

Sessió 4.-Proposta temàtica II: Fotoperiodisme

El Fotoperiodisme

La història de la humanitat està composta de petites històries sobre les quals hem trobat records de la tipologia que la tècnica ha permès en l'època que han succeït. L'home de les coves, a l'antiguitat, estava tan content de poder arribar amb alguna peça de caça per donar menjar a la seva família que era capaç de dibuixar l'escena pertinent.

L'intent de deixar constància del moment, de plasmar la realitat en una instantània, unit a la gran evolució tècnica de la fotografia ha fet que qualsevol dels mitjans de comunicació gràfica, siguin diaris o televisions, necessitin una imatge per poder reforçar i donar credibilitat al propi contingut de la notícia que expliquen.

Durant tot el segle XX el registre gràfic del succés va esdevenir una professió en si mateixa. L'anàlisi dels seus protagonistes hauria d'establir moltes hores de visionat. Cada fotografia mostraria una història diferent, un moment i un *tempo*. Els records d'aquestes fotografies parlen i ens recorden aquell moment com una de les capacitats de la fotografia de poder aturar el rellotge.

Continguts

Mirem fotografies publicitàries.

Conceptes bàsics del món del periodisme i la fotografia.

Elements que hi intervenen. Fem un bloc.

1.-La imatge del record

Només cal que mirem fotografies que han passat a la història, d'altra banda àmpliament conegudes, per recordar el que volien recordar, allò que ens volien explicar.



Rober Capa 1936

El record no sempre comportarà coses negatives o positives. La notícia implica qualsevol tipus d'estat d'ànim. Al cine, per exemple, la fotografia ha estat un mètode de record de situació d'una escena i, a la vegada, una forma de publicitar la pròpia feina duta a terme:



Norma Jean

2. Desvetllar l'esperit crític

Més enllà de l'anàlisi formal de la fotografia cal fer un esment especial al desvetllament de certa prevenció davant de la fotografia en el context dels mitjans de comunicació.

En aquest sentit, diferenciarem dos àmbits: la fotografia informativa i la fotografia publicitària.

2.1 Fotografia informativa

Quan es parla de la premsa es diferencien dos gèneres: els informatius i els d'opinió.

Les fotografies, informen?, opinen?, a quin gènere pertanyen?

Si no pensem gaire direm que són del gènere informatiu. Però si ens pensem a pensar que darrere de la càmera hi ha una persona que té unes idees personals i que el mitjà on s'ha de publicar té una ideologia... arribarem a la conclusió que la tria d'una imatge per suportar una informació no és banal ni aleatòria. Haurem de concloure que en un bon nombre de casos la fotografia opina i s'adapta a la realitat de forma partidista.



Aquests retalls han estat recollits de la premsa diària. Si us hi fixeu, veureu que les imatges tenen relació amb la notícia, però van més enllà de la informació en aportar-hi un nou punt de vista.

Sovint ens trobem també que la imatge que acompanya la notícia no correspon directament al fet que s'hi exposa. El recurs de les imatges d'arxiu ajuda a donar credibilitat a la informació i crida l'atenció del lector. La imatge, de manera sovintejada, va més enllà de la informació pel fet de dibuixar aspectes afegits - i sovint aliens - a la pròpia informació.



Cal comentar també que la necessitat d'acompanyar totes les informacions amb fotografies fa que, sovint, les imatges tinguin una relació indirecta amb el fet que s'explica. Són imatges d'arxiu, de contingut aproximat a allò que s'explica.

Aquest fenomen no seria important si la lletra petita la llegís tothom. La realitat és que la lectura del diari és, a vegades, superficial, fins al punt que en molts casos ens quedem amb el titular i la foto.

2.2.- Fotografia publicitària

Els publicistes saben millor que ningú la permeabilitat que els nostres ulls i el nostre cervell mostren davant la fotografia. Coneixedors de les tècniques més avançades i estudiosos com són dels estereotips - desigs i somnis - de la majoria dels consumidors, associen els seus productes a fotogrames que trameten valors associats als productes.

La joventut, la bellesa, el paisatge, la puresa, l'elegància, la perfecció, la tendresa... posats a la vora d'un producte de consum, semblen atorgar-li qualitats inexistents, però el nostre cervell rep el missatge associat.

