

Premi de recerca Yvette Barbaza - 2013

EL PATRIMONI CROMÀTIC DE LA COSTA BRAVA

Núria Puig i Borràs
Íngrid Baraut i Múrria



01. INTRODUCCIÓ

RECERCA, ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ I EXPERIÈNCIA COMUNICATIVA

Aquest treball és, primer de tot, una experiència comunicativa que també ens permet recopilar informació visual per construir una mostra per extreure conclusions sobre patrons cromàtics a la Costa Brava. Aquesta mostra serà l'objecte d'estudi de la nostra recerca i la matèria primera per construir un producte definit basat en el patrimoni cromàtic d'un territori determinat: la Costa Brava. Aquest producte serà la base per generar continguts per a les xarxes socials i per elaborar una guia cromàtica.

Finalment, les fotografies d'Instagram que conformaran la mostra que analitzarem ens permetran extreure conclusions i patrons cromàtics. Tot plegat ha de contribuir a la construcció de la imatge representada i projectada de la Costa Brava. Així doncs, aquest treball s'ha desenvolupat en dos nivells: el d'estratègia comunicativa i el de construcció i anàlisi de la mostra triada.

Podríem dir que aquest estudi se situa en la línia de recerca dels estudis que pretenen comprendre el territori, observant i escoltant el territori. Com diu San Eugenio Vela, "el lenguaje del territorio pretende hacer inteligibles y clasificables los valores intangibles que se le asocian (simbólicos, estéticos, identitarios, mitológicos, etc.) mediante el despliegue de varias prácticas de trabajo que, en su conjunto, deberían aportar más luz a la ardua tarea que supone inventariar los valores intangibles de un espacio físico, así como el diseño de marcas de ciudad y turísticas con finalidades de posicionamiento identitario, turístico y territorial" (San Eugenio Vela, 2011: 68-69).

Les estratègies de comunicació dirigides a comunicar tot un territori es troben davant d'un producte d'elevada complexitat. Com explica Puig a *Las emociones en la comunicación de los destinos turísticos*, per poder comunicar una destinació turística cal sintetitzar-ne els atributs. Les destinacions són productes complexos i per comunicar-les haurèm de fer una tasca d'observació i síntesi dels seus atributs tangibles i intangibles.

La ventaja, y al mismo tiempo el inconveniente, de la publicidad de los destinos turísticos es la complejidad del producto. Supone una ventaja, ya que el profesional se encuentra con una gran riqueza de atributos que abre un abanico muy amplio de posibilidades creativas, pero al mismo tiempo la tarea de definición de un eje de co-

municación claro y concreto, necesario para una comunicación publicitaria efectiva, se hace más difícil. La definición y la jerarquización de los atributos del destino deben guiar el proceso de creación publicitaria (Puig, 2011).

Tenint en compte la particularitat de les destinacions com a producte per comunicar, hem volgut amb aquest estudi concretar i materialitzar un dels elements essencials d'un territori: la seva riquesa cromàtica. Convertim un element visual de gran força expressiva en un producte definit, concret i fàcilment comunicable, com hem pogut comprovar amb la seva difusió a les xarxes socials. I que es podria fer extensiu a altres productes, com ara en l'univers dels records: així et podries endur una tassa amb els colors de la Costa Brava o un davantal de cuina amb els vermells de la gamba de Palamós. En definitiva, la guia cromàtica que acompanya aquest informe ens ha de servir de plataforma per crear altres productes basats en el color del nostre territori.

Així doncs, els productes finals d'aquesta recerca es concreten en un informe de la mateixa investigació, una guia cromàtica i un document web per contribuir a la difusió del patrimoni cromàtic de la Costa Brava. En definitiva, l'objectiu de la recerca és posar en valor el patrimoni cromàtic de la Costa Brava i crear un mapa visual que permeti realitzar un inventari dels colors del paisatge natural, gastronòmic, arquitectònic i cultural del territori.

La guia cromàtica

Aquesta guia cromàtica pot ser una eina de treball per a professionals de la comunicació, dissenyadors gràfics, fotògrafs, professionals de l'audiovisual o per a gestors del territori. Al mateix temps, la guia cromàtica de la Costa Brava es converteix en objecte i contingut per comunicar a mitjans de comunicació de masses i en línia. Amb la guia tenim un motiu per contactar amb diversos públics professionals i especialitzats; alguns la utilitzaran com a eina de treball a l'hora de prendre decisions sobre els colors que cal utilitzar i d'altres, com a contingut per proporcionar els seus mitjans.



La pàgina web del #colorscostabrava

A la pàgina web presentem els resultats de la recerca que poden ser d'utilitat i d'interès per al públic en general i per als públics especialitzats. El web ens facilitarà també la difusió de la guia cromàtica de la Costa Brava.

02. METODOLOGIA

MOSTRA DE L'ESTUDI

La mostra de l'estudi recull totes les fotografies realitzades en el període que va des del 26 de setembre de 2013 fins al 23 de setembre de 2014 i que han estat etiquetades amb #coloscostabrava a la xarxa social Instagram. Això fa un total d'11.104 fotografies.

D'aquesta mostra global, se n'ha fet una neteja: es descarten les fotografies que no ensenyen el territori per analitzar, és a dir, les que no capturen la Costa Brava; les que són en blanc i negre, ja que es perd la informació cromàtica; les que tenen molt baixa qualitat, per la dificultat d'extreure'n informació vàlida; les que no mostren contingut representatiu per a l'anàlisi, com autofotos, fotomuntatges o abstraccions, i les que estan extremament filtrades (monocromes, colors invertits, saturació del 100%, etc.) i que, per tant, alteren en excés la percepció de la realitat cromàtica.

Fet aquest procés, la mostra queda reduïda a 5.949 fotografies. D'aquesta mostra "neta" es procedeix a categoritzar les fotografies per temes tenint en compte l'objectiu de la investigació: posar en valor el patrimoni cromàtic de la Costa Brava i crear un mapa visual que permeti realitzar un inventari dels colors del paisatge natural, gastronòmic, arquitectònic i cultural del territori.

ANÀLISI DE CONTINGUTS

És evident que el dia i la nit es diferencien cromàticament pel seu component físic, on la llum és el principal element. La llum condiona la percepció dels colors. D'altra banda, el llenguatge dels colors, és a dir, les seves funcions i variables, és tan ric i tan complex que fa impossible fixar-lo en una classificació. La fenomenologia del color és un conjunt de subtileses. Costa (1989) matisa que el color dins del món que ens envolta és substància lumínica i no és separat de les coses, sinó que és percebut simultàniament i indiscriminadament de la forma, ja que tot el que ens envolta té color.

Partint d'aquest paradigma, el mètode utilitzat en aquest estudi és l'anàlisi de contingut. S'utilitza específicament l'anàlisi de comptatge de freqüència de colors organitzats en categories.

El primer pas en l'anàlisi de contingut ha estat desenvolupar un sistema general, com menys ambigu millor, i viable per a la codificació de les dades. L'anàlisi de contingut és útil per al present estudi, ja que aquesta tècnica intenta aplicar una anàlisi rigorosa

i estructurada a objectes difícils i subjectius en general (Pritchard i Morgan 2001:172). L'anàlisi de contingut es pot realitzar amb èxit mitjançant el desenvolupament de classificacions apropiades, que són verificables de manera independent i fiable.

Per definir codificacions s'han pres diverses mesures en l'intent de reduir al màxim l'ambigüitat durant el procés d'anàlisi de dades. La primera consisteix a realitzar una lectura general de les dades en la seva totalitat per extreure'n els possibles temes o codis. Després d'obtenir una llista de codis es procedeix a codificar de manera independent les dades.

VARIABLES DE L'ANÀLISI DE CONTINGUTS

Continguts codificats en categories i subcategories:

01. Patrimoni arquitectònic: elements arquitectònics de la Costa Brava (monuments, urbanisme, materials i elements de construcció)

02. Patrimoni cultural: el conjunt de tradicions i de formes de vida de la Costa Brava (rituals, festes, artesanía i oficis)

- Dia
- Nit

03. Patrimoni gastronòmic: elements gastronòmics de la Costa Brava (mercats, plats, matèria primera i elements culinàris)

04. Patrimoni natural: elements i paratges naturals de la Costa Brava

- Camp
- Flora i fauna
- Mar
- Postes

En el procés de categorització es fa una segona neteja per optimitzar el valor del color com a element comunicatiu i, al final, la mostra real és la següent:

Categories	Quantitat d'imatges
Patrimoni arquitectònic	87
Patrimoni cultural	92
Dia	66
Nit	26
Patrimoni gastronòmic	57
Patrimoni natural	449
Camp	72
Flora i fauna	107
Mar	179
Postes	91
Total	692

BUIDATGE DE DADES

Les fotografies que conformen la mostra són gràfics per a ordinador en format JPEG. Per això és important conèixer la profunditat de color, és a dir, la quantitat de bits d'informació necessaris per representar el color d'un píxel en una imatge digital. Cada píxel de la imatge pot tenir possibles valors i, per tant, representar colors distints.

Segons l'acceptació pràcticament universal dels octets de 8 bits com a unitats bàsiques d'informació en els dispositius d'emmagatzematge, els valors de profunditat de color solen ser divisores o múltiples de 8 (1, 2, 4, 8, 16, 24 i 32).

