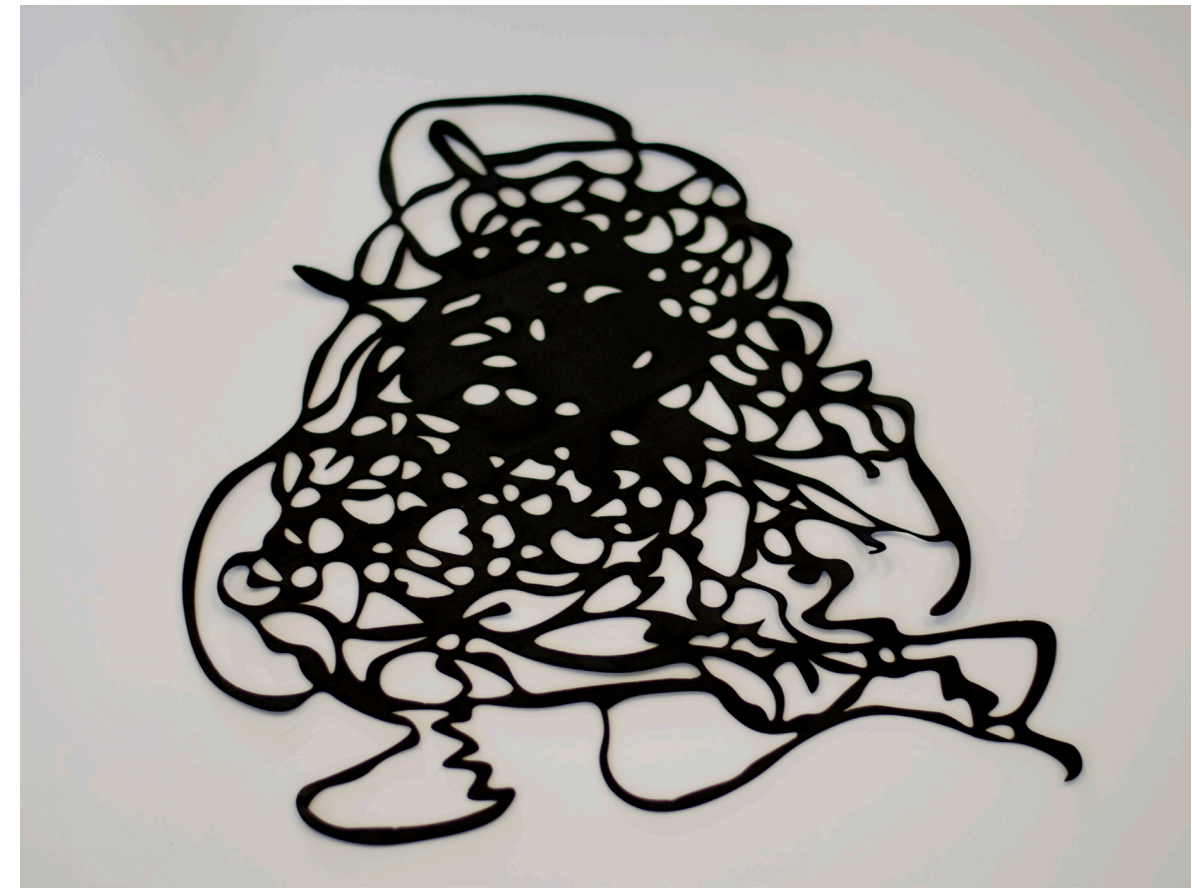


Figura nº3. "Caminante" perteneciente a la serie "Dibujos Inconexos".