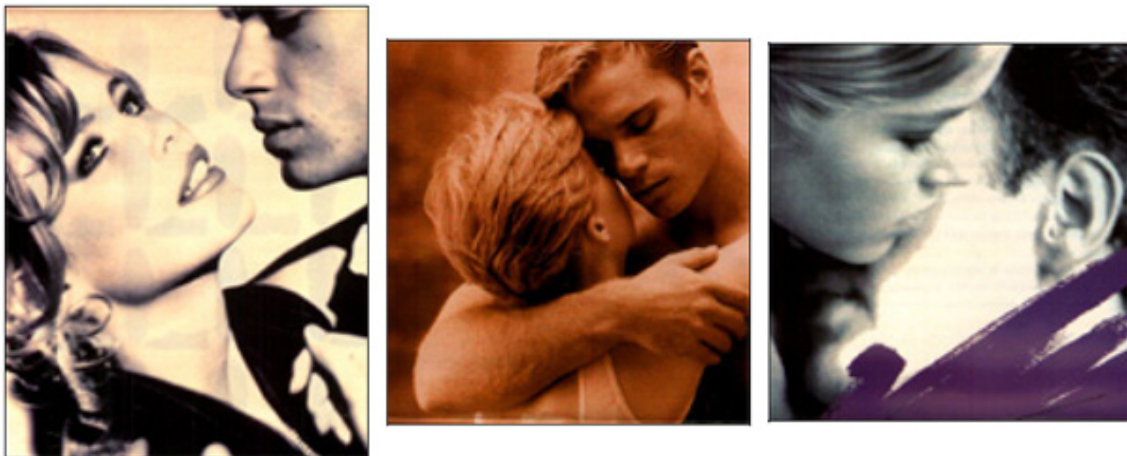
Cal que ens protegem d'aquesta associació. Sovint, la simple reflexió i dissociació del missatge de la foto del producte anunciat serà suficient per desfer l'encanteri i establir un precedent de prevenció.



Pràctica 1. Dissociar la fotografia de l'anunci

De vegades, les fronteres entre el món de la publicitat i el món de la informació es creuen i no sabem fins on arriba un món i l'altre. No en va, l'onze de setembre, quan es produí l'enfonsament de les torres bessones, molts vam pensar en principi que es tractava d'un gran anunci publicitari.

Aquests fotogrames formen part d'un anunci publicitari. Endevineu quin producte podria anunciar?



A priori, no tenim cap mostra sobre la tipologia del producte que s'intenta anunciar. Qualsevol referència és possible: bosses de ma, uns pantalons, un cotxe, una beguda refrescant, una càmera de fotografia digital, un bolígraf...

A la seqüència següent veureu l'anunci al complet, amb tota la seva dimensió i observareu, com pot arribar a passar en el món de la fotografia periodística, que qualsevol solució és possible.



Pràctica 2. Els límits

Segurament, moltes vegades, veient informacions als diaris o a les pàgines d'informació d'internet haureu pensat sobre el paper de les imatges com a acompanyament de les informacions. On radica el límit de la informació per passar a ser espectacle? Quin és el criteri i on s'estableix la frontera del que es pot publicar o no? Trobar fotografies als diaris com la de sota no és gaire complicat. Comenteu el paper de la premsa en aquest procés informatiu:





Pràctica 3. El periodisme electrònic

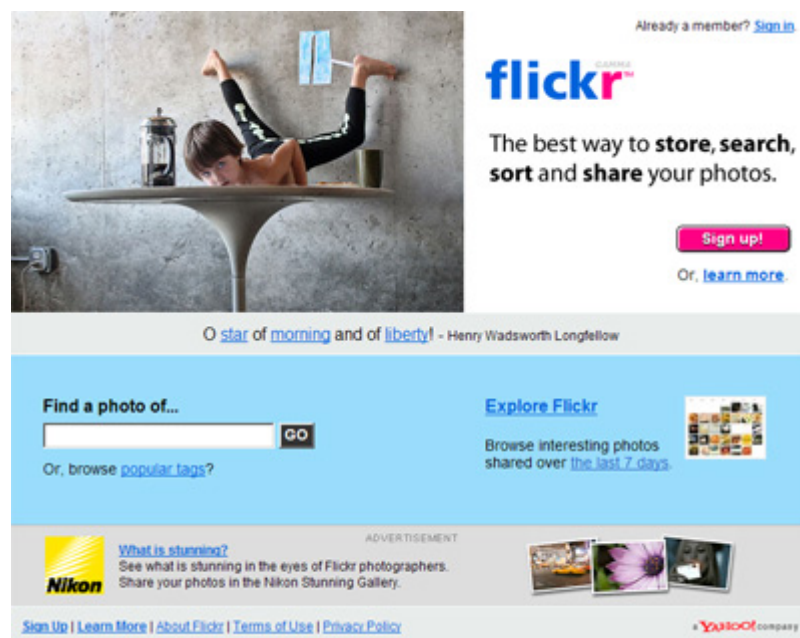
L'adaptació dels nous temps ha fet de les imatges un nou mètode de transmissió. Poden posar-se mots exemples de com les imatges denoten informació. Aneu a: <http://www.captura.org> Es tracta de la web de fotografies d'una colla d'aficionats a les instantànies, capitanejats per Andreu Buenafuente, en la qual publiquen les seves vivències en forma de fotografia.