Per a les profunditats de color inferiors o iguals a 8, els valors dels píxels fan referència a tons RGB indexats en una taula, anomenada habitualment mapa de colors o paleta. En el cas dels JPEG (estàndard de compressió i codificació digital d'imatges fixes), normalment utilitzen paleta, ja que és el que permet la compressió. Amb 8 bits de

profunditat, és a dir, un byte, necessitem 3 bytes per representar un píxel. Això passa amb el mapa de bits (BMP), que no és comprimit. Si comprimim el fitxer, el color aqua per exemple és 00FFFF.



Això vol dir que el color aqua en diferents profunditats seria:

16 bits de profunditat	8 bits de profunditat	Hexadecimal
000000000000000011111111 111111111111111111111111	000000001111111111111111	0FF

En un JPEG la paleta contindrà tots aquests colors, que es faran servir per identificar el color dels píxels, per exemple, dient que un píxel és del color 000000100001 (que és l'índex del color a la paleta). Llavors, la profunditat de color farà que les paletes siguin més o menys extenses.

En resum, per poder comprimir la imatge es necessita paleta (tons RGB indexats en una taula), sobretot en profunditats de color superiors a 8; si no, les imatges serien enormes.

La descripció RGB d'un color (de l'anglès Red, Green, Blue) fa referència a la composició del color en termes de les intensitats dels colors primaris amb què es forma: del vermell, del verd i del blau. Es tracta d'un model de color basat en la síntesi additiva. Això vol dir que fa possible representar un color mitjançant la barreja per addició dels tres colors llum primaris. Els valors RGB no defineixen el vermell, el verd i el blau amb un significat exacte, sinó que poden mostrar colors notablement diferents en diversos dispositius encara que utilitzin el mateix model de color.

Les imatges de #colrorscostabrava tenen una profunditat de color de 8 bits per píxel. Això es tradueix en una paleta de 256 colors. En el procés de simplificació reduïm cada imatge a 32 colors. D'aquesta imatge de 32 colors, se n'extreuen els 4 colors de mitjana. En aquest punt, es van realitzar diferents proves, però al final s'ha optat per fer la mitjana, en comptes d'agafar els 32 colors, i mostrar els 4 colors amb el percentatge de representació més alt en la superfície de la imatge.



@silviajou

Finalment, els 4 colors es comparen amb el Pantone que s'assembla més al color RGB. El Pantone és el sistema més reconegut i utilitzat de control de colors per a les arts gràfiques. Va ser creat per l'empresa de Nova Jersey Pantone Inc., d'aquí el nom. El sistema es basa en una taula o gamma de colors, les guies Pantone, de manera que sempre és possible obtenir-ne d'altres per a barreges de tints predeterminades que proporciona el fabricant.

Com s'ha dit, encara que s'utilitzi el mateix model de color, els tons RGB indexats mostraran el color notablement diferent en cada dispositiu. Passar del

color RGB al sistema Pantone és una manera d'identificar el color exacte i assegurar que quan es reveli la paleta de colors en un suport físic s'utilitzi sempre el mateix color.



Color	Pantone	% en la imatge
	PANTONE82-1-1 C	41.629
	PANTONE1-2-5 C	23.397
	PANTONE82-2-6 C	22.391
	PANTONE70-2-5 C	12.583

Finalment, de cada categoria es treu una paleta de 4 colors. Es tracta dels 4 colors més utilitzats i representatius de cada categoria específica. Per tant, obtenim 8 paletes de 4 colors, que ens donaran un total de 32 colors.

Patrimoni Arquitectònic



Patrimoni Cultural Dia



Patrimoni Cultural Nit



Patrimoni Gastronòmic



Patrimoni Natural Camp



Patrimoni Natural Flora i Fauna



Patrimoni Natural Mar



Patrimoni Natural Postes



Els 32 colors



Tot i que podem percebre alguns colors com a repetits, cal dir que no n'hi ha cap d'identific. Per la seva proximitat són llegits com a iguals per l'ull humà, però quan passem el color RGB al sistema Pantone s'identifica el color exacte i se'n revela la singularitat.

03. #COLORSCOSTABRAVA

LA DIGITALITZACIÓ EN LES PERCEPCIONS I LES REPRESENTACIONS DE LA REALITAT

La relació entre realitat i representació és una relació complexa que interessa diverses disciplines. Com diu Sáez, és un assumpte relacionat amb la percepció, amb la cultura, amb el funcionament cerebral, amb l'expressió, amb l'ètica i la moral (Sáez, 1999: 15). Aquest cos de símbols, mites i imatges constitueix representacions de la realitat que ens envolta i que conforma en gran mesura la interpretació que fem del nostre entorn i de nosaltres mateixos.

Com apunta Baraut a *Turistes mobilitzats. El turisme cultural a la societat digital mòbil*: "Actualment, les possibilitats de percepció de la realitat són absolutament plurals. Això es deu, en bona part, a l'emergència dels nous formats digitals, a les capacitats de les noves tecnologies i a l'ús, cada cop més habitual, dels dispositius intel·ligents mòbils, elements que modifiquen el sistema de producció i gestió dels productes turístics i, a la vegada, el sistema de transmissió del patrimoni cultural" (Baraut, 2013: 46).

Les tecnologies digitals, les xarxes socials i la telefonia mòbil han suposat un canvi essencial en la producció i la difusió d'algunes representacions del territori. En aquest sentit, volem aprofitar les possibilitats que ens ofereixen les xarxes socials visuals i els seus llenguatges, tenint en compte que "Los espacios que nos «enseñan» los medios de comunicación condicionan, en muchas ocasiones, los imaginarios colectivos y las percepciones individuales a partir de las cuales «etiquetamos» e identificamos gran variedad de localizaciones geográficas" (San Eugenio, 2011).

Aquesta recerca, "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava", s'emmarca en un context de profunda transformació del model de producció i del sistema de comunicació. "Estem sent els protagonistes de diferents transformacions. Transformació en les persones, en la seva capacitat de crear i compartir. Transformació en la tecnologia disponible. Transformació en la quantitat d'informació disponible. Transformació en el model de negoci. Totes aquestes transformacions es donen, sobretot, gràcies a Internet. Però el canvi tot just acaba de començar. L'univers digital no només afecta les persones i la seva relació amb l'entorn. Els objectes tampoc s'escapen de la revolució dels bits" (Baraut, 2013: 11).

El receptor –que es converteix en productor, en aquest cas a través de la producció, etiquetatge i difusió de fotografies a Instagram– confereix el seu punt de vista en la construcció de la representació d'un territori, la Costa Brava. Al mateix temps, les representacions ens presenten de nou les emocions d'un moment determinat, les emocions del moment en què es realitza la imatge. Les imatges de l'estudi "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava" actuen com a mirall del territori representat, però també del qui les ha creades. Com diu Sáez, "Darrere tot exercici de representació apareixen una munió d'operacions lògiques, simbòliques, racionals i emotives que li permeten de vincular-se amb la realitat" (Sáez, 1999: 13-14).

ELS CONTINGUTS VISUALS A LES XARXES SOCIALS I LA CONSTRUCCIÓ DE LA IMATGE PROJECTADA

Els continguts de les xarxes socials són una font d'informació que pot ser generada i gestionada per professionals de la comunicació. "La imagen se forma y se transforma bajo la influencia de múltiples factores, entre ellos numerosas fuentes de información que actúan como estímulo sobre el proceso que tiene lugar en la mente del visitante potencial del destino." Baloglu i McCleary denominen aquestes fonts d'informació 'factors estímulo' (Baloglu i McCleary, 1999). Així, els continguts que ara circulen per les xarxes socials poden ser inclosos en aquest grup de fonts d'informació gestionables per professionals de la comunicació i per gestors de marca. La configuració de la imatge mental manté una relació directa amb la idea de posicionament.

Cal generar bons continguts per fornir les xarxes que ens permeten contactar i mantenir una comunicació fluida amb els nostres públics. Aquesta recerca vol experimentar amb la generació de continguts i amb la participació del receptor en la producció de continguts. Element clau en el nou paradigma comunicatiu generat amb la digitalització dels mitjans de comunicació i la conversió dels consumidors en consumidors proactius. El receptor perd el seu paper passiu per convertir-se en un productor més de continguts. La participació dels instagramers en l'estudi #colorscostabrava ha estat clau per al desenvolupament d'aquesta recerca. El projecte involucra els usuaris de les xarxes socials gràfiques, més concretament Instagram, però també treballa amb altres xarxes per donar a conèixer la seva aventura. En el moment de la redacció d'aquest informe, ja són més de 13.800 les fotografies etiquetades amb #colorscostabrava, la mostra de l'estudi que ens ha permès identificar les paletes més usuals de la Costa

Brava entre les fotografies que han estat sotmeses a un procés de selecció previ, com hem explicat a la metodologia.

Els instagramers han estat una part essencial del nostre treball i així ho reconeixiem en aquesta entrada del blog de *vadecolors* i en altres mencions constants a usuaris concrets a xarxes socials com ara Facebook.



El 2003, Andrea Hemetsberger, de la Universitat d'Innsbruck, publica a "The Journal of Social Psychology" l'article "When consumers produce on the internet: the relationship between cognitive-affective, socially-based, and behavioral involvement of prosumers", on analitza les motivacions dels individus per participar en la innovació conjunta en línia, detectant les bases afectives i cognitives, socials i participatives (Hemetsberger, 2003).

En aquest sentit, la tendència va en la línia de les narratives transmèdia, *transmedia storytelling*, on els receptors es converteixen en generadors de continguts. Així ho explica Scolari en el seu llibre i també ho podem llegir en la ressenya publicada a la revista "Communication Papers" de la Universitat de Girona.

