



Instants emotius:

La mirada del fotògraf i la
interpretació de l'espectador

Institut Castell del Quer

2n Batxillerat B

Prats de Lluçanès

Desembre 2011

ÍNDIX

Introducció.....	1
1. Breu història de la fotografia.....	4
2. La fotografia com a art.....	7
2.1 El segle XIX.....	8
2.1.1 El pictorialisme.....	8
2.1.2 La fotografia academicista.....	8
2.2 El segle XX.....	9
2.2.1 Les avantguardes.....	9
2.2.2 La fotografia directa.....	12
2.2.3 <i>Performance</i> i <i>Pop Art</i>	13
3. Fotografia i publicitat.....	14
4. Gèneres fotogràfics.....	17
4.1 Paisatge.....	17
4.2 Natura morta.....	18
4.3 Retrat.....	18
4.4 Autoretrat.....	19
4.5 Fotoreportatge.....	20
4.5.1 El periodisme i la fotografia.....	22
5. Fotògrafs representatius.....	24
5.1 Fotografia documental.....	25
5.1.1 Henri Cartier-Bresson.....	25
5.1.2 Robert Doisneau.....	27
5.1.3 Sebastiao Salgado.....	30
5.1.4 William Eugène Smith.....	32
5.2 Fotografia artística.....	35
5.2.1 Yosef Sudek.....	35
5.2.2 Diane Arbus.....	37
5.2.3 Francesca Woodman.....	39
5.2.4 Chema Madoz.....	40
6. Anàlisi fotogràfica.....	42
7. Resultat de les enquestes.....	46
7.1 Temes diversos.....	48

7.2 Fotografies més escollides pels enquestats.....	64
7.3 Contextualització / Ampliació.....	74
7.4 Nitidesa / Punt.....	81
7.5 Fons / Forma.....	86
7.6 Contrast.....	90
7.7 Color / Blanc i negre / Sèpia.....	94
7.7.1 Animals.....	94
7.7.2 Retrats.....	99
7.7.3 Paisatges.....	112
8. Què en pensen els fotògrafs professionals.....	124
9. Conclusions.....	126
10. Treball publicitari.....	130
Bibliografia.....	137
Webgrafia.....	138

Annex 1: Àlbum de fotografies

Annex 2: Entrevistes a professionals

Annex 3: Enquestes (franges 1 i 2)

Annex 4: Enquestes (franges 3 i 4)

INTRODUCCIÓ

“El més important no és prémer l'obturador, sinó congeniar amb el motiu”

Alfred Eisenstaedt¹

Quan començo a fotografiar, el meu esforç es dirigeix a captar allò que em crida l'atenció i busco transmetre el meu punt de vista tot deixant-me guiar per l'instint. Malgrat l'entusiasme i la il·lusió que hi dedico, moltes vegades no aconseguixo el meu propòsit i sovint arribo a la conclusió que necessito dominar la tècnica per tal de plasmar allò que em ronda pel cap. Però no és suficient llegir un munt de llibres o repassar mil històries sobre fotografia per aconseguir la millor imatge del món perquè la tècnica no és l'única raó per tirar una bona fotografia, sinó que cada fotògraf ha de tenir un propòsit i l'ha de copsar amb estil propi: només es tracta d'aplicar els coneixements adquirits al punt de vista personal i transmetre alguna cosa als espectadors. I quan algú és capaç d'aconseguir la confluència entre tècnica i emoció, aleshores l'objectiu s'ha acomplert, fins al punt de poder arribar a crear una obra d'art. Ara bé, qui decideix si una fotografia és art entès com el procés d'organització d'uns elements que apleguen sentits i emocions? La fotografia transmet emocions en el receptor? Una fotografia ha de retratar simplement una imatge bonica o pot transmetre els sentiments del seu autor? El resultat és fruit d'una decisió prèvia o és producte de la casualitat?

Aquesta llista de preguntes em va portar a decidir el treball d'investigació que teniu a les mans: justificar que la fotografia pot transmetre emocions, descobrir quins gèneres i quins formats són capaços d'expressar els sentiments que ens arriben més enllà d'una simple mirada i demostrar que la publicitat es basa en imatges que, a part de fomentar el consum d'un producte, comuniquen sensacions, sentiments o emocions, són els principals objectius del meu treball. Quatre aclariments sobre aquests conceptes: les emocions són anteriors als

¹ Considerat el pare del fotoperiodisme i, probablement, un dels testimonis més importants dels grans fets del segle XX.

sentiments i aquests últims depenen de les primeres, al contrari del que ens fa pensar el sentit comú. Primer de tot es produeixen diferents reaccions del cos, el que s'anomenen les emocions i després la ment produeix els sentiments: per exemple, sentim por perquè, primer, el cos reacciona a un estímul. A banda, cal parlar de sensació, que és la dada que prové d'un dels sentits i que s'emmagatzema a la ment; així doncs, la sensació és un estímul en brut des de la realitat que pot provocar una resposta per part del cervell.

Per tal d'assolir els meus propòsits, d'una banda he procurat recórrer a la història de la fotografia i a la seva evolució, conèixer els principis tècnics i els gèneres que són capaços de crear una imatge transmissora d'emocions, observar els elements principals que formen part de la composició d'una fotografia i distingir i estudiar els fotògrafs més emblemàtics que han aparegut al llarg de la història. D'altra banda, pel que fa al treball de camp, per un costat, he entrevistat fotògrafs professionals per saber quines tècniques utilitzen per arribar a provocar una sensació al receptor. Per l'altre costat, he dut a terme quaranta enquestes laborioses a homes i dones de diferents edats, amb coneixements de fotografia professionals, d'aficionat o nuls. Cal assenyalar que m'han satisfet considerablement els comentaris, sempre positius, de totes aquestes persones davant la realització de l'enquesta. Les enquestes han consistit a mostrar un recull de fotografies de diferents temàtiques, ja siguin d'autors reconeguts o fotografies pròpies, a fi de descobrir quins són els gèneres i els formats que transmeten més emocions. Haver decidit de dur a terme només quaranta enquestes es deu al fet que es tracta d'un model d'enquesta qualitativa i no quantitativa². Cal tenir present que el model qualitatiu permet enfocar la investigació sobre qüestions subjectives com són els sentiments o les emocions (el model quantitatiu es limita a qüestions externes); a més, el disseny de l'enquesta, en aquest model, és provisional i flexible, la qual cosa em va permetre, primer, modificar el qüestionari a l'inici de

² Segons Clemente Penalva i Miguel Ángel Mateo (autors de l'estudi *Tècniques qualitatives d'investigació*), una investigació és un procés crític pel qual es formulen preguntes i s'intenta donar resposta. A partir de les preguntes formulades, cal fer el disseny de la investigació que consisteix en la preparació d'un qüestionari que possibilita la recollida i l'anàlisi de dades. En funció de l'estudi, l'investigador farà ús de tècniques d'investigació quantitatives o qualitatives.

l'estudi –al principi havia formulat preguntes que no m'aportaven informació– i, segon, modificar la manera de dur a terme les enquestes –per tal de guanyar temps– (el disseny quantitatiu és tancat i vàlid des de l'inici del procés fins a la finalització d'aquest); finalment, la perspectiva qualitativa no parteix de la teoria sinó que en genera (la perspectiva quantitativa parteix de la teoria i, a partir de l'anàlisi de dades, la verifica). Sense bandejar la part teòrica, considero que cal donar una major importància al treball de camp ja que ha estat la part que m'ha proporcionat la informació per arribar a la hipòtesi plantejada inicialment: totes les fotografies transmeten emocions, sentiments o sensacions però no ho fan amb la mateixa intensitat.

Per acabar, vull donar les gràcies a totes les persones que han contribuït a la realització d'aquest treball. Primerament, a tots aquells que han estat disposats a destinar una part del seu temps lliure per contestar-me una enquesta o una entrevista, siguin amics, professors, professionals o coneguts. En segon lloc, agraeixo la informació facilitada per Llorenç Raich i Carles Costa, professors de l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya. En tercer lloc, dono les gràcies a Anna Selga, per les recomanacions que em va aportar abans de començar el treball i per tots els contactes que m'ha proporcionat. Igualment destaco el suport de la meua família que sempre he tingut al meu costat, sobretot la meua mare que, a part d'animar-me constantment, ha contribuït amb la correcció lingüística de la memòria. Per últim i de manera especial, agraeixo amb tota sinceritat la dedicació i les aportacions de la meua tutora del treball, a qui considero una enamorada de l'art que ha mostrat interès en cada moment i sense la qual el resultat final del treball no hauria estat, de ben segur, el mateix. Moltes gràcies a tots.

1. BREU HISTÒRIA DE LA FOTOGRAFIA

Per saber en què consisteix la fotografia, a grans trets, cal remetre'ns a l'etimologia del mot. La paraula fotografia prové de dues antigues paraules gregues: "foto", que significa llum i "grafia", que significa escriptura o dibuix. Així, podem descriure la fotografia com el procés d'escriure o dibuixar amb llum. A partir de la definició d'aquest art, ens endinsem en la seva història.

Els ingredients que van donar pas al meravellós món de la fotografia tenen els seus orígens al segle IV a.C., quan Aristòtil, filòsof grec (384-322 a.C), va descobrir que fent un petit forat a la paret d'una habitació fosca, es produïa una imatge a la paret oposada, d'un objecte que hi havia a l'exterior; aquest fet va permetre al filòsof, lluny de la fotografia, estudiar els eclipsis solars. Malgrat tot, el descobriment aristotèlic queda aquí i no és fins al segle XV, amb la figura de Leonardo Da Vinci (Toscana, 1452-1519), quan es troba, en els seus manuscrits, la primera descripció completa del funcionament de la cambra obscura. Així, Da Vinci és considerat l'artista que redescobreix l'invent i l'utilitza per dibuixar els objectes que es reflecteixen a la cambra obscura. A partir d'aquí, la tècnica s'estén arreu d'Europa com a element auxiliar per als pintors. A més, aquests artistes s'adonen que, com més petit és l'orifici pel qual passa la llum, més nítida és la imatge que s'obté a la paret oposada, la qual cosa els facilita la tasca.

Més endavant, al segle XVII, mentre els científics experimenten que les sals de plata s'enfosqueixen quan estan en contacte amb l'aire i el sol, els artistes que fan ús de la cambra obscura en les seves obres, consideren que aquest instrument és poc manejable. Gràcies a aquest inconvenient, Johann Zahn (Karlstad, 1631-1707) transforma la cambra obscura en una gran caixa de fusta, el costat davanter de la qual queda tancat amb una lent, de manera que l'artista podrà posar la caixa en la direcció que desitgi.

Ara bé, els avenços científics de l'època no permeten encara avançar en el món de la fotografia. Per tant, caldrà endinsar-nos en el segle XVIII, quan els científics del moment, mitjançant la química, aconseguen obtenir imatges, representar-les i, sobretot, fixar-les: primer, alguns alquimistes experimenten amb clorur i nitrat de plata, components que fixen les imatges; i més tard, els científics britànics Thomas Wedgwood (Staffordshire, 1771-1805) i Hymphry Davy (Penzance, 1778-1829) comencen els seus experiments. De moment, però, ni uns ni altres aconseguen una permanència absoluta de la imatge, perquè, en contacte amb la claror, el paper continua enfosquint-se.

Malgrat els nous descobriments, petits o grans, no serà fins al segle XIX que podem parlar del naixement de la fotografia, gràcies al químic francès Nicéphore Niépce (Châlons-sur-Saône, 1765-1833) i al pintor Jacques Mandé Daguerre (Cormeilles 1787-1851), considerats els inventors de la fotografia, després d'obtenir les primeres imatges fixes amb la cambra obscura mitjançant diversos procediments fotoquímics i nombrosos intents de captar imatges: l'anomenat daguerreotip consisteix en un procés pel qual s'obté una imatge en positiu a partir d'una placa de coure recoberta de iodur de plata. Un cop s'exposava a la llum, la imatge es revelava amb vapors de mercuri i donava com a resultat una imatge detallada amb una superfície delicada com les ales d'una papallona que calia protegir amb un vidre per evitar que s'ennegrís quan entrava en contacte amb l'aire. El daguerreotip (nomenclatura procedent de 'Daguerre') va ser el primer procés fotogràfic d'aplicació pràctica. Un dels principals inconvenients del procediment era l'exclusivitat de cada imatge, és a dir, cada imatge era única. A banda d'aquests dos descobridors, cal assenyalar la importància de William Fox Talbot (1800-1877), inventor britànic, que va aconseguir evitar que la imatge no s'ennegrís en contacte amb la llum i, alhora, va inventar el *calotip* amb el qual es podien realitzar diverses còpies positives partint d'una imatge negativa inicial. Així doncs, al llarg del segle XIX, l'evolució de la fotografia és considerable, fins al punt que, el 1884, George Eastman (1854-1932), inventor americà, inventa el rodet de la pel·lícula sota la marca Kodak, fet que marcarà el final de la fotografia primitiva.

Amb l'entrada del segle XX, l'inici de la fotografia moderna -o com la coneixem actualment- és a totes bandes: el 1907 apareixen les fotos en color, de la mà dels germans Lumière; el 1927 s'introdueixen pel·lícules més petites, la qual cosa permet reduir costos; apareix, també, el flash com a font de llum. Tot plegat condueix el fenomen de la fotografia a formar part de la vida diària de la societat: així, per exemple, s'usa en publicitat, en reportatges o, simplement esdevé una manera de divertir-se i distreure's. A banda d'aquestes innovacions, cal fer esment dels precedents de la fotografia digital, protagonista de l'activitat fotogràfica actual: el 1951 es capten les primeres imatges de televisió, que es converteixen en un senyal elèctric per ser emmagatzemades en suports magnètics i que permeten a la NASA enviar les primeres fotos de Mart; el 1969. Willard Boyle i George Smith comencen a investigar com trobar un sistema que els permeti emmagatzemar informació, el CCD (charge-coupled-device -dispositiu de càrregues elèctriques interconnectades-); el 1970 aquest sistema ja s'aplica a una càmera de vídeo; al mateix any, la casa Sony patentava el primer sistema de fotografia electrònic i Kodak presenta la primera càmera que operarà amb un CCD: ni l'una ni l'altra es podran considerar càmeres digitals, en el sentit que tenen avui, ja que malgrat substituir la pel·lícula per un sensor de captura digital, es necessita un dispositiu extern que converteix el senyal del sensor en una imatge pròpiament digital. Així doncs, entre els anys 70 i 80, la fotografia digital no és encara un fet real; a més, el material té preus elevadíssims i només es poden permetre el luxe alguns periodistes i poques persones que ho facin per caprici. Serà, doncs, a partir de 1990 quan es podrà parlar de l'era de la fotografia digital, en la qual tindrà un paper destacable tot el món de la informàtica.

2. LA FOTOGRAFIA COM A ART

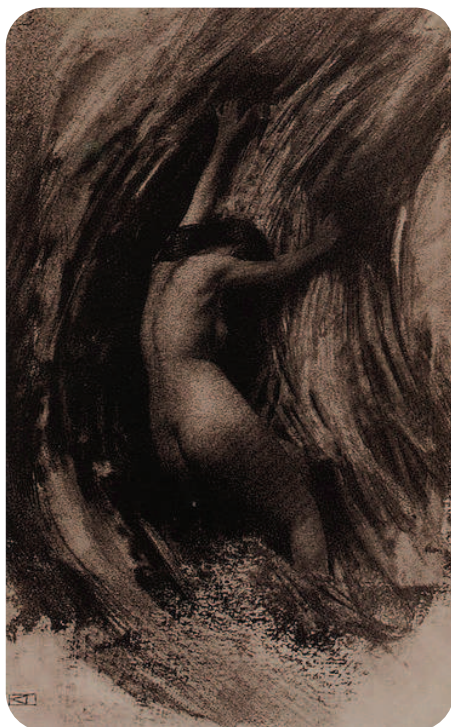
Lluny d'acceptar la simple afirmació que la fotografia és un mitjà que descriu únicament la realitat, posició defensada per artistes d'altres àmbits que negaven la possibilitat artística d'aquesta disciplina, tot argumentant que la influència de l'autor no participava pràcticament en l'obra sinó que era la càmera l'objecte que feia tota la feina, cal tenir present la visió defensada pels fotògrafs, que consideren que la càmera és una extensió de l'ull del fotògraf i, per descomptat, de la seva ment.

Si tenim en compte que una obra d'art és un objecte o un fenomen concebut mitjançant uns coneixements i el domini d'un llenguatge expressiu que ha de ser capaç de generar una experiència estètica a aquells que la perceben, es pot afirmar que la fotografia és art. I més, si entenem per art, l'activitat creativa, individual o col·lectiva, que utilitza elements materials per expressar la realitat, les emocions o les idees. O si considerem l'art com el procés d'organització d'uns elements que apleguen sentits i emocions. De fet, des dels principis de la història, els éssers humans han utilitzat la imaginació per submergir-se en una àmplia gamma d'activitats creatives i de maneres d'expressar les seves emocions a través del camí de l'art, tant des del món de l'arquitectura, com la dansa, l'escultura, la música, la pintura, la poesia o la fotografia.

Així doncs, l'evolució d'aquesta disciplina, ja des de finals del segle XIX, es veu íntimament lligada a l'època i als corrents artístics del moment: pictoralisme, fotografia academicista, avantguardes, fotografia directa, *performance* i *pop art*.

2.1. EL SEGLE XIX

2.1.1. El pictorialisme



Robert Demachy, *Struggle (Lluita)*, 1904

El pictorialisme sorgeix a finals dels anys 1880, s'estén fins a les acaballes de la primera Guerra Mundial i es desenvolupa principalment als Estats Units d'Amèrica, al Japó i a Europa. En aquesta època hi ha un "boom" fotogràfic gràcies a la càmera instantània de *Kodak*, que afavoreix l'accés a aquesta disciplina. De fet, cal tenir en compte el mot que dóna nom al moviment: pictorialisme prové de *pict* que significa imatge; i, partint d'aquí, l'objectiu dels pictorialistes és elevar la fotografia a la categoria d'art, tal com ho són la pintura o l'escultura. Si per una banda apareixen aquelles persones que no consideren que la fotografia és un art, per l'altra destaquen aquests artistes que se serveixen d'objectius vells, filtres i altres estris per demostrar que la càmera no és l'únic objecte que intervé en el

procés fotogràfic sinó que és la mà de l'home la que concreta el resultat final, molt semblant, en l'època, a un dibuix o un gravat.

2.1.2. La fotografia academicista

Tot i que l'objectiu d'aquests artistes era, com en els pictorialistes, crear fotografies treballades, la gran diferència entre els uns i els altres és la inclusió, per part dels academicistes, d'elements típics de la pintura relacionats sobretot amb la història i amb la mitologia.



Julia Margaret Cameron, *I wait (Espero)*, 1860

2.2. EL SEGLE XX

2.2.1. Les avantguardes

Els moviments d'Avantguarda són un conjunt de tendències artístiques que sorgiren durant el primer terç del segle XX, especialment a França i Itàlia amb una voluntat de ruptura dels models artístics i amb un esperit de protesta. De fet, les Avantguardes són l'expressió més genuïna de la nova societat industrial ja consolidada. De la mateixa manera que, al segle XIX, després de l'objectivitat del realisme i del naturalisme, característics de la societat burgesa, va sorgir la rebel·lió dels modernistes, al cap d'un temps que les idees noucentistes de seny, ordre i mesura, s'haguessin imposat, van començar a aparèixer revoltes contra les velles idees amb els anomenats moviments avantguardistes.

Malgrat que l'avantguardisme no es pot considerar un moviment molt clar dins de l'art de la fotografia, cal parlar-ne pel fet de trencar de manera radical amb les pràctiques anteriors. L'home, a causa de la realitat política i social que viu, necessita trobar una nova manera d'expressar-se i, per això, es basarà en

aspectes abstractes i en l'experimentació. L'ús, doncs, de la càmera no serà només propi dels fotògrafs sinó que molts artistes d'altres àmbits es llançaran a aquests nous experiments.

El Futurisme

Neix a Itàlia com a corrent literari de la mà de Marianetti (1876-1944), el 1909. Tracta temes estètics basats en la velocitat i les màquines. En el món de la fotografia, destaca Anton Giulio Bragaglia (Frosinone, 1890-1960) que desenvolupa el concepte de fotodinamisme (captació dels moviments).



Umberto Boccioni, *Elasticitat*, 1912



A. G. Bragaglia, *Il violoncellista*, 1913

El Dadisme

Es tracta d'un altre moviment que sorgeix, com tots, arran dels conflictes socials i bèl·lics de l'època i que inclou una sèrie de característiques que afecten totes les arts, entre elles la fotografia. En aquest àmbit cal destacar Man Ray (1890-1976), fotògraf professional que es pot encabir tant dins del dadisme com dins del surrealisme. Gràcies a les seves investigacions apareix la tècnica del "Rayograma", que consisteix a fer fotografies sense càmera: es tracta de col·locar objectes prop d'una pel·lícula d'alta sensibilitat i reflectir-los-

hi mitjançant una font de llum. En el transcurs d'aquest moviment avantguardista va sorgir la tècnica de la solarització, un procediment per a obtenir efectes artístics o especials en una fotografia o en una pel·lícula que consisteix a exposar a la llum les superfícies sensibles ja impressionades mentre hom les revela.



Man Ray, *El violín de Ingres*, 1924



Imatge resultant després d'aplicar la tècnica de solarització

El Surrealisme

Encapçalat per l'escriptor André Breton (Ticinchebray, 1896-1966), es tracta d'un moviment influït pel dadaisme i per les teories freudianes (Freud, 1856-1939) que persegueixen tot allò irracional per tal d'obtenir l'alliberament de l'esperit. Dins d'aquest moviment, destaquen dues tendències: les fotografies manipulades, altrament anomenat surrealisme tècnic, i les fotografies no manipulades o surrealisme trobat. En la primera, l'objectiu és, mitjançant l'ús de tècniques diverses, transmetre idees a l'inconscient per tal d'arribar a la irracionalitat. Tot i això, la gran majoria de fotògrafs no van fer una distorsió de



Herbert Bayer, *Lonesome Big City Dweller* (*habitant solitari d'una gran ciutat*), 1932

la realitat, tal com preveia el moviment, sinó que van acceptar el caràcter documental de les seves imatges.

2.2.2. La fotografia directa

Quan, a principis del segle XX, el pictoralisme inicia la seva decadència, apareix aquesta estètica nova l'objectiu principal de la qual és l'obtenció de resultats mitjançant tècniques purament fotogràfiques. Aquesta tendència transmet, tot i essent un reflex de la realitat, moltes sensacions i/o sentiments, la qual cosa impacta el públic de tal manera que és difícil d'acceptar que quelcom que reflecteix la realitat es pugui considerar art. Per aquesta raó, Alfred Stieglitz (Hoboken, 1864-1946), anomena les seves fotografies amb el nom d'"equivalents", i així intenta fer entendre que allò que vol transmetre amb la seva obra és equivalent als pensaments, idees i sensacions que vol expressar.

La tècnica que s'empra en aquesta estètica contempla, per sobre de tot, la nitidesa i la qualitat d'enfocament, ben allunyats de la manipulació tan pròpia del pictoralisme. Serà, doncs, a partir d'aquest moment, quan la fotografia es considerarà art, sense necessitat de manipular les imatges per intentar imitar altres vessants artístiques com la pintura, sinó aprofitant, únicament, l'espontaneïtat i la naturalitat dels instants.

És indispensable, en aquest apartat, fer esment de l'associació anomenada Grup f/64, aparegut a Califòrnia (1932-1935). La denominació del grup es deu a l'obertura mínima del diafragma d'una càmera fotogràfica –f/64– que, alhora, ofereix una imatge amb màxima nitidesa. Els components del grup, partidaris de la fotografia pura i de l'extracció directa de la realitat, tracten temes tan corrents com rostres humans o objectes quotidians. Dins d'aquesta associació destaquen Paul Strand (Nova York, 1890-1976), Ansel Adams (San Francisco, 1902-1984), Edward Weston (Highland Park, 1886-1958), Imogen Cunningham (Portland, 1883-1976) o Sonya Noskowiak (Leipzig, 1900-1975).

Paral·lelament a aquest grup, apareix a Europa la *Neue Sachlichkeit* o Nova Objectivitat amb els mateixos objectius que el grup d'EEUU: obtenció de fotografies pures, sense decorats, sobre temes tan propers com els rostres humans o la realitat social de l'època. Destaquen, entre altres, Albert Renger-Pätzsch (Wurzburgo, 1897-1966), August Sander (Herdorf-Sieg, 1876-1964) i Karl Blossfeldt (Harz, 1865-1932), tots alemanys que van viure el conflicte nazi i, per tant, van haver d'acceptar una minuciosa anàlisi de les seves obres.



Ansel Adams, *La matinada, Laco McDonald*, 1942

2.2.3. Performance i Pop Art

Es pot englobar la *performance* dintre la disciplina en qüestió pel fet que combina diferents arts, entre les quals pot haver-hi fotografia. Així, més que un corrent, caldria parlar d'una aplicació de la fotografia dins de l'art.

De la mateixa manera que la *performance*, cal parlar de l'anomenat *pop art*, estètica que intenta crear art a partir de la cultura popular i que dona una gran importància a la fotografia: fotomuntatges i fotografies provinents de la publicitat, del còmic i del cinema són els màxims exponents del corrent.



3. FOTOGRAFIA I PUBLICITAT

Podem definir publicitat com una manera de comunicar alguna cosa a un conjunt de persones, que anomenem població objectiu, amb la finalitat d'informar i influir en els comportaments de compra. En general, s'espera que la publicitat compleixi una "fórmula màgica" de la comunicació comercial anomenada AIDA, és a dir: **A**tenció, aconseguir cridar l'atenció al possible client; **I**nterès, despertar el seu interès; **D**esig, provocar-li l'atracció i les ganes de tenir; i **A**dquisició, aconseguir que finalment adquireixi el producte.

El color i la forma emprats en un anunci són dos aspectes molt importants que influeixen en les qualitats del missatge publicitari. Una adequada utilització del color augmenta l'efectivitat dels anuncis; la reacció que tenim davant dels colors és bàsicament cultural i generalment acceptada:

- ✓ Vermell: reflecteix dinamisme, força i vida. S'associa a sentiments d'amor i d'agressió. Comunica acció, excitació, perill i moviment, Té efectes d'estimulació dels sentits i atreu l'atenció.
- ✓ Verd: És relaxant i equilibrat. S'associa a la naturalesa, a l'ecologia. A vegades es relaciona amb sentiments d'enveja. És el color de l'esperança.
- ✓ Blau: És un color que transmet claredat, frescor i lleugeresa. Té efectes relaxants; ens fa pensar en el cel i el mar si la tonalitat és clara i neta. S'associa a la saviesa, la maduresa i les coses majestuoses.
- ✓ Groc: És un color alegre. S'associa a la llum del sol. És un color lligat a la joventut i a l'extraversió. També a la riquesa de l'or.

- ✓ Taronja: És un color molt visible. Senyal d'alarma i atenció, per això és el color dels transports perillosos i del vestit del personal d'obres públiques. Si és poc intens, transmet sensacions agradables i de confort.
- ✓ Blanc: És el color de la llum i la claror. Ens remet a la puresa, la innocència i la netedat.
- ✓ Negre: S'associa a l'elegància, a la distinció, al poder i al domini, al misteri, a la por i a la foscor. En la nostra cultura també simbolitza el dol per la mort. (En altres cultures és tot el contrari).

Pel que fa a l'espai que ocupen, les imatges que veiem no desperten la mateixa atenció en tota la seva superfície, sinó que un anunci té zones en les quals aconseguix una atenció superior: segons els estudiosos, la part superior d'un anunci obté major dedicació de temps que la part inferior.

Malgrat tot, l'ésser humà prefereix, en la mesura possible, contemplar persones, objectes o paisatges en directe, al natural; ara bé, quan la situació impossibilita aquesta perspectiva directa, la càmera sovint substitueix la contemplació al natural, perquè, tot i que les fotografies es poden modificar i manipular, sempre tenen un gran poder de convicció.

Així, partint d'aquest poder de convicció, com a comunicació no verbal, la fotografia pot superar les barreres de la llengua i és capaç de transmetre un missatge a través de símbols visuals universals. Tenint en compte, doncs, aquesta capacitat transmissora de missatges, la fotografia ocupa un lloc important en la indústria de la publicitat en la qual l'aparició d'imatges atractives i rellevants és indispensable en el procés de tècniques de venda de qualsevol producte. Així doncs, conscients que la fotografia és un mitjà recurrent en les idees polítiques i socials, el 1920 sorgeix la fotografia publicitària com a recurs per reforçar les campanyes publicitàries; aquesta disciplina agafa tant de poder, que la imatge pot esdevenir, fins i tot, una influència en la decisió del

consumidor. De fet, la societat en què vivim és plena de consumisme i per això aquest gènere constitueix una de les activitats més importants dins del sector fotogràfic, en un nivell professional: malgrat que les estratègies comercials difereixen entre si, totes necessiten una imatge perquè l'estratègia resulti eficaç i atractiva.

En la fotografia publicitària, la tècnica i la creativitat del fotògraf són fonamentals, encara que aquesta última sempre és més limitada segons la funcionalitat final del producte. Per una banda, aquest tipus de fotografia ha d'inspirar-se en la realitat; però no una realitat creada per un mateix sinó que la composició de la imatge ha de ser decidida prèviament segons les intencions que es volen transmetre com a funció de campanya publicitària. És important, per tant, saber aplicar l'originalitat –que suposa l'aportació d'una imatge totalment nova, malgrat el risc de passar totalment desapercebuda- i la creativitat, sense deixar de banda la realitat de l'essència a la qual es vol arribar. De manera que la subjectivitat que caracteritza la fotografia artística, aquí no pot tenir cap paper perquè la necessitat de la fotografia publicitària és completament pragmàtica; dit en altres paraules, la fotografia publicitària ha d'induir al consumisme, ha de tenir una funció essencialment pràctica.

Per altra banda, la fotografia publicitària ha de tenir en compte, fonamentalment, l'estètica, que és la transmissora principal de qualsevol producte que es vol vendre. Així mateix, aquest gènere exigeix la necessitat d'adaptar-se al públic al qual va destinat un producte i a la mà dels gustos que van variant al llarg del temps.

Finalment cal afegir que el valor d'una fotografia dins d'aquest gènere depèn de la seva efectivitat, és a dir, de si correspon a la finalitat d'aconseguir el màxim número de vendes al qual va destinat.

4. GÈNERES FOTOGRÀFICS

Entenem per gènere fotogràfic el conjunt de temes sobre els quals pot tractar una fotografia. La classificació dels gèneres fotogràfics pot servir per disposar la ubicació de les fotografies i poder localitzar-les en un arxiu o bé per mostrar una categoria bàsica segons la qual es poden agrupar imatges.

Quan apareix la fotografia, aquesta està destinada a realitzar activitats que, fins el moment, eren concebudes per la pintura. La demanda social i la necessitat d'expressió van determinar els temes que més es tractaven; primerament es van agrupar en gèneres estretament relacionats amb la pintura i es tractava dels gèneres pictòrics més representatius en el moment de l'aparició de la fotografia: paisatge, retrat/autoretrat i natura morta o bodegons. Aquests tres gèneres, per tant, es van convertir en els gèneres fotogràfics. Tot i així, caldria afegir un quart gènere nascut per la fotografia, que és el fotoreportatge, considerat el gènere fotogràfic per excel·lència. Aquesta diversificació ens porta a introduir molts gèneres o subgèneres en la fotografia cada un dels quals es caracteritza per elements que el diferencien dels altres.

4.1. PAISATGE

El paisatge és un dels motors de l'evolució de la història de la fotografia. No podem oblidar que la mirada fotogràfica més antiga de la qual tenim coneixement és un paisatge rural que Nicéphore Niepce va realitzar, el 1826, des de la finestra de casa seva.

Aquest gènere ha experimentat un ampli ventall de tractaments i maneres d'afrontar el tema. Les pròpies modes i, sobretot, la gran quantitat d'escenaris naturals i urbans, han inspirat molts fotògrafs per crear imatges variades que van des de la plasmació realista d'un lloc fins a la utilització de l'espai per a la creació de mons imaginaris.

4.2. NATURA MORTA

El gènere, també conegut com a bodegó, inclou imatges que representen objectes inanimats, generalment objectes quotidians, que poden ser naturals o fets per l'home en un espai determinat. Aquesta branca d'imatges se serveix d'un exquisit encant colorístic i d'una perfecta il·luminació per tal de produir un efecte de serenitat, benestar i harmonia. Així doncs, el bodegó és un dels temes fotogràfics més exigents de la fotografia professional ja que requereix un equip i una preparació tècnica d'alt nivell. Això fa que, moltes vegades, l'aficionat no s'atreveixi a endinsar-se en aquest món aparentment reservat als professionals.

En un bodegó tot ho posa la imaginació de l'autor, que resulta de la seva capacitat per produir i crear l'escena: primerament, amb l'encert de l'elecció dels objectes; en segon lloc, amb un perfecte domini de la il·luminació; i en tercer lloc, amb una composició i un enquadrament elegant fruit d'una col·locació harmònica dels elements i d'un fons d'acord amb ells. Aquests tres factors (tema, llum i composició) resulten indispensables per aconseguir una obra artística.