En aquest exemple, el text és gairebé innecessari. Tots podem convertir-nos en reporters gràfics allà on hi hagi la notícia. Amb la seva publicació n'hi ha prou per explicar-la.

Podeu trobar d'altres exemples no ja a títol participatiu sinó mirant només d'altres webs més àmplies que es dediquen a publicar fotografies de tot tipus.

1.- Aneu a <http://www.flickr.com>



Podeu fer una cerca de fotografies per mots clau. El que més domina és l'idioma anglès, però si feu alguna prova al cercador, com per exemple "paella", podeu arribar a tenir sorpreses. El periodisme electrònic va molt més enllà.



Pràctica 4. Publicació de notícies en un bloc

Pot ser que encara tingueu la idea de creure que treballar a través d'internet és difícil i que calen grans coneixements per tirar endavant certes idees de publicació. Res més fàcil en el cas del "bloc".

En castellà, *blog* apareix per la contracció de les paraules *Web* i *log*. *Web* com a sinònim de xarxa connectada i *log* com a paraula anglesa que designa un registre, un diari en el sentit més ample de l'expressió. És així que també es designa com a *weblog*.

Des de la seva aparició, els blocs han seduït tots aquells que els han conegut i fet servir, sobretot per la seva senzillesa de confecció, ja que només és necessari tenir una connexió a internet, moltes ganes d'explicar coses i pocs coneixements tècnics més.

Un bloc es pot actualitzar tant des d'un ordinador amb internet com mitjançant l'enviament d'un missatge a través de correu electrònic o d'un telèfon mòbil.

1.- Els seus trets fonamentals

- Lloc personal

Acostuma a estar poc lligat a institucions i empreses i reafirma el caràcter personal i lliure de qui escriu. La construcció del bloc es fa a partir d'entrades que constitueixen notes, articles que es van succeint amb ordre cronològic. La seva semblança és més la d'un diari personal amb acumulació d'entrades que podem classificar i cercar atenent diferents criteris. També existeix la possibilitat d'editar-les quan i com vulguem.

-Forma i fons

La forma de presentació de les entrades del diari es pot canviar a voluntat, mentre que el propi contingut dels missatges mai no canviarà si no ho desitgem. Tant és així que una mateixa narració pot presentar-se sota maneres diferents, a triar per l'usuari o el creador. Tècnicament parlant, els blocs tenen una base de dades amb els articles publicats i unes planes CSS que contenen els estils d'aquests articles. Ambdues qüestions són independents.

-Contingut

Podem trobar blocs de tota mena de continguts, opinions i afeccions. El seu abast és enorme. Fonamentalment, en un bloc es fomenta l'espai de l'expressió en tota una gran gamma de temàtiques. El fet que tant la part tècnica com la de disseny siguin parts molt senzilles de gestionar ens permet centrar-nos únicament en la redacció del contingut, que és el realment important.



-Renovació

Un bloc que vulgui generar un cert interès cal que es vagi renovant periòdicament per tal que porti noves entrades i temes.

-Participació

Pràcticament la totalitat de webs disponibles per blocs permetent la redacció, per part dels lectors, de comentaris a les notes proposades, de forma que les interpel·lacions sumen interactivitat a la mateixa entrada.

-Responsabilitat

Cal tenir present que qui signa els articles o entrades té la responsabilitat ètica de ser respectuós amb el que diu i com ho diu, talment com en qualsevol indret públic des del qual hom pugui escriure.

2.- On muntar un bloc amb informacions periodístiques del centre

Existeixen molts portals que permeten fer-ho de forma gratuïta i sense cap tipus de coneixement tècnic:



N'explicarem un dels principals, que no vol dir que sigui el millor:



1.- Accediu al portal <http://www.blogger.com>. Si és el primer cop que hi accediu, cal que canvieu l'idioma per defecte de navegació. Podeu fer-ho anant a la part inferior de la barra de navegació, des d'on s'obrirà una nova finestra i podreu triar l'idioma:



2.- Un cop tingueu els menús en castellà, observeu què cal fer. En primer lloc, cal crear un compte amb el registre corresponent. Feu clic a la fletxa per tal de donar-vos d'alta.