## Dibujos inconexos

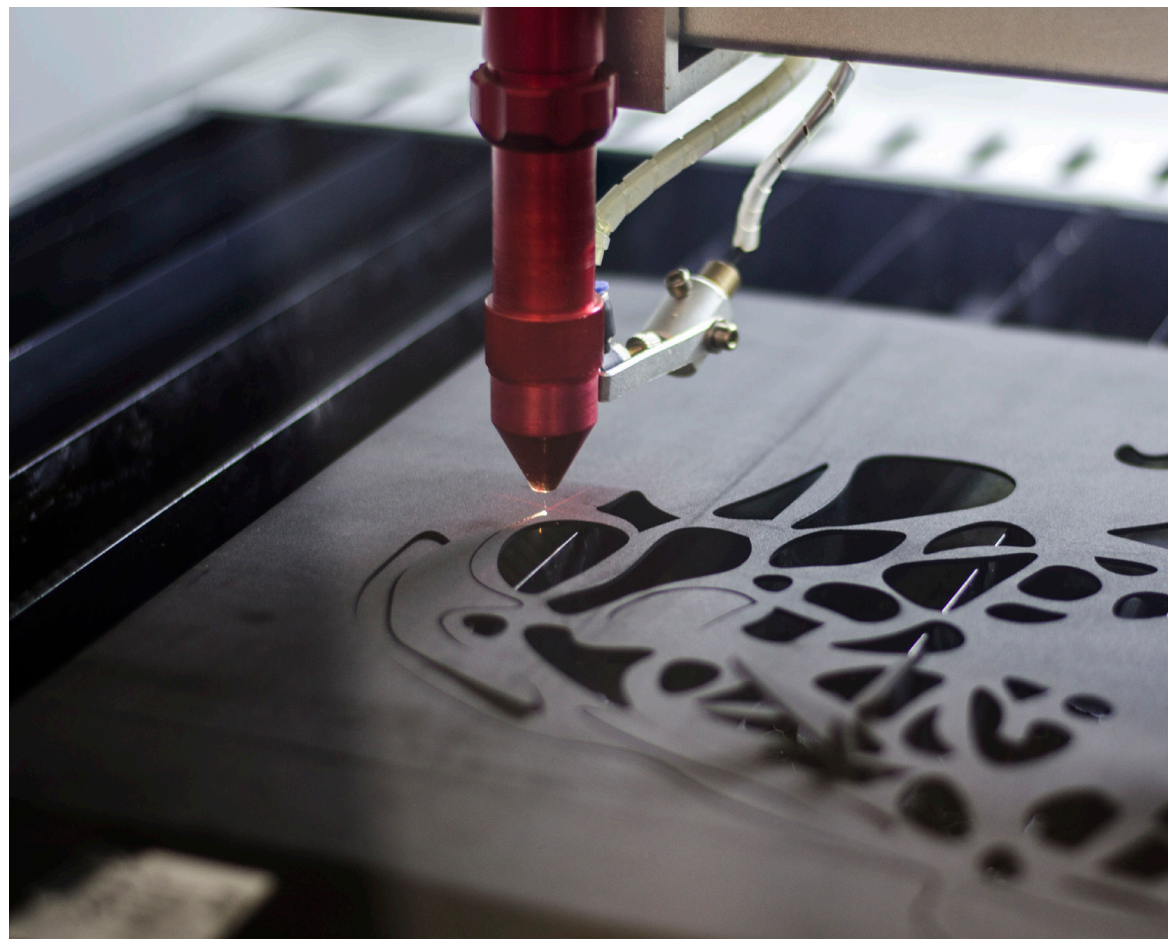


Figura nº4. Máquina láser perteneciente a la serie de "Dibujos Inconexos".

En el proceso creativo nace una serie protagonizada por dibujos que ya no corresponden a ningún lenguaje y que son el resultado de la desconexión y la falta de la referencia.

Comencé por cerrar los ojos y coger un carboncillo, posteriormente pensaba en un recuerdo e intentaba dibujarlo tal cual me lo estaba imaginando, insistiendo en las partes que consideraba importantes y trazando hasta los mínimos detalles. Al abrir los ojos me encontraba con un barullo que luego mi imaginación rodeaba hasta llegar a encontrar un parecido que me resultara familiar o a algo que conociera. (figura nº2 a la 4)

No podía evitar que me recordara a las nubes que los niños convierten con su creatividad en objetos u otras cosas y me hizo pensar que yo estaba haciendo lo mismo. Iba en busca de algo conocido porque no lograba dibujar nada concreto, no sabía que estaba dibujando ni en que iba a terminar.



Figura nº5. "Violeta"  
perteneciente a la serie  
"Mujeres".





## La mujer, el escaparate y la publicidad

La arquitectura y el paisaje dan lugar a un modo de comunicación. El consumo actual está básicamente marcado por los deseos y la capacidad que tenemos de imaginarlos a partir de un bien o servicio en venta. El gusto por el consumo se obtiene a partir de las emociones que van de la mano con la experiencia. Transmiten una sucesión de imágenes y significados que establecen diferentes conexiones en las formas sociales.

La publicidad es un hecho social que ha adquirido el valor de la cotidianeidad. Se ha aceptado como una manera natural de entender las distintas alternativas que el mercado pone a disposición de los individuos consumistas. El producto se vuelve un objeto de deseo que a veces es acompañado por estrategias y figuras que incitan la compra del producto. El fenómeno de la publicidad y el escaparate<sup>4</sup> no deja de ser una forma de ver nuestras formas de comportamiento y de actuación que son utilizadas para estimular al comprador.

Estos procedimientos tienen un gran impacto en nuestra forma de pensar y de percibir la realidad. Cada vez estamos más expuestos a contenido sexista dónde se advierte a la mujer como un mero objeto o idealizada.

Es habitual encontrarnos a las mujeres medio desnudas frente al hombre, infantilizadas o en situaciones de vulnerabilidad. Partes del cuerpo que pertenecen a una mujer desmembrada como si de un maniquí se tratase, restándole importancia como persona y dando a entender que todo lo interesante reside únicamente en una zona.

Estas fotografías pretenden incidir en este hecho reforzando la idea del mensaje mediante símbolos y acciones que hacen reflexionar sobre el papel de la mujer en la sociedad actual (figura nº 5 a la 9).

A lo largo de la historia la mujer ha sido representada como “ama de casa”, asociada al cuidado de los niños y al mantenimiento del hogar. Actualmente las mujeres han conseguido muchos logros en cuanto a la igualdad de sexos, pero en la publicidad este fenómeno persiste. El género femenino es objetualizado como si de un bien se tratase dónde se busca la erotización del cuerpo o la calidez de una mujer que cuida de su familia y de los demás.





Figura nº6. "Roja"  
pertenece a la serie  
"Mujeres".





Figura nº7. "Amarilla"  
perteneciente a la serie  
"Mujeres".