El consumidor de las narrativas transmedia –de ficción y de no ficción– se sitúa en un nivel de importancia similar al del productor. Los prosumers, o consumidores que producen contenidos, adquieren un papel relevante en la construcción del mundo narrativo. A su vez, cada medio hace una aportación a la construcción de este universo narrativo que va más allá de la mera adaptación de los lenguajes. Las narrativas transmedia son una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporánea. Del mismo modo, las estrategias de promoción de los productos mediáticos se han ido haciendo cada vez más complejas buscando la inmersión afectiva y cognitiva de la audiencia en el producto cultural (Scolari, 2013: 24). Las audiencias se convierten en audiencias activas que expanden los mundos narrativos (Puig, 2013: 83-84).

Amb tot, cal dir que en la primera fase de l'estudi #colorscostabrava la participació en la captura de colors ha estat molt alta i d'elevada qualitat. En el moment de la redacció d'aquest informe (20 de novembre de 2014) l'Instagram de colorscostabrava havia rebut 17.880 "m'agrada", comptava amb 792 seguidors i s'havien rebut i gestionat un total de 3.437 comentaris.

També ens atrevim a afirmar que, després de la promoció de la creació i la difusió dels continguts generats per aquest estudi, la imatge projectada de la Costa Brava ha millorat en algunes xarxes socials gràfiques com ara Pinterest, on la seva presència era poc específica a l'inici d'aquest estudi.

#COLORSCOSTABRAVA EN XIFRES

Instagram

- **408** fotografies generades
- **13.829** fotografies etiquetades amb #colorscostabrava
- **792** seguidors
- **17.880** "m'agrada" sobre les 408 fotografies generades per @colorscostabrava

Les imatges generades per l'equip de #coloscstabrava han estat a data d'avui (20 de novembre de 2014) 408. Tanmateix, l'estudi pivota sobre les fotografies etiquetades com a #coloscstabrava a la xarxa Instagram. En el moment de la redacció d'aquest informe les fotografies etiquetades amb #coloscstabrava eren 13.829. D'aquestes fotografies, en va sorgir la mostra utilitzada per portar a terme l'anàlisi cromàtica –com s'explica a l'apartat dedicat a la metodologia i a la mostra.

El nombre de seguidors de l'Instagram és en l'actualitat de 792, i en seguim 696. Hi trobem amants de la fotografia, a vegades especialitzats –per exemple, en fotografia submarina–, amants de l'arquitectura o de la natura. La selecció a l'hora de construir la xarxa s'ha fet a partir d'una estratègia temàtica basada en la gestió de les etiquetes i la tria dels instagramers que es volen seguir.

El mes de maig de 2014, @coloscstabrava tenia 332 fotografies pròpies i 455 seguidors, i seguia 751 usuaris triats en funció dels criteris de segmentació del projecte, ja sigui per l'especialitat, la procedència geogràfica o les capacitats de redifusió del projecte. Cal dir que a partir del mes de setembre, i tal com estava planificat, l'equip de treball ha centrat la seva activitat en l'anàlisi de la mostra obtinguda i no tant en la difusió del projecte, tot i que ha continuat amb el manteniment dels contactes a Instagram i amb la tasca de difusió per diferents xarxes com ara Facebook o Pinterest.

Tot seguit podem veure l'evolució dels seguidors al llarg dels darrers deu mesos a partir de les dades i les anàlisis proporcionades per la plataforma Iconosquare. Una dada interessant és el nivell de "m'agrada" per entendre el grau d'interacció. Fins al 20 de novembre de 2014, els nostres seguidors han fet 17.880 "m'agrada" a les 408 fotografies publicades per #coloscstabrava.



PLATAFORMES DE DIFUSIÓ DEL PROJECTE #COLORSCOSTABRAVA



El projecte #colorscostabrava i l'estudi "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava" s'emmarquen en el context d'una activitat més àmplia relacionada amb l'estudi i l'experimentació del color. Amb l'ànim d'acostar-nos de manera interdisciplinària al color i al llenguatge cromàtic comptem amb plataformes de difusió. El fet d'emmarcar el projecte #colorscostabrava en plataformes de difusió més àmplies ens permet establir sinergies i arribar a públics especialitzats que ens interessin per als nostres objectius de segmentació. Aquestes plataformes s'utilitzen també per difondre el Premi



Yvette Barbaza, utilitzant un segell que ha estat creat amb aquest propòsit i que podeu observar en el perfil de Facebook o a la part superior del Tumblr. Totes les plataformes utilitzades per l'estudi "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava" han compartit elements gràfics identificadors com ara el bàner superior, el segell del premi o la imatge de perfil del Facebook.

El Facebook de Colors

Aquesta plataforma de l'equip de Vadecolors ha estat utilitzada per @colorscostabrava per donar a conèixer l'estudi "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava" i per difondre l'evolució de l'estudi. La pàgina del Facebook és una plataforma oberta on també es difonen altres notícies relacionades amb el món del color i el llenguatge cromàtic des de diverses perspectives i provinents de diferents fonts. Es tracta d'una mirada interdisciplinària sobre el color i el llenguatge cromàtic.

La pàgina va ser creada el 21 de gener de 2014. El 20 de novembre de 2014 comptava amb 230 seguidors i l'abast de les seves publicacions era d'aproximadament 350.



El blog de Vadecolors

Aquesta és una eina de difusió utilitzada per @colorscostabrava en el transcurs de l'elaboració del projecte de recerca "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava". Alguns dels apunts més llegits i més compartits d'aquest blog han estat els relacionats amb aquest estudi. N'és un exemple l'apunt "Els instagramers al projecte colorscostabrava".

El blog vadecolors.wordpress.com s'ha utilitzat també per difondre el Premi Yvette Barbaza i l'estudi "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava", com podem veure en aquest apunt.



El blog és una plataforma de difusió de temes relacionats amb el color. Una plataforma interdisciplinària sobre el món del color i el llenguatge cromàtic des de perspectives molt diverses. Dins de la categoria de projectes, s'ha destinat una pestanya en el menú per al projecte "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava" – colorscostabrava.

Tumblr #colorscostabrava

Des d'un inici, per explicar el projecte "El patrimoni cromàtic de la Costa Brava" vam utilitzar la plataforma de blogs Tumblr, obrint un blog molt simple on es

demanava la col·laboració del públic i se'l redirigia a la plataforma Instagram. Tumblr permet interaccionar amb públics interessats en l'art i la imatge com ara fotògrafs, artistes plàstics o dissenyadors, ja que es tracta d'una plataforma molt utilitzada en els sectors més creatius.



Coloscostabrava a Pinterest

Finalment, una altra de les xarxes utilitzades per difondre el projecte “El patrimoni cromàtic de la Costa Brava” ha estat Pinterest. Sens dubte, una plataforma molt versàtil, ben connectada amb la resta de plataformes i de gran bellesa estètica. Un cop acabat i presentat l'estudi “El patrimoni cromàtic de la Costa Brava” es podria convertir en una plataforma clau per difondre algunes de les imatges resultants. Aquest perfil de Pinterest pertany també a l'equip de Vadecolors. Hi trobem taulers específics per a l'estudi @coloscostabrava per colors i també altres taulers relacionats amb el món del color en general.



www.facebook.com/bpcolors

instagram.com/coloscostabrava

vadecolors.wordpress.com/

vadecolors.wordpress.com/category/projectes/coloscostabrava/

www.pinterest.com/cbcolors/

www.pinterest.com/cbcolors/blau-blue-costa-brava/

www.pinterest.com/cbcolors/verd-green-costa-brava/

coloscostabrava.tumblr.com/

04. EL COLOR

L'EXPRESSIVITAT DEL COLOR

El color és identitat. El patrimoni natural i l'arquitectònic són factors fonamentals a l'hora de crear valors d'atracció específics de cada lloc, de la geografia, de la tipologia cultural i social d'un país, d'una regió, d'una ciutat o d'un poble. Els edificis de Tirana (Albània) i La Boca (Argentina) atrauen turistes a la ciutat per la combinació cromàtica de les seves façanes. El color en el paisatge pertany al patrimoni cultural del lloc. No podem concebre una Provença sense els seus camps de lavanda, ni l'Empordà sense gira-sols. És un element que forma part de la percepció col·lectiva i de la història del territori. Cada lloc té unes característiques pròpies de color i materials que, a la vegada, tenen elements en comú amb la cultura cromàtica d'un territori geogràfic més ampli. Per exemple, la Costa Brava té elements en comú amb la cultura cromàtica mediterrània en la qual està immersa.

El color és un element ideal de representació amb una gran força expressiva. El color ens permet establir lligams emocionals amb el receptor. Les emocions que comuniquen els colors fan que s'imprimeixin amb molta facilitat a la memòria. Walther (2000) diu que Van Gogh va descobrir el color com a instrument de representació ideal. "Su confrontación con el color no fue para él la simple teoría de una técnica pictórica especial, sino una lucha por conseguir el medio adecuado que le permitiera expresar sus anhelos anímicos" (Walther, 2000:66). El color té una gran força expressiva i pot estimular els sentits i provocar respostes emocionals en l'espectador (Puig, 2010: 177).