4.3. RETRAT

El retrat fotogràfic és la captura de l'aparença d'una persona o un petit grup de persones, en la qual la cara i l'expressió són predominants. L'objectiu d'aquest gènere és mostrar la semblança, la personalitat i fins i tot l'humor del subjecte. Aquest gènere existeix gairebé des de la invenció i la popularització de la càmera fotogràfica, un mètode accessible capaç de plasmar la imatge de persones.

Així doncs, el camp del retrat fotogràfic és ric i variat; abasta des de la imatge senzilla i poderosa d'una cara fins a una petita figura situada en un ampli

paisatge. El retrat parla tant de l'aspecte com de la idea i de les impressions del subjecte. Paul Strand (Nova York, 1890 - Orgeval, França, 1976) afirmava que *“el fotògraf només pot crear imatges significatives si aprofita de forma natural i inevitable les característiques pròpies del seu mitjà relacionant-les amb la seva pròpia experiència vital”*.

El retrat fotogràfic consisteix en l'instant mateix; el fragment de vida escollit per l'autor comunica la impressió que li ha causat una persona o un fet. Tot i així, el retrat no es redueix a instants fugaços i instantànies espontànies sinó que exigeix preparació, reflexió i aplicació.

4.4. AUTORETRAT

L'autoretrat és un dels exercicis d'anàlisi més profunds que pot fer un artista. Aquest gènere implica estructurar el rostre i conèixer-se a un mateix. A l'època del renaixement el retrat en general va ser molt important perquè l'individu era el centre d'atenció. L'autoretrat renaixentista s'explica, principalment, per dues raons: d'una banda, en aquesta època els artistes no firmaven els quadres i d'aquesta manera podien registrar la seva autoria, que substituïa la firma. D'altra banda, els seus cossos estaven disponibles com a models i, per tant, podien utilitzar-los per a crear i descobrir noves maneres d'expressar i de representar.

L'autoretrat té un sentit de permanència major que el de la simple observació davant d'un mirall: consisteix a imprimir el reflex per tal de contemplar el plaer. Si algú et retrata pots saber com et veuen i fins i tot descobrir el costat “cec” de tu mateix, és a dir, pots conèixer com et veuen els altres però no pots percebre't a tu mateix. Tanmateix, si t'autoretrates no només et contemples sinó que mostres als altres com han de veure't. L'autoretrat fotogràfic, per tant, implica també altres persones i és capaç de mostrar allò que pot semblar amagat.

4.5. FOTOREPORTATGE

El fotoreportatge -o el que és el mateix periodisme fotogràfic, periodisme gràfic, fotoperiodisme o reportatge gràfic- és un gènere de fotografia i també de periodisme. Els professionals que s'hi dediquen són coneguts generalment com fotoperiodistes o reporters gràfics, i solen ser fotògrafs o periodistes especialitzats en aquesta disciplina; el reportatge fotogràfic és la història que expliquen amb fotografies, a partir d'un determinat succés i de l'impacte que aquest causa en la gent.

El fotoperiodisme va néixer a finals del segle XIX, de la necessitat que tenia la premsa de mostrar les imatges de les notícies que publicava d'una manera més realista i fidedigna, alhora que reduïa el temps del procés d'impressió d'imatges. Atès que les tècniques d'impressió del moment no permetien reproduir les fotografies, les primeres imatges impreses en diaris no eren fotografies modificades. Així, alguns consideren la primera fotografia periodística la que va publicar l'any 1842 *The Illustrated London News*, mentre que altres opinen que va ser la que el *Daily Graphic* de Nova York va mostrar el 1880. Des de llavors, s'ha desenvolupat gràcies a la integració de la imatge com mitjà objectiu i representatiu d'un fet. Sembla, però, que la primera imatge que pot ser considerada el primer document de la premsa il·lustrada va ser la que va aparèixer l'any 1842 a *The Illustrated London News*, i era un dibuix que mostrava l'intent d'assassinat de la Reina Victòria, profetitzant el caràcter violent que prendrien moltes de les fotografies periodístiques que l'han seguida. Malgrat que ja existien els daguerreotips encara no existien càmeres capaces de captar el moment i, per tant, les il·lustracions dels diaris eren versions d'artistes a partir de dibuixos que havien de ser reelaborats per a ser impresos. A més de la manca d'entusiasme de certs sectors per les il·lustracions publicades, el reportatge fotogràfic havia de superar altres reptes, entre els quals es trobava el problema de com fer arribar la fotografia a la pàgina impresa. Durant els anys 50 del segle XIX els diaris *Frank Leslie's Illustrated Newspaper* i *Harper's Weekly* ja havien començat a reproduir fotografies dels esdeveniments rellevants a les seves pàgines; ho feien pel mètode habitual de

reproducció en aquells moments a Anglaterra i als Estats Units, que consistia a passar les fotografies a dibuix i després a gravat en fusta, i llavors ja eren aptes per a ser impreses. El procés d'impressió de diaris i revistes no podia reproduir fotografies al costat de text, ja que només es podien imprimir els tons plens (blanc i negre), i no els mitjos tons (valors intermedis de gris). Així, doncs, el procediment era el següent: l'artista anava a l'escenari dels fets i en feia un esbós, del qual posteriorment en treia un dibuix de línies gruixudes apte per a ser gravat, i el copiava sobre una peça de fusta; l'artesà retallava la fusta deixant les línies, s'imprimia en argila i se'n treia un motlle de metall que, finalment, era apte per a col·locar-se a la impremta i treure'n múltiples còpies. El fotògraf es limitava a proporcionar a l'artesà el material amb el qual havia de treballar, substituint l'esbós inicial. Malgrat que els daguerrotips ja havien començat a expandir-se per Europa i Amèrica el 1838, i l'ús de la càmera gaudia de gran popularitat des de la dècada de 1840, això no va revolucionar el periodisme il·lustrat. De tota manera, es considera que els pioners del fotoperiodisme van ser els reporters que van assistir a la Guerra de Crimea (1853-1856) (William Simpson, de l'*Illustrated London News*, i Roger Fenton) i a la de Secessió dels Estats Units (Mathew Brady, del *Harper's Weekly*), les obres dels quals van ser publicades en gravats. Durant la segona meitat del segle XIX, els principals esdeveniments mundials van quedar ben documentats en material fotogràfic de l'època, especialment els personatges històrics, les confrontacions armades, i d'altres fets polítics. Atès que els lectors demanaven representacions més realistes va ser necessari que aquestes primeres fotos fossin exposades en galeries d'art o copiades fotogràficament en números limitats, pràctiques encara vigents en els nostres dies. El 4 de març de 1880 el *Daily Graphic* de Nova York va fer la primera publicació de notícies amb fotografies reals de la història. Però era necessari que la tecnologia progressés per tal que el fotoperiodisme agafés força, i a aquesta innovació van seguir-ne d'altres, però no van ser aplicats plenament fins a finals del segle XIX. Tot i això, part del públic encara menyspreava l'ús de les il·lustracions a la premsa. Joseph Pulitzer va adquirir el *World* el 1883, un improductiu diari de Nova York que va convertir en sensacionalista i, tres anys més tard, en el més lucratiu de

la història. Les seves pàgines estaven plenes d'històries de crims, i Pulitzer va començar a publicar fotografies que il·lustraven les notícies: escenaris d'assassinats, delinqüents, sospitosos,... i també retrats de ministres, actors, advocats i altres personatges d'interès periodístic dels cercles polític i social; les il·lustracions del diari van esdevenir l'element més important. Mentre Pulitzer es guanyava el favor del públic, la tecnologia va aportar els avenços necessaris per tal que el fotoperiodisme seguís progressant. El 1887 es va inventar el primer flash a Alemania (el *Blitzlichtpulver*), cosa que va permetre que els fotògrafs poguessin fer preses en interiors i en condicions pobres de llum. A finals del segle es va popularitzar l'ús de càmeres portàtils més perfeccionades i plaques més fàcils d'utilitzar, i també el rodet de pel·lícula fotogràfica. Però el progrés tècnic més important va ser el perfeccionament, el 1897, del sistema que permetia reproduir fotografies directament a les pàgines del diari, sense haver de passar-les prèviament a gravat. Aquesta tècnica permetia reproduir els mitjos tons de les fotos gràcies a la utilització d'un vidre amb una trama que dividia en punts la imatge i que deixava passar quantitats grans (gris fosc) o petites (gris clar) de negre, donant la sensació d'imatge real. El 21 de gener d'aquell any el *Tribune* de Nova York va ser el primer diari de gran tirada en publicar la primera reproducció de mitjos tons.

4.5.1. El periodisme i la fotografia

El periodisme s'exerceix en mitjans impresos, en els quals conflueix la paraula escrita i la fotografia i, per tant, s'inscriu en un procés global de producció, distribució i consum de missatges, de manera que no pot estar mai aïllat d'un determinat context històric. Així doncs, tenint en compte que cada reportatge està ubicat dins d'un determinat context social, el posicionament de l'autor no es pot considerar absolutament imparcial sinó que l'objectivitat de què en algunes ocasions s'ha parlat, queda totalment desmentida: el reporter deixa entreveure, poc o molt, la seva opinió. Tal com diu V. Huder "*el periodisme orienta el públic i, mitjançant les seves opinions, li ofereix una explicació dels fenòmens contemporanis*".

En conseqüència, la tasca periodística del reporter fotogràfic no és mai neutra ni gratuïta perquè sempre porta implícita una intencionalitat persuasiva, ja que la informació que se'n desprèn influeix en el comportament de la societat. Així doncs, el fotoperiodisme combina la dualitat informació-opinió: per una banda, la informació es concreta en allò que rep el lector; per l'altra, l'opinió neix en la ment del fotògraf, en el moment d'interpretar un esdeveniment determinat.

5. FOTÒGRAFS REPRESENTATIUS

Una càmera és una màquina inerta fins que alguna persona la utilitza. A partir d'aquest moment, la càmera comença a ser una eina amb una resposta singular, una extensió de l'ull del fotògraf i de la seva ment. El fotògraf que mira a través del visor de la càmera ha de decidir què incloure i què extreure de l'escena; seleccionar la distància i l'angle que millor s'ajusta al seu propòsit; escollir l'instant en què s'acciona el disparador. Cada una d'aquestes decisions poden necessitar hores de paciència fins que la llum sigui exactament la correcta, però el sentit i l'oportunitat del fotògraf sempre és crucial.

Al llarg de la història de la fotografia cal distingir alguns dels autors més rellevants i, alhora, diferenciar la fotografia documental de l'artística, (cal recordar que al segle XIX s'estableix una polèmica pel reconeixement de la fotografia com a art: el vessant documental no ofereix cap dubte però l'artístic no es veu clar). A mitjans del segle XX la fotografia es vincula a les avantguardes artístiques, de manera que, a partir d'aquest moment, la fotografia es considera art. Les imatges com a document històric tenen un interès públic i en el moment en què és possible imprimir imatges arriben a la premsa en forma de reportatge; la fotografia artística, en canvi, crea un món estètic propi i s'hi reflecteixen aspectes personals del fotògraf.

Els dos següents apartats van dedicats a vuit fotògrafs rellevants dins la història de la fotografia; d'una banda, dins el gènere documental, he elegit Henri Cartier-Bresson, considerat l'ull del segle i escollit per molts fotògrafs com a clara influència en les seves obres; Robert Doisneau, autor del conegut " El Petó a l'Ajuntament" i fotògraf per excel·lència de la ciutat de París; Sebastià Salgado, gran autor de l'anomenada fotografia compromesa; i William Eugène Smith, autor de fotografies que evoquen l'essència del subjecte, transmeten emocions i remouen la consciència de l'observador. D'altra banda, des de la perspectiva artística, he escollit Yosef Sudek, autor txec d'una obra que combina humilitat, visió única i un extraordinari treball personal; Diane Arbus i Francesca Woodman: d'aquestes dues fotògrafes m'han cridat l'atenció dos

aspectes ben diferents, però comuns en ambdues: el poc valor donat a la seva obra i el desenllaç final de les seves vides que van acabar en suïcidi; i Chema Madoz, per la senzillesa i, alhora, espectacularitat de la seva obra. Finalment, val a dir que els vuit autors han estat escollits en relació a les recomanacions que vaig rebre des de l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya.

5.1. FOTOGRAFIA DOCUMENTAL

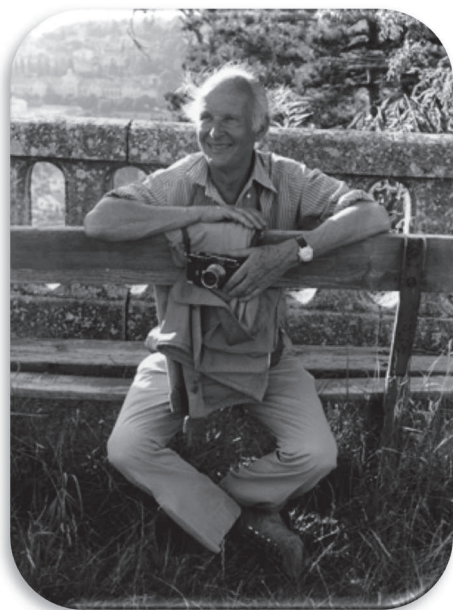
La fotografia documental neix el 1839. Tot i que té un caràcter objectiu, com a mitjà d'expressió, els mateixos fotògrafs reivindiquen el caràcter subjectiu i interpretatiu de les fotografies de premsa.

En primer lloc, Eugene Smith –fotògraf de premsa afirmava que *“Tots els esdeveniments del món que causen trastorns emocionals -guerres, morts de líders, incendis...- s’haurien de fotografiar de manera totalment interpretativa.”* Per la seva banda, Martin Keene, fotoperiodista rellevant actual, insisteix en els aspectes que tenen una relació directa amb la composició de la foto (enquadrament, fons, tons, colors, formes, moviments, il·luminació...) i que són totalment subjectius, és a dir, indiquen allò que el fotògraf vol transmetre.

Així doncs, la fotografia no es pot considerar una simple mimesi de la realitat, sinó que es tracta d'una mena de petjada de la realitat, en la qual hi ha una transformació que pot ser evident o subtil.

5.1.1. CARTIER-BRESSON

Henri Cartier-Bresson, un dels històrics de la fotografia universal, testimoni artístic i documental del segle XX, considerat mite i mestre pels fotògrafs d'arreu, va morir el 2 d'agost de 2004 a casa seva, a la Provença francesa, als 95 anys. Nascut a Chanteloupe el 22 d'agost del 1908, Cartier-Bresson es va interessar des de petit per la lectura, el dibuix i la pintura, que va perfeccionar amb el cubista André Lohte.



Als 22 anys va marxar a Costa d'Ivori per treballar com a caçador i allà va ser autor de les seves primeres fotografies. El 1931 va publicar el seu primer reportatge com a professional a l'agència Vu. De tornada a França, es va comprar una càmera Leica a Marsella, va estar en contacte amb els surrealistes i va treballar com a assistent de direcció amb Jean Renoir i Jacques Becker. Va anar encaminant el seu treball cap al fotoperiodisme, una orientació que ja es notava en el documental que va realitzar el 1936 sobre

els hospitals de l'Espanya republicana.

Capturat pels nazis el 1940, va aconseguir escapar-se tres cops, fins que tres anys més tard, després de la seva evasió definitiva, es va afegir a la Resistència francesa. Després de l'alliberament de París, va rodar el seu segon documental, *Le retour* (El retorn). Dos anys més tard, una exposició homenatge a Nova York el va consagrar internacionalment quan només tenia 39 anys.

Fotògraf humanista, Cartier-Bresson va fundar el 1947, juntament amb Robert Capa, David Seymour i Georges Rodger, la prestigiosa agència Magnum. En el París de la postguerra, va ser un dels personatges més destacats del renaixement cultural de la capital francesa i va ser amic d'artistes de la talla de l'escultor suís Alberto Giacometti i dels escriptors Jean-Paul Sartre i Albert Camus.

Influenciat per les teories surrealistes, per Cartier-Bresson l'habilitat del que fa la foto consistia a respectar al màxim l'esdeveniment, a saber esperar el moment just en què es produeix el fet i a la vegada respectar les formes que provoca aquest fet. És la teoria de "l'instant decisiu".

Considerat "l'ull del segle", Cartier-Bresson va viatjar arreu del món documentant esdeveniments com la Guerra Civil Espanyola, l'alliberament de París durant la Segona Guerra Mundial, l'alliberament del camp de concentració de Dachau, la mort de Mohandas Karamchand Gandhi i la caiguda de Pequín davant les tropes de Mao Zedong. També va ser el primer fotògraf occidental a qui es va permetre entrar a la Unió Soviètica un any després de la mort de Stalin.

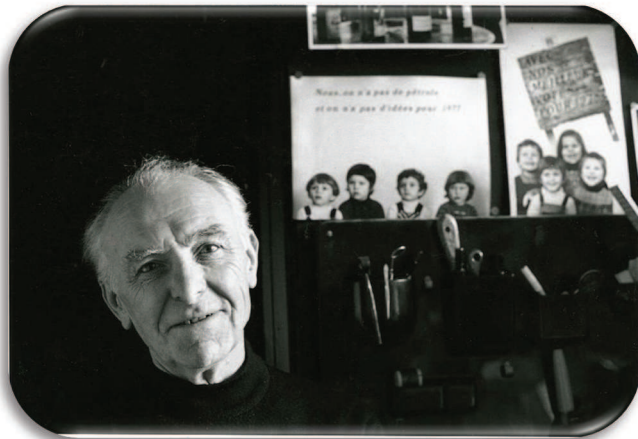
L'influx de Cartier-Bresson en la fotografia ha estat immens. Fotògrafs com Francesc Català-Roca, Sebastião Salgado, William Klein i Cristina García Roderó són alguns dels seus hereus més directes. Autor d'una vintena de llibres de fotografia, als anys 70 Cartier-Bresson va recuperar una de les seves primeres vocacions, el dibuix i la pintura, i es va retirar del fotoperiodisme.

Cartier-Bresson i la seva esposa, la també fotògrafa Martine Frank, van inaugurar, la primavera de l'any 2003, una fundació a París encarregada de preservar i difondre el seu llegat. La fundació HCB està situada en un edifici de cinc plantes dedicat a l'obra del seu fundador, però també a la de fotògrafs que treballin en el mateix esperit de reportatge i que proposin projectes. Cada dos anys els fotògrafs triats reben un ajut de 30.000 euros. Cartier-Bresson tenia molt clar que la seva fundació no havia de ser un mausoleu.

5.1.2. ROBERT DOISNEAU

"La fotografia és la mirada: o es té o no es té".

Fotògraf de carrers i personatges de la seva època, és, juntament amb Cartier-Bresson, un dels màxims exponents de la fotografia documental. Peça bàsica per entendre la fotografia del segle XX, és considerat un dels grans mestres.



Neix a Gentilly, França, el 14 d'abril de 1912, en un lloc lleig i pudent, segons afirmava ell mateix. La seva mare morí quan ell tenia 7 anys i va acabar rebent per part del seu pare una dura educació. Robert tenia tot tipus de complexes i era molt tímid, i per això sovint es

burlava d'ell mateix per vèncer els seus problemes. Probablement aquesta timidesa el va conduir a aixoplugar-se darrere d'una càmera, produint imatges, molt sovint indiscretas, que li permetien veure el món per un forat; un món quotidià, de nens, de gent dels carrers, de la ciutat que va immortalitzar per sempre, París.

Doisneau té la gran habilitat de parlar a través de la seva càmera i això es nota a les seves fotografies, com si es tractés del llenguatge oral. Les seves imatges parlen del difícil context de la postguerra, amb escenes quotidianes marcades per una gairebé obsessió per la geometria i la simetria. Si es coneix aquell París és gràcies a Doisneau, amb escenes entranyables que provocaven la nostàlgia a tots aquells que havien d'haver fugit amb la guerra. Doisneau és el retratista oficial del París de la postguerra.

Doisneau era un nen llest i va aprendre fotografia tot sol llegint les instruccions de les caixes del material que servia per revelar. Va començar a treballar en un estudi fotogràfic que més tard compraria en morir el propietari. Al 1931, amb 19 anys, comença a treballar amb l'artista André Vigneau, que el contracta pels seus coneixements com a gravador. Vigneau, fotògraf, cineasta, pintor i escultor francès, l'introdueix al món de la fotografia com a art. Més tard Doisneau afirmaria que Vigneau va ser la persona que més l'influí. En aquella època també coneixeria Man Ray, el gran impulsor dels moviments dadaistes i surrealistes als Estats Units. Posteriorment treballà de fotògraf industrial i de publicitat per la Renault, però va ser acomiadat per les seves llargues

absències ja que en lloc d'anar a treballar es passava el dia pels carrers de París, fent el que li agradava. Doisneau en una entrevista pocs anys abans de morir responia sobre aquest fet: *Desobeir em semblava una funció vital i no em vaig privar de fer-ho*. El 1940 es va allistar com a soldat d'infanteria a la Segona Guerra Mundial, però es va posar malat a causa del fred i va ser desmobilitzat uns mesos després. Durant la guerra, ja a París, va fer documentació falsa per la resistència i salvà jueus, comunistes i fugitius, tot col·laborant per la Resistència. Potser aquests són els pitjors anys, no només de la seva vida, sinó també de la seva obra. Acabada la guerra coincideix amb Cartier-Bresson i Robert Capa a l'agència fotogràfica ADEP. D'aquesta època són les millors fotografies de Doisneau, amb un París ple d'alegria i jovialitat, mentre es recuperava de l'ocupació alemanya.

El 1949 va començar a treballar per la revista de moda Vogue, per bé que al 1952 es va fer fotògraf autònom però seguí treballant per la revista. En aquest període va tenir l'oportunitat de conèixer celebritats i gent de l'alta societat que mai li van ser simpàtics i, per això, continuava preferint la gent del carrer. Mai va triomfar com a fotògraf de moda i se'l va catalogar de 'fotògraf del carrer'.

L'amistat entre Doisneau i Cartier-Bresson va començar en acabar la Segona Guerra Mundial. Junts van treballar a l'agència *Alliance Photo*, més tard ADET i predecessora de la que més tard seria *Magnum*. Cartier-Bresson és un dels fundadors d'aquesta darrera i en moltes ocasions convidà Doisneau a unir-se al grup, però va preferir quedar-se a l'agència *Rapho*, la primera agència de fotoperiodisme francesa, fundada el 1933 per Charles Rado, Brassai i Émile Savitry entre altres. Va realitzar treballs per Vogue, Life, Femme, i L'Humanité i va acceptar treballs a diversos països, encara que no es va trobar mai còmode fora del seu entorn. Va impulsar l'anomenada fotografia eurocentrista, que definí l'estil i els moviments periodístics de la fotografia francesa de la postguerra i el culte pel reportatge humanista.

Doisneau venia d'una família molt pobra mentre que Cartier-Bresson provenia d'una d'acomodada. Cartier-Bresson va viatjar per tot el món mentre que

Doisneau només ho va fer pel seu petit món de París, pels seus carrers i suburbis. Cartier-Bresson no es comprometia amb el que fotografiava, estava interessat amb el que s'anomenen 'imatges en fuga' o el seu famós 'Moment decisiu', Doisneau es comprometia socialment i políticament amb els fets. Doisneau era un fotògraf social, Cartier-Bresson un plàstic-intuïtiu i la diferència, tot i compartir cert estil, època i ciutat, és apreciable amb els dos tipus de fotografia.

“La fotografia és molt subjectiva. La fotografia no és un document sobre el qual es pugui fer un informe. És un document subjectiu. La fotografia és un testimoni fals, una mentida...” afirmà Doisneau.

Com a ironia, i per no perdre el sentit de l'humor que sempre va tenir, Doisneau morí a París l'1 d'abril de 1994, el mateix dia que va fer la fotografia més difosa i venuda de la història 'El petó a l'Ajuntament' (Le baiser de l'Hotel de Ville), feta el 1950. Els seus més de 450.000 negatius estan en mans de les seves filles Francine i Annette i es diu que no passa un dia sense que una foto de Doisneau no aparegui publicada o exhibida en algun lloc del món.

(D'aquest reconegut fotògraf, destaco l'exposició a Perros-Guirec -Bretanya francesa- que vaig visitar l'agost de 2011 durant una estada a la zona.)

5.1.3. SEBASTIÀ SALGADO

Sebastião Salgado neix el 1944 a Aimores (Minas Gerais, Brasil). De família dedicada a la ramaderia, estudia Ciències Econòmiques al Brasil (1964–1967) i es gradua el 1968 per la Universitat de São Paulo i la Vanderbilt University (USA). A partir del 1969 visita París i l'Escola Nacional d'Estadística Econòmica. El 1971 es doctora en Economia per la Universitat de París i comença a treballar per l'Organització Internacional del Cafè (OIC).

Avui Salgado té guanyat un renom internacional i forma part de l'anomenada 'fotografia compromesa'

“Deseo que cada persona que entra a una de mis exposiciones sea al salir una persona diferente” (S. Salgado)



És als inicis dels 70 quan decideix deixar la carrera d'economista i comença a col·laborar amb el Banc Mundial. Viatja amb la seva dona Lélia a l'Àfrica i on, amb la càmera de la Lélia, comença a fer les seves primeres fotografies. Totalment autodidacta s'interessa per la fotografia.

Abandona definitivament el seu domicili de París i comença a treballar com a fotògraf independent a l'agència de fotografia Sygma entre 1974-1975. En aquesta agència cobrí notícies i reportatges de Portugal, Angola i Moçambic. És entre el 1975-1979 que comença a treballar per l'agència fotogràfica Gamma i realitza els seus millors reportatges viatjant per tota l'Àfrica, Europa i Llatinoamèrica. El 1977 comença un dels seus treballs més importants sobre els indígenes i camperols de Llatinoamèrica.

Salgado també s'incorpora a l'agència fotogràfica Magnum Photos el 1979 on roman més de 15 anys i on realitza nombrosos reportatges per revistes europees i americanes.

Després d'anys de viatjar per Mèxic i Brasil al 1984 acaba un dels seus treballs més importants, *Altres Amèriques* (Other Americas), un excel·lent treball sobre les societats camperoles i la vida dels indígenes americans, els *amerindis*, on podem trobar extraordinàries fotografies que descriuen les tradicions rurals de Mèxic i el Brasil. Aquest llibre va ser publicat al 1986 i és considerat el primer gran reportatge i exposició temàtica.

Entre el 1984 i el 1986 col·laborà amb l'organització humanitària '*Médicos sin Fronteras*' a l'Àfrica, a la regió de Sahel castigada per la sequera, amb

fotografies que esgarrifien. Aquest treball li va ocupar més d'un any i mig i el resultat es pot veure al llibre *"Sahel, el fin del camino"*, on documenta la vida d'un poble que intenta sobreviure amb unes circumstàncies terribles.

Després del treball de Sahel, del 1986 al 1992 s'embarca amb un altre projecte impactant. En tot aquest període Salgado viatja a més de 23 països per recollir una sèrie de fotografies sobre la gent treballadora amb condicions molt sovint inhumanes. Es tracta, doncs, d'un reportatge que denuncia unes condicions pròpies d'altres temps. Ell ho capta perquè el món se n'assabenti. Al 1993 ho publica en el recopilatori 'Treballadors' (Workers), *'una arqueologia de l'era industrial'*. L'exposició es va poder veure a tot el món en més de 60 museus.

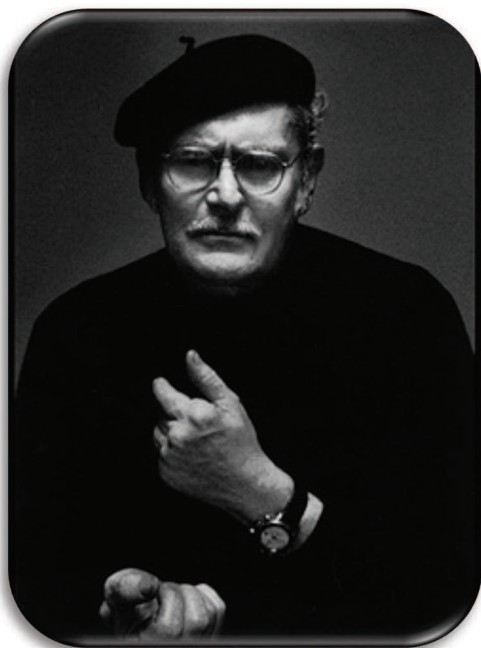
"Fui a Kuwait tras la guerra contra Irak, cuando los pozos petrolíferos aún ardían y se desbordaban sin control. Allí viví el apocalipsis y vi el lado oscuro de la humanidad... Los equipos de especialistas de distintos países del mundo lucharon contra las llamas y los vertidos durante semanas. Era como luchar contra el fin del mundo, un mundo impregnado de negrura y muerte".

5.1.4 WILLIAM EUGÈNE SMITH

Neix el 1918 a Wichita (Kansas) i ens deixa 60 anys després a Tucson (Arizona). William Eugène Smith és probablement el més influent fotògraf documental del segle XX.

No cal parlar d'un ni perquè ni a què va fer fotografies, però és cert que Eugène n'ha produït milers de fotografies, capaces de transmetre emocions. Les seves fotografies romanen com una mena de denúncia a la injustícia social i són un veritable testament fotogràfic.

Els reportatges sobre la Segona Guerra Mundial, a Deleitosa (Cáceres) o a Minamata (Japó) són veritables assaigs fotogràfics i poden ser considerades extraordinàries obres d'art.



Fou l'impulsor de la "fotografia humanista", moviment que té com objectiu remarcar la figura de l'ésser humà a les fotografies i tracta de captar els moments de la vida quotidiana de les persones. La *Fundació W. Eugène Smith* promou aquest tipus de fotografia, que des de 1980 premia els fotògrafs compromesos en aquest camp.

"Molts fotògrafs sembla que treballin amb un vidre que els separa dels subjectes. Cal treure'l, entrar dintre i conèixer el subjecte"
(Eugène Smith)

Eugène Smith va aprendre fotografia de la seva mare i ja als 13 anys comença a produir-ne d'excel·lents fotografies. Als 20 ja havia publicat en un bon nombre de revistes. Smith va ser cridat a files i se'l va assignar a cobrir el desenvolupament de la Segona Guerra Mundial al Pacífic, on no es va limitar al treball assignat sinó que va fer fotos a terra, al mar, per aire... per poder 'entendre' la guerra i poder expressar amb el seu treball la seva pròpia visió del tot allò que observava.

Potser per la seva implicació, Smith va començar a donar un gir a la seva fotografia, produint un treball més de responsabilitat social, de denúncia. Definitivament Smith no es limità a fer de reporter gràfic, Smith va explicar sempre la seva pròpia història. Ell mateix afirmava: "*Volia que les meves fotografies portessin un missatge en contra de la cobdícia, l'estupidesa i la intolerància que causa les guerres*". Al seu treball, hi trobem nombroses fotografies de mariners nord-americans i de presoners de guerra japonesos a Saipán, Guam, Iwo Jima i Okinawa. La seva estada a la guerra es va interrompre en ser ferit i va haver de tornar a Nova York amb la seva família. Quan va estar recuperat va sentir la necessitat de fer fotografia oposada a la de

la guerra. Després de la guerra Smith va treballar per la revista Life. La seva intenció no era fer fotografia 'ocasional' sinó passar setmanes submergit a la vida de la gent. Aquesta aproximació, no massa habitual de les pràctiques del fotoperiodisme, li va permetre publicar monogràfics, assaigs, com el de 'Spanish Village'.

No se sap massa bé quin interès podia tenir l'Espanya de la postguerra, al 1950, i encara menys perquè Smith va escollir el poble de Deleitosa a Càceres. El cert és que es va trobar amb una població que patia encara els efectes de la guerra civil espanyola, endarrerida i amb una forma de vida que el va transportar al passat. Smith va realitzar un veritable treball d'investigació social. Anotà tots els noms i edats dels fotografiats i va produir més de 1.500 fotografies. El reportatge, publicat a Life, va tenir una tirada de més de 22 milions d'exemplars. Encara avui els habitants de Deleitosa el recorden i com agraïment W. Eugene Smith té dedicat un carrer de la població.

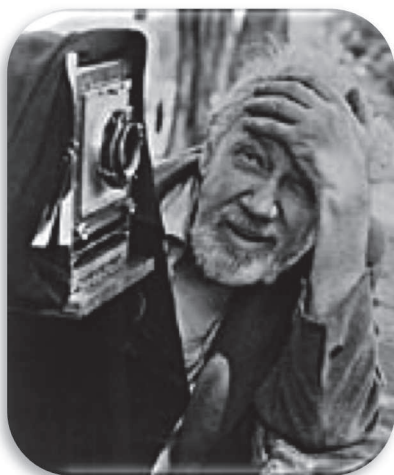
Treballant per Life va produir diferents assaigs o recopilacions fotogràfiques sobre un tema concret que volia desenvolupar com "Country Doctor" (1948) assaig fotogràfic sobre el metge de família Doctor Ernest Ceriani al petit poble de Kremmling, Colorado, "Nurse Midwife" (1951), un assaig sobre la infermera Maude Callen, a Califòrnia del Sud, "A Man of Mercy" (1954) sobre el doctor Albert Schweitzer i el seu treball humanitari a la França Equatorial, a l'Àfrica, "Pittsburgh" (1955) sobre la decadència industrial de la ciutat de Pittsburgh o "Haiti 1958-1959", un assaig fotogràfic d'un institut psiquiàtric a Haití.