3.- Al registre especificareu el nom amb el que us voleu inscriure, així com una contrasenya d'accés i una adreça de correu electrònic vàlida:

1 Crear una cuenta

Elegir un nombre de usuario	<input type="text"/>	Utilízelo para tener acceso en futuras visitas.
Introducir una contraseña	<input type="password"/>	Debe contener como mínimo 6 caracteres.
Volver a escribir la contraseña	<input type="password"/>	Vuelva a introducirla para confirmarla.
Nombre mostrado	<input type="text"/>	Nombre utilizado para firmar sus entradas del blog.
Dirección de correo electrónico	<input type="text"/>	Nunca compartiremos su dirección con terceros sin su autorización.
Aprobación de las condiciones	<input type="checkbox"/> Acepto las condiciones de servicio .	Indique que ha leído y conoce las condiciones de servicio de Blogger.



Cas que trieu un nom d'usuari/a que ja existeix, se us informará del fet quan intenteu accedir a la pantalla següent. Proveu amb un altre nom d'usuari/a o poseu una numeració al final:

1 Crear una cuenta

Elegir un nombre de usuario	<input type="text" value="azorin"/> Lo sentimos, este nombre de usuario no está disponible.
-----------------------------	--

És molt important que, com a qualsevol registre que efectueu a la xarxa, escriviu en paper les dades que feu servir per tal que no es perdin ni s'oblidin, i les pugueu recordar.

4.- Passem a la segona pantalla, on cal triar ara el nom del "portal" que estem creant. Cal assignar un nom al bloc, que pot ser diferent de la URL (el nom que caldrà escriure per accedir-hi). Al final d'aquesta pantalla ens demana de tornar a escriure les lletres que surten per pantalla, per al compliment de les mesures de verificació. Caldria tornar a escriure *qkdle*.


1 CREAR CUENTA 2 ASIGNAR UN NOMBRE AL BLOG 3 ELEGIR UNA PLANTILLA

2 Asigne un nombre a su blog

Título del blog	<input type="text"/>	Escriba un título para su blog.
Dirección del blog (URL)	http:// <input type="text"/> .blogspot.com	Tanto usted como los demás usuarios pueden utilizar esta herramienta para leer su blog y enlazar con él.
Verificación de la palabra	 <input type="text"/>	Escriba los caracteres que vea en la imagen.
Configuración avanzada	¿Desea cambiar la ubicación de su blog? Pruebe la Configuración avanzada del blog , que le permitirá ubicar su blog en un lugar distinto de Blogspot.	

CONTINUAR 

Com en el cas anterior, si el nom que seleccionem ja ha estat registrat, en intentar seguir endavant ens sortirà un missatge d'avís convidant-nos a canviar aquest nom per un altre:

Dirección del blog (URL)	<input type="text" value="http://jordi"/> .blogspot.com
	 Lo sentimos, esta dirección del blog no está disponible.

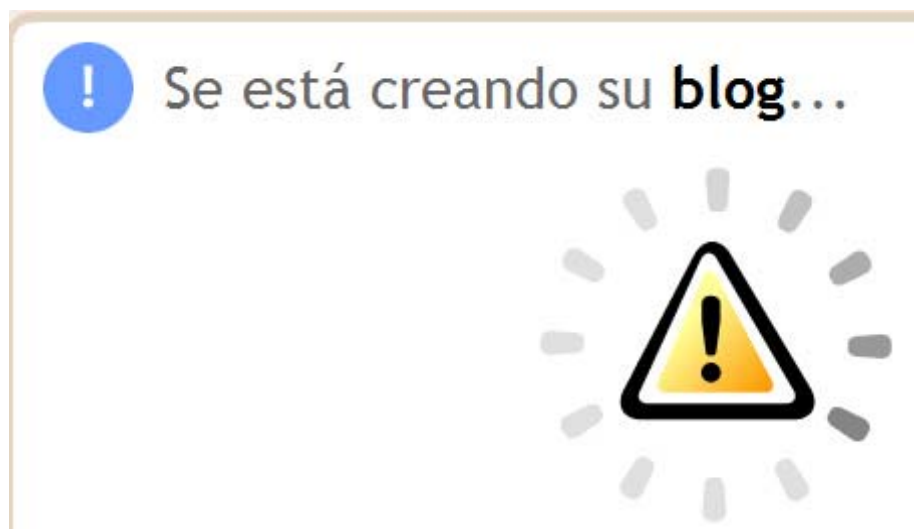
5.- Finalment, en el procés de creació seleccionarem una de les plantilles disponibles per tal de poder canviar l'aspecte del nostre bloc.