El color i la música són dues vies per arribar amb facilitat als sentits i a les emocions. Com diu Ball, "El color, com la música, arriba per una drecera fins als nostres sentits i sentiments" (Ball, 2003:15). Aquest autor recull també unes paraules d'Henri Matisse: "Els colors et conquisten cada vegada més. Cert blau s'introdueix en la teva ànima. Cert vermell afecta la teva pressió sanguínia. Cert color et tonifica. És la concentració dels tons. S'inaugura una nova era" (Ball, 2003: 385). El color té una influència sobre les emocions. L'artista com a mediador ens proporciona una representació de la realitat amb el propòsit de produir certes vibracions emocionals. Ball ens apropa també a Rothko: "Només m'interessa expressar emocions humanes bàsiques: tragèdia, èxtasi, perdició i coses així. [...] La gent que plora contemplant els meus quadres està tenint la mateixa experiència religiosa que jo vaig tenir quan els vaig pintar" (Ball, 2003: 414).

La capacitat expressiva del color es manifesta en el dibuix o la pintura que permeten, per exemple, la representació d'un crit d'angoixa. Bischoff (2000) diu que el quadre de Munch *El crit* "ens confronta amb la por i la solitud de l'ésser humà en una naturalesa que no consola, sinó que recull el crit i l'arrossega per l'àmplia cala fins al cel tenyit de vermell sang" (Bischoff, 2000: 53).

El color simbolitza coses. I aquells que l'utilitzen com un element d'expressió –pintors, publicistes, dissenyadors gràfics, entre d'altres– coneixen el valor simbòlic que adquireix en ser reproduït en un anunci o en un quadre. Sembla que en totes les cultures es reconeix un valor simbòlic dels colors: "Dans la plupart des autres cultures les couleurs articulent, chacune à sa façon, la symbolique d'une multiplicité d'activités et sont sans cesse mises en relation avec les notes de la gamme musicale, les chiffres, les saveurs, les saisons, etc." (Imdahl, 1996).

Qualsevol forma d'expressió visual, sigui amb intencions artístiques o promocionals, comporta "utilitzar colors" i, per tant, aplicar-hi intencions comunicatives. Aquests usos i aquestes intencions expressives no sempre tenen a veure amb la realitat dels colors en la percepció del món visible, sinó amb una voluntat plàstica. Josef Albers (1963), quan parla de percepció i color, menciona que "en la percepció visual gairebé mai es veu un color com és en la realitat físicament. Aquest fet fa que el color sigui el més relatiu dels mitjans que utilitza l'art. Si es vol utilitzar amb encert, s'ha de tenir present que el color enganya contínuament [...]. En primer lloc, s'ha d'aprendre que un mateix color evoca innombrables lectures" (Albers, 1963:13).

El color en aquest sentit ja no és considerat una substància lumínica, sinó una matèria. Passa a ser un element de la plàstica i de la gràfica, en el mateix sentit que ho són les formes, les imatges i el text. El color és, doncs, un codi més. Cada color és un signe i posseeix el seu propi significat, exactament com el llenguatge parlat i escrit. Per tant, el color és un codi carregat de connotacions culturals. Des de la perspectiva de la psicologia, en la percepció i comprensió dels colors, com en l'apropiació i els usos que se li donen, hi intervenen consideracions instintives però també històriques i socio-culturals. El color es pot visualitzar com un patró de conductes i emocions, ja que no és una qüestió de gustos, sinó que és acceptat o rebutjat pels antecedents que se'n tinguin d'experiències marcades des de la infància (Aguirre, 2010). La interpretació del

color està vinculada al context. Es pot visualitzar com un registre d'emocions que en ser recordades evoquen una infinitat de sensacions. Heller (2004) explora la psicologia del color i ens diu que "coneixem més sentiments que colors, per això cada color pot produir molts efectes diferents" (Heller, 2004:17).

Existeixen una sèrie de principis bàsics que ens revelen relacions de contrast o d'harmonia, com ara les que podem observar en el cercle cromàtic. Tot seguit expliquem les que es produeixen entre colors complementaris, entre colors càlids i freds, i entre valors tonals.

Colors complementaris

Situant junts dos colors complementaris del mateix to i intensitat, s'intensifiquen mútuament fent que l'ull salti ràpidament de l'un a l'altre, cosa que provoca que ambdós brillin més.



Colors càlids i freds

Cal tenir en compte el grau de calidesa o de fredor que té un color. Un mateix color pot ser càlid o fred; així, el groc llimona és fred però el groc cadmi és càlid. La contraposició de colors freds –porpres, blaus o verds– amb colors càlids –grocs, taronges, vermells– ajuda a crear espais, ja que els primers s'allunyen i els segons s'apropen. És a dir, en una pintura en la qual volguéssim representar un horitzó llunyà refredaríem els colors a mesura que ens acostem a aquest horitzó i situaríem els colors més càlids i de tons més pujats al davant.



Valor tonal

Cal pensar en el valor tonal del color, és a dir, el grau de claredat o de fosc que té. Alguns colors són més reflexius a la llum i semblen més clars, mentre que d'altres semblen més foscos. La contraposició de formes clares i fosques aporta moviment i ritme a la composició, ja que transporta l'espectador de la llum a l'ombra successivament. El domini dels valors tonals és imprescindible per modelar la forma, aconseguir una composició correcta o construir una atmosfera.



REPRESENTACIÓ, FUNCIONALITAT I EMOTIVITAT DEL COLOR

Costa (1989) ens fa notar que el color es pot extreure del seu context, és a dir, se'n pot fer una abstracció i portar-lo a l'estat pur. Això vol dir deixar de considerar el color en la seva qualitat física (llum acolorida) i transformar-lo en qualitat química (matèria cromàtica). El color esdevé aleshores una propietat autònoma, una matèria utilitzable per als objectes de disseny i els missatges gràfics.

El color esquemàtic, en el sentit funcional del seu ús en el disseny, prové de l'heràldica. El color distintiu dels escuts permetia identificar els cavallers entre la multitud. Com explica Costa (1989), a l'època de les armadures el simbolisme del blau era la lleialtat, la justícia, la fidelitat, la joia, la bona reputació i la noblesa. El roig significava amor, audàcia, valor, coratge, còlera, crueltat. El verd era l'honor, la cortesia, el civisme, l'esperança, el vigor i la joia. El porpra representava la fe, la devoció, la temperància i la castedat. El negre era el dol, l'afflicció, la constància en la tristesa, la saviesa i la prudència. El daurat significava la saviesa, l'amor, la fe, les virtuts cristianes i la constància. L'argent o el blanc simbolitzaven la prudència, la innocència, la veritat, l'esperança i la felicitat. El taronja era la inestabilitat, la dissimulació i la hipocresia. El marró era el símbol de la penitència, la pena, la traïció i la humilitat.

Els senyals de trànsit es basen en el principi del color esquemàtic. Els colors de les banderes també segueixen la mateixa lògica del color pur, pla i saturat. Existeix un simbolisme pràctic, utilitari, creat sota l'esperit corporativista per tal d'ajudar a identificar i memoritzar, a través de l'emblema cromàtic, les organitzacions, els serveis públics i les institucions de l'entorn social. El color vermell de la Creu Roja és emblemàtic, igual com els cinc colors de les anelles olímpiques. Els grafistes o publicistes utilitzen els colors emblemàtics, per exemple aplicant el to sèpia a una fotografia perquè sembli antiga o utilitzant els colors de la bandera nacional a un producte com a indicador de la procedència.

Quan el color no s'orienta ni a la representació ni a la funció senyalitzadora, sinó que s'aplica per donar color a figures, superfícies i estructures gràfiques significatives, es busca l'expressivitat del color per assolir una qualitat estètica. En aquest cas la seva eficàcia comunicativa dependrà de la intenció expressiva del publicista o comunicador, del públic a qui s'adreça i del contingut i l'estil del missatge.

El color es percep com un atribut natural de les coses, com un atribut de la forma realista. En el nivell més bàsic de representació icònica trobem el procés d'identificació. Cada cosa té el seu color. El cel és blau, l'herba és verda, el sol és groc. El color exerceix així una funció de realisme que se sobreposa a les formes de les coses: una taronja és més real reproduïda en color taronja.

De la mateixa manera que la forma passa d'un pla hiperrealista a plans successivament abstractes, el color també segueix aquesta llei de la iconicitat decreixent. Costa (1989) vincula la funció hiperrealista del color a la voluntat d'imitació. En aquest nivell el color es fa més detallista i més precís, i en combinació amb la textura microscòpica de les coses representades el color es torna detallista. "La superfície vellutada d'un préssec madur, la porositat de la pell i el borrissol a contrallum, o les gotes d'aigua lliscant pel cristall gelat d'una copa, són efectes de la realitat posats en primer pla expressiu amb el reforç del color «tal com és»" (Costa, 1989).

Un altre nivell del color realista és el color saturat. Aquesta exaltació del cromatisme obeeix a la necessitat creada per la forta competitivitat del món de les imatges, on l'exageració dels colors forma part de l'estratègia publicitària per oferir una imatge

cromàtica exaltada i alterada del món. Els colors són un espectacle visual de la vida quotidiana. El món és més atractiu en colors brillants.

Un altre matís del cromatisme icònic és la transgressió del color, en la qual la fantasia o la manipulació emergeix com una nova dimensió expressiva. S'altera el color, però no la forma. Es tracta d'una manipulació creativa que ens porta cap al surrealisme.

El color per si mateix posseeix factors psicològics, simbòlics o estètics que afecten els mecanismes de la percepció. Tant en la seva variable psicològica com en la simbòlica, el color provoca sensacions internes. Aquestes sensacions ja van ser estudiades per Goethe en els seus treballs sobre psicologia del color.

Els colors poden tenir diferents significats implícits que poden associar-se a diferents emocions i estats d'ànim. En aquest sentit, els colors es poden utilitzar per estimular els sentits i provocar una reacció emocional concreta a l'observador (Puig, 2011). A grans trets, els colors càlids s'associen a la vitalitat, l'energia i la força, mentre que els colors freds comuniquen emocions més passives i tranquil·les. Els colors disposats en harmonia solen resultar agradables i serens; en canvi, els colors en contrast donen un caràcter dramàtic al tema.