Però la seva obra més important ha estat "Minamata" 1971-1975, l'assaig fotogràfic sobre els efectes de la pol·lució industrial a la població pesquera de Minamata (Kumamoto, Japó).

5.2. FOTOGRAFIA ARTÍSTICA

Entenem per fotografia artística no aquella que vol transmetre la realitat, sinó aquella en la qual hi ha un artista al darrere que té la intenció de transmetre una idea, un sentiment o una sensació al públic que contemplarà posteriorment la seva obra. Igual que en la resta de les arts, la fotografia és en aquest cas un mitjà perquè l'artista pugui expressar-se.

5.2.1. YOSEF SUDEK



Va néixer el 1896 a Kolin, a 50 Km de Praga. El pare de Josef era pintor decorador de cases i va morir quan només Josef tenia tres anys. Al 1911 va començar com ajudant d'enquadernador i va ser un cosí seu, fotògraf professional a Kolin, el que el va introduir en la fotografia. Al 1915, esclatada ja la Gran Guerra, el van reclutar i va ser enviat al front italià. Després d'un any de lluitar al front va quedar ferit al braç dret que se li va haver d'amputar. Durant més de tres anys va haver de romandre en un hospital per a ferits de guerra i va ser a partir de la seva recuperació quan va començar a prendre's la fotografia seriosament.

Malgrat el seu impediment, Sudek sempre va carregar càmeres de gran format. Treballava sense ajudants a l'aire lliure ja fos a la ciutat o a la ruralia. La seva figura encorbada portant un trípode de fusta enorme era familiar als carrers de Praga. Encara que mai no es cansava i era força tímid, era conegut per les seves vetllades setmanals amb els seus amics per escoltar música clàssica. La música era l'altra gran passió de Sudek.

Tota la seva vida va estar una carrera d'obstacles, físics, psicològics, polítics, però va acabar produint una obra que combina humilitat, visió única i un

extraordinari treball personal. Amb tots els obstacles que hi va trobar es pot afirmar que el resultat de la seva obra és únic, de gran valor artístic.

El 1922, Sudek es va matricular a l'Escola d'Arts Gràfiques de Praga, amb ensenyaments molt clàssics i formals sobre fotografia. Sudek es va començar a interessar per temàtiques concretes, com les sèries de fotografies sobre els seus antics companys a l'hospital per a veterans, o les extraordinàries sèries sobre la reconstrucció de la Catedral de Vitus a Praga. Va ser expulsat del Amateur Photography Club per la seva constant crítica i oposició a les tendències clàssiques que l'associació encara defensava. Ell i altres fotògrafs txecs van formar la Societat Fotogràfica Txeca al 1924, una associació d'avantguarda de la nova fotografia txeca, basada en el pictoralisme però que Sudek havia de fer evolucionar.

El 1926, Sudek patia una crisi emocional causada a partir d'una invitació dels seus amics de la Filharmònica Txeca per acompanyar-los a la seva gira per Itàlia, on intentà trobar el braç que li havien amputat. La fotografia que queda de Sudek després d'aquesta gran depressió patida el 1926 és la d'un home inquiet i enfadat amb ell mateix per acceptar la invitació que l'havia de portar en aquell lloc que li va destrossar la vida. La seva vida havia canviat per sempre, ara amb la certesa que mai recobriria el seu braç. Sudek es va tancar i es va dedicar exclusivament a la seva obra, al seu món. Les fotografies des del 1920 fins al moment de la crisi són marcadament diferents de les que produí la resta de la seva vida. Les fotografies de la reconstrucció de la catedral de St. Vitus, que va acabar al 1928, es poden prendre com una metàfora de la seva lluita per reconstruir la seva pròpia vida.

Després del 1926, Sudek començava a trobar el que seria el seu estil personal i va a començar a desenvolupar-se com a artista. Lluny queden les fotografies 'pictòriques' d'enfocaments suaus i també lluny queden les persones: ara centra la seva atenció en la ciutat de Praga. La gent hi sobra i per compensar l'absència del factor humà, els objectes són els únics protagonistes de la seva fotografia.

Sudek, que era un fotògraf molt pacient, capaç d'esperar fins a 15 minuts per tirar una fotografia, usava aquest mètode d'exposició llarga sobretot en fotografies de natura, estimava els arbres vells i els anomenava els gegants dorments, per això intentava humanitzar el seu aspecte. Sempre amb gran claredat i abstracció, l'obra de Sudek comença a explorar el detall íntim, el paisatge, la natura morta, les superfícies transparents (gots i vidres).

L'aïllament psicològic, en part produït pel règim totalitari després de la segona guerra mundial, és una de les característiques de l'obra de Sudek. Les fotografies amb els vidres entelats o les dels gots amb els ous són bones mostres d'aquest aïllament.

Josef Sudek, que va morir el 1976, als 80 anys, és un dels més grans poetes visuals de tota la història de la fotografia. L'estudi de la seva obra permet entendre el pas del pictoralisme al surrealisme.

5.2.2. DIANE ARBUS

Nascuda a Nova York, el 23 de març de 1923 i condicionada per la seva educació (de nena, Diane Arbus va créixer com una princeseta jueva de Central Park, allunyada de tota adversitat) va decidir canviar la seva llibertat com a dona per la seva llibertat com a fotògrafa. Diane Arbus era rebel, intel·ligent, segura de la seva filosofia de vida, però amb una baixa autoestima. Mica a mica es va anar submergint en un procés autodestructiu que la va convertir en la "gran artista trista" amb què sempre havia somiat. Per a ella, no existien regles socials, ni morals ni artístiques i no suportava que la gent fingís ser allò que no era, de manera que mostrava les persones que retratava tal com eren. Tot plegat va desembocar en una forta incomprensió de la seva obra. Diane va patir, constantment, depressions i crisis emocionals, es trobava sola i sempre buscava suport. Es va suïcidar el 26 de juliol de 1971, en ple estiu, l'estació que li agradava menys.

El màxim reconeixement a Arbus va ser el 1967, quan el MOMA (Museu d'Art Modern de Nova York) va incloure una bona part de les seves fotografies més conegudes a l'exposició col·lectiva *New Documents*. Segons la seva biògrafa, Patricia Bosworth, durant les primeres setmanes, Diane anava a l'exposició a diari, per descobrir la reacció de la gent davant la seva obra: poques persones hi quedaven encantades; la majoria mostrava rebuig total. Encara avui molta gent sent el mateix.



Malgrat els sentiments que provoca la seva obra, cal assenyalar que Arbus va ser una de les primeres artistes que es va atrevir a fotografiar aspectes quotidians estranys, amb l'ús del flash en espais exteriors i a plena llum del dia, i amb l'enfocament quadrat, dos elements altament característics de la seva obra. Diane va tenir la capacitat de retratar persones de diverses classes socials i culturals i de convertir-les totes en criatures estranyes i grotesques: el seu objectiu, de fet, era mostrar la realitat, mostrar allò que generalment s'amaga darrere els decorats d'un teatre. I el resultat final –la fotografia– per a ella era un trofeu, una sensació de perill real que la feia sentir viva

Ara bé, encara que la seva intel·ligència, el seu talent i el seu magnetisme li van proporcionar el suport de tots aquells del seu voltant, inclosos alguns fotògrafs que ella mateixa admirava, no va arribar a superar les seves inseguretats: només s'atrevia a fer sortir tota la força del seu interior mitjançant la càmera. La seva vida, doncs, va oscil·lar entre la depressió i la necessitat de viure en un constant estat d'eufòria.

El seu germà Howard, escriptor i poeta, li va dedicar el següent poema:

Para Diane, muerta por su propia mano

*“Mi querida, me pregunto si antes del fin
pensaste en aquel juego de niños
al que seguramente jugaste, en el que
corres por encima del estrecho muro de un jardín
imaginando que es la cima de una montaña
con insondables precipicios a ambos lados
y cuando sentiste que perdías el equilibrio
saltaste, porque temías caer, y pensaste
sólo por un instante: Es ahora cuando muero.*

*Eso fue hace una vida. Ahora ya no estás,
te negaste a seguir jugando el juego de los adultos
en el que, manteniendo el equilibrio en la cima
que corona la oscuridad
se sigue corriendo sin mirar abajo
y nunca se salta por temor a caer.”*

5.2.3. FRANCESCA WOODMAN



Nascuda el 3 d'abril de 1958 (Denver, Colorado) i filla de George Woodman i Betty Woodman, ambdós artistes, va rebre dels pares una considerable influència que la va conduir a descobrir el món de l'art. La seva infància va transcórrer entre Colorado i un petit poble de la Toscana italiana en el qual estiejaven molts artistes i famílies de l'alta societat de Florència. L'interès per la fotografia va aparèixer a 13 anys, edat

en la qual va començar a fer els seus primers treballs que ja apuntaven el que

seria el seu estil: blanc i negre, format quadrat i il·luminació adequada que permetés centrar l'atenció en un subjecte principal i generalment únic en l'escena.

Durant la seva estada a Roma (1978), Woodman es va identificar amb el surrealisme i el futurisme, moviments que van anar guanyant terreny en les seves fotografies. El 1979 es traslladà a Nova York on intentà fer la carrera fotogràfica, però el fracàs de la seva obra i una ruptura sentimental la conduïren a una depressió i el 19 de gener de 1981 se suïcidà.

La seva obra consisteix, bàsicament, a retratar dones en blanc i negre (sovint ella mateixa és la model): el cos és el tema central de les fotografies i les figures humanes moltes vegades hi apareixen borroses, com si es perdessin enmig del deteriorament del context en què situa la imatge.

5.2.4. CHEMA MADOZ



Nascut a Madrid el 1958, Chema Madoz és considerat el fotògraf de l'engany. L'artista no fa ni retrats ni reportatges ni altres gèneres fotogràfics, sinó que, amb la seva obra, a partir d'objectes diversos, crea metàfores. Dit d'una altra manera, l'observació de les seves fotografies porta a la conclusió que

res és el que sembla i res sembla el que és. Sens dubte, es tracta d'imatges artístiques amb un cert toc surrealista: en són exemples clars la cullera amb ombra de forquilla o el dau de gel que es fon o un gerro amb ales de papallona que simbolitzen les fulles.

Segons el propi Madoz, les seves fotografies són en blanc i negre bàsicament per dues raons: en un primer moment va optar pels blancs i negres perquè al

laboratori era més fàcil de treballar que amb color. Després va ser el seu propi treball el que li va demanar que fes ús dels grisos:

"Con el color siempre puedes datar una imagen, pero el blanco y negro es más intemporal. Además, es una reelaboración de la realidad. Al carecer de color, las imágenes pertenecen a un territorio distinto que tiene que ver más con lo imaginario".³

I afegeix que, perquè una imatge es pugui interpretar correctament, *"hay que despojarse de lo que no es imprescindible"*⁴, amb la qual cosa l'artista apunta que el color pot influir negativament en la interpretació de la imatge.

³ Entrevista de Isabel Lafont per al diari El "País", de 22 de setembre de 2009: Chema Madoz, especialista del engany. Una monografia recorre la trajectòria del fotògraf des de sus inicis.

⁴ ídem

6. ANÀLISI FOTOGRÀFICA

A l'hora d'analitzar una imatge fotogràfica, cal tenir en compte tots els factors que intervenen en el procés fotogràfic, des del fotògraf, la mirada sobre l'objecte, el moment de la presa fotogràfica, fins a la recepció de la imatge, que ve determinada per la relació entre aquesta i l'espectador.

Per tal d'entendre bé què vol donar a conèixer el fotògraf, quin sentiment vol transmetre i com arriba a l'espectador, cal seguir una sèrie de passos que constitueixen la correcta anàlisi de la fotografia.

A més, per arribar a comprendre globalment el significat de la fotografia, cal dur a terme un estudi dividit en quatre nivells -contextual, morfològic, compositiu i enunciatiu- a cadascun dels quals es treballen diversos aspectes:

1. Nivell contextual

- Autor, nacionalitat, any
- Procedència de la imatge (llibre, catàleg, document electrònic...)
- Gènere i subgènere
- Moviment artístic

2. Nivell morfològic

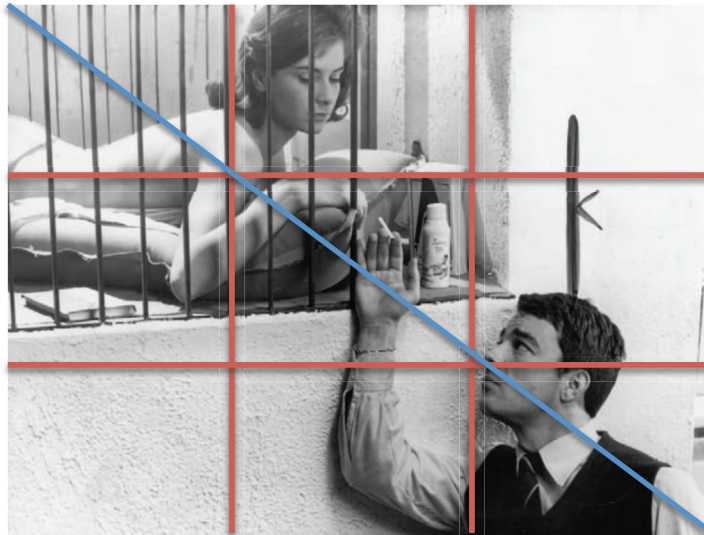
- Descripció de la fotografia: què representa, què s'hi veu
- Punt: és el signe gràfic, generalment arrodonit, de dimensions petites. Esdevé per tant l'element més simple de la imatge, a partir del qual es creen les altres. Si el punt es veu molt, la foto s'assembla més a una pintura; si no es veu tant o gens, l'efecte de transmissió de realitat és més important. Generalment, com que els punts són tan petits, passen desapercebuts. En la fotografia digital el punt equival a píxels.
- Línia: successió de punts; permet separar els diferents objectes, dóna volum; les línies corbes transmeten moviment i les rectes no.

- Pla / Espai: general, americà, mig, primer pla, pla detall, picat (des de dalt), contrapicat (des de baix)
- Forma: es refereix a l'aspecte visual d'un objecte (cercle, quadrat, triangle, rectangle)
- Textura (a partir del punt o gra fotogràfic)
- Nitidesa (enfront a borrositat)
- Il·luminació:
Segons la qualitat: natural/artificial; dura/suau
Segons la direcció: des de dalt, lateral, des de baix, contrallum...
- Contrast: Diferència de nivells d'il·luminació
- Tonalitat, blanc i negre, color: Els colors càlids (entre el verd i el groc) produeixen una sensació de desplaçament cap a l'espectador; els freds (entre el verd i el blau) produeixen allunyament; els sèpia s'associen amb antiguitat; els blancs i negres doten la fotografia de gran expressivitat.

3. Nivell compositiu

- ✓ Sistema compositiu
 - Perspectiva: la profunditat de camp s'obté mitjançant grans angulars i diafragmes molt tancats.
 - Ritme: idea de repetició
 - Tensió: es crea una tensió visual a partir de les línies, les formes geomètriques, el contrast i les textures
 - Proporció: relació quantitativa entre un objecte i les seves parts constitutives
 - Distribució de pesos: La ubicació d'un objecte dins l'enquadrament augmenta o disminueix el pes d'aquest. Si l'element està situat a la part superior dreta té més pes. La mida també té a veure amb el pes, i els elements amb perspectiva també
 - Llei de terços: La força visual d'un element serà més intensa com més situat estigui en la intersecció dels punts de les línies de

terços: cal dividir la imatge en tres parts iguals en horitzontal i vertical. Els punts d'intersecció són 4; si l'objecte coincideix dins d'aquests, té molta més força.



Amb la llei de terços es divideix la fotografia en 9 rectangles iguals amb dues línies paral·leles horitzontals i verticals i se senyala la diagonal que marca l'ordre de lectura de la imatge, que en aquest cas coincideix amb la mirada del protagonista masculí. Amb l'encreuament de les línies queden dividits i remarcats els espais visuals amb més força dramàtica.

- Estaticitat / Dinamicitat
- Posició: Cal tenir present si el subjecte és espontani o és conscient

- ✓ Espai de la representació
 - Camp / Fora camp
 - Obert / tancat
 - Interior / exterior
 - Concret / abstracte
 - Profund / pla
 - Habitabilitat
 - Posada en escena

- ✓ Temps de la representació
 - Instantaneïtat
 - Durada
 - Atemporalitat
 - Seqüencialitat / Narrativitat

4. Nivell enunciatiu

- ✓ Articulació del punt de vista
 - Punt de vista físic
 - Actitud dels personatges
 - Mirades dels personatges

- ✓ Interpretació global del text fotogràfic: Tot i que és fonamentalment subjectiva, val a dir que cal analitzar els aspectes citats anteriorment, els quals aportaran informació vàlida per a l'anàlisi de la fotografia.

7. RESULTAT DE LES ENQUESTES

Les enquestes que constitueixen el cos d'aquesta investigació parteixen d'una tria exhaustiva de fotografies d'autors, gèneres i tècniques diferents. D'una banda, pel que fa als autors i per la importància que tenen dins la història de la fotografia, he optat per aquells sobre els quals he realitzat una petita explicació a l'apartat 5 del treball (Cartier Bresson, Robert Doisneau, Sebastià Salgado, Eugene Smith, com a màxims exponents de la fotografia documental; i com a representants de la fotografia artística, Yosef Sudek, Diane Arbus, Francesca Woodman i Chema Madoz); a més, he escollit una sèrie de fotografies pròpies. Amb la finalitat d'esbrinar de quina manera la fotografia transmet més emoció, les imatges escollides pertanyen a gèneres diversos (retrat, paisatge, natura morta, fotoreportatge i publicitat). D'altra banda, he agrupat les imatges en blocs segons la tècnica i la temàtica: ampliacions, nitidesa, fons i forma, contrast i color / blanc i negre / sèpia.

L'enquesta ha consistit en tres parts diferenciades: primerament, l'enquestat ha visualitzat sis fotografies de diferents temàtiques per tal de conèixer què li despertaven i quina emocionava més. En segon lloc, ha observat dues versions d'una mateixa fotografia (en total set parelles d'imatges) a fi d'escollir quina de les versions provoca més sentiment / emoció / sensació. Per acabar, el col·laborador ha seleccionat entre dues i cinc fotografies de tot el conjunt (160 imatges) amb la finalitat de descobrir si el fotògraf provoca en el receptor una determinada emoció, si cada receptor interpreta la imatge de forma subjectiva o si s'interrelacionen ambdues interpretacions. Vegem, doncs, el model d'enquesta:

Primera part:

Fotografia i emocions (treball de recerca 2011 - 2012)

TREBALL DE CAMP

Després d'observar atentament aquestes fotografies, responeu les preguntes que vénen a continuació:

1. Et desperten alguna emoció o sensació aquestes fotografies?
2. Quina o quines d'elles et desperten més sensacions? Per què?

Segona part:

Fotografia i emocions (treball de recerca 2011 – 2012)

TREBALL DE CAMP

Després d'observar atentament aquestes fotografies, responeu les preguntes que vénen a continuació:

1. Et desperten alguna emoció o sensació aquestes fotografies?
2. Quina de les dues fotografies triaries? Per què?

Tercera part:

Fotografia i emocions (treball de recerca 2011 – 2012)

TREBALL DE CAMP

La fotografia és una manera de transmetre tot aquell sentiment i aquelles idees que són impossibles d'expressar correctament amb paraules. És un art que va més enllà de ser una expressió plàstica: per a mi és una expressió emocional.

L'objectiu d'aquesta enquesta és veure si el fotògraf provoca en el receptor una emoció determinada, si cada receptor interpreta la imatge de forma subjectiva o si s'interrelacionen ambdues interpretacions.

Gràcies per la vostra col·laboració.

SEXE:

EDAT:

CIUTAT/POBLE:

Fotografia n^a _____

Coneixements de fotografia: Nuls / Aficionat / Professional

Després d'observar atentament la fotografia, responeu les preguntes que vénen a continuació:

1. Quina part de la fotografia, a parer vostre, és més important?
2. Per quina raó?
3. Quina emoció o sentiment us provoca? (alegria, felicitat, sorpresa, serenor, companyia, gratitud, esperança, admiració, dinamisme, desordre, curiositat, acceptació, interès, avorriment, ansietat, malenconia, nostàlgia, debilitat, vergonya, culpabilitat, soledat, gelosia, confusió, decepció, pena, por, infelicitat, fàstic, ràbia...)
4. Creieu que a l'hora de tirar la fotografia, el fotògraf vol transmetre una determinada emoció o simplement retrata la realitat?
5. Creieu que el vostre estat d'ànim influeix en l'emoció que us transmet aquesta fotografia?
6. Creieu que aquesta foto és pensada i/o retocada o és espontània?
7. Considereu bonica aquesta imatge? Per què?

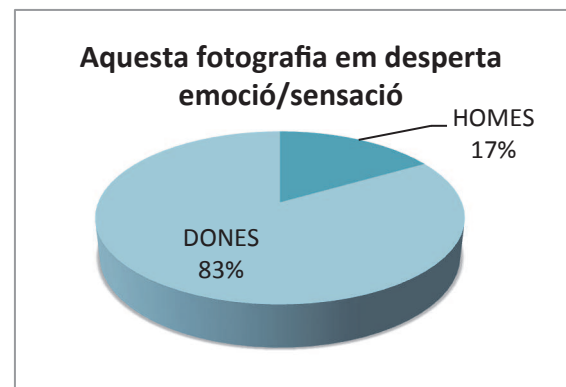
- De totes les fotografies observades quina o quines us han impactat més? Per què?

7.1 Temes diversos

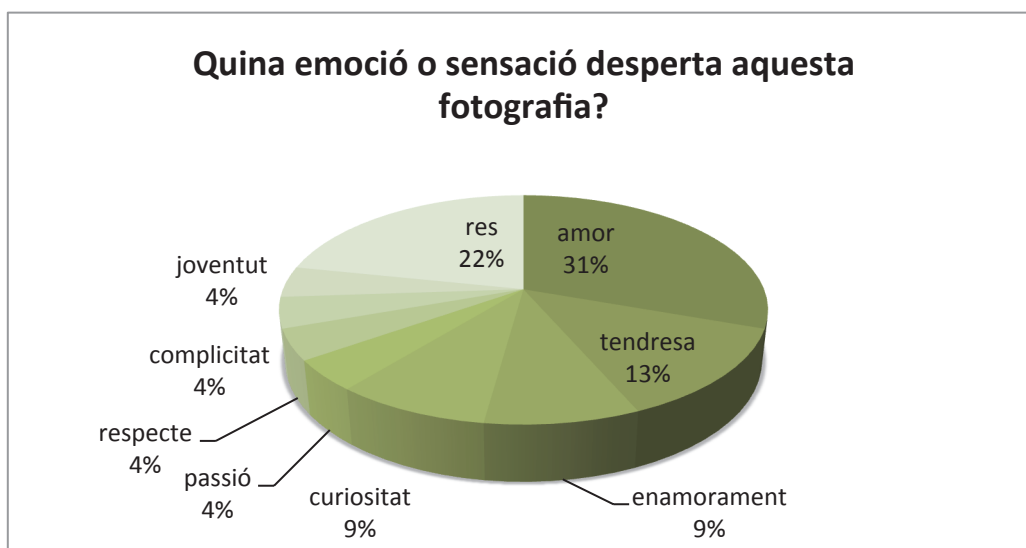
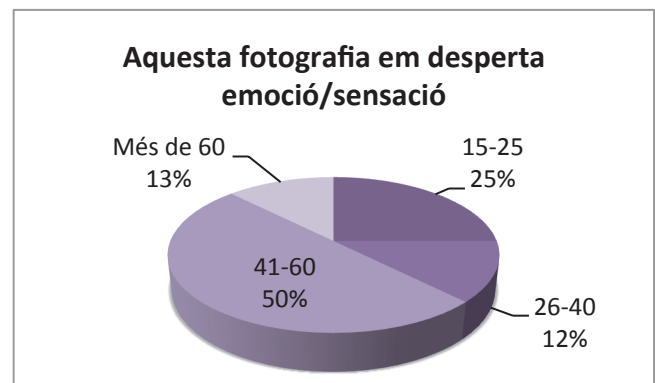
Fotografia 1



Segons sexe:



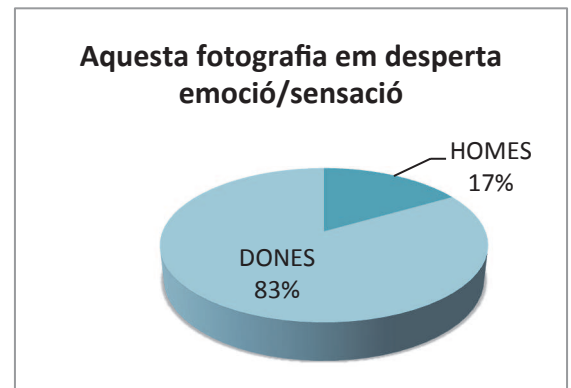
Segons franges d'edat:



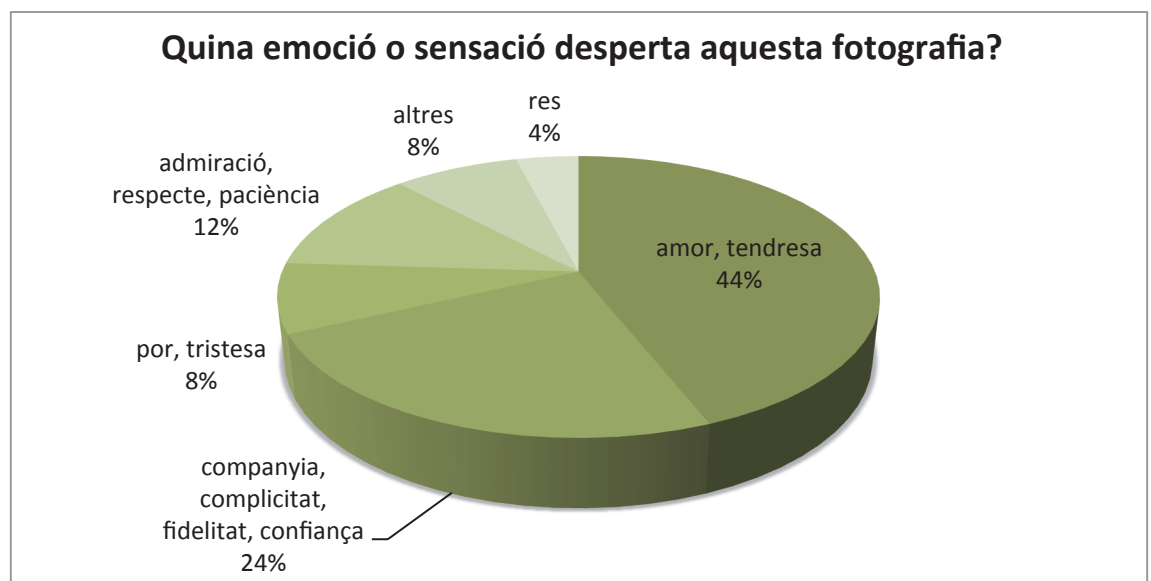
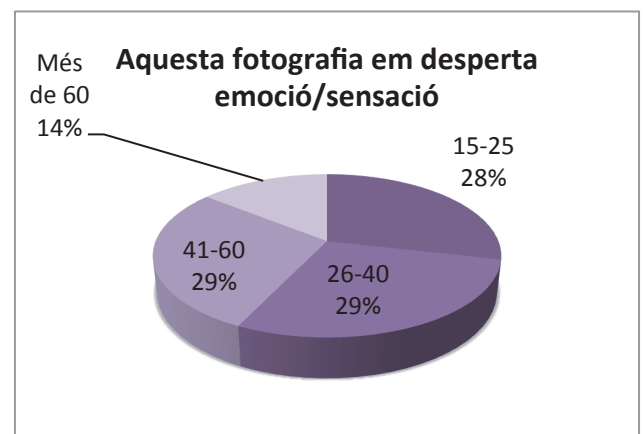
Fotografia 2



Segons sexe:



Segons franges d'edat:

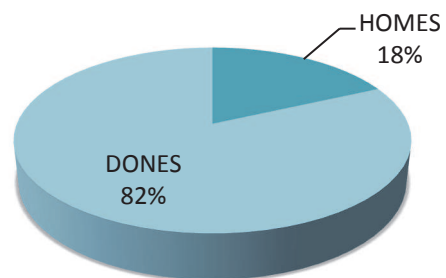


Fotografia 3



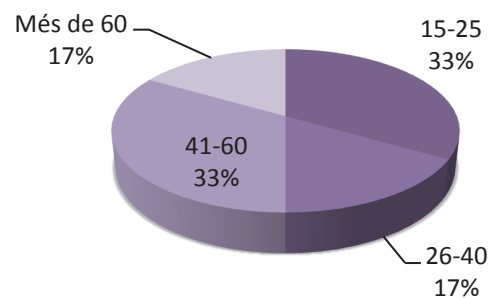
Segons sexe:

**Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació**

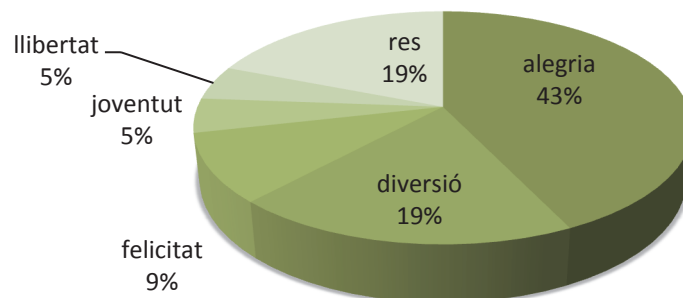


Segons franges d'edat:

**Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació**



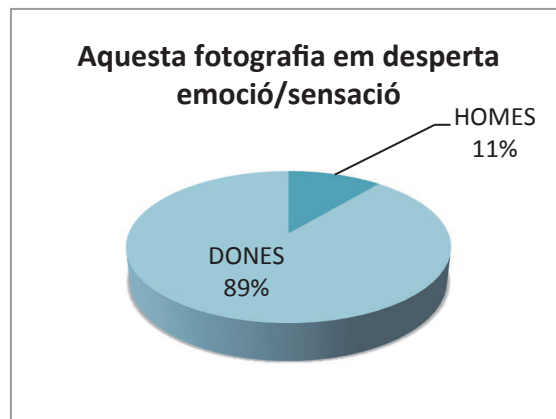
**Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?**



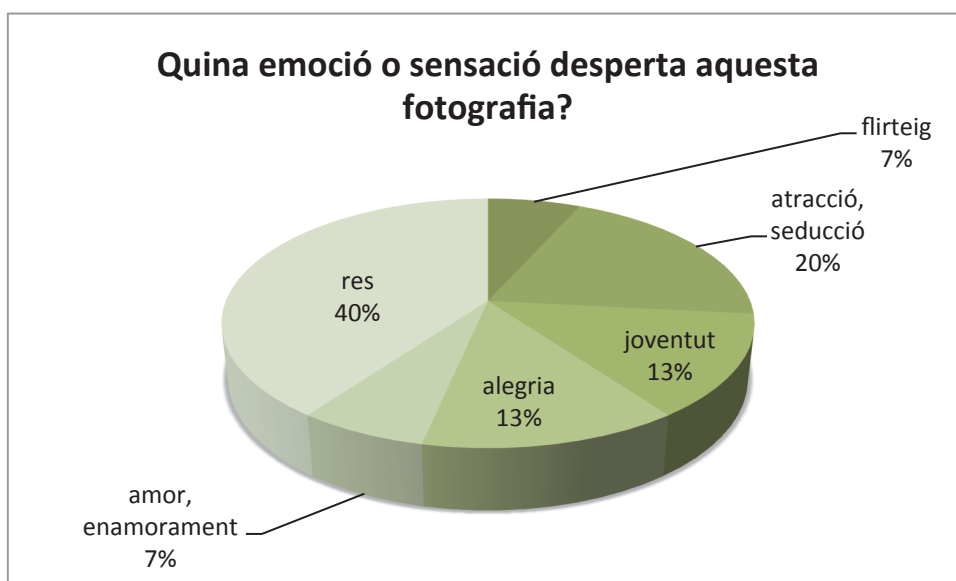
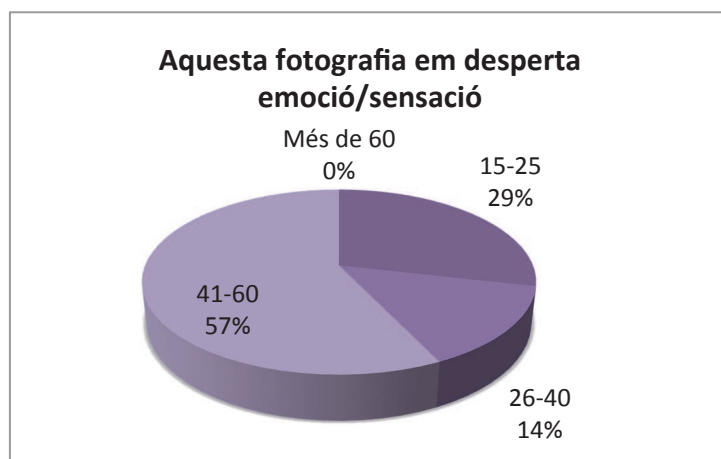
Fotografia 4



Segons sexe:



Segons franges d'edat:

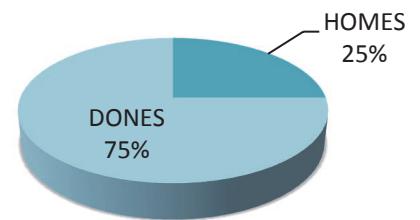


Fotografia 5



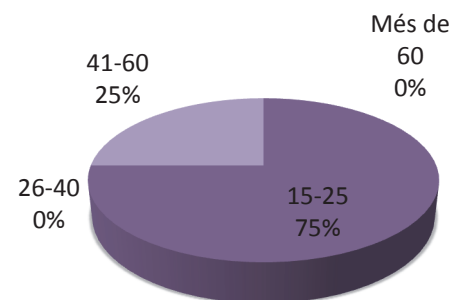
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació

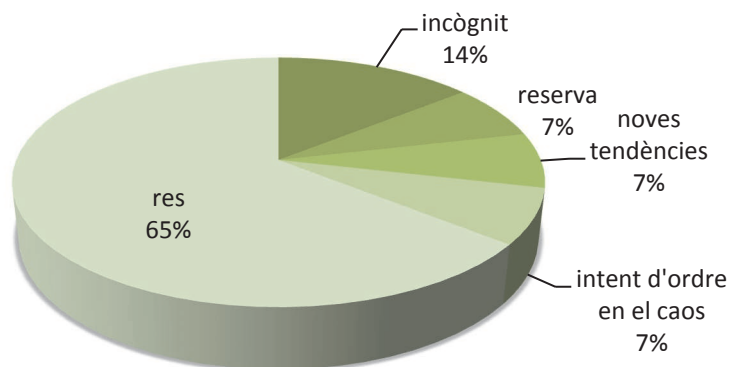


Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta fotografia?