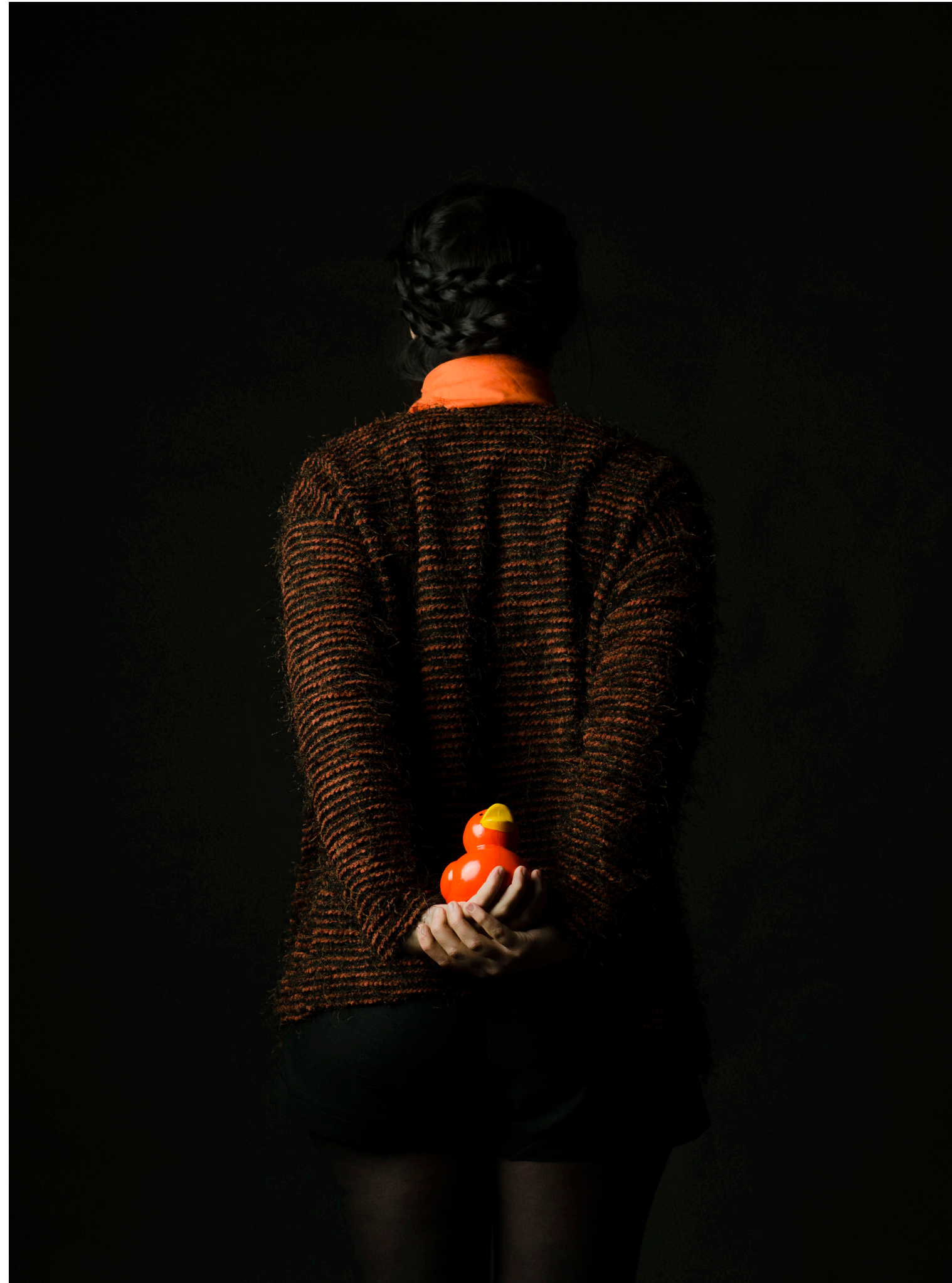


Figura nº8. "Naranja"  
perteneciente a la serie  
"Mujeres".



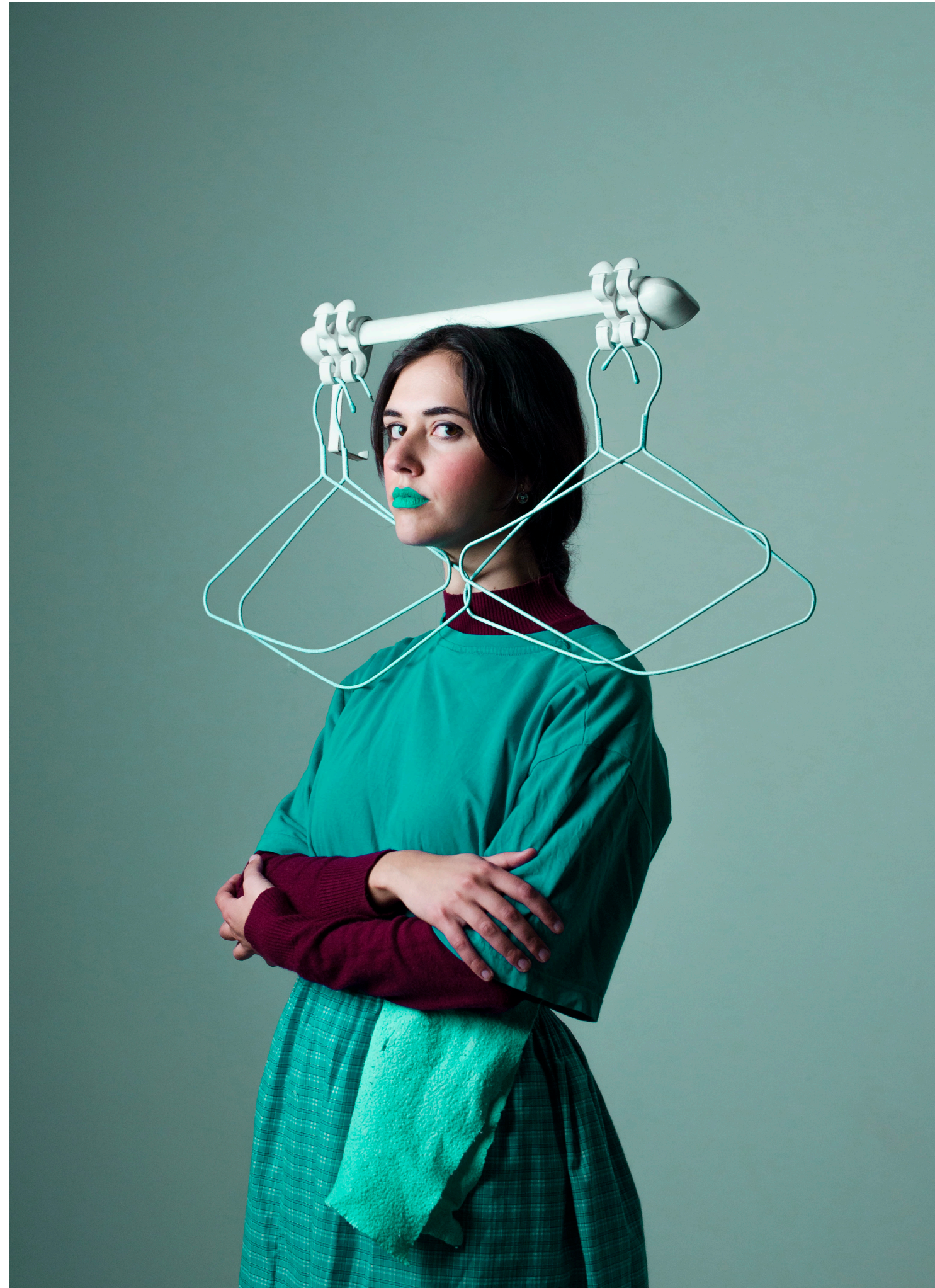


Figura nº9. "Verde"  
perteneciente a la serie  
"Mujeres".