3 Elegir una plantilla



És important que tingueu present que aquesta plantilla es pot canviar en qualsevol moment del procés. Un cop la treballeu i veieu el seu disseny definitiu, potser observeu que no és allò que us pensàveu, o bé no us fa el pes. Per tant, podeu canviar-la.

6.- Finalment, ja tindreu configurat el vostre bloc:



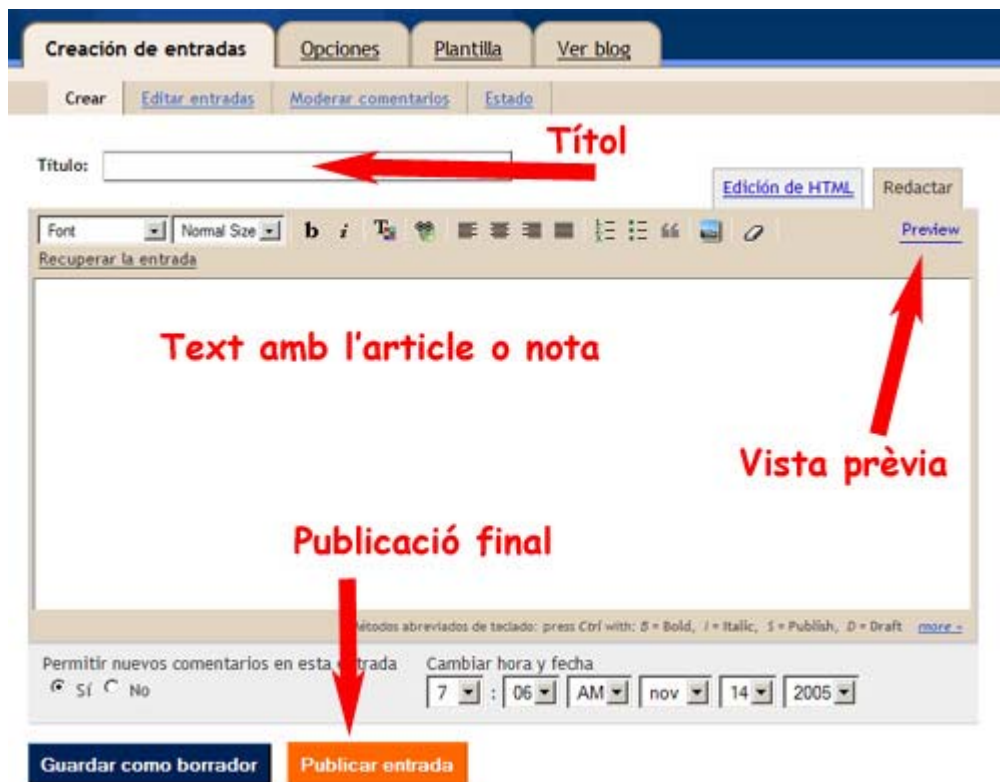


Pràctica 5. Publiquem la primera notícia del centre

Ja ho tenim tot llest per començar a treballar en el nostre bloc. Ara caldrà pensar una mica sobre què farem per primera vegada. Amb tot, penseu que qualsevol acció o apunt que porteu a terme es pot modificar, rectificar, editar, esborrar, guardar com a esborrany, etc.

EMPEZAR A PUBLICAR

1.- Per a la confecció de la nostra primera nota o article escriurem el títol, el text, certificarem la vista prèvia i publicarem.



Serà habitual la inclusió d'imatges relatives a qualsevol dels propòsits que ens menin a escriure. En tal cas només caldrà situar el cursor al punt que creiem oportú i fer clic a la icona de la imatge:



Només caldrà que cerquem la nostra imatge localitzada al disc dur. Quan validem que és aquesta foto la que desitgem, el disc dur validarà tot el procés, sense que necessitem saber ni fer res més. Una meravella.


Un cop publiquem l'entrada, se'ns comunicarà que tot és correcte:

Su blog se ha publicado satisfactoriamente. [\(Detalles ...\)](#)

Archivos publicados... 100%

[Ver blog](#) (en una ventana nueva).

Volver a publicar el índice solamente

Volver a publicar el blog entero 

I podrem observar-ne el resultat fent clic a:

Su blog se ha publicado satisfactoriamente. [\(Detalles ...\)](#)

Archivos publicados... 100%

[Ver blog](#) (en una ventana nueva).

Volver a publicar el índice solamente

Volver a publicar el blog entero 