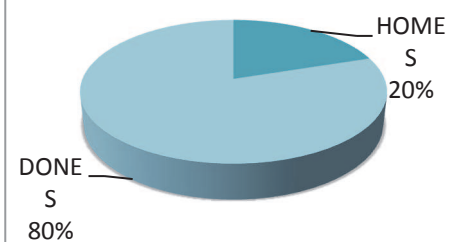


Fotografia 6



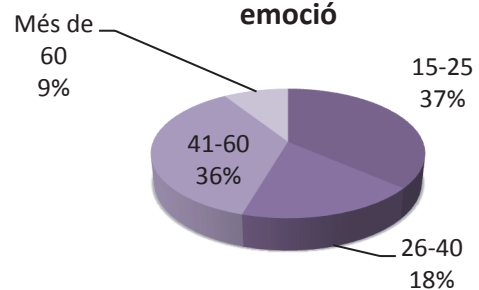
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta emoció

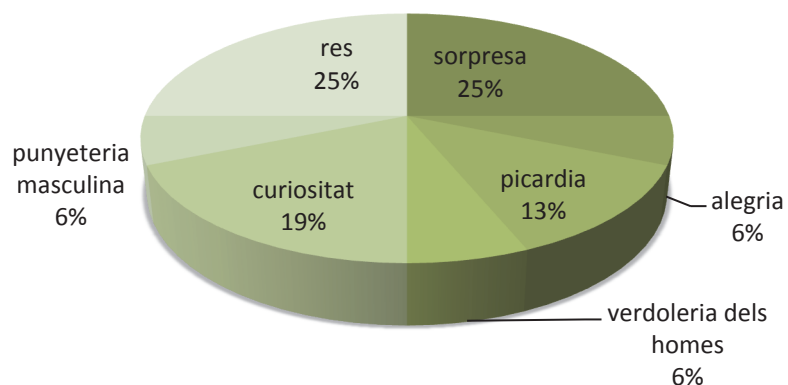


Segons franges d'edat:

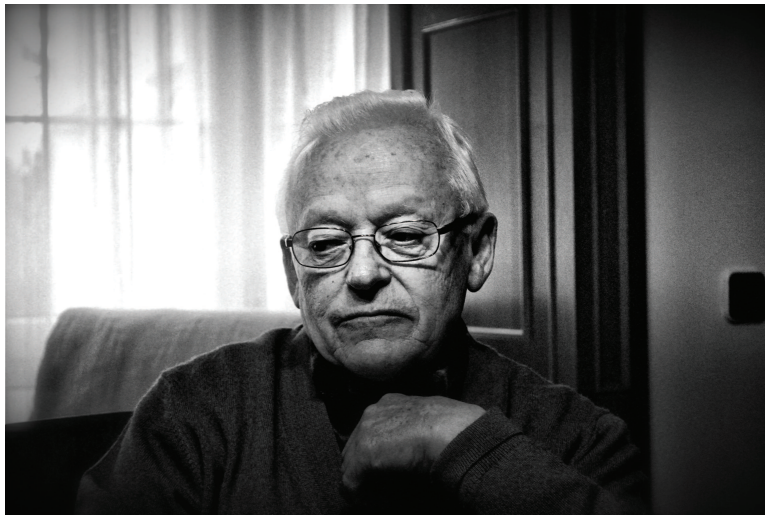
Aquesta fotografia em desperta emoció



Quina emoció o sensació desperta aquesta fotografia?



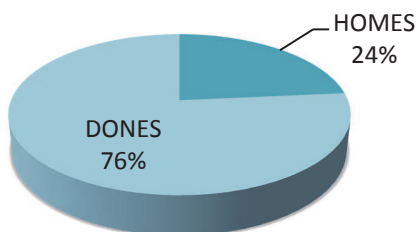
Fotografia 7



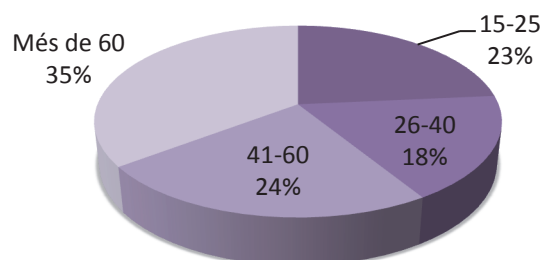
Segons sexe:

Segons franges d'edat:

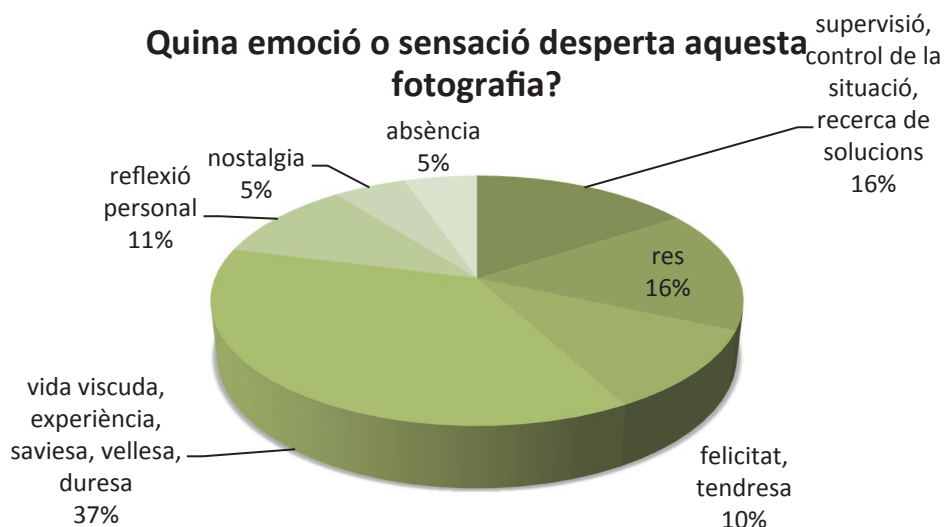
Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació



Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?

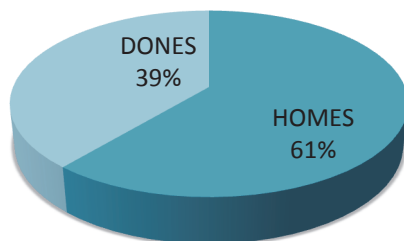


Fotografia 8



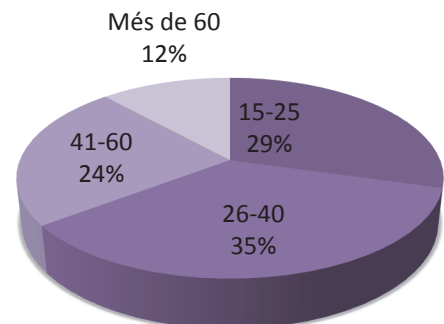
Segons sexe:

**Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació**

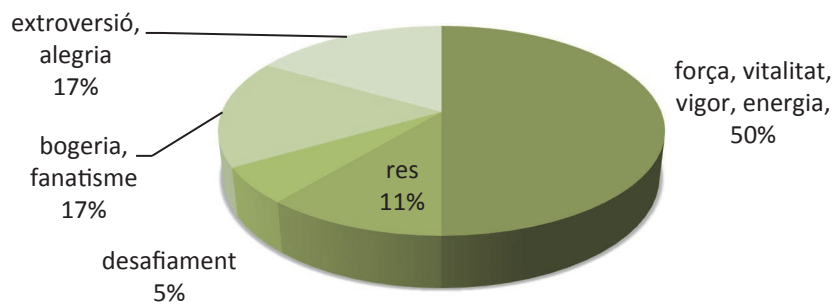


Segons franges d'edat:

**Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació**



**Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?**

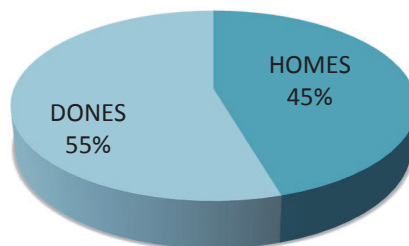


Fotografia 9



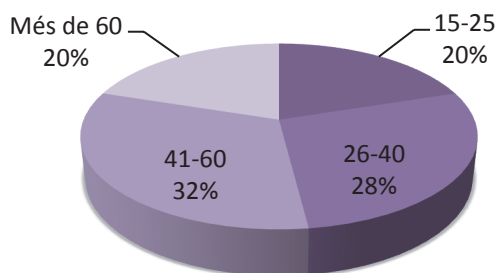
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació

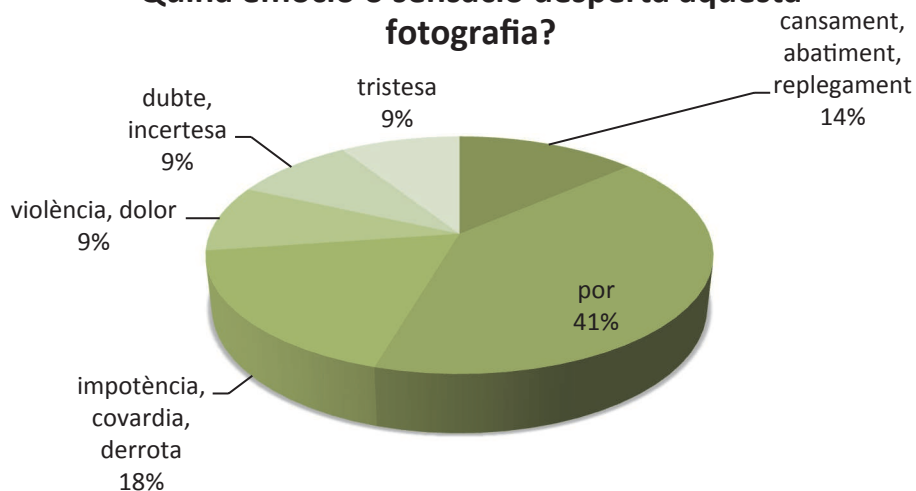


Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?

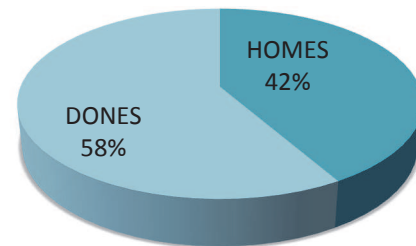


Fotografia 10



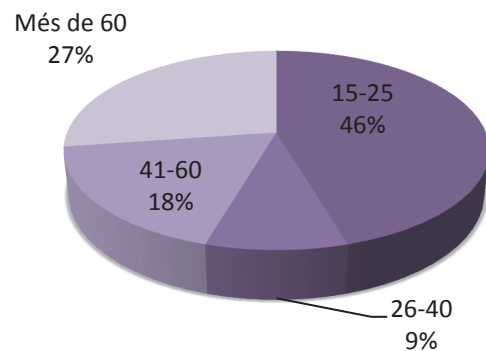
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta emoció

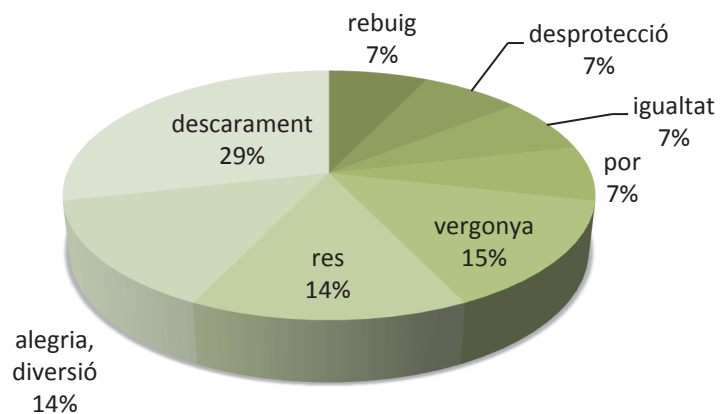


Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta fotografia?

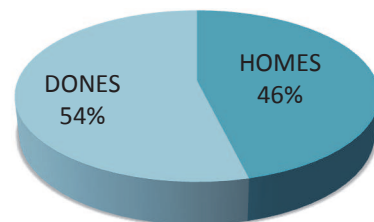


Fotografia 11



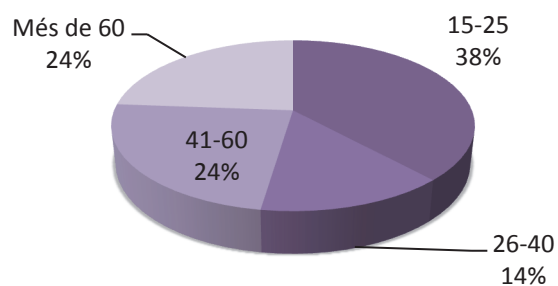
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació

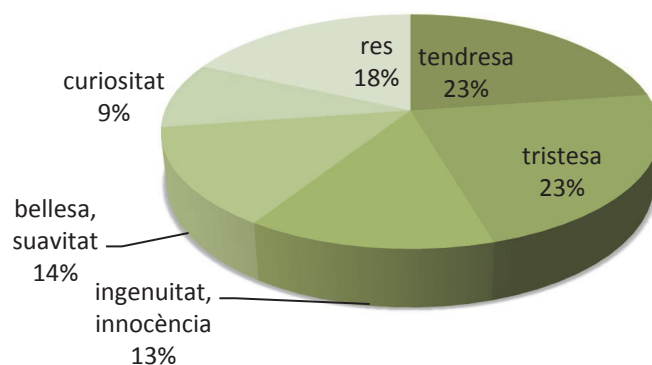


Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?

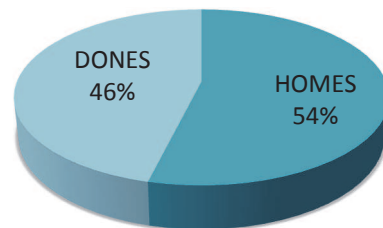


Fotografia 12



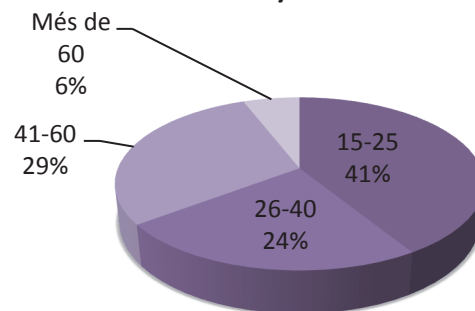
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació

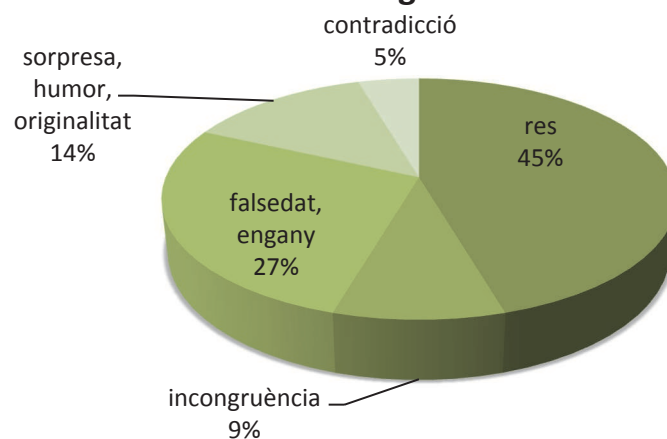


Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta fotografia?

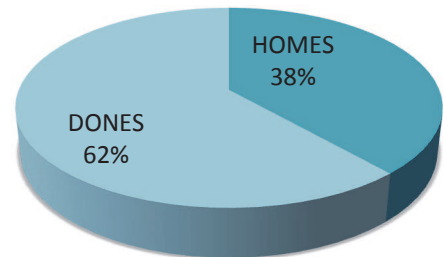


Fotografia 13



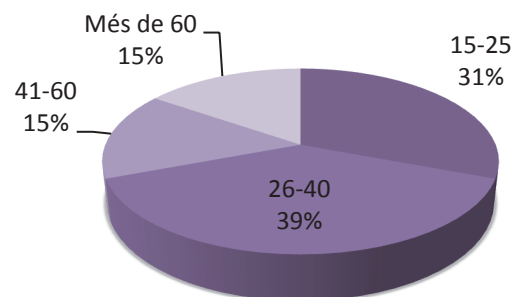
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació

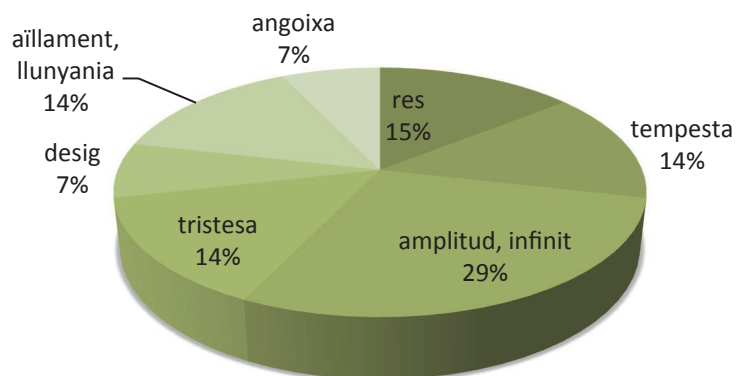


Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?

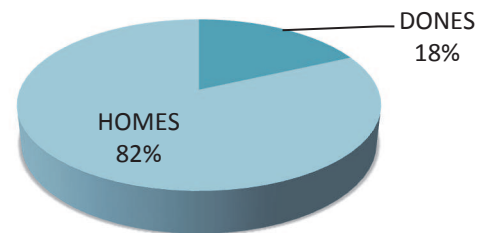


Fotografia 14



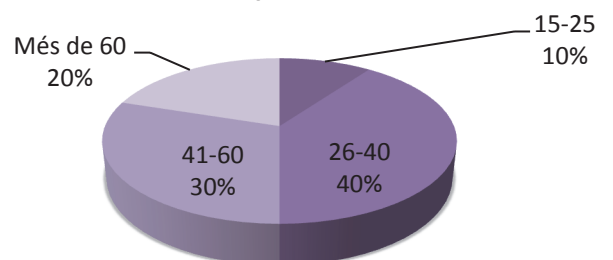
Segons sexe:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació

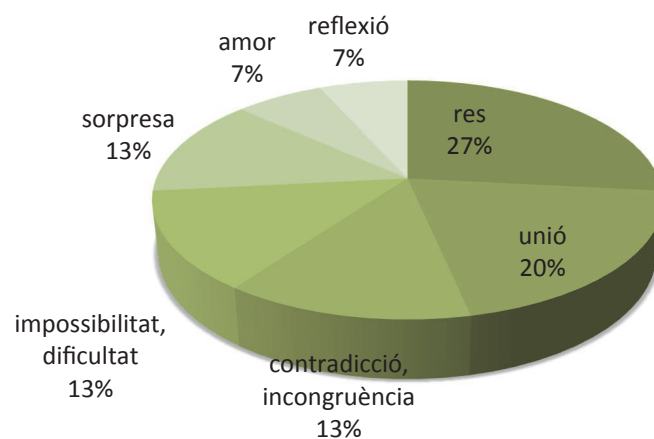


Segons franges d'edat:

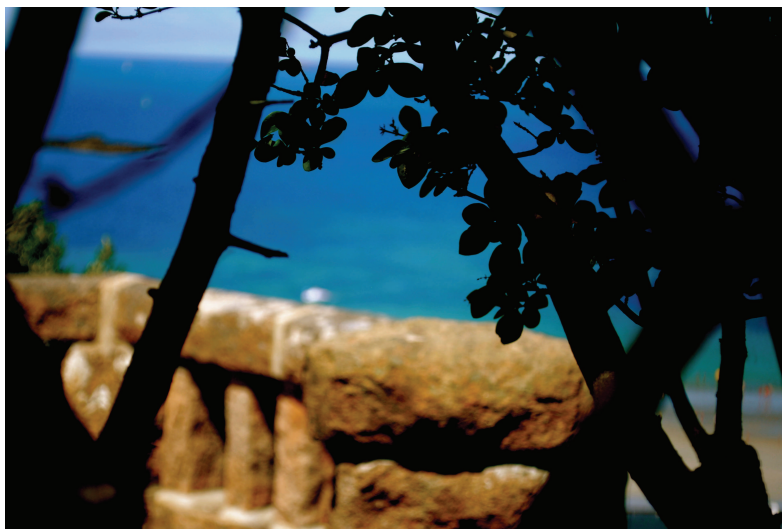
Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació



Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?

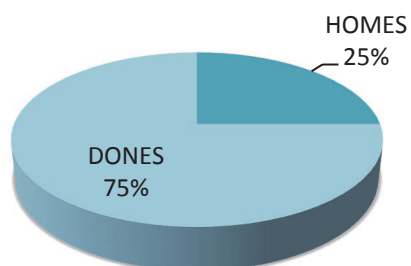


Fotografia 15



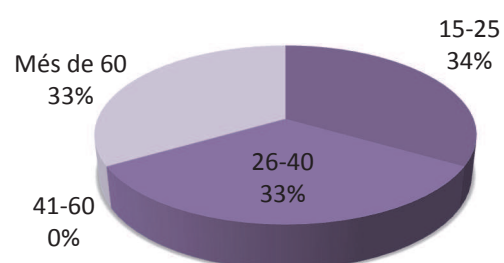
Segons sexe:

**Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació**

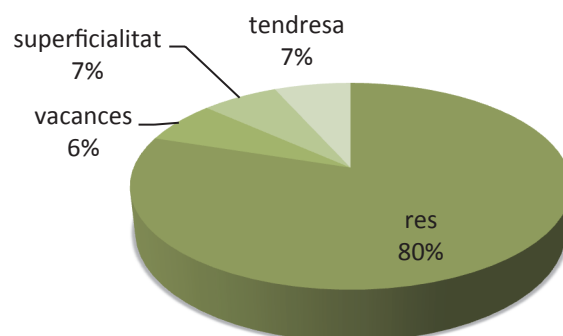


Segons franges d'edat:

**Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació**



**Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?**



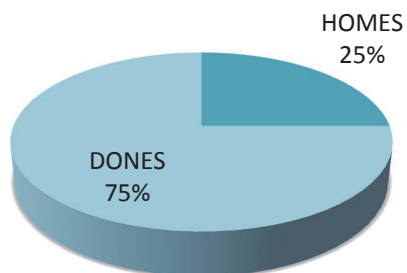
Fotografia 16



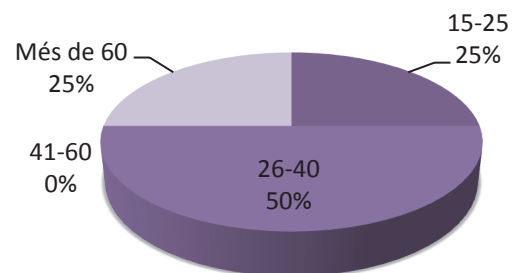
Segons sexe:

Segons franges d'edat:

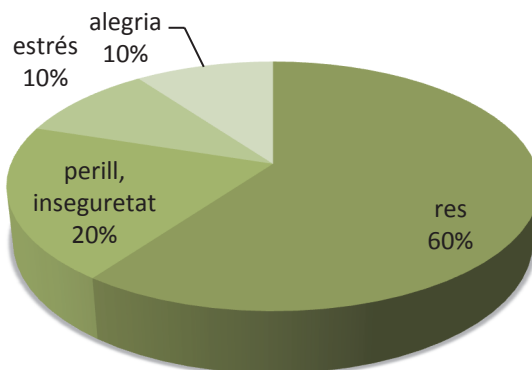
**Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació**



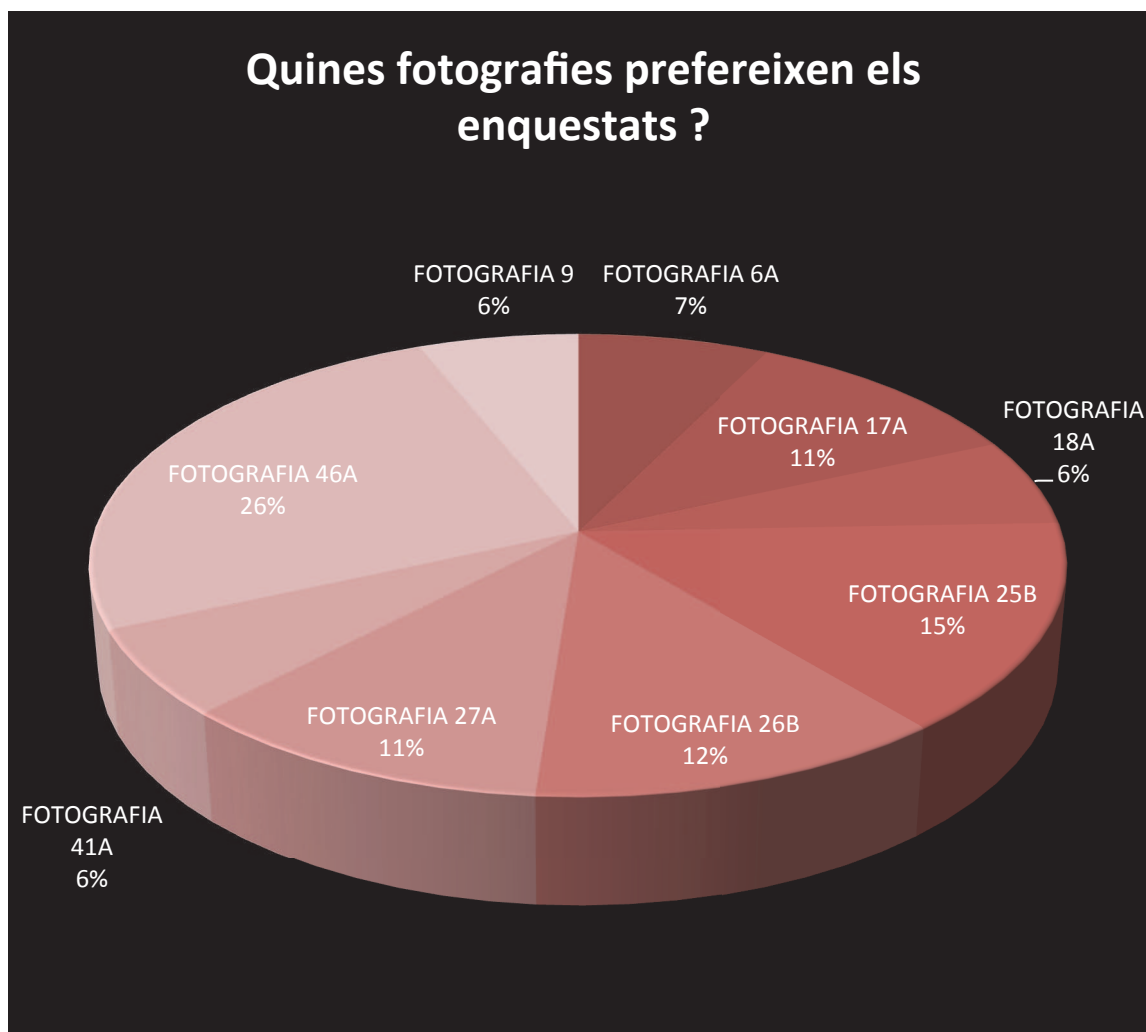
**Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació**



**Quina emoció o sensació desperta aquesta
fotografia?**



7.2 Fotografies més escollides pels enquestats

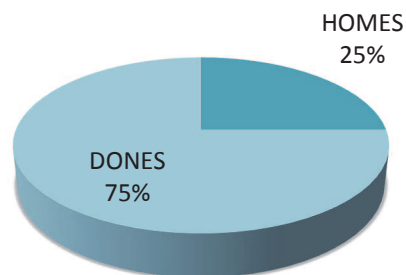


Fotografia 6A



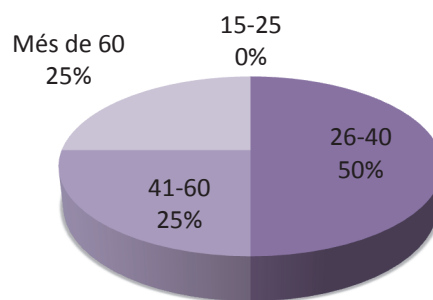
Segons sexes:

Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació



Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

- Sorpresa
- Alegria
- Picardia

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- La cara de l'home "perquè tots són iguals" (tots es fixen en les parts més provocatives d'una dona).
- El contingut de la pintura.
- La mirada de la dona.

Fotografia 9



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

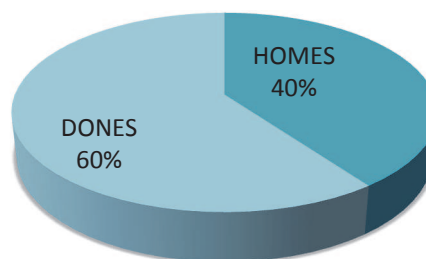
- Impotència
- Covardia
- Derrota
- Por

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- El soldat.
- El soldat i l'herba, que també dóna informació d'on està situat el personatge (possiblement en un camp de batalla).
- L'arma i el fet que el soldat es tapi la cara.
- La part central perquè mostra tot el sentiment o emoció.

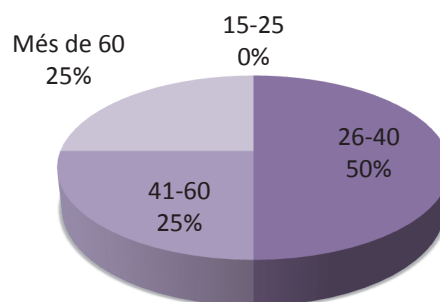
Segons sexes:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació

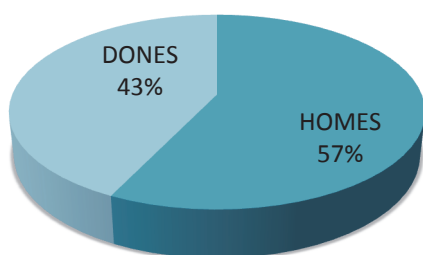


Fotografia 17A



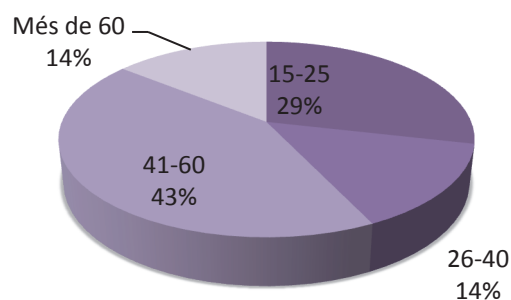
Segons sexes:

**Aquesta fotografia em desperta
emoció/sensació**



Segons franges d'edat:

**Aquesta fotografia em desperta emoció/
sensació**



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

- Impacte
- Pena
- Por
- Infelicitat

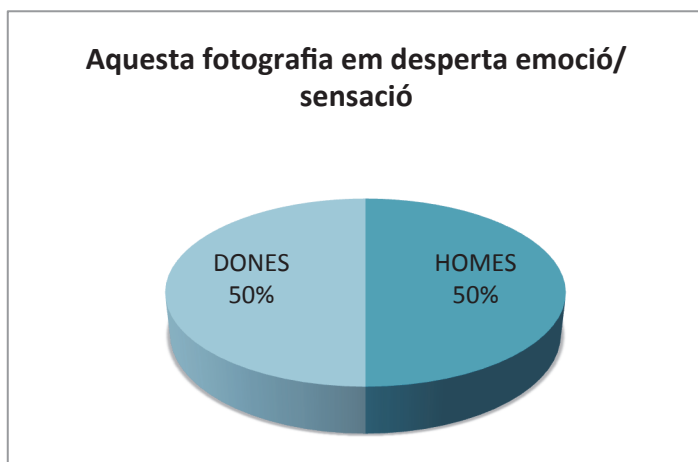
PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- L'expressió de la cara de la dona, perquè malgrat la desesperació intenta ser forta.
- Els dos rostres de les figures, sobretot el de la dona.
- La part central, perquè ressalta la llum.
- Tota la fotografia en general.
- Les mirades, sobretot la de la mare, perquè demostra amor, esperança i fidelitat.
- La part dreta superior ja que hi ha tota la tensió emocional concentrada.