## El ciberespacio y la experiencia de viajar

Con el desarrollo de la imprenta, la información se hace divulgativa con el fin de llegar a todas las personas. Estas inéditas difusiones comenzaron a colarse sigilosamente por la puerta de atrás para quedarse. Con el paso del tiempo, se produjo la necesidad de estar al tanto de las noticias que se producían en el mundo. Esto produjo un crecimiento atroz de los medios de comunicación, que originó nuevas formas de transmitir como la radio, la televisión y los ordenadores, hasta conseguir la unión de todos los formatos de comunicación en un único denominador, la multimedia.

Durante 1970 se fue difundiendo el desarrollo de ordenadores que se conectaban entre sí a través de una red, la cual cada vez fue haciéndose mayor hasta conformar la Red Digital de Servicios Integrados. Se originó Internet a mediados de 1990, haciendo que cualquier ordenador particular pudiera unirse a ella<sup>5</sup>.

Con las influencias de las nuevas tecnologías y sus efectos se presentan una serie de ficciones en las que la web se convierte en una dimensión habitable, en el simulacro de una ciudad donde los límites entre la realidad y la invención utópica se emulsionan. Esto nos concede el hándicap de vivir más vidas, pudiendo ser lo que anhelemos en cada momento. Nos ubicamos frente una red universal por la que se puede navegar, donde casi todo se piensa, fabrica y experimenta a través de sus pantallas. Todo un panorama online que muestra al momento un sinfín de formatos de ocio, cultura y entretenimiento.

Entre otras aplicaciones destaca la integración de Google Maps que pertenece a Alphabet Inc a través de la cual podemos localizarnos dentro del ciberespacio, independientemente de nuestra posición geográfica. ¿Cómo es posible viajar tan rápido?





Figura nº11. "Edificio en Valencia" perteneciente a la serie "Paseando por Valencia".

Las nuevas formas de captación que la ciencia y la tecnología han dado a la sociedad han producido la alteración de la ciudad real en cuanto a fundamentos digitales, cambiando su frecuente entendimiento. Los encargados principales de ello son los medios televisivos e informáticos. Estos muestran una versión de la ciudad que no se ajusta a la realidad convirtiéndose así en un fluido cultural de imágenes sin unión espacial o temporal entre ellas, originando una realidad plegada, rota y discontinua dónde también las imágenes han pasado de ser meras copias a ser patrones de conducta. Estas nuevas formas de representación escenifican una materialidad optimizada en cuanto a replicaciones, acaban con la inédita esencia de las imágenes, dándoles un valor de cambio y derribando la singular semántica y poética de la representación, que no es más que una reproducción de lo original. Esta dominación y adiestramiento de la imagen genera la expropiación de la verdad que da lugar a la creación de la hiperfotografía, más ligada a la pintura y creada a partir de la fotografía digital que pone conclusión a la referencia.

(figura nº11 a la 13).





Figura nº12. "Sombras" perteneciente a la serie "Paseando por Valencia".



Figura nº13. "Sombras" perteneciente a la serie "Paseando por Valencia".







## Camtrip. Una red creada para ser recorrida.

Actualmente, las personas utilizan gran parte de su tiempo en los mundos de Internet. Están más dispuestos a conocer experiencias estimulantes que a poseer bienes. A través de la creación de las redes sociales aparece un espacio de relación virtual formado por una comunidad de personas conectadas que se sienten que forman parte de algo, que comparten con todo el mundo sus intereses, que dialogan, se comunican y se expresan públicamente. Se rompen los límites entre la emisión y la recepción, y el espacio privado se convierte en un espacio social<sup>6</sup>.

El usuario adopta dos roles: el de consumidor y el de productor de la información, y se han transformado en un cúmulo de personas definidas, con nombres y apellidos.

Lo que anteriormente era una aglomeración de usuarios anónimos<sup>7</sup> ahora se dedican a escribir blogs, ser youtubers e influencers y cuentan sus experiencias al mundo. Se encuentran en un lugar descubierto a las diferentes intervenciones sociales y afectivas, dónde pueden ser ellos mismos.

La cámara fotográfica y de video en aparatos móviles permite conseguir imágenes que tienen fácil accesibilidad a las redes sociales (figura nº 14 a la 25). Aparece así una forma de exhibición y de auto representación cibernética que se mediatiza como periodismo ciudadano. Los individuos muestran su vida y tienen la necesidad de compartirlo con personas con los mismos intereses e incertidumbres que ellos. Un procedimiento amateur que ocasiona un espacio dónde pueden producir información y generar conversaciones que se gestionan en base a sus vivencias e investigaciones más personales. Gobierna la carencia del desafecto, en la que la intimidad es reconocida públicamente y lo privado se hace público.

6 TORRECILLA, Elia.(2013) Paseando Espacios: Del Flaneûr al Ciberflaneûr, pág. 89,90  
HAN,B. (2014). En el enjambre, pág. 8, 17

7 LLORENTE Y CUENCA (2017) La era de la posverdad. Uno, pág.36  
TORRECILLA, Elia.(2013) Paseando Espacios: Del Flaneûr al Ciberflaneûr, pág. 8