En l'experiència del color hi ha una diversitat simbòlica que canvia de cultura a cultura. De totes maneres, un dels secrets del consumidor és que no importa l'origen cultural: les emocions, com l'ús simbòlic del color, són comunes a tothom. El factor simbòlic del color està molt lligat a la psicologia. Un símbol és una manera de relacionar un significat amb un significat. És un element sensible que estableix una relació entre l'individu i el seu entorn social. La sociòloga i psicòloga alemanya Eva Heller (2004) ofereix un enfocament per a la interpretació del color. La seva investigació proposa que els colors i els sentiments no es combinen de manera accidental, sinó que actuen segons el context i la història individual de cada un a través del temps. Més que ser un fenomen òptic, també són fenòmens socials. A *Psicología del color*, Heller hi inclou el blanc i el negre (freqüentment descartats com a colors pròpiament dits) per la seva importància cultural, així com el daurat i el platejat, fet que dona una suma de tretze colors que actuen en la psicologia de les persones. Partint de l'estudi de Heller (2004), a continuació s'exposa una breu explicació de cada color i alguna dada rellevant d'interès per entendre la seva història i el seu impacte a les nostres ments.

BLAU, EL PREFERIT DEL MÓN

El color de la distància, la fidelitat i la immensitat per la seva relació amb el mar i el cel. La perspectiva i la il·lusió de l'espai fan que percebem el blau com el color més allunyat de tots. Aquesta qualitat l'ha vinculat a la fidelitat, ja que només en la distància pot posar-se a prova la lleialtat. I també a les personalitats serenes, perquè la temperatura a la qual s'associa el blau és la freda. Com s'explica a *Colors en sèrie*, també és el color de la confiança, per això hi ha tants uniformes d'aquest color.

També és el color dels prínceps. L'expressió "sang blava" deriva de l'edat mitjana: els privilegiats no treballaven i per això la seva pell era molt llisa i deixava veure les venes "blaves" en contrast amb la pell bregada pel sol dels serfs.

A l'estudi de Heller, quantitativament hi ha un gran percentatge de gent a qui li agrada el blau en algun dels seus cent onze tons. És el color que més persones assenyalen com el preferit.



@seselidefarreny



@evallmajo

VERMELL, EL NOM DE LES EMOCIONS

El primer color a rebre nom va ser el vermell. Es creu que, en gairebé totes les cultures, les primeres paraules que van existir denominaven el dia i la nit. Seguidament, l'experiència de la sang i el foc van donar nom al vermell.

És el primer color que els nadons veuen quan neixen i el que distingim amb més facilitat sobre qualsevol fons.

Les emocions són vermelles, i també ho són el sexe i l'amor. El color de les passions intenses transmet calidesa i energia. Representa la ràbia, el descontentament i l'alegria.

El seu poderós simbolisme va fer que l'escollissin per abanderar moviments com el comunisme, el socialisme, el jacobinisme o el nazisme. I la seva efectivitat l'ha fet omnipresent a la publicitat.



@elmirador



@evallmajo

GROC, LA CONTRADICCIÓ DE LA VIDA

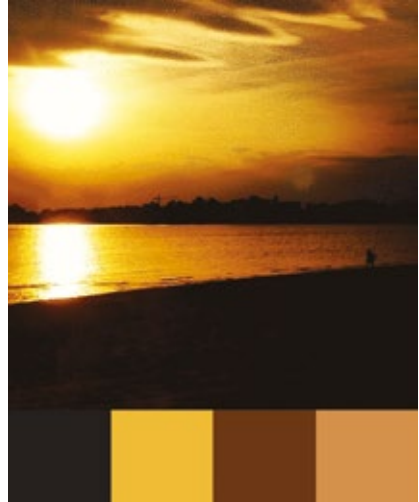
La llum solar es percep groga, tot i que pròpiament no té color. Les connotacions associades a aquest astre solen ser positives o felices, i en diferents cultures el groc és diví, reservat als déus i a les seves representacions terrenals. Però també posseeix associacions negatives: la inseguretat i l'avarícia es representen amb groc; la bilis dels enutjos és literalment un líquid groc que ens fa sentir ràbia.

El groc desprèn festa i alegria, però també hi ha gent que l'identifica amb l'odi, la bogeria, la mala sort, la malaltia, el verí, sobretot si es posa al costat del negre. D'una banda, il·luminació i enteniment, optimisme i alegria. De l'altra, l'enveja, la gelosia i els animals verinosos.

Definitivament, és el color més contradictori de tota la paleta, un color que s'estima o s'odia.



@annet2525



@cuacat

VERD, LA FERTILITAT SAGRADA

La ideologia referent a la naturalesa parteix del verd contínuament. Símbol de la vida i la salut en el sentit més ampli, el verd també s'utilitza per representar la primavera, els negocis d'èxit i la fertilitat pel seu natural vincle visual amb les plantes de tot tipus.

El color de la natura per excel·lència representa també la llibertat a Occident. En canvi, per a un islàmic, és el color sagrat: el color sagrat de Mahoma era el verd i la relíquia més valuosa de l'islam (la bandera santa brodada en or) és verda. Amb aquesta bandera el profeta va conquerir la Meca.

El verd és la vida en estat pur, però també és el color de la tecnologia, el dels soldats i el del *nightshot*. Molts monstres en la ficció occidental solen ser verds per l'associació amb el verí, l'enuig (verd d'ira), els trastorns o la podridura.



@colorscostabrava

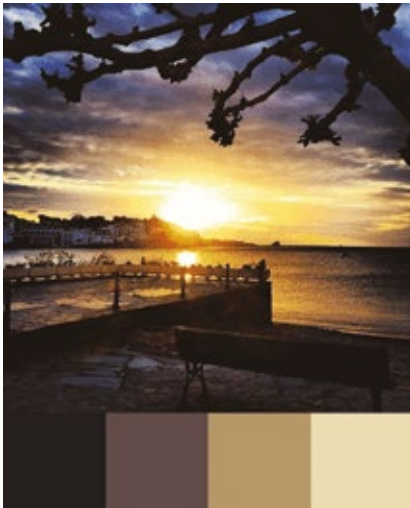


@annitawhite

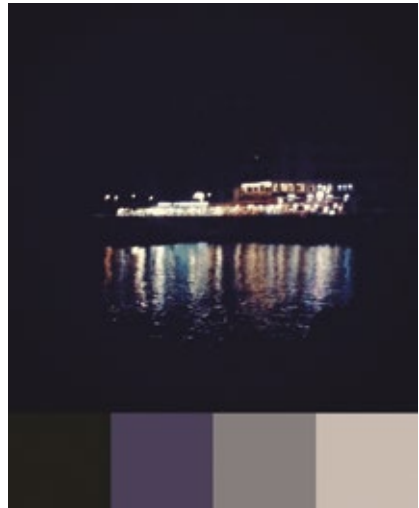
NEGRE, L'ELEGÀNCIA DE LA MORT

En funció de la teoria que s'utilitzi, el negre és considerat un color o l'absència de color. Més enllà d'això, la importància i el significat que se li dóna no es comparen amb cap altre color.

El negre representa la negació i el final de les coses, la il·legibilitat i fins i tot la violència, però al mateix temps és àmpliament utilitzat per la joventut. És el preferit dels dissenyadors i presideix les passarel·les de moda. És el color de la sofisticació i l'elegància.



@albamartinmoreno



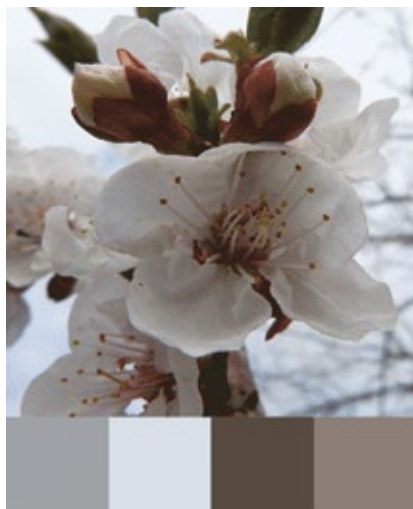
@sergimans

BLANC, L'ESPIRITUALITAT DELS INICIS

Segons el simbolisme tradicional, el blanc és el color perfecte. La llum, l'inici i la resurrecció gairebé sempre es representen amb aquest color, com també la neteja i l'equilibri cos-ment-esperit. Es creu que l'inici de les coses és blanc, per això s'emboliquen els nadons amb aquest color i les núvies el porten.

És el color de les cerimònies d'iniciació, de les festes del Senyor, de la Verge, dels sants àngels i dels confessors. El blanc representa la puresa i la llum; expressa l'alegria i la innocència, el triomf, la glòria i la immortalitat. L'espiritualitat i fins i tot els fantasmes són blancs en el nostre ideari, sempre buits i lleugers, purs i nets.

També és el tint fonamental en les arts visuals perquè proveeix de llum el quadrat, la fotografia o el dibuix.



@evallmajo



@annitawhite

TARONJA, L'EXOTISME DEL CANVI

El seu nom prové d'una fruita exòtica i difícil d'adquirir. D'aquí la idea que les coses taronges són cridaneres, extravertides i incitants.