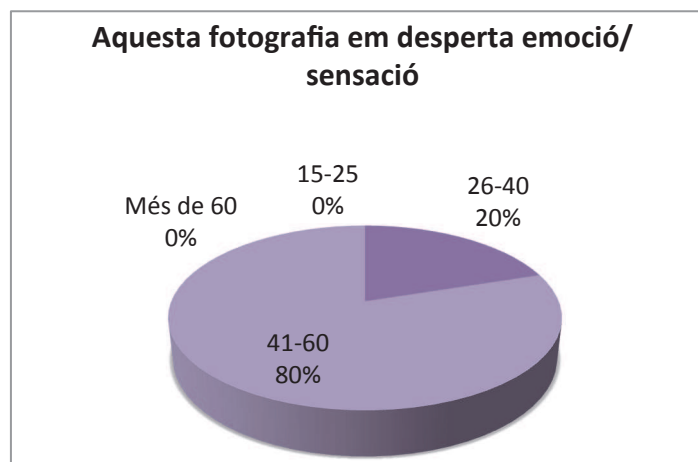
Fotografia 18A



Segons sexes:



Segons franges d'edat:



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

- Pena
- Ràbia
- Acceptació
- Vergonya

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- La part de les figures centrals i el fons, l'horitzó.
- La presència de l'ésser humà, perquè les dificultats uneixen i et fan més fort.
- La cara del nen, perquè reflecteix la situació i és el punt més important.

Fotografia 25B



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

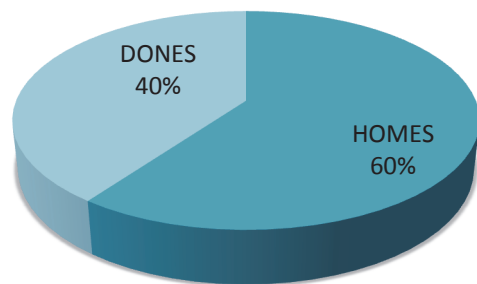
- Pena
- Infelicitat
- Ràbia

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- El nen, el bastó i l'arbre perquè tots tres semblen una mateixa cosa.
- L'expressió de la cara del nen perquè transmet dolor i patiment.
- Tan la figura humana com el paisatge; la figura humana expressa misèria i el paisatge suggereix la misèria de l'entorn.
- El noi perquè està situat en un pla principal.

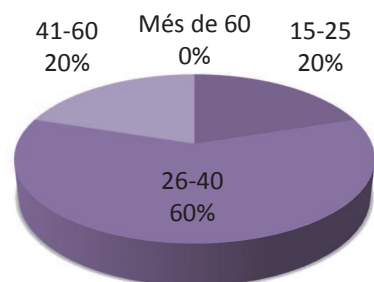
Segons sexes:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia és em desperta emoció/sensació

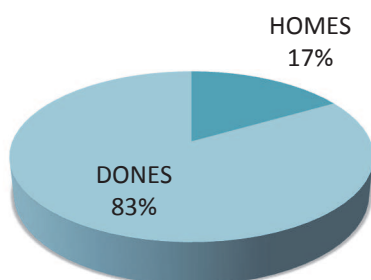


Fotografia 26B



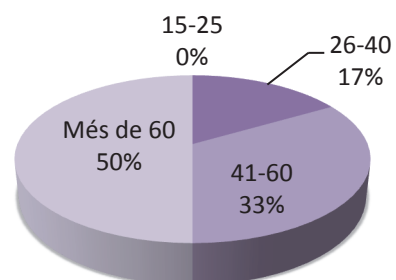
Segons sexes:

Aquesta fotografia em desperta més emoció/sensació



Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

- Pena
- Ràbia
- Impotència
- Vergonya

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- La cara i les mans amb arrugues.
- La figura, el fons és intranscendent: les mans, desgastades i rugoses, protegeixen el rostre i són capaces d'expressar la duresa de la vida.
- Tota en general perquè és un primer pla del qual no es pot bandejar res.
- Les mans, els braços i els plecs del mantell per la similitud dels tres elements.

Fotografia 27A



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

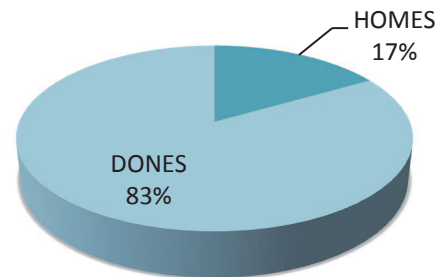
- Alegria
- Felicitat
- Dinamisme
- Nostàlgia
- Innocència

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- Els nens.
- El nen que toca el timbre perquè és el protagonista del conjunt.
- La cara expressiva dels nens.
- El timbre de la porta, perquè és l'acció principal.
- La mà en el timbre, per dues raons: per la composició de la imatge (és a la dreta) i pel contingut (és el motiu de l'acció).

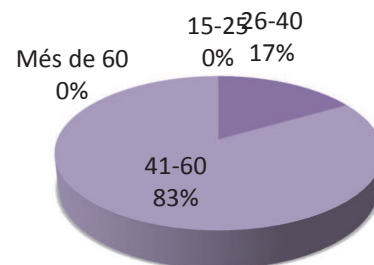
Segons sexes:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



Segons franges d'edat:

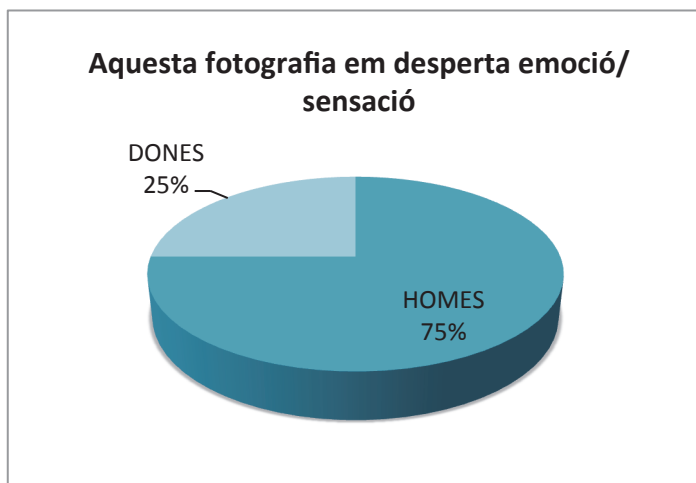
Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



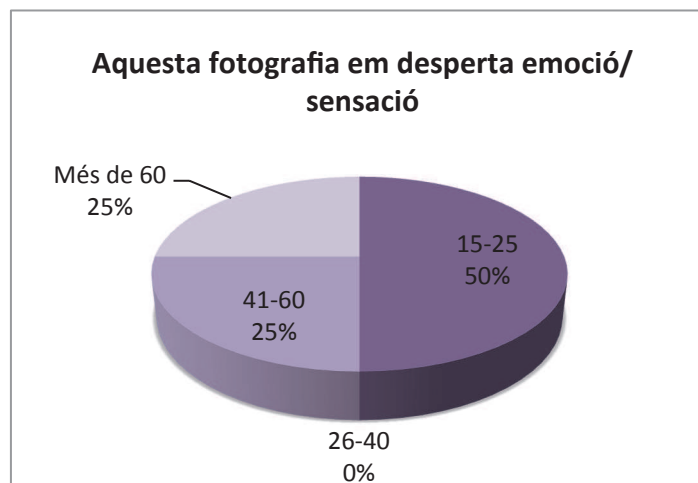
Fotografia 41A



Segons sexes:



Segons franges d'edat:



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

- Vergonya
- Pena
- Ràbia
- Infelicitat

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

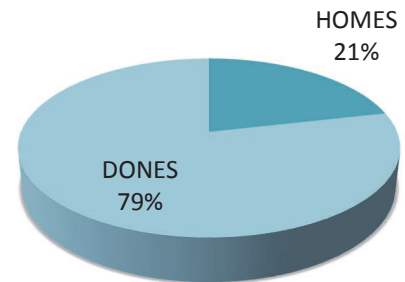
- La pistola perquè el fotògraf juga amb la dualitat que ofereix (arma-joguina).
- Els ulls perquè són el reflex de l'ànima.

Fotografia 46A



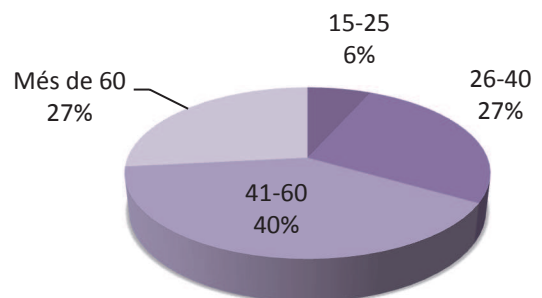
Segons sexes:

Aquesta fotografia em desperta emoció/sensació



Segons franges d'edat:

Aquesta fotografia em desperta emoció



EMOCIONS O SENSACIONS QUE DESPERTA:

- Experiència
- Felicitat
- Serenor
- Esperança
- Vitalitat
- Optimisme
- Gràtitud
- Acceptació
- Ingenuïtat
- Admiració

PART MÉS IMPORTANT DE LA FOTOGRAFIA:

- El rostre de l'àvia perquè desperta felicitat, tendresa i innocència.
- El color del mocador.
- El rostre, per la capacitat que té de transmetre un estat d'ànim.
- La mirada i el somriure per l'expressivitat i perquè sembla que busqui alguna cosa.
- L'expressió perquè transmet serenor.
- El rostre, per la situació central.

7.3 Contextualització / Ampliació

L'objectiu de les preguntes és descobrir si l'entorn que acompanya la imatge principal té un pes important dins la totalitat o, si per contra, allò que interessa és únicament el primer pla.

Fotografia 17A

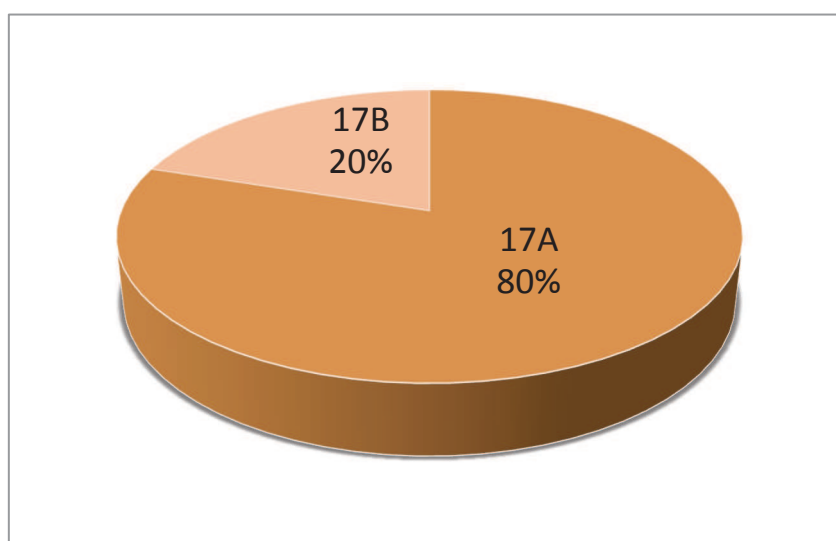


Dóna més informació i es veu un clar exemple d'amor maternal.

Fotografia 17B



Capta millor les expressions facials.



Fotografia 18A

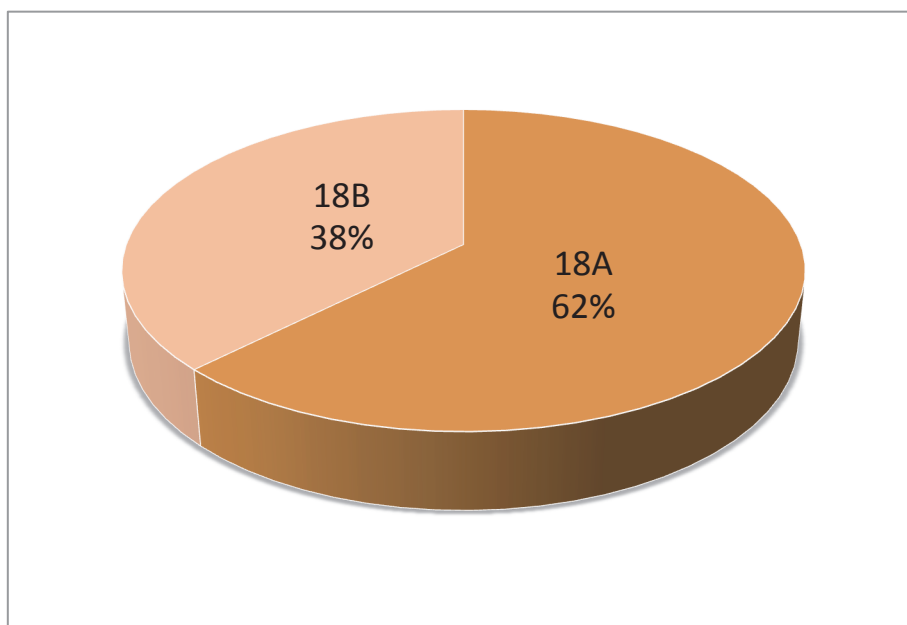


Es veu una visió més global, s'estableix un lligam entre els diferents elements i el paisatge situa la geografia de la pobresa.

Fotografia 18B



El nen és el centre en el sentiment que es vol transmetre.



Fotografia 19A

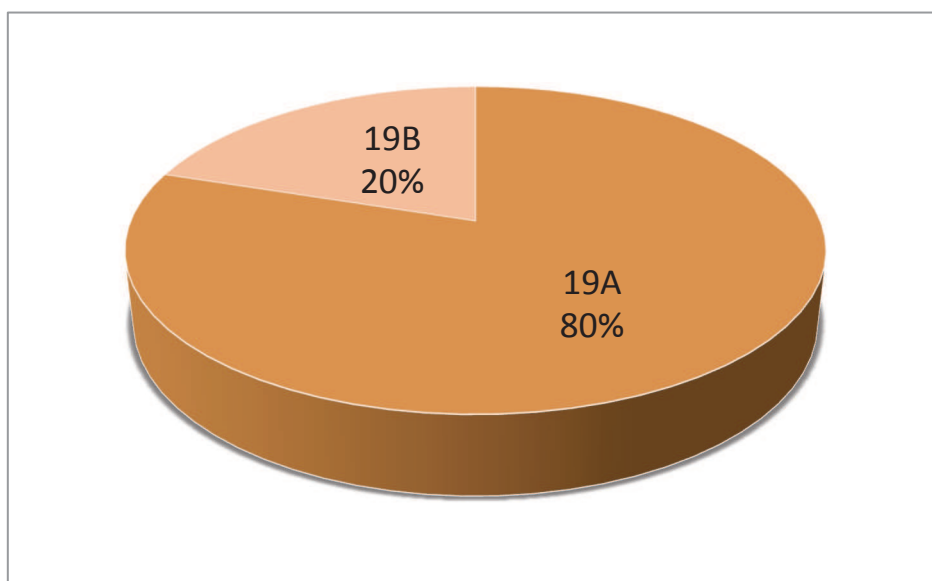


Explica l'entorn. L'enquadrament enmig de la multitud ressalta més el vincle entre els dos amants.

Fotografia 19B



La tensió se centra en el sentiment que es vol transmetre.



Fotografia 20A

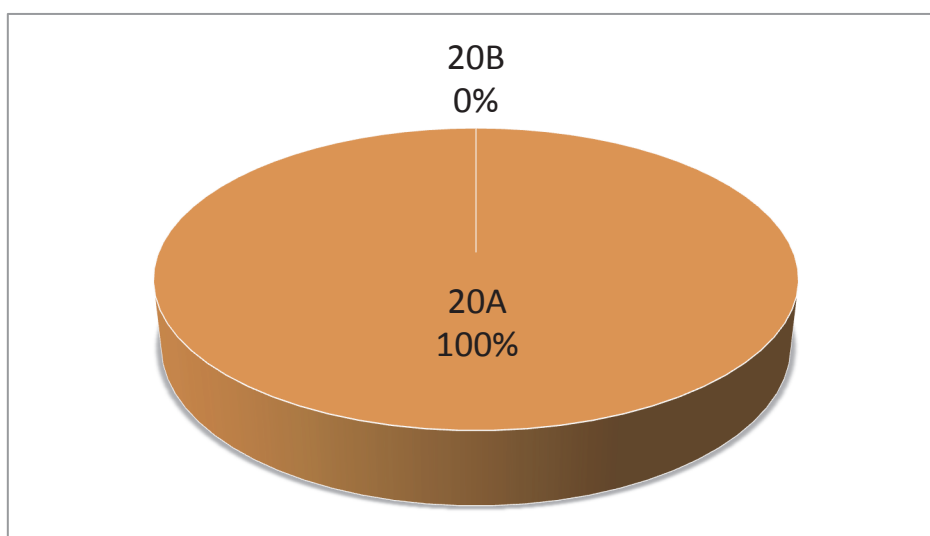


El context és imprescindible per entendre la fotografia.

Fotografia 20B



No l'ha triat ningú



Fotografia 21A

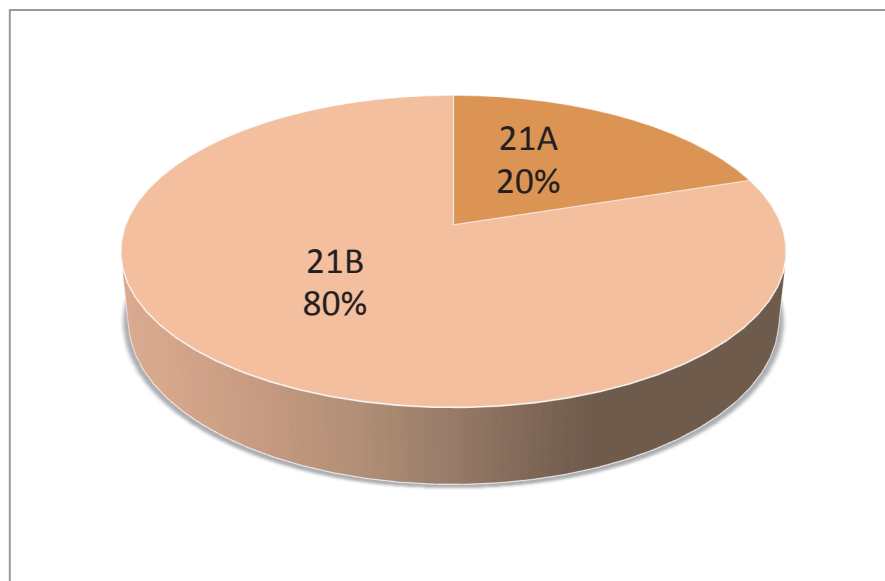


Transmet sentiments.

Fotografia 21B



Afaveix la composició.



Fotografia 22A

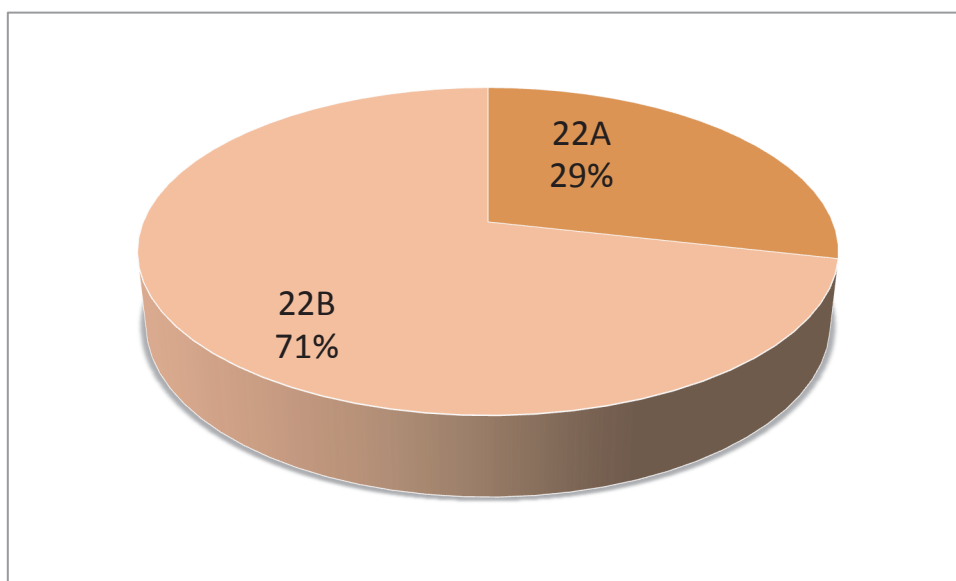


És un muntatge.

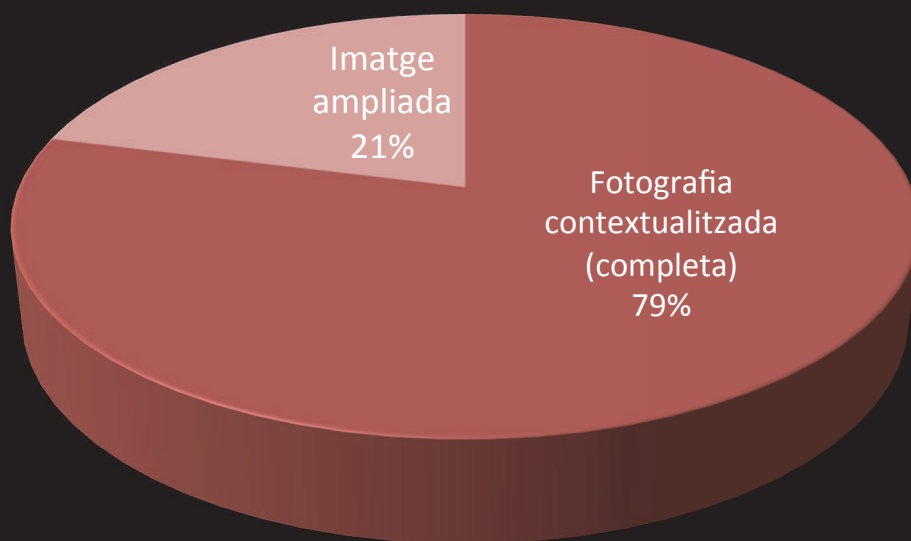
Fotografia 22B



Es pot interpretar com a un assassinat i per tant dona més sensació d'autenticitat.



Contextualització / Ampliació



7.4 Nitidesa / Punt

La finalitat d'aquesta qüestió respon a l'impacte que produeix el punt de la imatge fotogràfica en l'enquestat. (Entenem per punt el signe gràfic, arrodonit, de dimensions més petites, que esdevé l'element més simple de la imatge.)

Fotografia 22A

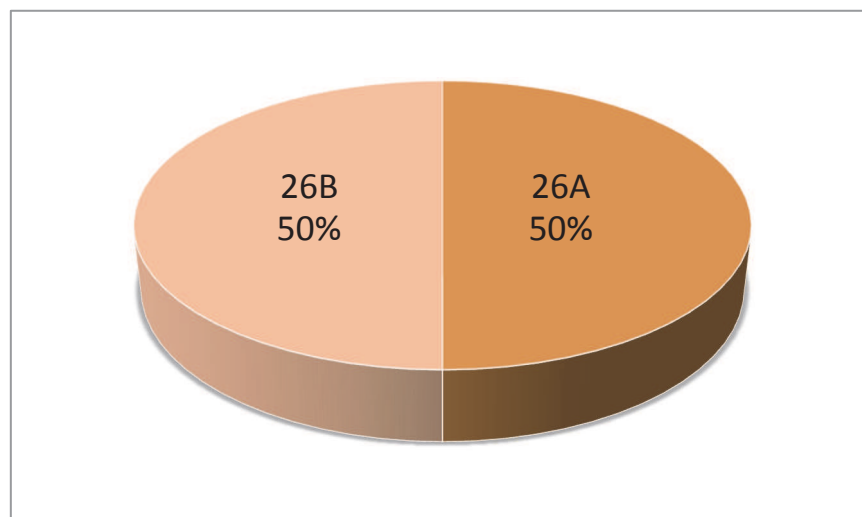


És més real, més suau i menys crua.

Fotografia 22B



Expressa millor la sensació de fàstic i els sentiments arriben més sobtadament.



Fotografia 24A

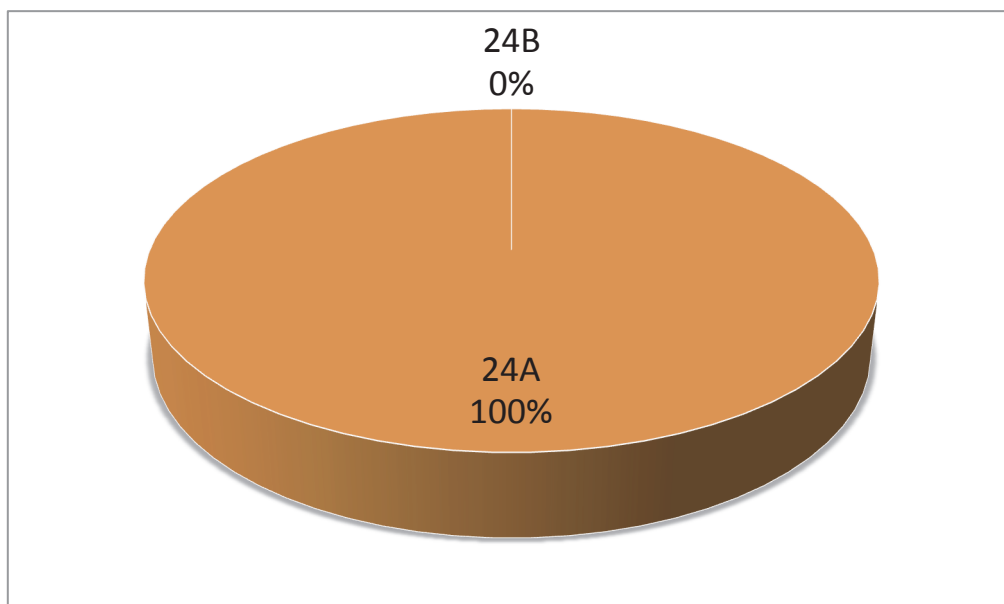


És més clara, més nítida, més suau i més dolça.

Fotografia 24B



No l'ha triat ningú.



Fotografia 25A

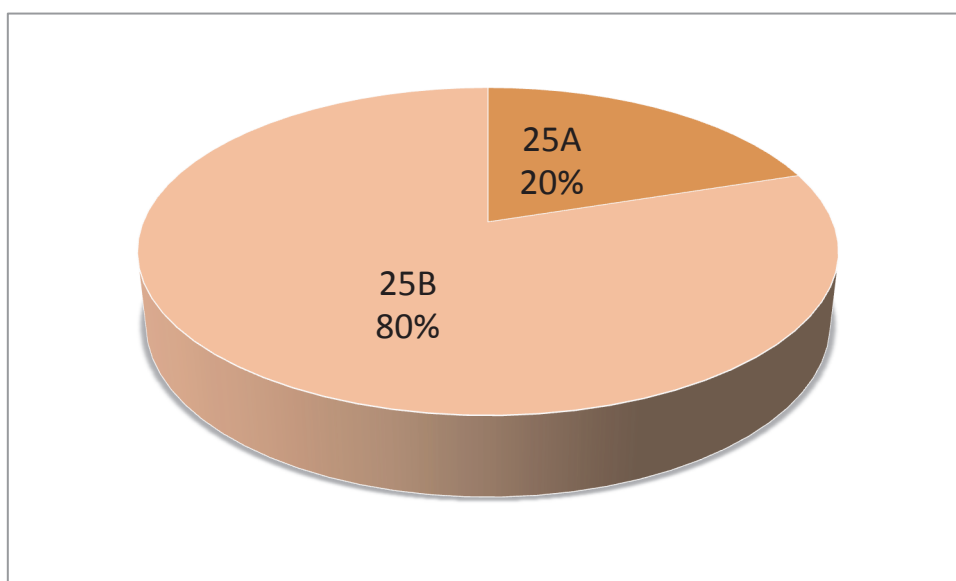


S'accentua la sensació de desolació.

Fotografia 25B



És més natural i real.



Fotografia 26A

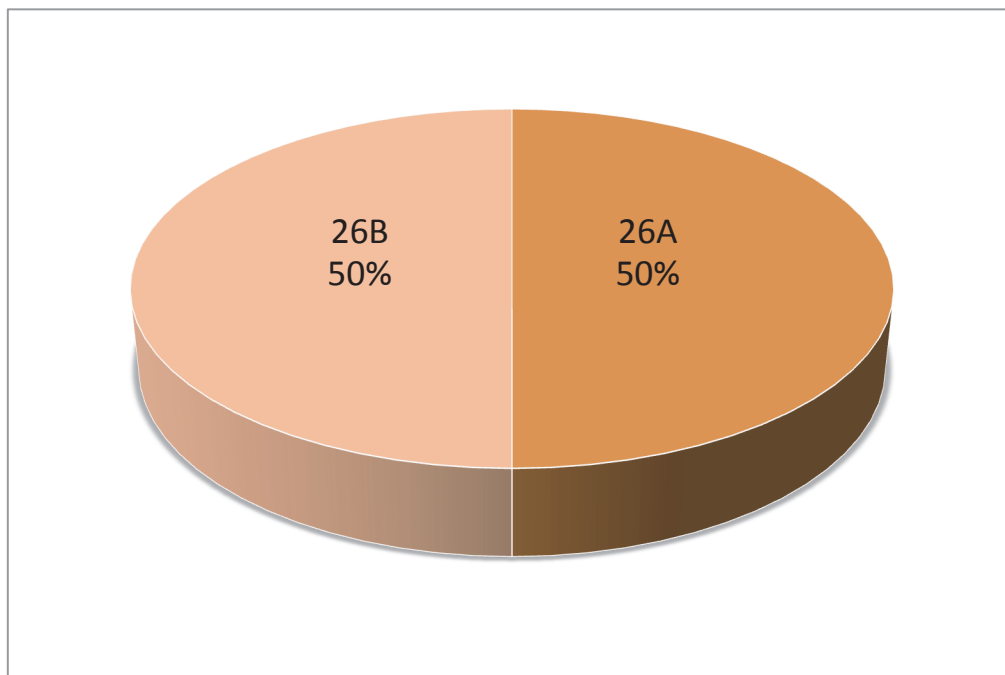


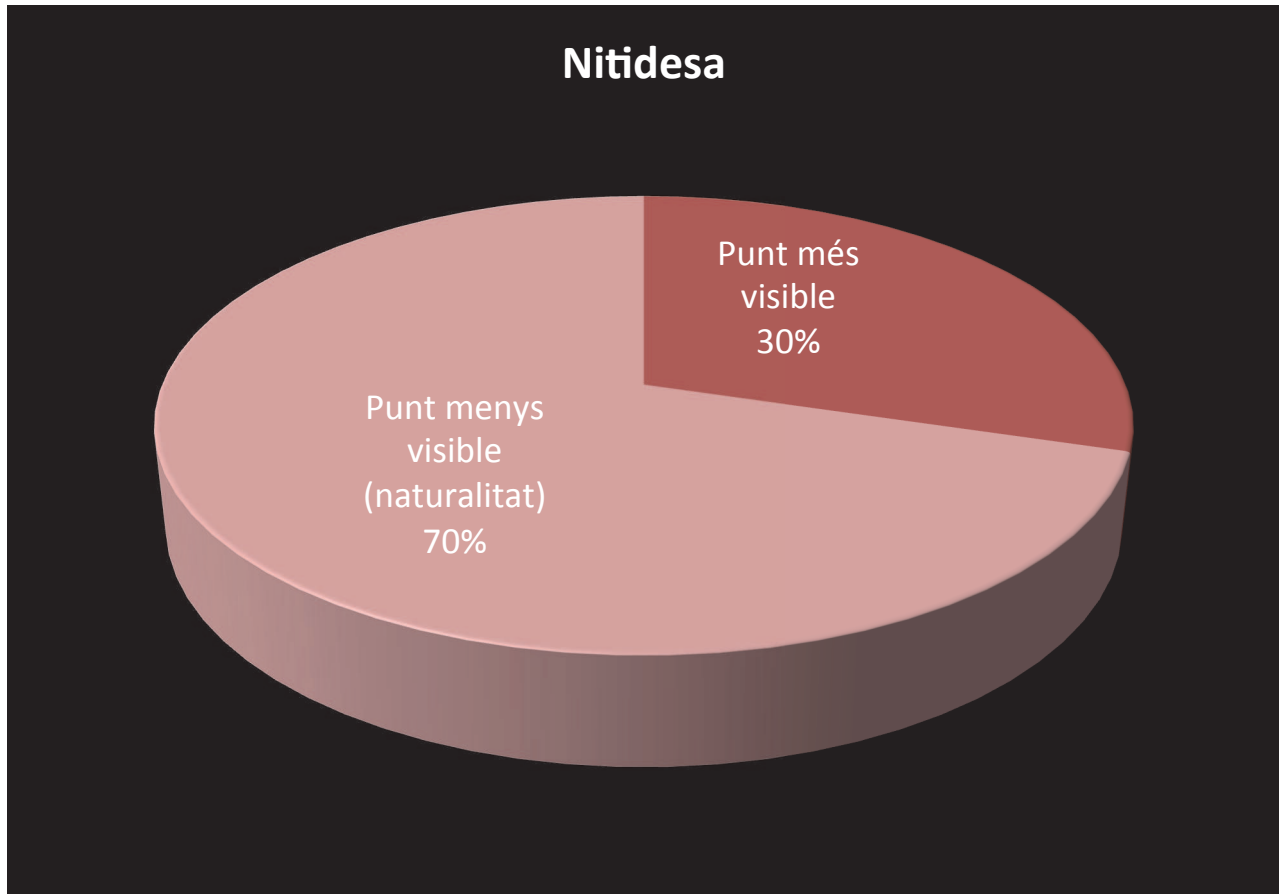
És més natural.