Figura nº14. Imagen sacada de Losviajeros.com



Figura nº15. Imagen sacada de Losviajeros.com



Figura nº16. Imagen sacada de Losviajeros.com



Figura nº17. Imagen sacada de Losviajeros.com





Figura nº18. Imagen sacada de Losviajeros.com



Figura nº19. Imagen sacada de Losviajeros.com

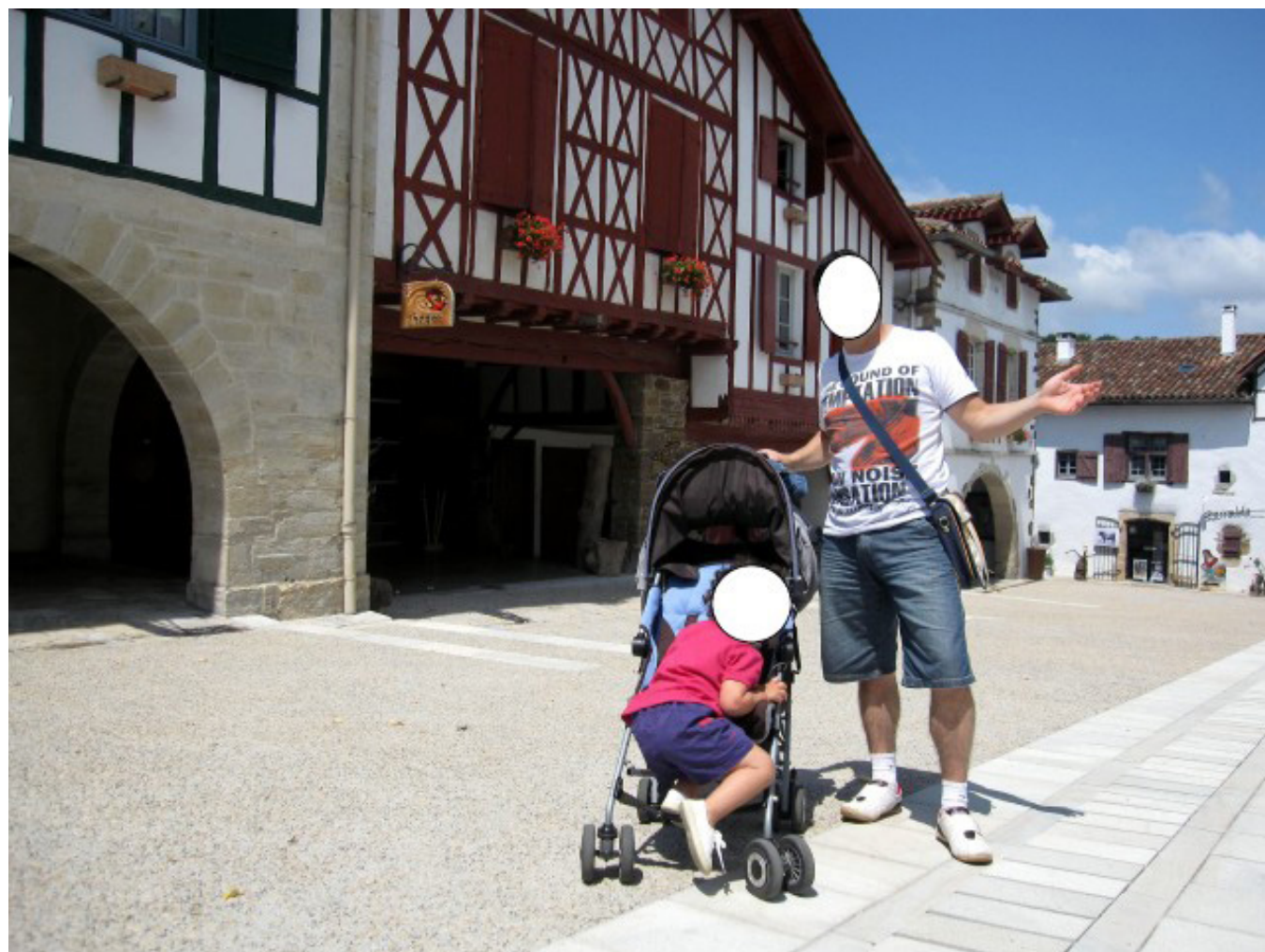


Figura nº20. Imagen sacada de Losviajeros.com



Figura nº21. Imagen sacada de Losviajeros.com





Figura nº22. Imagen perteneciente a la serie "Blogs".



Figura nº23. Imagen perteneciente a la serie "Blogs".



Figura nº24. Imagen perteneciente a la serie "Blogs".



Figura nº25. Imagen perteneciente a la serie "Blogs".



Comencé a recrear estas publicaciones, pero sin salir de casa, buscando generar mayor interés en mi perfil, viviendo experiencias que todos querríamos vivir y haciéndolo real de cara a los demás. La idea se convirtió en un reto en el que debía justificarme y demostrar que realmente había viajado (figura nº 26). Para ello tenía que meterme de lleno en la experiencia y pensar como un turista, pero sobre todo escoger un destino.

Decidí que Estados Unidos sería el país dónde se originarían las representaciones de mi proyecto en base a sus características. En concreto me llamo la atención Nueva York, siendo un destino muy solicitado por las personas que pueden permitirse viajar. Además de ser la ciudad más poblada del estado esta considerada una ciudad global por sus influencias a nivel mundial en los medios de comunicación, en la política, en la educación, en el entretenimiento, las artes y la moda. La ciudad esta dividida por cinco distritos y cuenta con lugares reconocidos por todo el mundo.

La información que leía me estaba generando una idea concreta sobre como debía ser este lugar. Esto me hizo pensar que una imagen esta determinada por el espacio, el tiempo y sobre todo por la persona que se encuentra sacando las fotos o grabando su experiencia detrás dónde no podemos llegar a verla.

Una persona que cuenta con sus propios gustos y puntos de vista, los cuales transforman el lugar en una versión diferente a la que es realmente.

A partir de aquí tome la decisión de incorporarme a la experiencia del viaje de otra manera en la que pudiera juzgar por mi misma como es Nueva York.

Google Maps es un servidor de manejo de mapas en la web que corresponde a Alphabet Inc. Propone imágenes de mapas desplazables, así como fotografías por satélite del planeta y rumbos de distintas ubicaciones. Forma parte de una vigilancia a nivel mundial colaborando con diferentes agencias de inteligencia y empresas tecnológicas.

Esta aplicación presenta la capacidad de producir acercamientos y alejamientos para ver el mapa. El individuo puede maniobrar con el ratón o las teclas de dirección desplazándose a la ubicación que desee realizando un paseo por el mundo sin realmente establecerse geográficamente en él.

Comencé a “caminar” por las calles como si realmente me encontrara pisando el suelo de Nueva York, perdiéndome por sus recovecos y avenidas en busca de nuevas experiencias que poder guardar en la memoria. Curioseando observé que se producían una serie de características y patrones que podrían darse en el primer encuentro de cualquier viaje a un lugar por primera vez.





Figura nº26. “Turistas” perteneciente a la serie “La experiencia de viajar”.



- El reconocimiento y el análisis del espacio.

Esta fase se produce cuando llegamos a un lugar en el que no hemos estado antes y conseguimos reconocer ciertas ubicaciones del lugar haciéndolas nuestras. Estos lugares suelen ser asentamientos que nos resultan familiares tales como empresas multinacionales, sitios de culto a una religión, paisajes desérticos o la contemplación del mar.