Tot i aquesta amable percepció, la idea general que es té de les persones que utilitzen el taronja per vestir-se és la d'exhibicionistes o mancats d'atenció. A diferència del negre, que marca distància, el taronja sembla ser una invitació declarada. També s'associa a un sabor intens que pot agradar en alguns moments, però que al cap d'un temps resulta embafador.

D'altra banda, s'associa a una pilota de bàsquet, a un intermitent, a un anunci d'un pis de lloguer, a un semàfor en taronja o a la sirena d'una ambulància. Tots aquests elements anuncien el mateix: un estat de transició, de canvi, un to en moviment constant. En publicitat s'ha utilitzat molt en marques que es volen identificar amb la innovació.



@rinugjpu



@evallmajo

VIOLETA, LA VANITOSA DUALITAT

Durant segles, obtenir aquest color era tan difícil que només persones amb gran poder econòmic podien vestir alguna peça morada. Calia moldre insectes i flors a foc lent, deixar-ho assecar molts dies i barrejar-ho amb altres materials cars per obtenir tan sols uns grams de tint violeta.

La vanitat i la sexualitat pecaminoses s'associen freqüentment a aquest color. En l'ideari simbòlic del violeta existeix una dualitat: s'uneix la masculinitat i la feminitat. Per això el violeta o morat ha servit per representar el moviment homosexual i altres causes d'igualtat de drets com el feminisme.



@cuacat



@cuacat

ROSA, LA DELICADESA ENSUCRADA

El seu nom prové d'una flor a la qual s'associen qualitats típicament femenines: l'encant i l'amabilitat que es converteixen en la fortalesa dels dèbils.

Resulta impossible associar sentiments negatius a aquest color. Fins i tot s'ha comprovat que és més difícil barallar-se amb algú vestit de rosa que fer-ho amb algú que va de vermell. Les imatges roses solen ser suaus, petites, tendres o infantils. També les expressions eròtiques delicades i els nus artístics solen associar-se al rosa, per la seva delicadesa i tendresa.

De totes maneres, un excés d'aquest color pot resultar embafador i vincular-se a valors conservadors que poden ser titllats d'avorrits o cursis.



@colinarosada



@zabas_cris

OR, L'ARROGÀNCIA DEL MATERIALISME

Poca gent l'assenyala com el seu color preferit, però molts objectes desitjats tenen el comú denominador de ser daurats.

Or i diners són conceptes inseparables. Aquest color ens remet a una suposada felicitat comprada i a les possessions que porten la seva brillantor. La fama, el luxe i sobretot la idea del privilegi (l'or és un material escàs i desitjat) són el que els alquimistes van perseguir i encara persegueixen per tot el món.

El món de la publicitat ha privilegiat el color or posant-lo en envasos, papers de cigarrets i caixes de regal, per embolicar productes pretensiosos i amb connotacions socials d'estatus.



@mariapalamos



@patriciacruzmar

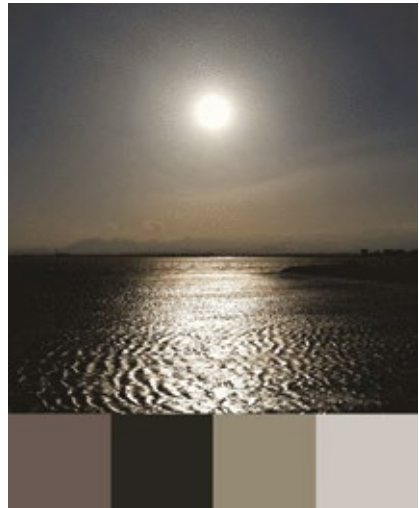
PLATA, LA DISTANT BELLESA

Tot i associar-se al dinamisme i a la modernitat, des de la revolució industrial existeix la recurrent idea que aquest color ocupa "el segon lloc" per excel·lència després de l'or.

És el color dels diners "bruts", en contrast amb la calidesa dels diners daurats. També és l'element astrològic que correspon a la Lluna. S'associa amb la bellesa i l'elegància, però mai no deixa de ser fred i difícil d'aconseguir, característiques pròpies del satèl·lit de la Terra.



@macompte



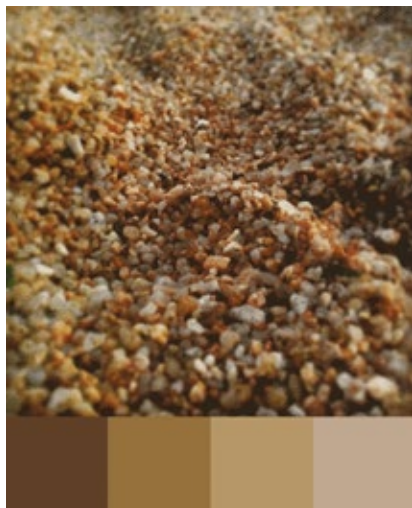
@macompte

MARRÓ, LA PRESÈNCIA SUBESTIMADA

És el color de la Terra, però poques persones el destaquen com el seu color preferit. És, sens dubte, el color més comú, el que es troba més fàcilment. És present en molts objectes de la nostra vida i existeix en més de noranta-cinc tons diferents. Potser per això és el menys apreciat.

S'associa amb la vellesa, amb els sabors forts i amb els materials robustos o espais acollidors. En canvi, és àmpliament acceptat en el món de la moda, ja que les seves possibilitats d'equilibri visual que ofereix quan es combina amb altres colors el fan bàsic en peces i accessoris.

Des de la Segona Guerra Mundial, també té una connotació de bellesa: tenir la pell bronzejada significa que et pots "permetre" unes vacances.



@colorscostabrava



@carmepetit

GRIS, LA DISCRECIÓ DE LA SENZILLESA

Els tests psicològics solen associar el color gris amb l'oblit i la vellesa. En l'actual món audiovisual, ple de colors brillants i de tons cridaners per captar l'atenció de la retina, el gris sembla no trobar el seu lloc. Però, allunyat del consumisme més clàssic, en el món artístic i de la publicitat el gris té un lloc especial gràcies a les tècniques pictòriques, plàstiques i fotogràfiques que basen part de la seva bellesa en el fet d'allunyar-se dels colors cridaners i concentrar-se en un món monocromàtic que es mou entre el blanc, el negre i les seves mitges tintes.



@albamartinmoreno



@crisclarag

05. PALETES CROMÀTIQUES

ELS COLORS AL PATRIMONI ARQUITECTÒNIC DE LA COSTA BRAVA



La utilització del color a l'arquitectura ja és rellevant a l'antic Egipte, a Grècia i Roma, a les catedrals medievals i al barroc. Així ho explica Vosbeck al seu article publicat a la revista "Color Research" el 1984.

The use of color characterized architecture in ancient Egypt, Greece, and Rome, in medieval cathedrals, and in the baroque, rococo, and even Victorian periods (Vosbeck, 1984: 103-105).

En aquest apartat dedicat al color en el patrimoni arquitectònic, volem citar un fragment de la tesi doctoral de Juan Serra Lluch, *Color y arquitectura contemporánea*.

En esta sección se ubican todas aquellas estrategias cromáticas orientadas a interferir en la percepción de la forma arquitectónica en alguna de sus propiedades visuales. Se trata de una interferencia sobre la percepción de la realidad arquitectónica en un primer estadio de conocimiento, en el que únicamente operan mecanismos inconscientes de identificación (Serra Lluch, 2010).

Citant D. K. Ching, Serra Lluch explica que el color afecta la percepció de la geometria de la forma. El recorregut de l'espectador al voltant d'un model suposa un canvi continuat del seu punt d'observació i implica una modificació constant del perfil. Ens acosta al concepte de moviment cromàtic com a factor que pot generar una mutació constant en l'experiència dels espais arquitectònics (Serra Lluch, 2010).

El color dels elements arquitectònics de la Costa Brava el trobem sovint en els materials com les ceràmiques o la pedra. El color a les façanes de les cases i de les construccions dels conjunts arquitectònics proporciona identitats identificadores. Hi ha molts exemples al món del color com a element identificador: la varietat cromàtica del barri de La Boca a Buenos Aires, el blanc i el blau a Grècia, el blau de Xauen, les cases del riu

Onyar a Girona o el Pelourinho a Salvador de Bahia. Trobaríem molts casos on el color identifica un conjunt arquitectònic, un poble, un barri o una ciutat, imprimint-los caràcter, estil i personalitat.

En aquest apartat de l'estudi observarem el color en construccions, grups de construccions i detalls arquitectònics, com ara portes, finestres, rajoles o teulades.

En destacaríem estils com el modernista o el noucentista, i també cal destacar les masies i les cases dels pescadors. En els pobles de vora mar trobem conjunts de cases blanques que conserven un aire mariner, com ara Calella de Palafrugell, Llafranc, Tamaríu, Sa Tuna o Sa Riera.

En aquestes pàgines es reproduïxen imatges de cases modernistes com ara l'actual Hotel Diana de Tossa de Mar, que conserva, encara ara, tot el seu encant també en la seva decoració interior.



@toticasademont



@totxo68



@albamartinmoreno

Els casinos de Cadaqués i de Sant Feliu de Guíxols.



@barcasinodecadaques



@portos49

Sobre el Casino de Sant Feliu de Guíxols, al web del Consell Comarcal de l'Empordà podem llegir:

El Modernismo, con un legado muy disperso en nuestra tierra, se encuentra representado en edificios como el Casino dels Nois y Can Malonis, en Sant Feliu de Guíxols, (...). Las bellas casas de verano de la playa de Sant Pol, en Sant Feliu de Guíxols, y las de S'Agaró son, por su parte, una muestra excelente de la difusión del Novecentismo en nuestra comarca.