Fotografia 26B



Mostra més duresa.





7.5 Fons / Forma

Aquesta pregunta pretén reflectir com influeix un determinat contorn en la percepció de la imatge.

Fotografia 27A

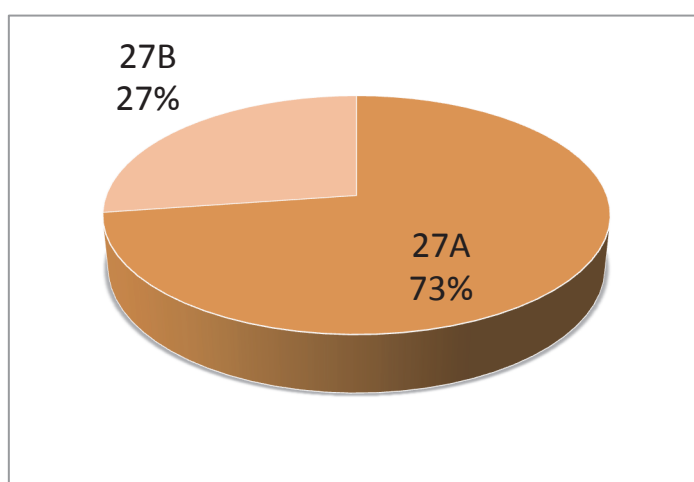


És més clara, més real i es veuen amb més detall els nens.

Fotografia 27B



Marca més l'acció principal i deixa més oberta la imaginació.



Fotografia 28A

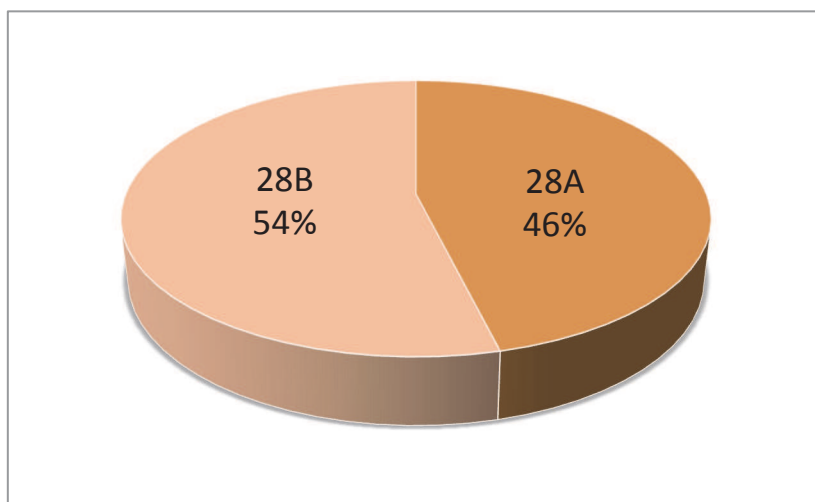


Hi ha escapadòria, més sensació de llibertat i és més neta. A més, la fotografia és prou potent i, per tant, el marc de la B distreu l'atenció.

Fotografia 28B



És més original; la imatge queda més destacada pel fet d'estar encerclada i et fa concentrar més en un punt, és a dir, el centre.



Fotografia 29A

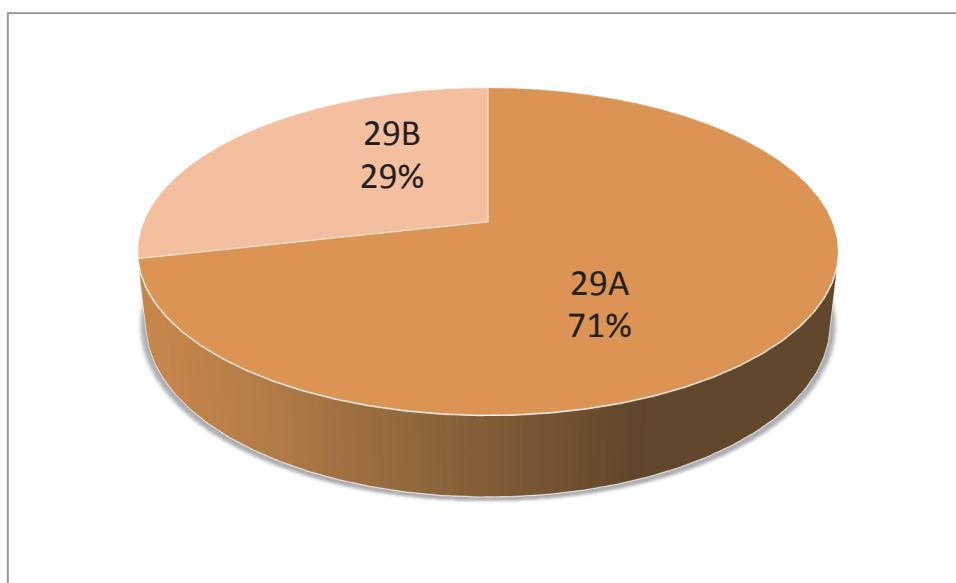


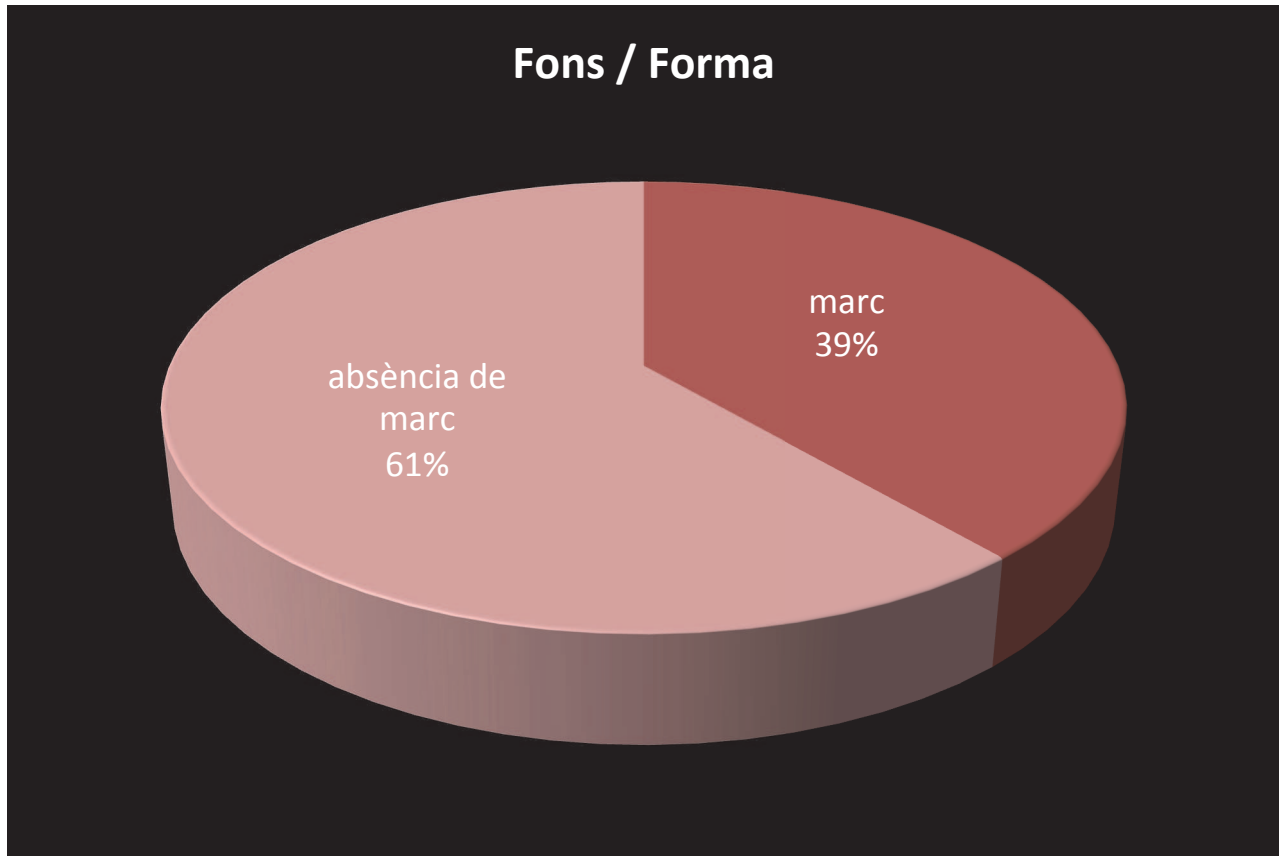
És més clara, més difuminada, més íntima i causa més tendresa.

Fotografia 29B



Mostra més sensació de fredor.





7.6 Contrast

L'objectiu d'aquesta qüestió és demostrar que el contrast fotogràfic aporta força i intensitat a la imatge.

Fotografia 30A

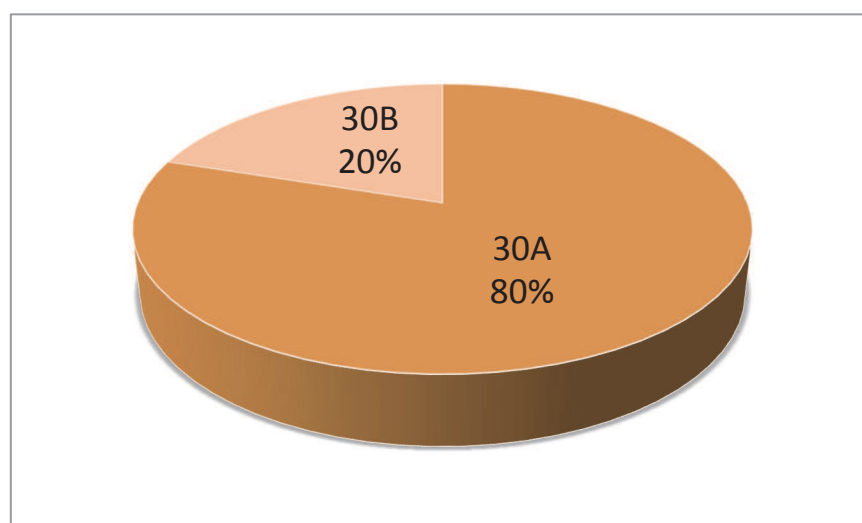


Es poden apreciar més els detalls, ofereix una escala de negres que dóna més personalitat i volum a la parella central i, a més, la fotografia és més clara.

Fotografia 30B



Té més força.



Fotografia 31A

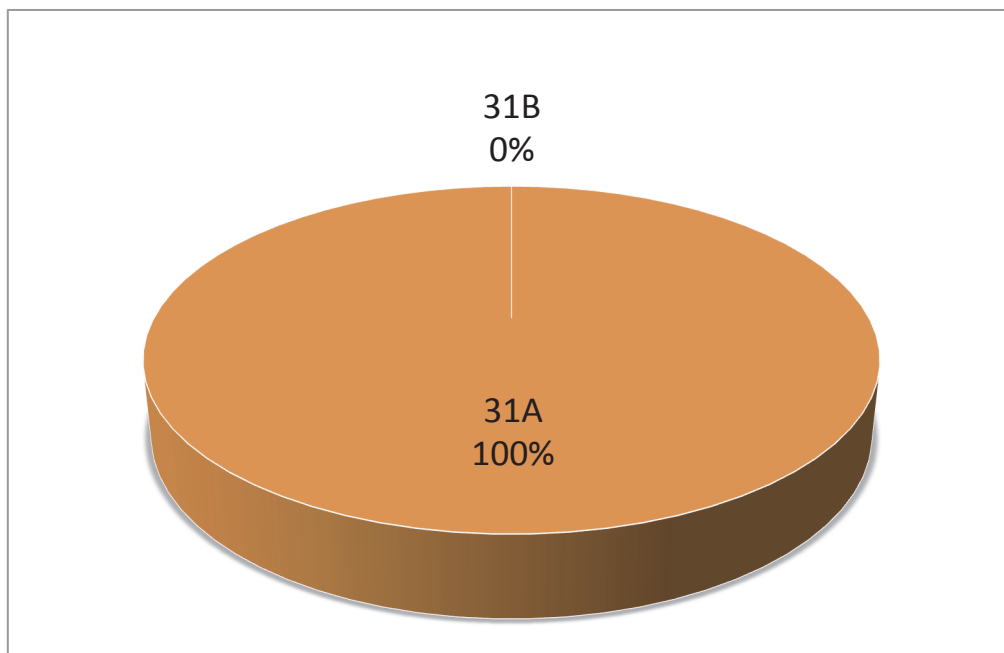


Està més ben definida, els colors són més vius i és més càlida.

Fotografia 31B



No l'ha triat ningú.



Fotografia 32A

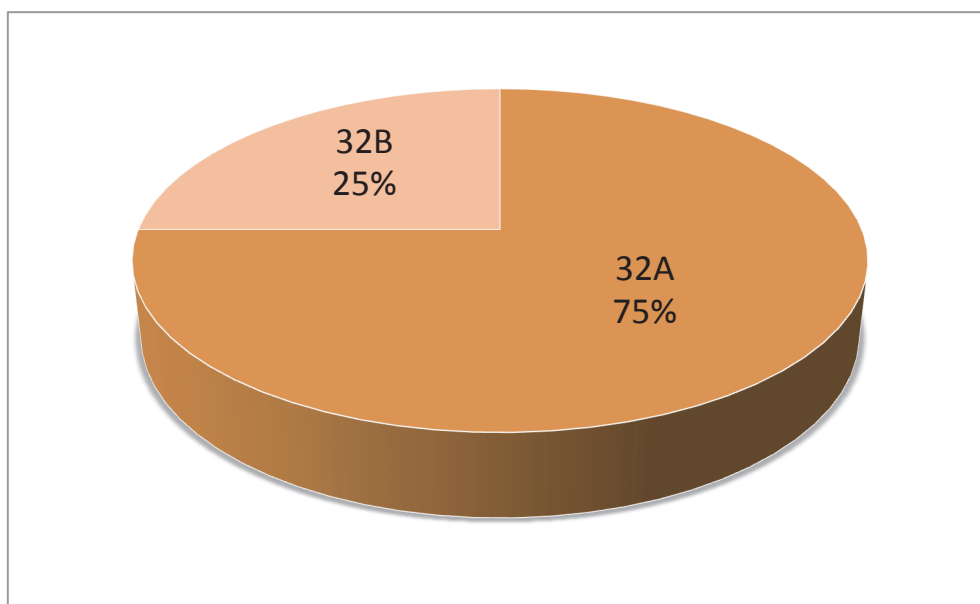


La llum és més clara, inspira més calma i més tranquil·litat.

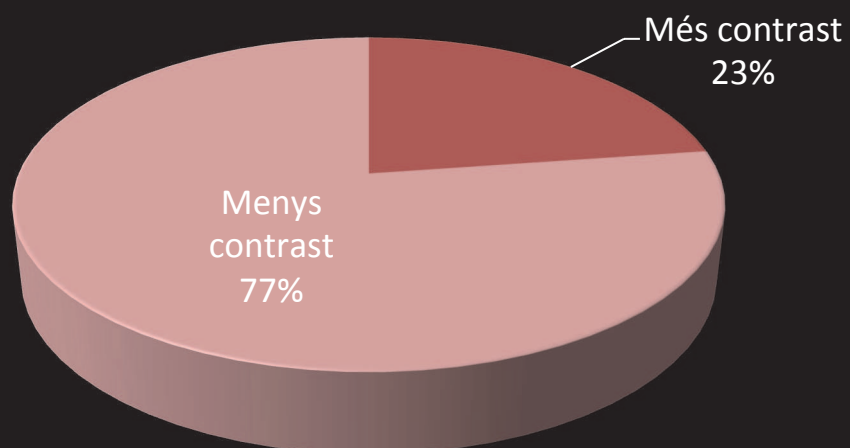
Fotografia 32B



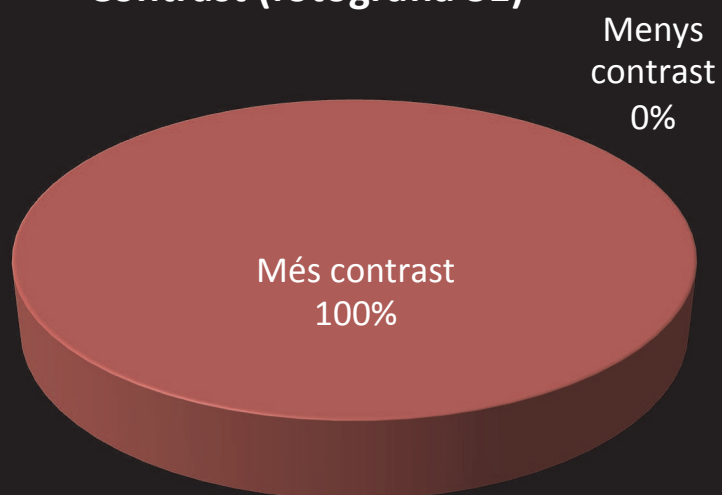
Recorda el pas del temps i no desvela allò que trobaràs.



Contrast (fotografies 30 i 32)



Contrast (fotografia 31)



7.7 Color / Blanc i negre / Sèpia

Amb el joc de color, blanc negre o sèpia es pretén conèixer quines tonalitats provoquen més emocions o sensacions.

7.7.1 ANIMALS

Color / Blanc i negre

Fotografia 33A

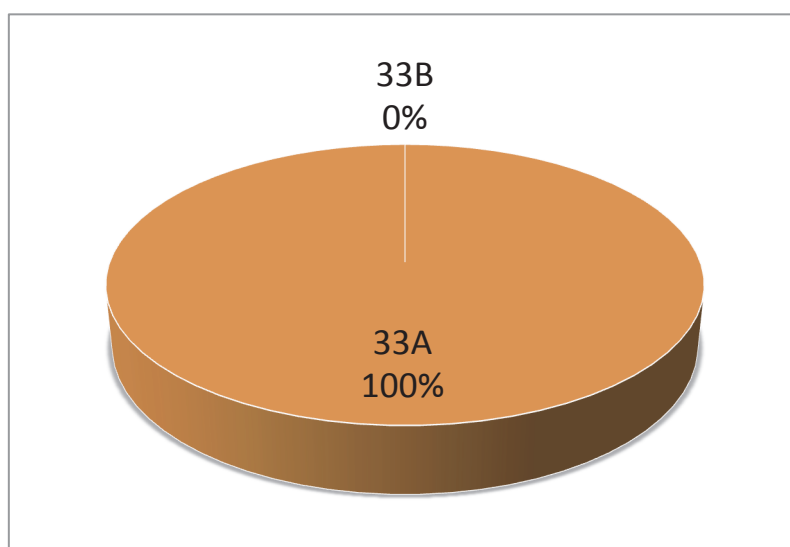


És més realista i més càlida.

Fotografia 33B



No l'ha triat ningú.



Fotografia 34A

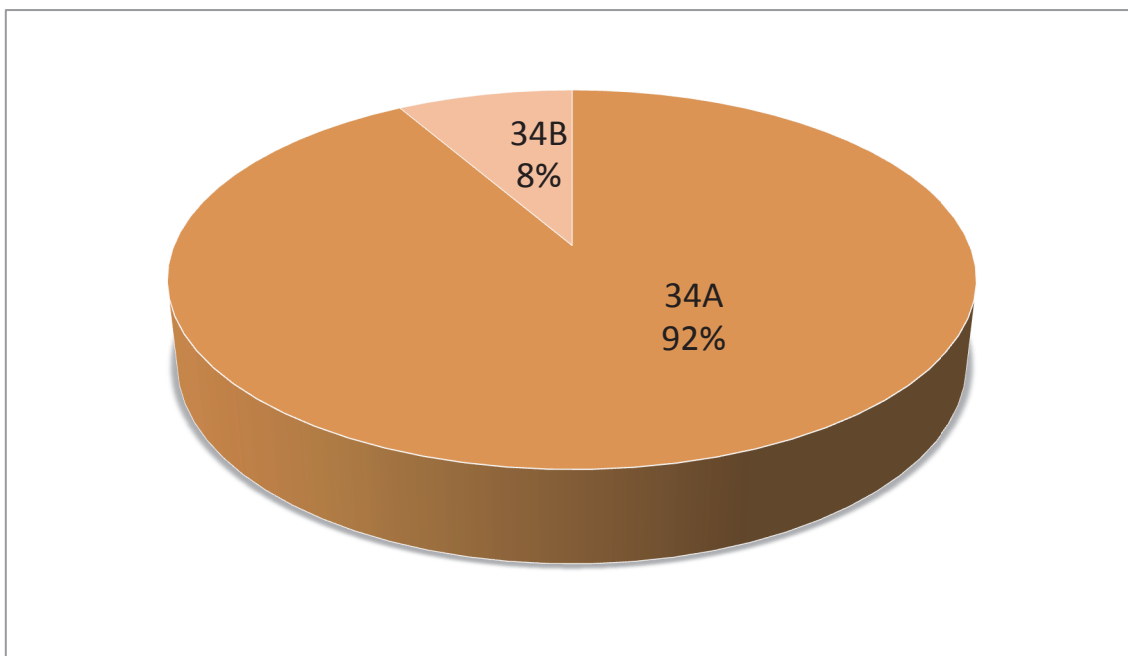


És més realista, més natural i més càlida.

Fotografia 34B



El monocrom fa que no es desviï l'atenció del gos.



Fotografia 35A

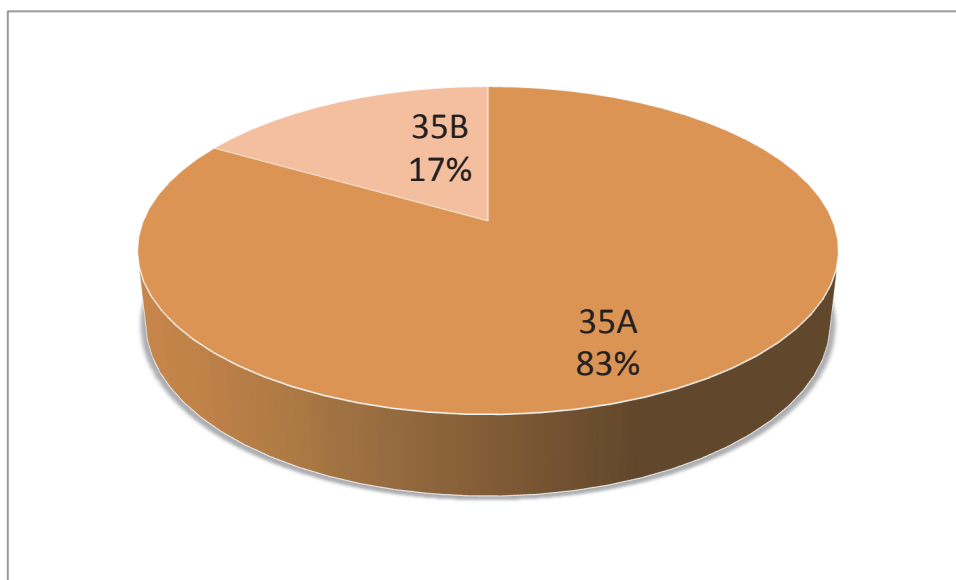


És més tendra, més viva i més alegre.

Fotografia 35B



S'accentua la mirada del gos.



Fotografia 36A

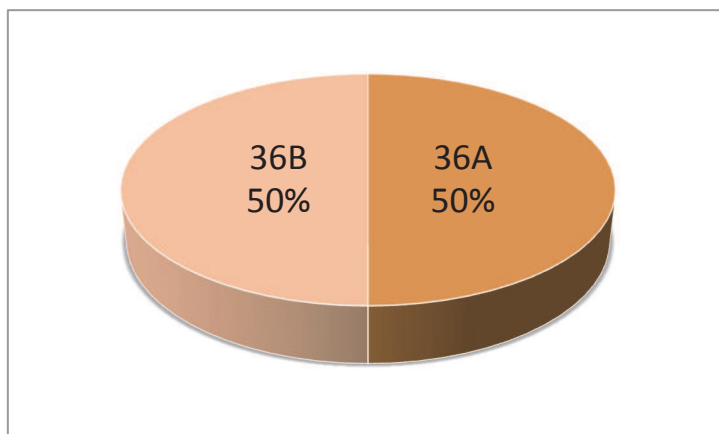


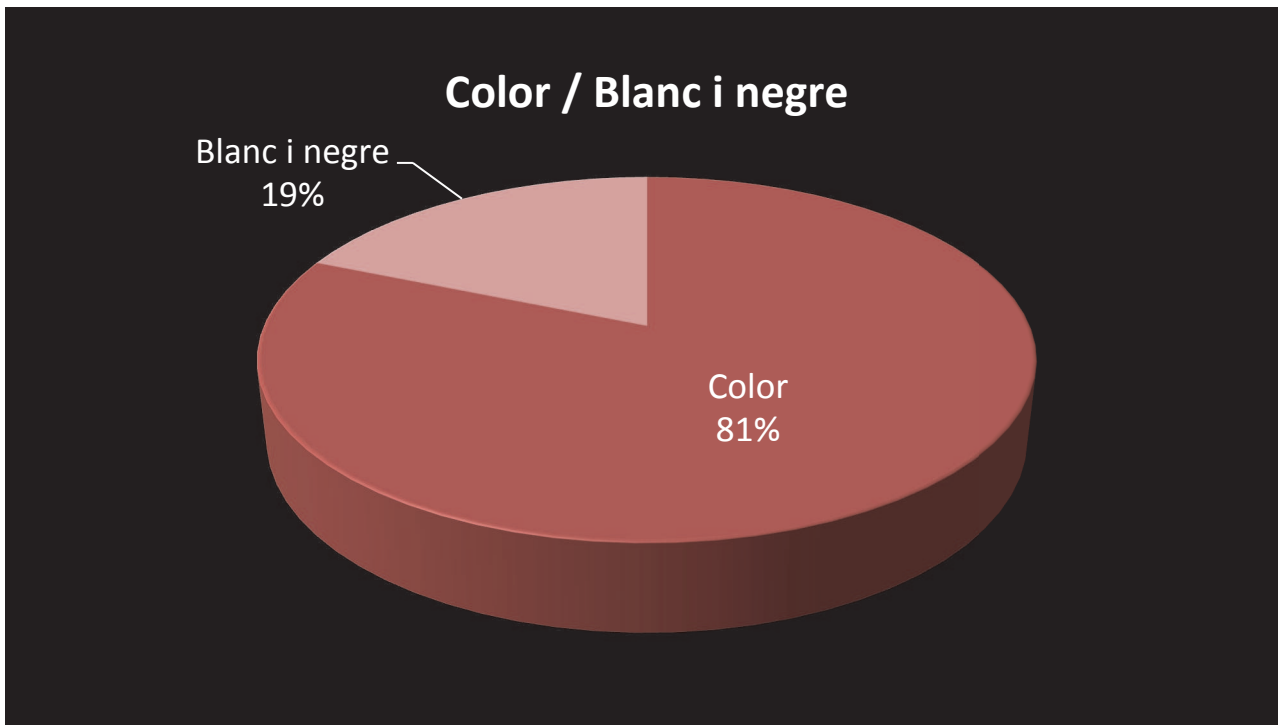
És un fidel reflex de la realitat i és més alegre, més realista.

Fotografia 36A



Recorda més a la joventut.





7.7.2 RETRATS

Color / Blanc i negre

Fotografia 41A

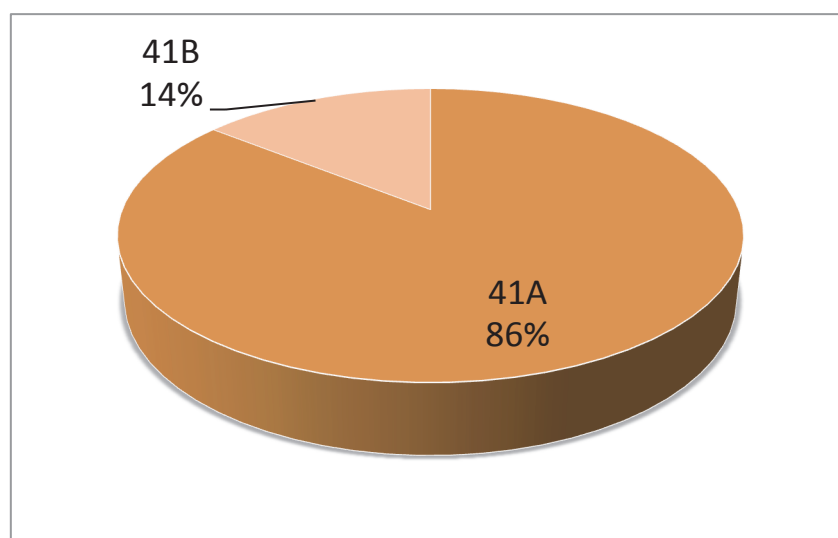


Expressa més realisme; el color de l'arma recorda a una joguina i, per tant, és inofensiva. A més, la fotografia és important per la força dels ulls.

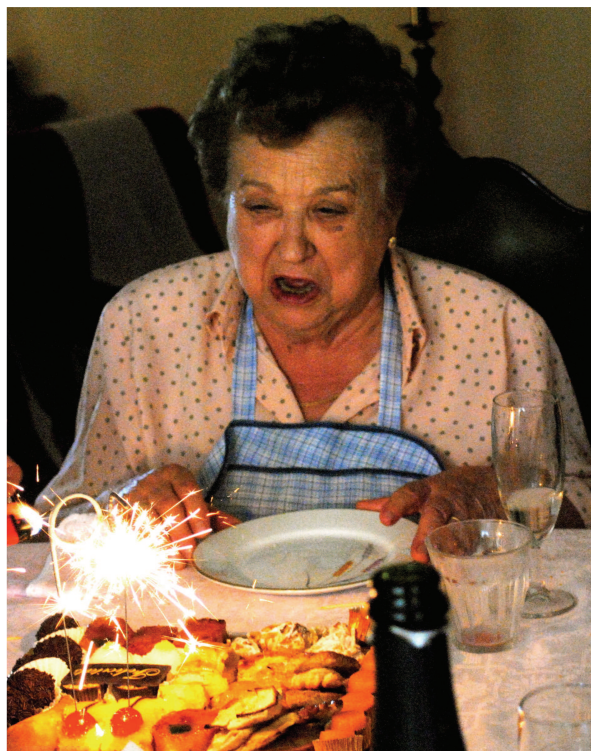
Fotografia 41B



El color taronja és molt alegre per ser una imatge tan trista i, com a conseqüència, és inadequat.