Cuando el recorrido se vuelve repetitivo comienzas a analizar el espacio y a fijarte que la ciudad esta compuesta sobre todo por patrones que se generan justo a la misma hora en diferentes partes de la ciudad. A través de estos patrones se puede definir como es una ciudad, como es Nueva York. Entre otros patrones, la basura se halla en grandes cantidades por fuera de las casas, los camiones que transportan mercancías suelen estar pintados con grafitis, los bares tienen las paredes pintadas con diferentes motivos y la ciudad se encuentra llena de bicicletas que se pueden usar para pasear por la metrópolis (figura nº27 a la 29).

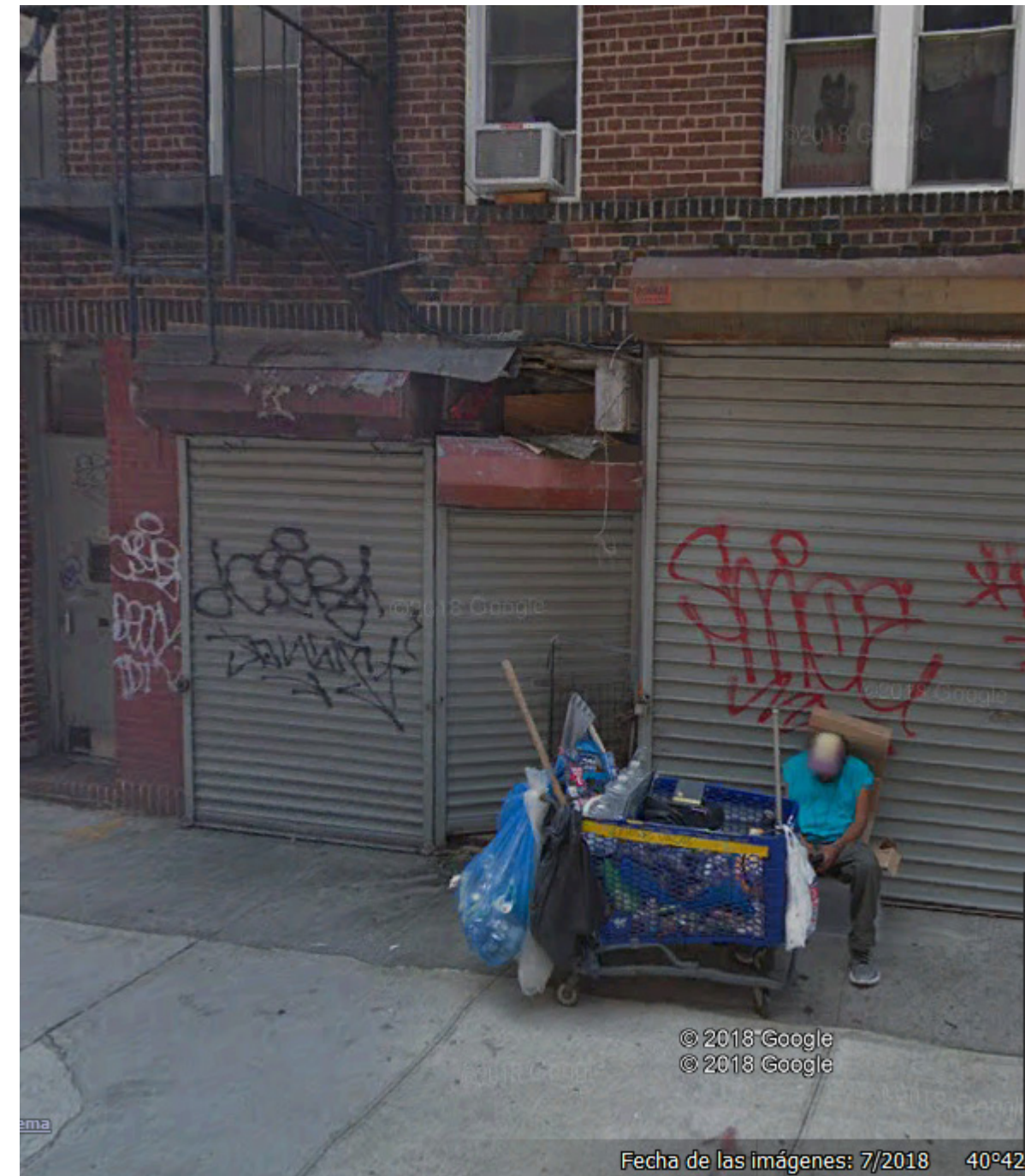


Figura nº27. Captura de Google Earth.





Figura nº28. Captura de Google Earth en Nueva York.



Figura nº29. Fotografía perteneciente a la serie "Paseando por Valencia".



- Intervenciones en el espacio

Esta fase se produce a partir de la asimilación de la cultura del espacio en el que nos encontramos. Cuando te empapas de la cultura de un lugar puedes decidir seguir con la forma de actuación propia de este, camuflándote con el entorno o puedes generar un cambio con el que alterar las conductas que se venían dando hasta entonces.

En base al análisis que había hecho sobre el lugar decidí llevar a cabo pruebas sobre mi teoría interviniendo en el espacio de las dos formas posibles. Por un lado, formé parte de la cultura de Nueva York escribiendo grafitis en las paredes y en los camiones. Por otro lado, produje un cambio siendo voluntaria para recoger la basura que me encontraba y así poder ayudar a la mejora del lugar (figura nº 30 y 31).