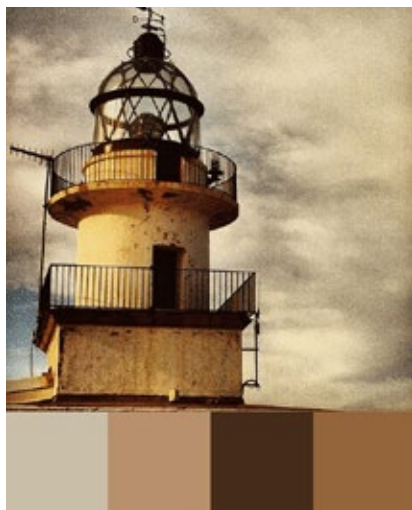
@sitapepis



@sitapepis



@dmartinezcámara



@totxo68

Els fars també han estat reproduïts en les fotografies etiquetades amb #colors-costabrava. A la guia turística *Els fars de Catalunya* de la Generalitat de Catalunya es diu que: “Un far és una torre, construïda arran de la costa, que porta en la seva part superior un llum potent per orientar la navegació. A l’edat mitjana el mot far o faró identificava una foguera que servia de senyal” (2013:10).

En la mateixa guia, es descriu que “la primera navegació fou de cabotatge, és a dir, resseguint la línia de la costa sense perdre-la mai de vista. Només es feia de dia i durant el bon temps. Però a poc a poc es va gosar navegar d’altura, a alta mar, primer de dia i a la primavera i l’estiu, i més endavant de nit i durant tot l’any.

L'origen dels fars cal situar-lo justament en els intents primerencs de navegar de nit. Arribats a la costa, en la claror del dia, els senyals d'orientació estaven donats pels accidents geogràfics: badies, cales, caps i turons. En la foscor de la nit, les alimares aportaven la solució a la manca de visibilitat absoluta" (2013:12).

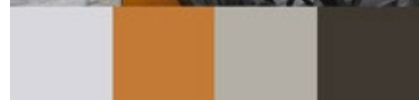
Els detalls amb més presència cromàtica els trobem a les portes, finestres i altres elements més decoratius de l'arquitectura.



@albamartinmoreno



@cescasals



@albamartinmoreno

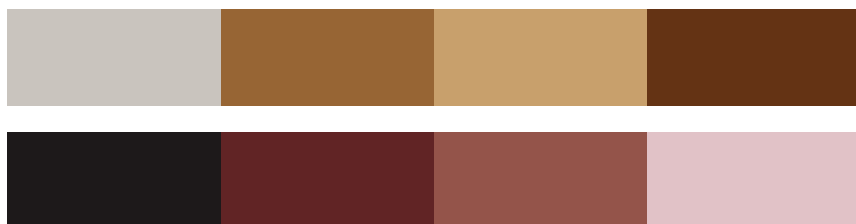


@colorscostabrava



@colorscostabrava

ELS COLORS AL PATRIMONI CULTURAL DE LA COSTA BRAVA



El contingut de l'expressió patrimoni cultural, segons la UNESCO, ha canviat molt en les darreres dècades, en part pels instruments de la mateixa UNESCO. El patrimoni cultural no es limita a monuments i col·leccions d'objectes, sinó que també inclou tradicions o expressions vives heretades dels nostres avantpassats i transmeses als

nostres descendents, com ara tradicions orals, arts de l'espectacle, usos socials, rituals, actes festius, coneixements i pràctiques relatives a la natura i l'univers, i sabers i tècniques vinculades a l'artesanía tradicional.

“El patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida” (www.unesco.org).

El patrimoni cultural immaterial inclou les tradicions heretades del passat però també els usos rurals i urbans contemporanis característics dels diversos grups culturals.



@lidiacasademont



@elmirador

Alguns estudis apunten que la preservació del patrimoni cultural contribueix al desenvolupament sostenible del territori. El document *Contribució del patrimoni cultural immaterial al desenvolupament sostenible*, publicat pel Centre UNESCO de Catalunya, proporciona una tipologia extensa de manifestacions del patrimoni cultural i les posa en relació amb les seves dimensions ambiental, social i econòmica. La classificació dels elements del patrimoni immaterial giren al voltant de cinc epígrafs:

- Tradicions i expressions orals.
- Arts de l'espectacle.
- Pràctiques socials, rituals i esdeveniments festius.
- Coneixements i usos relacionats amb la natura i l'univers.
- Tècniques artesanals tradicionals.



@zabas_cris



@demicolor

Les fotografies analitzades que s'apleguen sota la classificació "Patrimoni cultural" d'aquest estudi han estat triades a partir d'aquests criteris. En aquestes pàgines en podem veure alguns exemples que es recullen més àmpliament a la guia cromàtica. Les imatges ens mostren oficis del camp i de la mar, el treball amb ceràmica, les festes populars amb manifestacions com els castellers o els gegants i els capgrossos, i festes que ens transporten a altres moments de la història com són les festes medievals que celebren alguns pobles. En concret, aquí en reproduïm una imatge de Castelló d'Empúries.



@xsotes



@zabas_cris

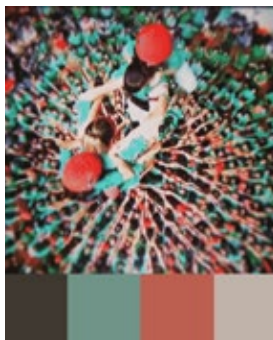
A la idea de *patrimoni cultural* immaterial sumem la idea de patrimoni cromàtic, que, malgrat ser un aspecte tangible de la realitat visual, no és habitual que sigui catalogat com a element patrimonial de manera extensa. Cal dir, però, que algunes destinacions turístiques basen el seu atractiu en identitats cromàtiques que sovint descansen sobre elements de la seva arquitectura, com podem llegir en l'apartat sobre patrimoni arquitectònic. L'aproximació a la catalogació cromàtica del patrimoni cultural no pot ser exhaustiva però sí testimonial. En aquest apartat, hem analitzat aquelles fotografies etiquetades com a #colorscostabrava que copsaven escenes del patrimoni cultural immaterial.



@ramon7costa



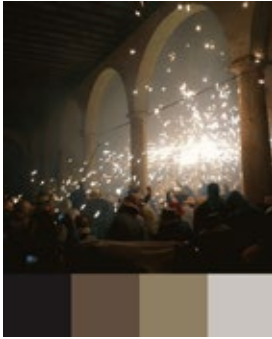
@castelloempuriabrava



@elmirador



@ramon7costa



@demicor



@evallmajo



@cescasals

Per evitar distorsions a la mostra hem separat les fotografies nocturnes de les diürnes. Cal destacar que aquelles que fan referència a la nit tenen com a element principal el foc. El foc és un element característic i imprescindible en el món festiu mediterrani. Durant tot l'any el foc forma part de les festes i és durant la nit de Sant Joan que la seva força es fa més present, quan les fogueres il·luminen el cel durant la nit més curta de l'any.

També el foc pirotècnic es troba present a tot el territori a través dels balls de diables, els dracs i les bèsties de foc que participen en multitud de festes majors i correfocs.

Els focs d'artifici o focs artificials també s'han patrimonialitzat. A la Mediterrània europea han esdevingut mostres del patrimoni popular dels pobles que l'habiten, amb especial incidència al País Valencià, Catalunya, Itàlia i Malta. En el cas que ens ocupa, destaca el Concurs de Focs d'Artifici de la Costa Brava – Trofeu Vila de Blanes, un dels més reconeguts de l'Estat espanyol.



@crisclarag



@kusfri

Oficis, festes, tradicions i tècniques són algunes de les manifestacions del patrimoni immaterial que es recullen en aquestes fotografies. Tot i la diversitat cromàtica de les fotografies d'aquesta categoria utilitzades a la mostra, la paleta diürna més representativa fa emergir els colors de la terra.



Pel que fa a la paleta cultural nocturna, els colors resultants els podríem situar en la gamma del vermell. Són colors de passions intenses que representen l'alegria i la festivitat. Com s'ha dit, es creu que, en gairebé totes les cultures, les primeres paraules que van existir denominaven el dia i la nit. Seguidament, l'experiència de la sang i el foc van donar nom al vermell.



ELS COLORS AL PATRIMONI GASTRONÒMIC DE LA COSTA BRAVA



L'alimentació està vivint un procés de patrimonialització, en què la gastronomia es converteix en un patrimoni com a element d'identitat. Darrere de la cuina catalana actual hi ha la història d'un país, un territori, una manera de ser i de fer. És per aquest motiu que s'ha presentat la candidatura a la UNESCO, per tal de ser reconeguda com a Patrimoni Immaterial de la Humanitat.

La relació del color i la gastronomia pot plantejar-se en molts sentits. En aquesta recerca ens centrem en el color com a element que identifica uns productes, una manera de cuinar, una manera de menjar; en definitiva, una manera d'entendre i de gaudir de la gastronomia en un territori concret: la Costa Brava.

L'alimentació no és només un objecte nutritiu, sinó que també té un significat simbòlic per a cada societat. Segons Schülter (1989), l'element cultural de l'alimentació d'alguna manera és la gastronomia: l'home comença per transformar-lo i origina tradicions culinàries que només es modifiquen lentament amb el temps.

La cuina de la Costa Brava forma part, tot i que amb personalitat i aroma pròpies, de la cuina mediterrània. Es caracteritza per la qualitat i la singularitat dels productes que utilitza, i la combinació entre el que produeix la terra i el que proporciona el mar.



