

RESUMEN

Con el paso de los años la ciudad se ha ido definiendo en base a una imagen de marca construida mediante las estrategias del *marketing* para funcionar como reclamo turístico global. Este trabajo de investigación se aproxima a esa vicisitud desde las condiciones en las que sujeto aborda el contacto visual con la ciudad. La abundancia de miradores en edificios de gran altura o el *skyline* como identidad de la ciudad son algunos de los condicionantes que afrontamos a la hora de recorrer o visitar una de estas ciudades y registrarla con la cámara. El texto se desarrolla como una deconstrucción del orden visual urbano para proponer *otros modos de mirar* la ciudad, requiriendo una actividad que implique el cuerpo de un actor y no de un espectador de su entorno. Como obra artística se expone el proyecto *Fotobarrera* mediante un uso performativo de la cámara en el espacio público.

Palabras clave: fotografía turística, skyline, fotobarrera, ciudad marca, streaming.

ABSTRACT

Over the years the city has been defined on the basis of a brand image built through marketing strategies to operate globally as a tourist attraction. This research approaches that vicissitude from the conditions in which the subject deals with visual contact with the city. The abundance of high-rise buildings viewpoints or the skyline like city identity are some of the conditions we face when walking or visiting one of these cities and register it with the camera. The paper is developed as a deconstruction of urban visual order to propose other ways of looking at the city, requiring an activity involving the body of an actor and a spectator of their environment. As artistic *Fotobarrera* project is exposed through a performative use of the camera in the public space.

Key words: touristic photography, skyline, fotobarrera, city branding, streaming.