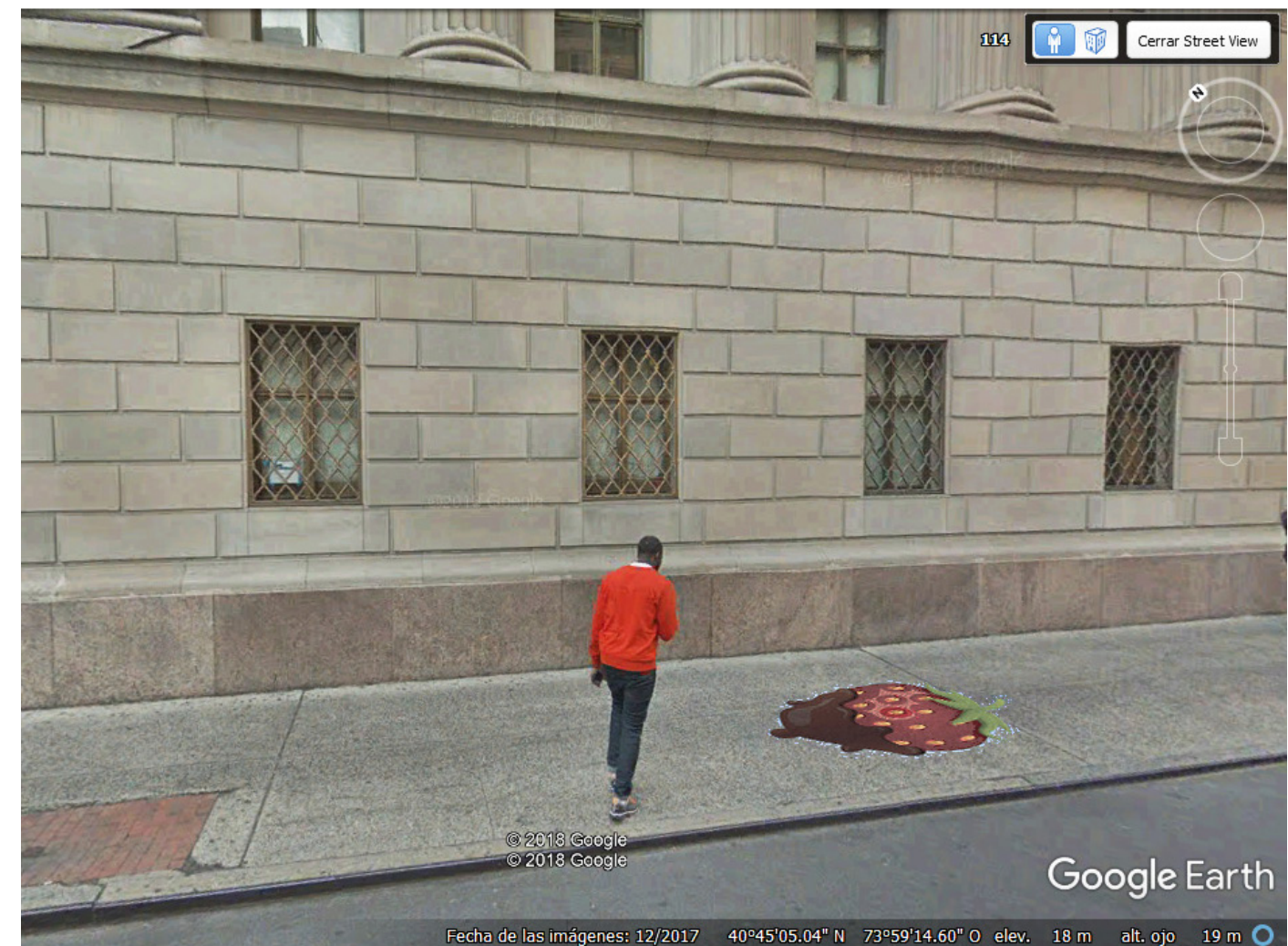


Figura nº30. Captura de Google Earth modificada.





Figura nº31. Captura de Google Earth modificada.



El viaje ficticio me llevaba constantemente a la necesidad de vivir una experiencia real para poder describir con detalle las situaciones por las que pasa un individuo cuando viaja. Aprovechando un viaje que tenía organizado a Valencia decidí sacar fotos y escribir una memoria que sirviera para generar documentación sobre el viaje a Nueva York. Las fotografías son sacadas con el móvil porque me gustaba el carácter amateur, la espontaneidad y la naturalidad con la que un teléfono pasaba desapercibido entre la multitud.

Estas fotografías revelaron patrones escondidos no solo acerca del comportamiento del viajero sino también de la cultura del lugar. Allí encontré camiones pintados, grandes cantidades de basura y bicicletas al alcance de cualquier viajante. Esta circunstancia me hizo sentir como si estuviera viviendo algo que ya conocía, como si mi memoria se hubiera activado para revivir y comparar un viaje con otro. Un viaje que no había hecho porque era totalmente inventado. Me percaté de que realmente al pasear por las calles de Google Maps estaba viviendo mi propia experiencia por el Estado y creando mis propios recuerdos de esos momentos (figura nº 32 a la 34).

Aproveche también el viaje real para comprobar como sería la convivencia y el carácter del viaje con las mismas personas con las que en un principio determine que viviría esta experiencia. Los lugares a los que iríamos dependiendo de nuestros gustos, que comeríamos y dónde, y como sería la relación entre nosotros en ese espacio.

Es curioso mencionar también la práctica de viajar hoy en día, dónde solo puedes llevarte lo mínimo y te intentan añadir gastos de más con cualquier excusa entre otras cosas que caben mencionar.





Figura nº32. Imagen perteneciente a la serie "Paseando por Valencia".





Figura nº33. Imagen perteneciente a la serie "Paseando por Valencia".





Figura nº34. Imagen perteneciente a la serie “Paseando por Valencia”.



Entre los dos viajes disponía de información suficiente como para generar un viaje ficticio que poder presentar públicamente. A medida que publicaba estas fotografías fui creando una página web<sup>8</sup> que disponía de mapas, imágenes tomadas en Google Maps, documentos en PDF describiendo cada experiencia del viaje intervenido en diferentes espacios e incluso un video de las personas que fuimos al viaje recordando momentos.(figura nº 35 a la 36). El audio del video se puede activar y desactivar para poder seguir adentrándote en diferentes enlaces de la red.

Me di cuenta de que realmente no debía demostrar mi existencia en Nueva York como turista, sino que tenía la responsabilidad de mostrar con mayor facilidad el mundo a otras personas.

Actualmente vivimos en una sociedad ansiosa de conseguir tantas cosas que no encuentran el momento para ser felices, para vivir experiencias irrepetibles en lugares recónditos del mundo, para ser voluntarios salvando ballenas o ayudando en países subdesarrollados.