Fotografia 45A

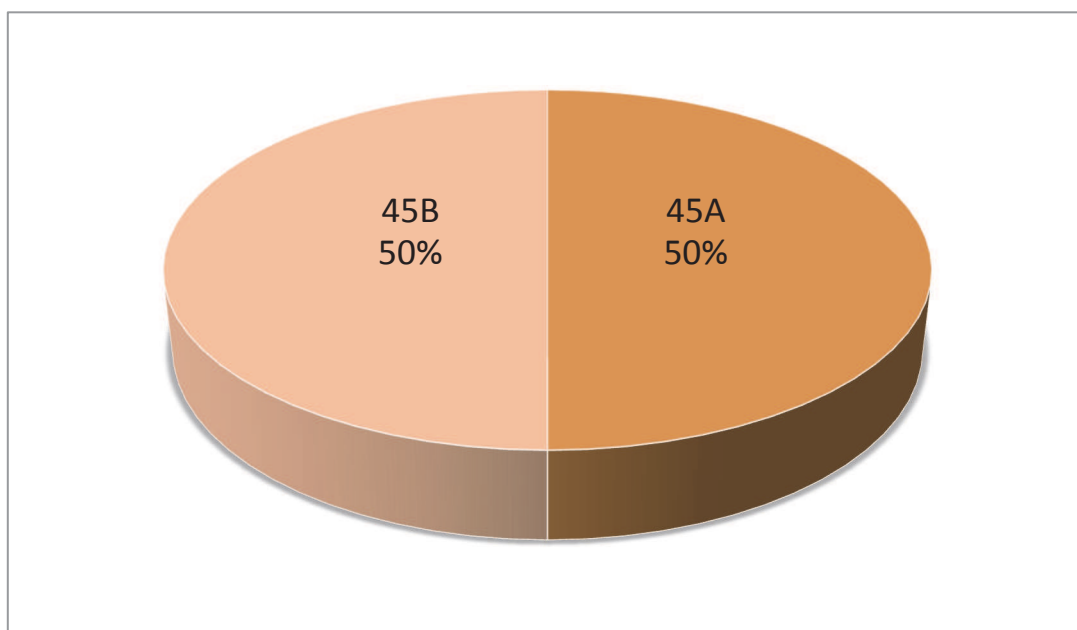


El color transmet més bé els sentiments.

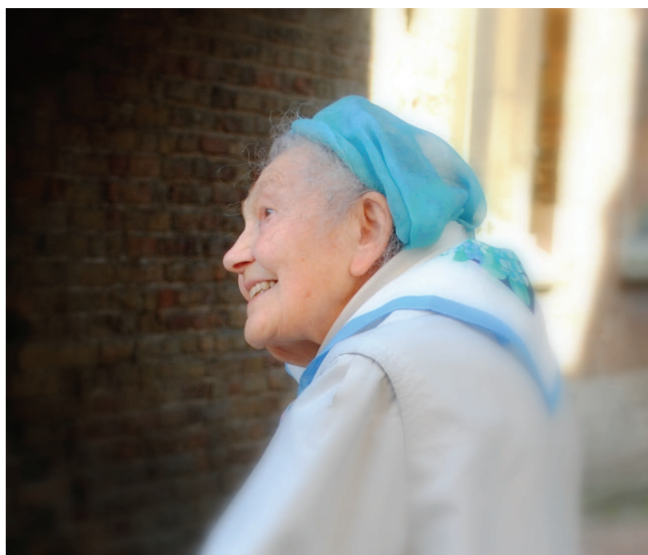
Fotografia 45B



S'assembla més a una foto antiga.



Fotografia 46A

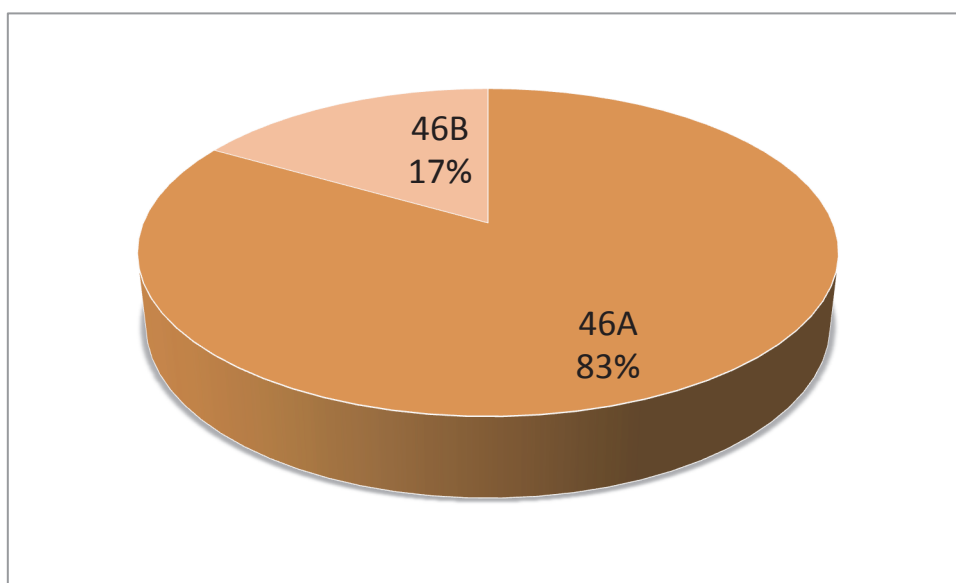


Transmet més alegria i dinamisme; capta amb més intensitat la força expressiva del rostre.

Fotografia 46B



Transmet experiència.



Fotografia 45A

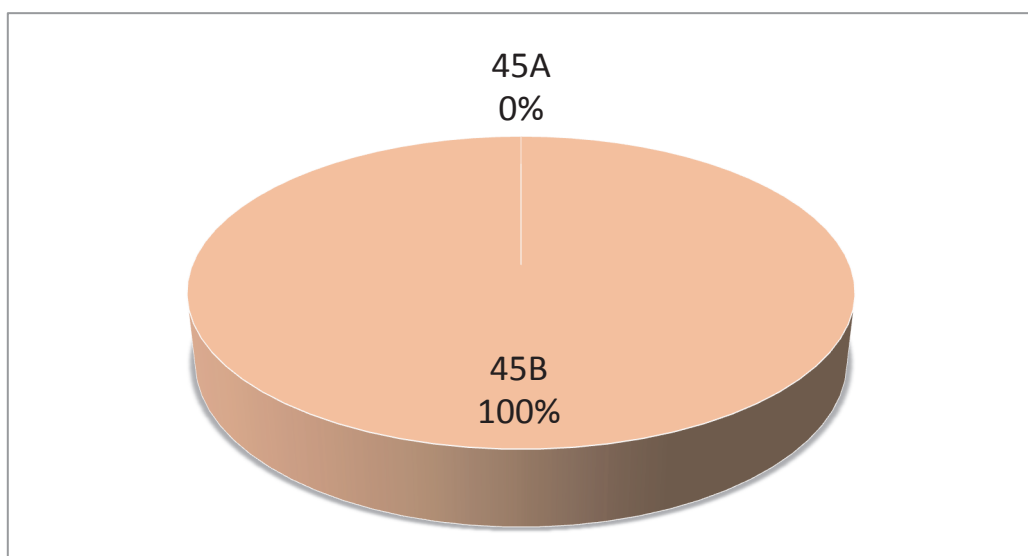


No l'ha triat ningú.

Fotografia 45B



Transmet millor els sentiments.



Fotografia 54A

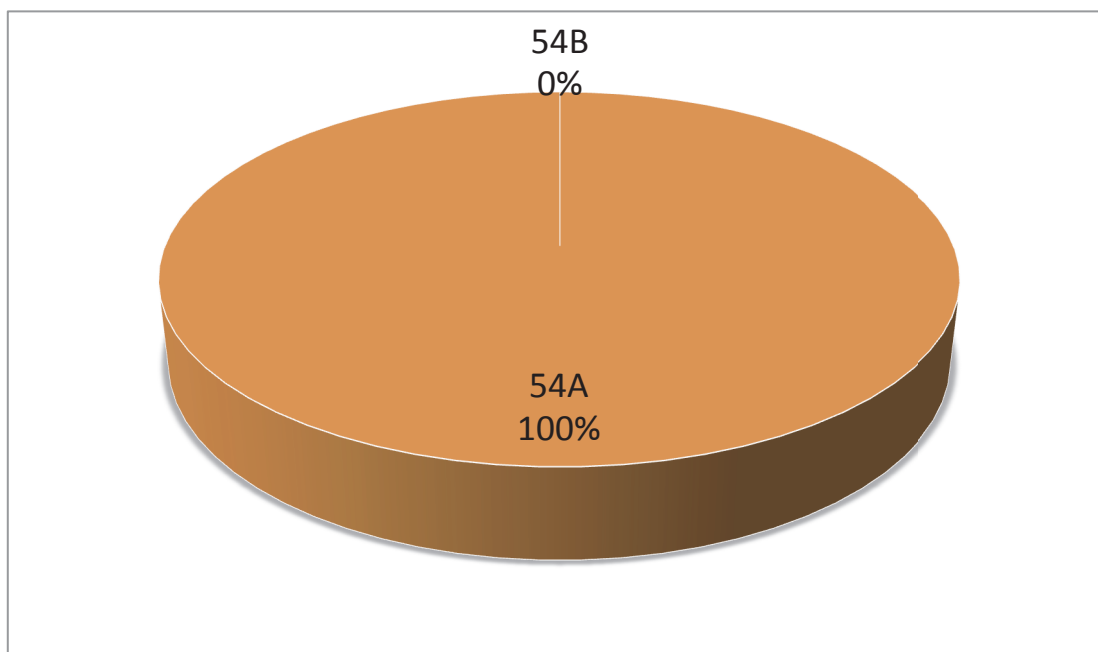


El color de l'ull la fa més sorprenent i especial.

Fotografia 54B



No l'ha triat ningú.



Fotografia 60A

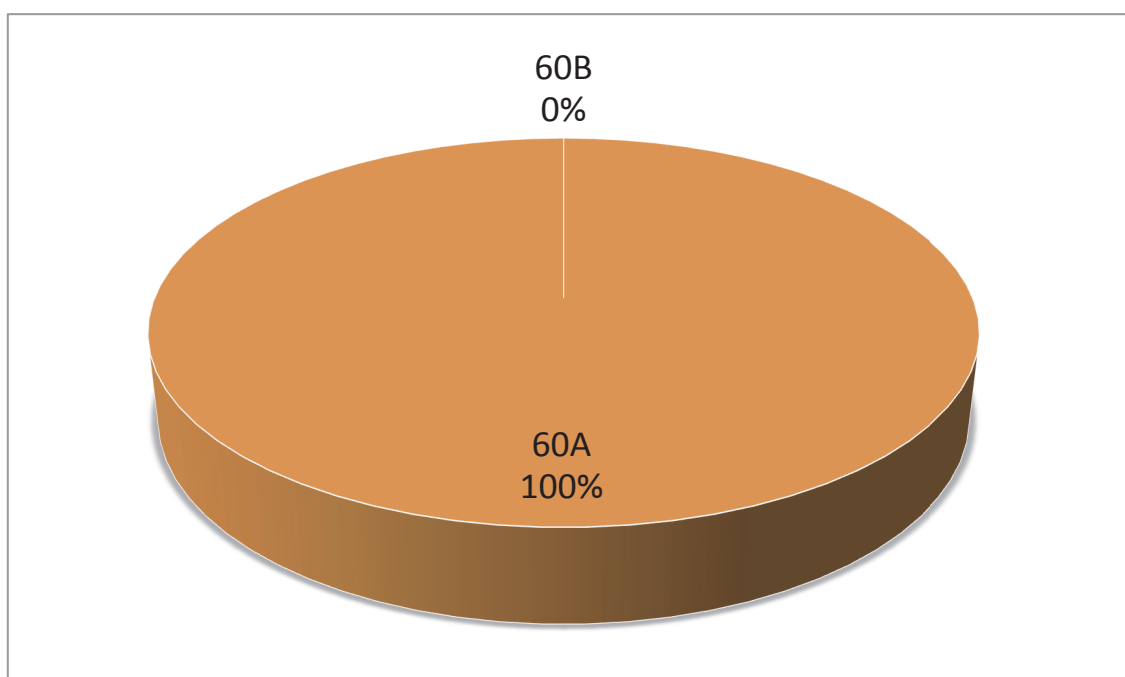


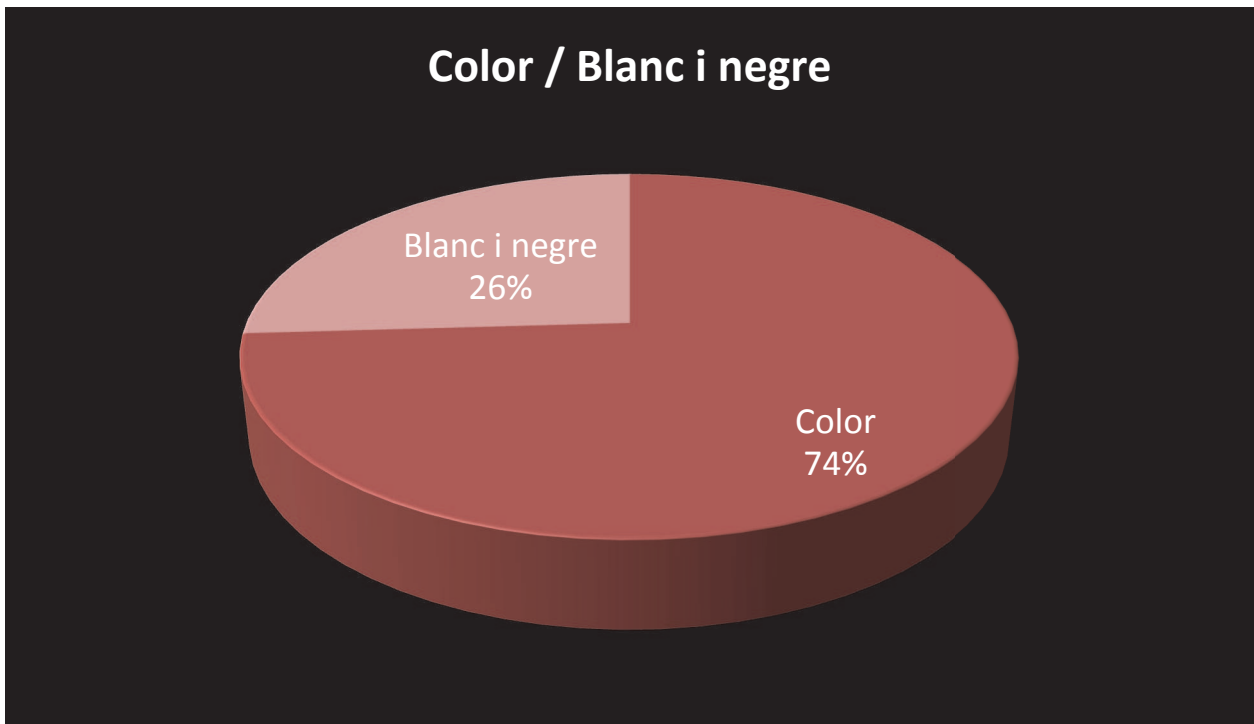
Els colors donen força al missatge.

Fotografia 60B



No l'ha triat ningú.





Blanc i negre / Sèpia

Fotografia 37A

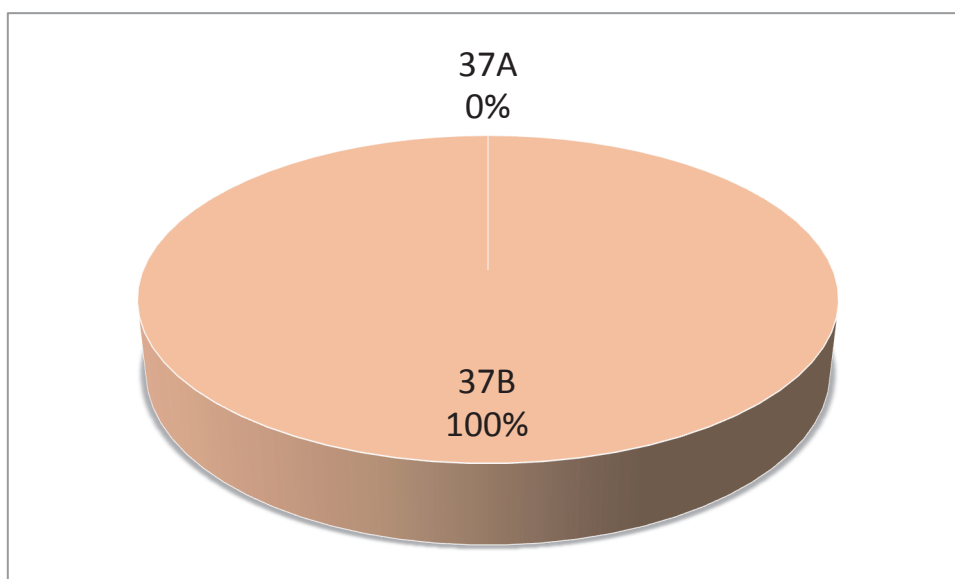


No l'ha triat ningú.

Fotografia 37B



Ressalta el color blau de l'ull.



Fotografia 40A

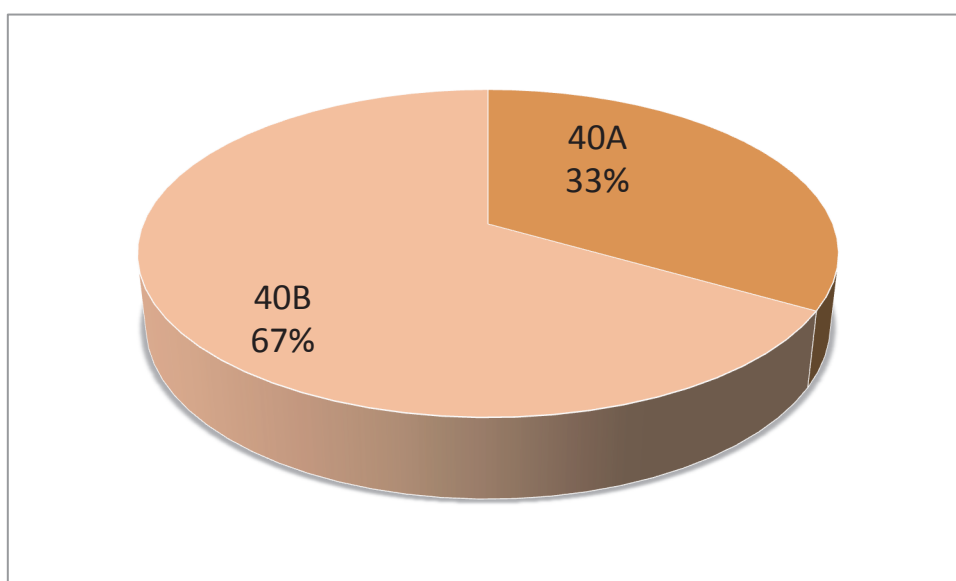


Mostra més calidesa.

Fotografia 40B



Reflecteix millor l'expressió de la cara.



Fotografia 44A

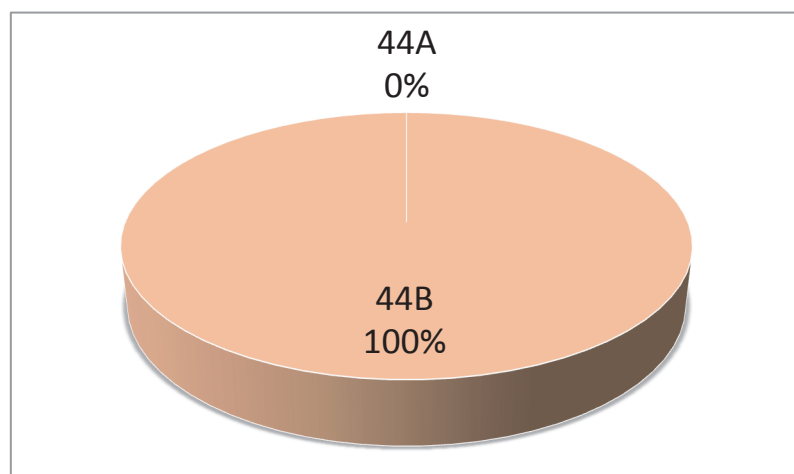


No l'ha triat ningú.

Fotografia 44B



És més càlida, transmet seguretat i estimació.



Fotografia 49A

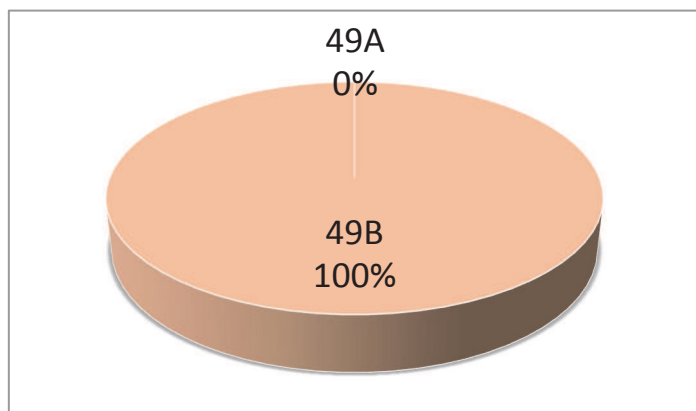


No l'ha triat ningú.

Fotografia 49B



Transmet més dramatisme.



Fotografia 51A

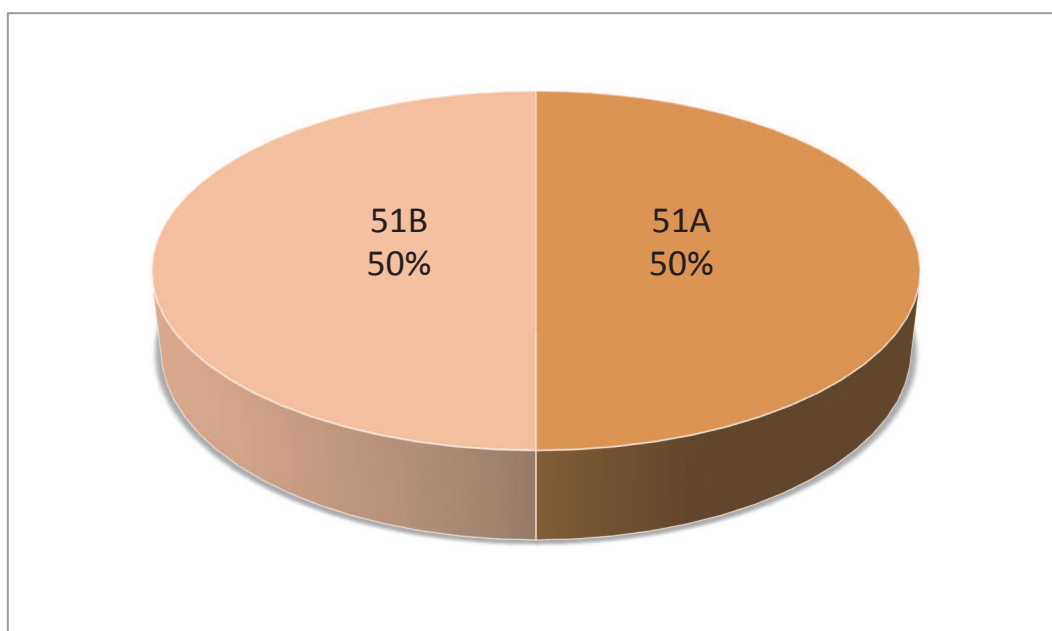


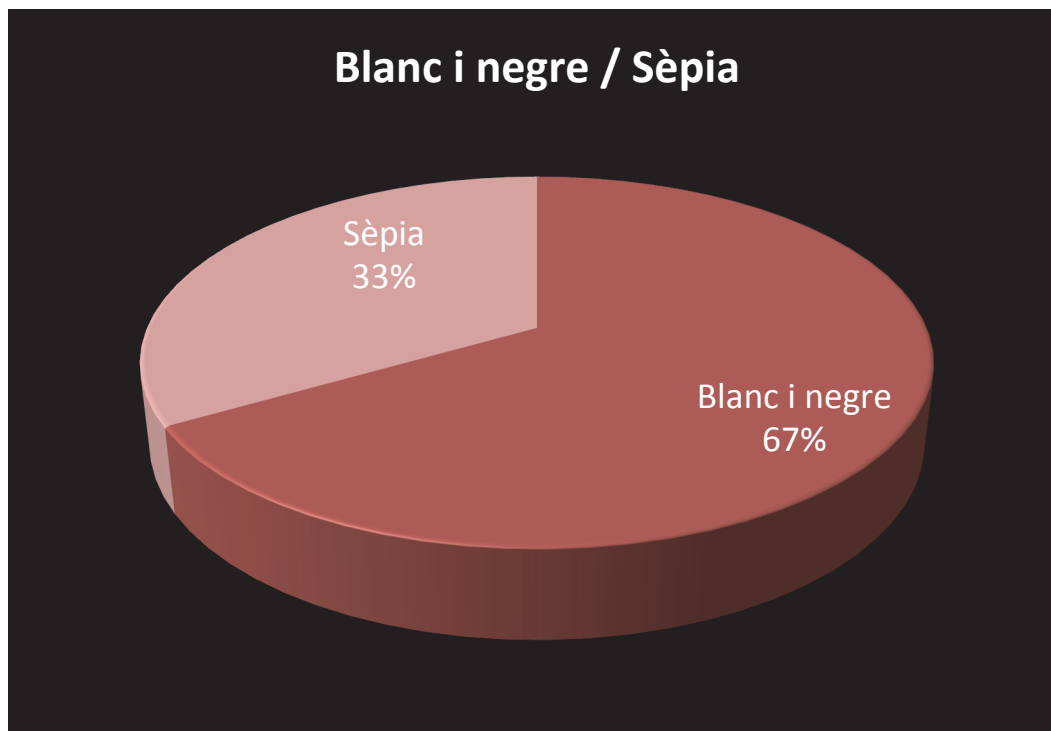
Accentua el dramatisme.

Fotografia 51B



Agafa més personalitat i aconsegueix més tristor i patiment.





7.7.3 PAISATGES

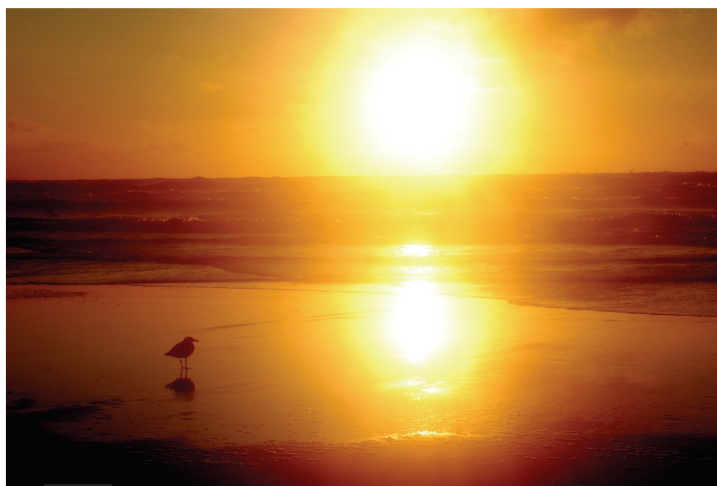
Color / Blanc i negre

Fotografia 62C

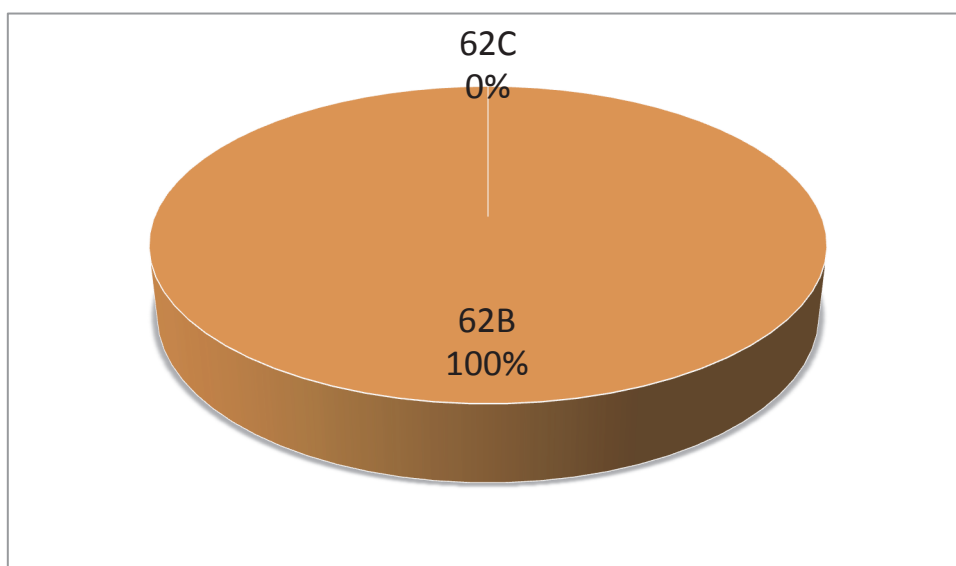


No l'ha triat ningú.

Fotografia 62B



Transmet escalfor, pau, calma i vida; a més es mostren més bé els detalls.



Fotografia 65A

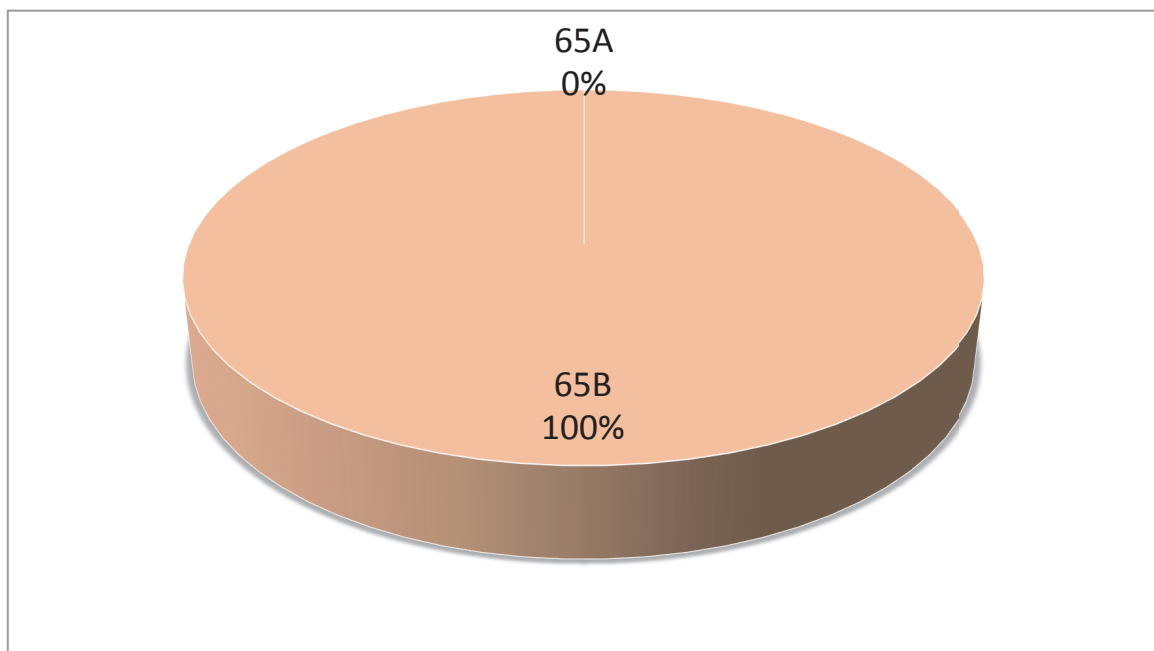


No l'ha triat ningú.

Fotografia 65B



És més natural.



Fotografia 66A

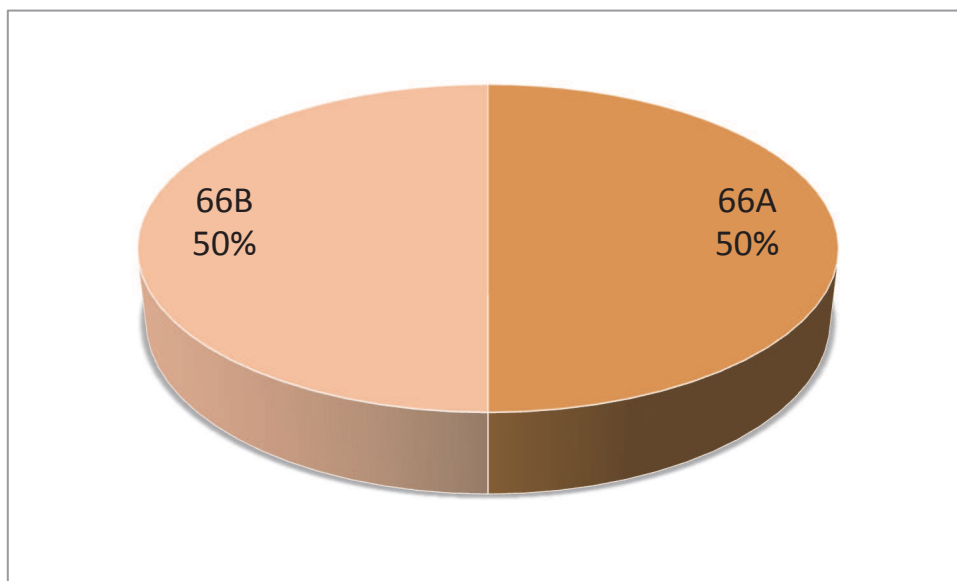


És més càlida i té més qualitat.

Fotografia 66B



El monocrom exagera la sensació de soledat i les línies es veuen millor.



Fotografia 68A

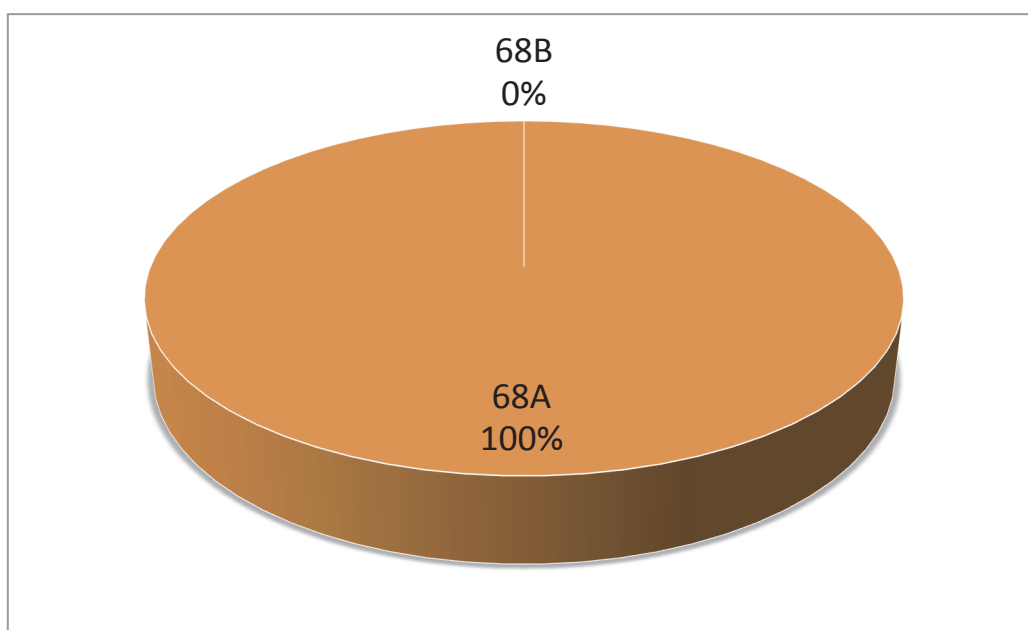


La lluminositat de la fotografia aporta més tranquil·litat.

Fotografia 68B



No l'ha triat ningú.



Fotografia 71A

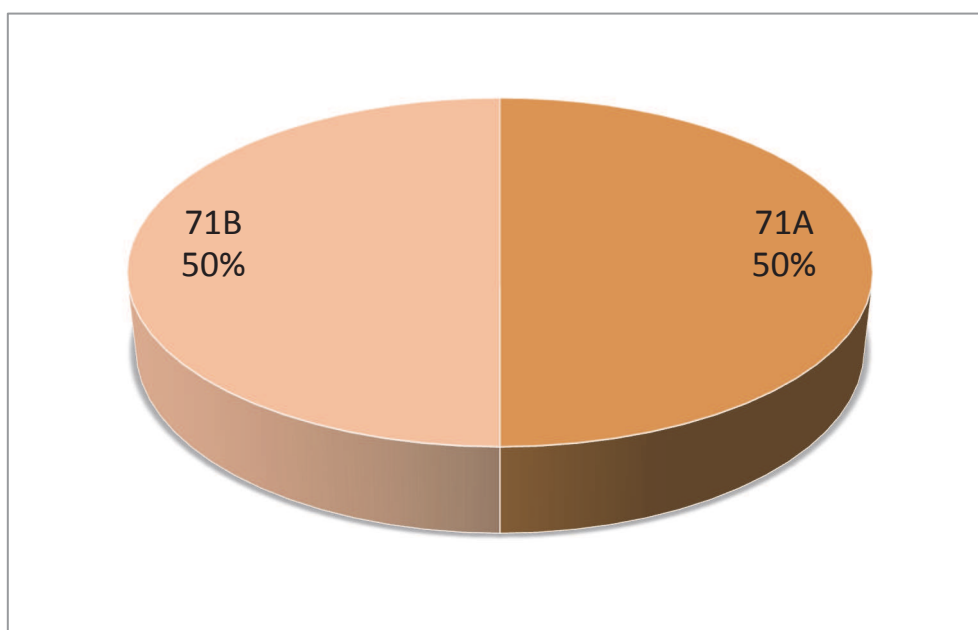


Dóna més sensació de vida, de tranquil·litat i és més real.

Fotografia 71B



Recorda més a la joventut, transmet màgia i el contrast entre blanc-negre dóna més sensació de moviment.



Fotografia 73A

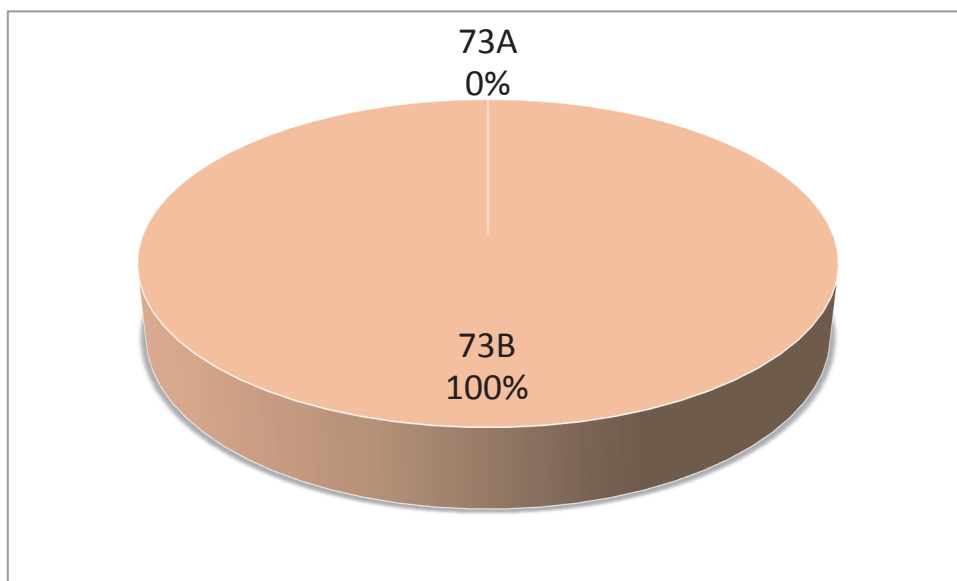


No l'ha triat ningú.

Fotografia 73B



Es pot relacionar a èpoques més antigues.



Fotografia 75A

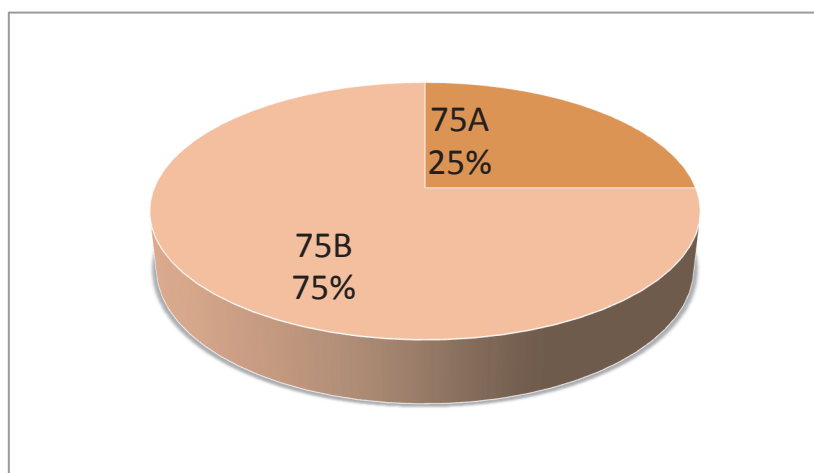


Contrasta amb l'entorn de la situació.

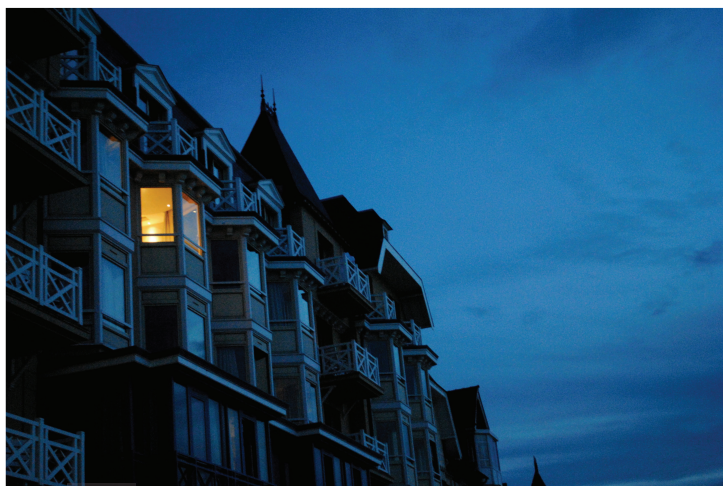
Fotografia 75B



Potencia més les emocions, és més adequada a l'època i també més cruel.



Fotografia 76A

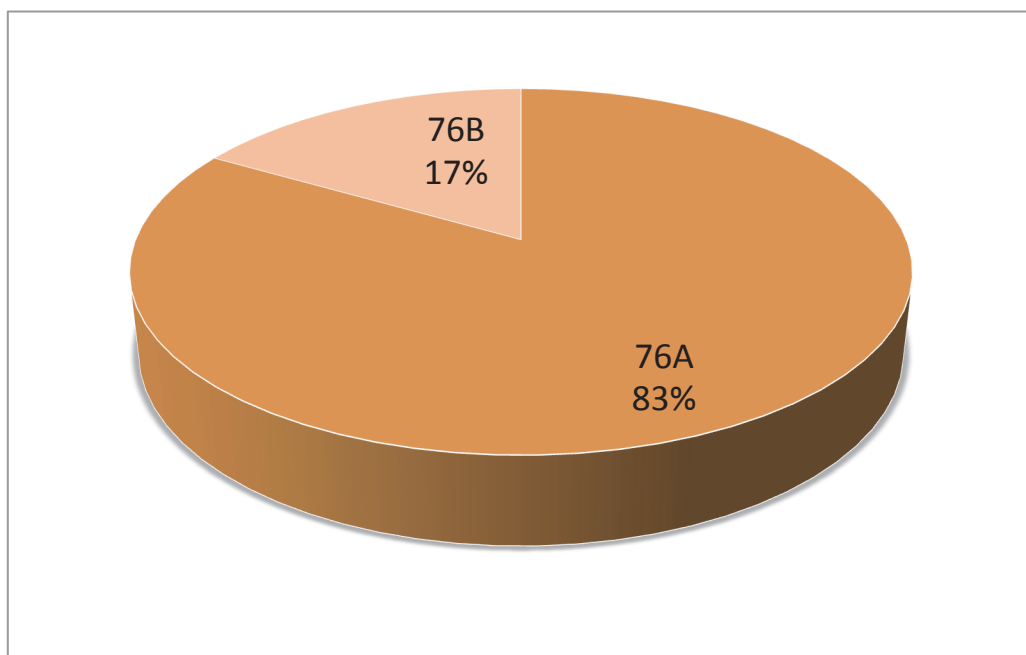


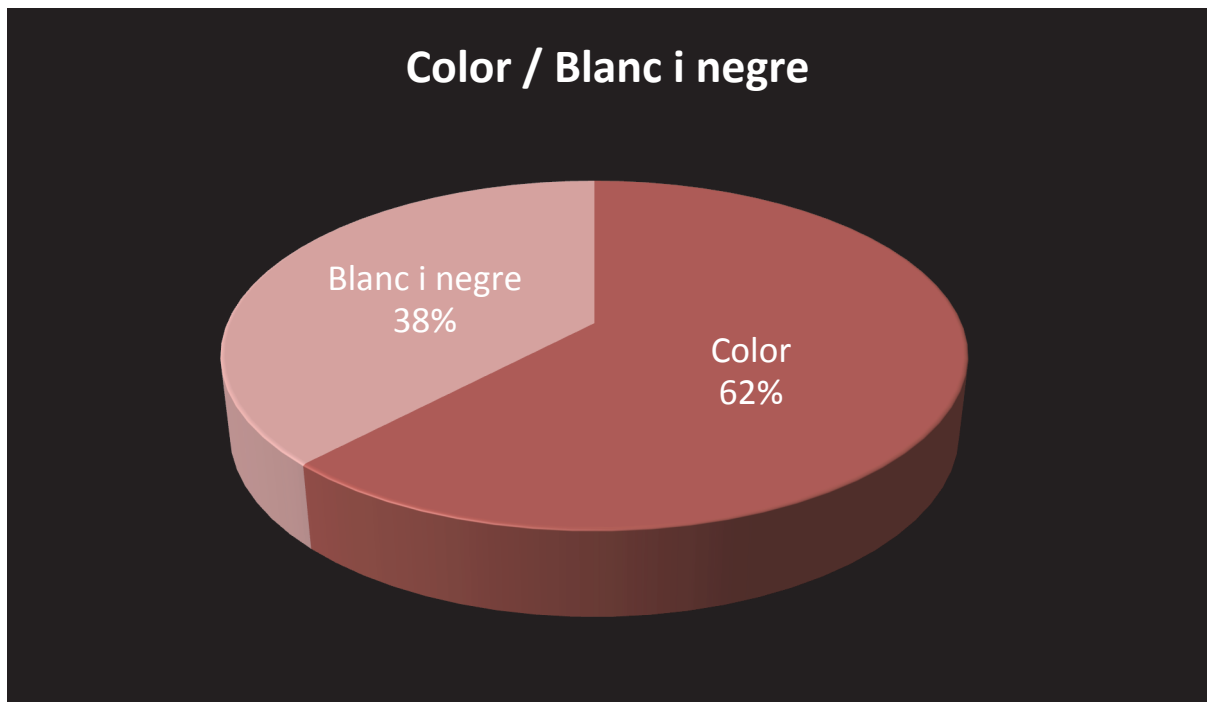
Mostra sensació de quietud pel tractament del color i la força de la llum de la finestra dóna més intimitat; és més realista.

Fotografia 76B



És més freda.





Blanc i negre / Sèpia

Fotografia 70A

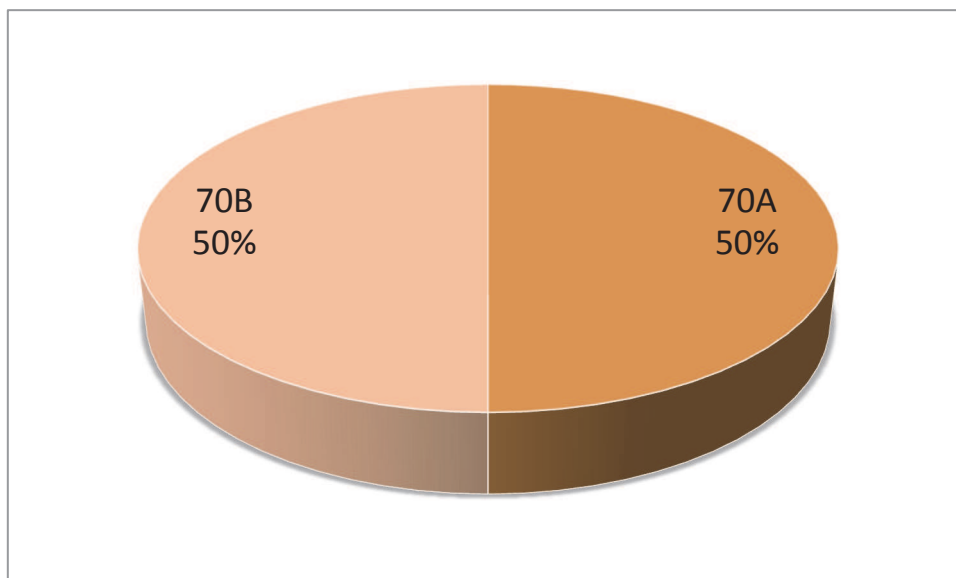


És més realista.

Fotografia 70B



Recorda més a la tardor.



Fotografia 80A

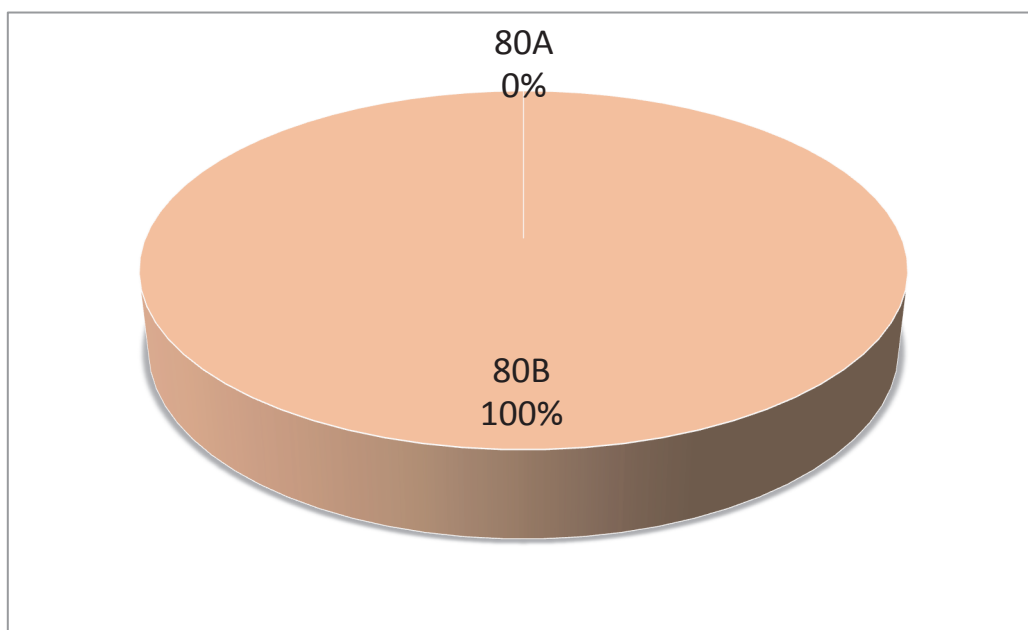


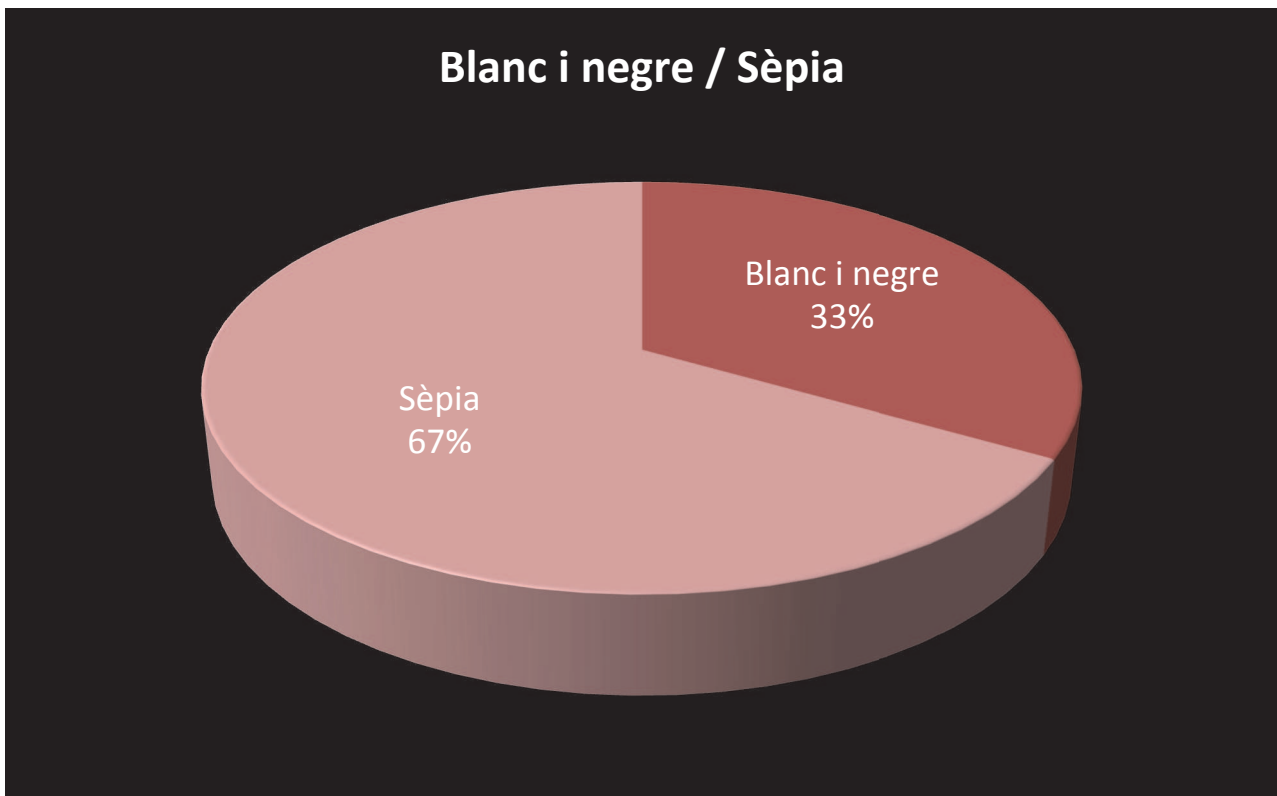
No l'ha triat ningú.

Fotografia 80A



És més càlida.





8. QUÈ EN PENSEN ELS FOTÒGRAFS PROFESSIONALS?

Per tal de conèixer l'opinió dels professionals de la fotografia, he entrevistat deu fotògrafs amb l'objectiu de descobrir si l'emissor i el receptor tenen una mateixa visió a l'hora d'interpretar la imatge:

- José Antonio Andrés Ferriz, president de l'Agrupació Fotogràfica de Catalunya i secretari de la Federació Catalana de fotografia.
- Montse Argerich, fotògrafa professional.
- Isabel Casellas Pla, membre de l'Agrupació Fotogràfica Tallers d'Arts i Oficis de Berga
- Bosco Mercadal, fotògraf artístic i membre de l'Agrupación Fotográfica de la Rioja.
- Santos Moreno, fotògraf professional.
- Lluïsa Ortega, vicepresidenta de l'Agrupació Fotogràfica Tallers d'Arts i Oficis de Berga.
- Joan Francisco Palmer Picornell, president de la CEF.
- Jordi Pey, fotoperiodista.
- Anna Selga, fotògrafa professional i membre de l'Agrupació Fotogràfica Tallers d'Arts i Oficis de Berga.
- Tino Soriano, fotògraf del National Geographic.

Segons es desprèn de l'opinió dels grans professionals que he tingut la sort de poder entrevistar, i coincidint amb l'opinió de la majoria d'enquestats, una foto bonica és aquella que emociona, que transmet, que fa sentir alguna cosa. Per tant, en el moment de tirar una fotografia, el fotògraf, mitjançant les tècniques adquirides (enquadrament, il·luminació, perspectiva, nitidesa, etc.), sent una emoció darrere la càmera i tot seguit la transmet al davant. D'aquesta manera l'espectador pot arribar a percebre allò que l'autor vol mostrar. Així doncs, des del moment en què el fotògraf és capaç d'emocionar el receptor, aquesta disciplina es pot considerar art, tal com apunten la majoria dels entrevistats. Finalment, per tal de capturar una bona fotografia, segons els professionals, l'instant t'ha d'emocionar a tu mateix, i, com deia Henri Cartier Bresson, autor

altament reconegut per tots els entrevistats, cal que l'ull, el cap i el cor, vagin en una mateixa direcció.

9. CONCLUSIONS

La investigació que he dut a terme durant el període dedicat a l'elaboració d'aquest treball, m'ha conduït a extreure una sèrie de conclusions que, si bé considero modestes, crec que són interessants i poden tenir un pes important en el futur camí que vaig perfilant i que és el món de la publicitat. A banda d'aquestes conclusions considero que la realització d'aquest treball ha suposat una experiència enriquidora i una gran oportunitat d'aprenentatge personal i acadèmic.

Així doncs, davant el plantejament de dur a terme fotografia publicitària, caldrà tenir en compte les conclusions a què he arribat:

- ❖ El públic femení és més fàcil d'emocionar que el masculí.
- ❖ Els homes tenen més capacitat d'emoció davant objectes inanimats; les dones, per contra, prefereixen imatges on apareixen persones.
- ❖ El públic en general prefereix una imatge contextualitzada perquè aporta més informació.
- ❖ Despertem més emoció les fotografies que tracten temàtiques tristes i les que tenen com a protagonista éssers humans, especialment avis i nens.
- ❖ Sovint es té en compte la tècnica. (A banda dels elements que poden transmetre més emoció, els enquestats tenen en compte altres aspectes: la llum, primer pla, situació d'alguna part important a la dreta de la fotografia, etc.)
- ❖ Pel que fa a la nitidesa, els enquestats consideren que les fotografies en què el punt és més marcat provoquen sensacions més dures i sobtades,

però una gran majoria prefereix les imatges més suaus a través del punt més difuminat.

- ❖ La borrositat permet centrar més l'atenció en una acció determinada i deixa volar la imaginació; en canvi, la manca de borrositat permet veure una situació més real i general.
- ❖ En la dualitat blanc / negre i color, la franja d'edat dels 17 als 25 anys prefereix les imatges en color: dedueixo que les veuen més properes a la seva realitat. Per la seva banda, la franja de més de 60 anys prefereix el blanc i negre perquè els recorda més la seva època.
- ❖ Els enquestats moltes vegades coincideixen en el fet que el fotògraf, a partir de la realitat, transmet emoció, per la qual cosa és difícil establir una frontera entre aquests dos ítems, és a dir, segons les opinions, l'artista retrata la realitat i alhora transmet emoció.
- ❖ Quan es tracta de denúncia social l'estat d'ànim no influeix en absolut. En la resta de casos, més que l'estat d'ànim, hi té un paper rellevant la pròpia experiència vital. Així, per exemple, les mares trien fotografies on apareixen infants que els recorden als seus fills.
- ❖ Els enquestats creuen que la imatge esdevé bella des del moment que transmet emoció. Malgrat tot, quan es tracta d'imatges de denúncia social, aquestes no es consideren boniques.

En síntesi, en el moment de captar una imatge, s'hauran de tenir en compte els següents aspectes: en primer lloc, caldrà buscar un instant que provoqui una emoció en l'emissor per tal de poder transmetre-la al receptor. En el cas de capturar una imatge vàlida per al món publicitari, és indispensable saber si el producte va destinat a un públic femení o masculí, amb la qual cosa s'haurà d'escollir el subjecte principal (persona o objecte) situat dins d'un context que

permeti extreure informació complementària. A banda, si interessa que el receptor deixi volar la imaginació, s'haurà de fer ús de la borrositat en alguna zona de la composició. Si, per contra, interessa mostrar la realitat, caldrà optar per un fons clar i net. Pel que fa al color, es tindrà en compte l'edat del consumidor, a què va destinat el producte. Tot plegat, doncs, conduirà a l'objectiu bàsic de la fotografia publicitària: la incitació al consumisme.

Observacions

- ❖ Hi ha una sèrie de fotografies que no tria ningú: 5, 13, 15, 16, 23, 24, 31, 33, 43, 45, 47, 57, 59, 62, 63, 64, 65, 72, 77, 78, 79. De totes aquestes (vint-i-una), dotze són paisatges, dues són objectes inanimats, tres són cares de dones, tres d'una mateixa noia (no és el rostre) i una és un gos vell de perfil. Les que no apareixen en aquesta llista ni en el gràfic, són triades molt de tant en tant.
- ❖ Referent a la primera pregunta, cal assenyalar que, de la 1 a la 16, la fotografia més triada és la 2 (avis agafats de la mà), seguida de l'11 (rostre infantil) i de la 12 (cullera amb ombra de forquilla). Dins d'aquesta mateixa pregunta hi ha quatre fotografies que no ha triat ningú: la 4 (anunci publicitari d'Estrella Damm), la 5 (cabells d'una noia), la 15 (paisatge tenebrós) i la 16 (anunci publicitari de Nissan Qashqai).
- ❖ En la fotografia del nu les dones tenen més sensacions negatives que els homes, sobretot les de la franja de més de 60 anys.
- ❖ La 46, que és una àvia, és triada per totes les franges d'edat.
- ❖ En referència al contrast, en les fotografies 30 i 32 els enquestats prefereixen la menys contrastada; en canvi, en la fotografia 31 passa totalment el contrari, la qual cosa fa pensar que el fotògraf no va ensopegar la llum i sembla descolorida. Tot i això, en totes tres la sensació de força és més gran en les contrastades.

Aquí acaba la recerca que he dut a terme al llarg d'aquest període. Tal com he apuntat més amunt, les conclusions, si bé per a mi, resulten interessants, són més aviat discretes; per tant, deixo les portes obertes a futurs treballs d'investigació sobre la fotografia i la transmissió d'emocions.

10. TREBALL PUBLICITARI

Com a cloenda d'aquest treball d'investigació sobre la fotografia i les emocions que transmet, he dut a terme dues simulacions; en ambdós casos, les imatges van acompanyades d'un eslògan que contribueix a la interpretació.

D'una banda, he dissenyat un cartell en el qual s'anuncia un producte cosmètic destinat al públic femení; tenint en compte que les dones tenen una gran preferència per les imatges on apareixen infants, he optat per escollir una nena com a imatge promocional del producte; a més, he jugat amb el color blanc, símbol de puresa, innocència i netedat. Per tal de dur a terme la tasca, he pres una sèrie de fotografies de les quals, finalment, he escollit la que m'ha semblat més encertada. Tot seguit presento algunes de les imatges triades:





El resultat final de l'anunci és el següent:



He optat per aquesta fotografia pel fet que a la part superior dreta hi apareix ben definit el rostre de la nena i, a la part superior esquerra, hi ha espai suficient per afegir-hi l'eslògan. A més, tenint en compte la llei de terços, a la part central hi podem observar alguns detalls molt femenins del vestit de la nena. A la imatge també hi apareix el producte que es promociona, subjectat per la protagonista i molt a prop del seu rostre.

D'altra banda, he elaborat una campanya institucional en què es demana la col·laboració de persones disposades a acompanyar els avis a fer un passeig; la raó per la qual he triat aquesta temàtica és el fet que molts dels enquestats s'han inclinat per fotografies on apareixen avis. La campanya consisteix en quatre fotografies, en format de banderola, que, en cas real, es col·locarien en els llums dels principals carrers d'un poble/ciutat. Pel que fa al color de les fotografies, he optat pel blanc i negre ja que s'identifica més amb èpoques passades. El color blau d'una part de les lletres de l'eslògan es deu al fet que aquesta tonalitat s'associa a la maduresa i a la saviesa.

El resultat final de la campanya institucional és el següent:

La vellesa és **bella**...





La vellesa és **tendra...**





BIBLIOGRAFIA

- ❖ ARROYO, Isidoro: *Cultura audiovisual. Bachillerato*. Ediciones del Laberinto. Madrid 2009.
- ❖ BARTHES, Roland: *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Editorial Paidós, Barcelona 2009.
- ❖ BUBE Anna, Costa, Francesc, Garcia, Eugeni: *Economia i organització d'empreses 1*. Editorial Barcanova, Barcelona 2002.
- ❖ CHECA, Chrístian: *La huella del futuro. El cine y el pensamiento y la imagen y el fantasma*. Universitat Pompeu Fabra. Departament de comunicació. Barcelona 2009
- ❖ CLAVIJO, Valentina: *El objetivo de la fotografía*. www.buenastareas.com
- ❖ FREEMAN, Michael: *La mente del fotógrafo. Pensamiento creativo para hacer mejores fotografías*. Editorial Blume. Barcelona 2011.
- ❖ JOLY, Martine: *Introducción al análisis de la imagen*. La Marca Editora. Col·lecció "Biblioteca de la mirada". Buenos Aires 2009
- ❖ MARZAL, Javier: *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Ediciones Cátedra. Col·lecció "Signo e imagen". Madrid 2010
- ❖ ORWING, Chris: *Fotografía creativa. La poesía de la imagen*. Ediciones Anaya Multimedia. Madrid 2010.
- ❖ PENALVA, Clemente i Mateo, Miguel Àngel: *Tècniques qualitatives d'investigació. Materials de suport a la docència en valencià*. Universitat d'Alacant, Departament de Sociologia, Psicologia, Comunicació i Didàctica. Alacant 2006.
- ❖ RESTREPO, Victoria: *La fotografía como arte*. www.fotosigno.com.
- ❖ SOUGEZ, Marie-Loup. *Historia de la Fotografía*. Ediciones Cátedra. Madrid 1996.

WEBGRAFIA

- ❖ <http://acercadelafotografia.blogspot.com/2007/11/bodegn-o-naturaleza-muerta.html>
- ❖ <http://didesdiseño.wordpress.com/futurismo/>
- ❖ <http://eldiscretoencantodelafotografia.com>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/>
- ❖ <http://mundoarte.portalmundos.com/dadaismo-la-destruccion-del-arte/>
- ❖ <http://toies.wordpress.com/>
- ❖ <http://www.analitica.com/va/arte/dossier/2510395.asp>
- ❖ <http://www.anuaris.cat>
- ❖ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Generos-Fotograficos/25885.html>
- ❖ <http://www.elmundo.es/magazine/num188/textos/25.html>
- ❖ <http://www.euskonews.com/0161zbk/gaia16102es.html>
- ❖ <http://www.elpais.com/articulo/portada/Mucho/beso/>
- ❖ <http://www.publico.es/culturas/285060/sabiamos/robert/doisneau>