Por esto mismo, tampoco tenemos tiempo para viajar. De esta forma podemos conocer el mundo sin salir de casa, sin gastar mucho dinero y con quién nosotros decidamos ir.

Esta idea evolucionó cuando me percaté de que mi experiencia es tan solo una más entre miles de personas que se dedican a escribir blogs sobre sus vivencias entre las que encontramos no sólo viajes a Nueva York iguales a los nuestros, sino también en familia, con amigos, hechos por personas con discapacidad y capaces de contarnos mil aventuras de las que podemos formar parte. Existen varios formatos de estos fenómenos, como puede ser Facebook, videoblogs en Youtube e incluso páginas webs dedicadas a la labor de informar a los visitantes futuros<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Página web: <https://stephanieblassel.wixsite.com/camptrip>

<sup>9</sup> TORRECILLA, Elia.(2013) Paseando Espacios: Del Flaneûr al Ciberflaneûr, pág. 89, 110

HAN,B. (2014). En el enjambre, pág. 17

LLORENTE Y CUENCA (2017) La era de la posverdad. Uno, pág.20





Figura n°35.Imagen sacada de Los viajeros. com



Figura n°36.Imagen sacada de Los viajeros. com



No sólo estamos influenciados por estos videoblogs o experiencias sino también estamos influidos por la información que nos llega constantemente a través de los medios de comunicación, de los documentales, de las personas que ya han viajado y que deciden recomendarte lugares que debes visitar, los videos musicales e incluso las películas ambientadas en otros sitios. Estos sucesos finalmente acaban por darte una impresión de cómo es ese emplazamiento.

Mi proceso creativo prosiguió a través del diseño de la página web y la creación de una agencia de viajes ficticia. Una empresa capaz de hacer que viajes leyendo, viendo y escuchando las vivencias de los demás. Una forma de aprender sobre otros lugares sin perder demasiado tiempo en los preparativos y apostando siempre por lo seguro. Un viaje ya planeado de principio a fin sin sorpresas inesperadas en el que puedes ser quien tu quieras, en el lugar que tu elijas.

La revista consta de cinco apartados, entre ellos destaca el primer capítulo o apartado el cual habla sobre la experiencia entre Nueva York y Valencia, y la especial relación que se genera entre ellas en mi viaje. Posteriormente las siguientes páginas cuentan las experiencias de otras personas las cuales están extraídas de blogs, videos y personas entrevistadas acerca de sus viajes recopilado a lo largo de la publicación (figura nº 37 a la 41).





Figura nº37. Imagen perteneciente a la serie “Revista Camtrip”.



Figura nº38. Imagen perteneciente a la serie “Revista Camtrip”.



Figura nº39. Logotipo. Imagen perteneciente a la serie “Revista Camtrip”.





Figura nº40. Imagen perteneciente a la Exposición en Santo Domingo..



Figura nº41. Imagen perteneciente a la Exposición en Santo Domingo..







## Conclusiones

A lo largo de este trabajo he intentado tocar distintos puntos de vista y formas de trabajar, es un campo muy abierto y que permite otros formatos. No sólo puede ser elaborado en un único contexto, sino que se vuelve moldeable y de fácil acceso hacia otros medios.

Esto supone un problema a la hora de dar por acabada la pieza dado que hay muchas opciones que aún podrían ejecutarse y otras muchas que han quedado a medias. La obra ha sido trabajada desde diferentes ángulos que aún quedan por descubrir e investigar.

Estos vértices han ido saliendo a la luz a medida que avanzaba la obra, sugiriendo nuevas cuestiones sobre las que reflexionar y que abren nuevos campos de creación.

Aunque en su comienzo fue planteado meramente como un viaje ficticio el cual tendría forma a través de imágenes creadas por mí, fue evolucionando hasta convertirse en una plataforma participativa en la que todas las

personas podrían intervenir tanto en busca de nuevas experiencias como de aporte a la creación.

Se han utilizado diferentes métodos de organización dado que al ser tanta información se vuelve difícil canalizarla en un sólo tema.

Es importante la investigación misma que se produce dentro de este trayecto, ya que la figura del sujeto divaga por distintos espacios, tanto físicos como cibernéticos en busca de un paseo que le otorgue nuevas vivencias. Esto a su vez, y de forma ilícita produce un reconocimiento continuo del espacio en otros espacios a partir de una memoria generada incluso de lugares en los que ni siquiera hemos estado.

Así, expande nuevas vías para el arte actual como se ha hecho durante estos últimos años, demostrando que esta disciplina puede ser también colaborativa, participativa y abierta.







## Bibliografía

AZNAR, F. (2018) Algunas reflexiones sobre la posverdad desde la perspectiva de la seguridad. Instituto Español de Estudios Estratégicos. Available at: [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_analisis/2018/DIEEEA22-2018\\_Posverdad-SegNacional\\_FAFM.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2018/DIEEEA22-2018_Posverdad-SegNacional_FAFM.pdf)

BAUDRILLARD, J. (1978). Cultura y simulacro. 10th ed. Barcelona: Kairós. Available at: [https://www.ucursos.cl/usuario/8c884c218360cd1a814d73bccaf3ff9a/mi\\_blog/r/culturay-simulacro\\_jeanbaudrillard.pdf](https://www.ucursos.cl/usuario/8c884c218360cd1a814d73bccaf3ff9a/mi_blog/r/culturay-simulacro_jeanbaudrillard.pdf)

CARERI, F. (2014) El andar como práctica estética Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL. Available at: [https://ggili.com/media/catalog/product/9/7/9788425225987\\_inside.pdf](https://ggili.com/media/catalog/product/9/7/9788425225987_inside.pdf)

HAN, B. (2014). En el enjambre. 1st ed. Barcelona: Herder Editorial, SL. Available at: <http://www.kubernetica.com/campus/documentos/bibliografia/BYUNG-CHUL-HAN-El-enjambre.pdf>

LLORENTE & CUENCA (2017) La era de la posverdad. *Uno*. nº 21, 60 páginas.

TORRECILLA, Elia. (2013) Paseando espacios: Del Flaneûr urbano al Ciberflaneûr. (Proyecto Final de Máster) Universitat Politècnica de València, España.