@colorscostabrava



@colorscostabrava



@elmirador



@gemima28

Igor de Garine ens diu al pròleg del llibre *El color en la alimentació mediterrànea* (Barusi, A., Medina, X. i Colestani, G., 1998):

El color en la cocina mediterrànea es apenas objeto de una voluntad creadora. Se trata de una realidad, no de un esfuerzo por realizar una obra plástica. El ambiente general, la alegría, el carácter estacional de los recursos determinan en cierto modo la coloración de los platos corrientes (Igor de Garine, et al., 2014).

La varietat de productes i la creativitat en l'elaboració fan que el patrimoni gastronòmic de la Costa Brava sigui molt ric cromàticament.



@lidiacasademont



@evallmajo



@xeviesteve



@mcarabasa

Quan parlem de la Costa Brava no podem deixar d'esmentar la presència dels millors restaurants del món. Primer, El Bulli, de Ferran Adrià, a cala Montjoi (Roses). I actualment, El Cellar de Can Roca, dels germans Roca, a Girona. Aquests xefs i moltíssims d'altres han aportat a la cultura gastronòmica de la Costa Brava un segell de qualitat. Però la cultura gastronòmica va des de propostes de renom internacional, passant per restaurants amb una gran varietat de cuines (catalana, mediterrània, de proximitat, d'autor, etc.), fins a rituals com el vermut o la compra al mercat.



@albamartinmoreno



@elmirador

Tampoc no podem oblidar un element molt propi de la gastronomia de la Costa Brava: la cultura del vi.



@danielarbos



@emmaginepictures

La paleta gastronòmica és vermellosa com les gambes de Palamós o com els productes tan característics de la dieta mediterrània, com el pebrot o el tomàquet.

ELS COLORS AL PATRIMONI NATURAL DE LA COSTA BRAVA

La clau cromàtica del patrimoni natural del prelitoral de la Costa Brava descansa sobre dues variables: les característiques geogràfiques del terreny i el clima mediterrani suau. A la guia de la Costa Brava editada per la Generalitat de Catalunya podem llegir descripcions com aquestes, que reproduïm tot seguit:

La zona nord de la Costa Brava es correspon amb la comarca de l'Alt Empordà, un territori que és i ha estat la porta d'entrada a Catalunya. L'Alt Empordà abasta un litoral d'aigües molt clares, envoltades als seus extrems nord i sud d'un relleu força accidentat –l'Albera i el cap de Creus, i el massís del Montgrí– amb un interior fèrtil de planes suaus i cultius. Geogràficament, comença a l'Albera, una serra de sureres, vinyes i oliveres que recull els darrers contraforts dels Pirineus i arriba a la Mediterrània a l'abrupta península del cap de Creus, declarat parc natural per la seva configuració geològica singular, amb formacions capricioses a causa de l'erosió eòlica (2013: 10).

El Baix Empordà es correspon amb la zona central de la Costa Brava i s'inicia al massís del Montgrí, una muntanya que la gent de la zona coneix com el cap del bisbe. A tocar del Montgrí, s'estén la plana al·luvial del Ter, que desemboca prop de l'Estartit, en una rica extensió de conreus cap a l'interior, seguint les conques del Ter i del Daró. Al sud, després de la llarga platja de Pals, la serra de les Gavarres arriba al mar formant una costa molt accidentada amb cales delicioses: des de Begur fins a la badia de Palamós. Passat Palamós, a la vall d'Aro, la costa torna a ser accidentada (2013: 18).

De Begur a Palamós s'estén una de les zones més agrestes de la Costa Brava (2013: 22).

L'extrem sud de la Costa Brava forma part de la comarca de la Selva. El paisatge honora el seu nom amb boscos, rieres, fonts d'aigües termals i una costa amb alts penya-segats (2013: 26).

Totes aquestes particularitats geogràfiques i climàtiques permeten a l'home una determinada activitat i, en definitiva, configuren la riquesa cromàtica del patrimoni natural de la Costa Brava.

ELS COLORS AL PATRIMONI NATURAL DE LA COSTA BRAVA: CAMP



Tot seguit en veiem una petita mostra que va des de les oliveres i els tarongers fins a cultius com ara el blat o la colza.



@cuacat



@mirador2013

El groc dels camps de colza a la primavera o el dels gira-sols a l'estiu són molt característics dels camps propers a la Costa Brava.



@evallmajo



@mire_saro

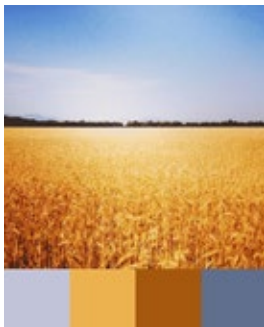
Els cultius fan que la varietat cromàtica sigui canviant en funció de l'època de l'any. Així, el patrimoni cromàtic de la Costa Brava pot esdevenir una eina de desestacionalització. L'arròs, el blat, la colza, el sorgo, l'ordi o la civada són alguns dels cultius que entapissen els camps propers a la Costa Brava i en varien el color en funció de l'època de l'any. A més de ser una activitat econòmica del sector de l'agricultura, pinten de colors diversos la realitat.



@evacurli



@anitawhite



@brisaigua10



@calsabaterdordis

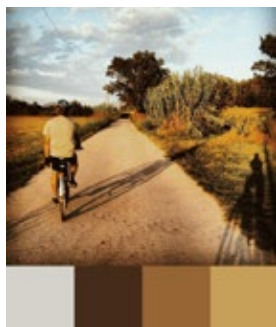
La Costa Brava i els territoris adjacents compten amb una gran varietat cromàtica donada per la gran varietat de terrenys que, com podem veure a les imatges següents, van des de paisatges més boscosos fins a planures d'aiguamolls on es poden fer activitats com l'observació d'ocells.



@albamartinmoreno



@demicor

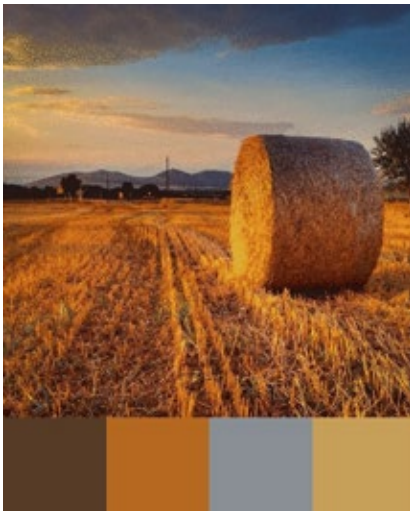


@tramuntana17



@catalunyaexperience
@costabravapirineu

La paleta resultant de totes les fotografies que s'apleguen dins d'aquest epígraf guarda un equilibri entre els verds de la vegetació i els blaus del cel. Aquests són els colors quantitativament més presents en aquestes fotografies. No obstant això, podem observar en algunes fotografies altres paletes riques en colors terra i daurats. És interessant destacar el punt de vista dels instagramers que han etiquetat amb #colorscostabrava els paisatges i que amb la seva mirada ens acosten a una gran varietat de cultius i espais que van des de les planes fins als cims amables de la Costa Brava.



@suecsuecsuec



@cuacat

ELS COLORS AL PATRIMONI NATURAL DE LA COSTA BRAVA: FLORA I FAUNA



En el cas de les varietats de flors hem de distingir aquelles que són cultivades i les que trobem de manera espontània al camp: les flors silvestres. Volem també destacar espais que estan dedicats a jardins de gran vàlua botànica i estètica com ara el Jardí Botànic Marimurtra a Blanes o els jardins de Cap Roig a Calella de Palafrugell. Ambdós jardins miren al mar i gaudeixen del clima mediterrani.

Els instagramers que han participat en la captura dels colors de la Costa Brava han mostrat la seva sensibilitat acostant-se amb molta delicadesa als colors de les flors. Cal dir que les plantes i les flors ens han proporcionat tot un seguit de paletes molt riques, com podem veure en aquestes imatges seleccionades, que no estan reflectides en la paleta global d'aquest apartat. El color verd és el color que associem a la vegetació. Com diu Varichon al seu llibre *Colores. Historia de su significado y fabricación*:

El color verde suele ir unido a la vegetación. Pero ésta no es verde para todo el mundo y el color se inscribe a veces en sistemas de asociaciones mucho más complejos. [...] Para los pueblos que habitan regiones tropicales, la vegetación es azulada. Los que viven en entornos áridos asimilan más bien el verde al amarillo y reservan el término "verde" a los turquesas o al cielo del crepúsculo (Varichon, 2005: 199-200).

Aquesta citació la podem veure reflectida a les dues paletes de les fotografies reproduïdes, totes elles de vegetació de la Costa Brava.



@txellgardella



@xeviesteve

Tot plegat canvia quan entren en escena les flors. Els grocs dels clavells i els gira-sols, els rosats dels geranis o de les berbenes, els blancs i grocs de les margarides, els vermells de roses i roselles... Si alguna cosa tenen les flors és exuberància cromàtica.



@cooper_morris



@betibru



@colorscostabrava



@annet25



@betibru

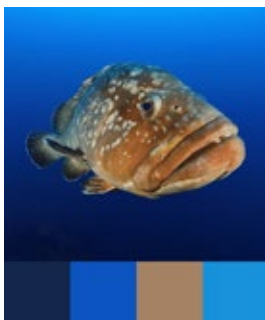


@colinarosada

Els amants dels animals trobaran llocs com ara els Aiguamolls de l'Empordà per portar a terme observacions d'aus en diverses temporades de l'any seguint les migracions que descansen en aquestes terres, un altre actiu per a la desestacionalització. La Costa Brava ofereix també zones marítimes de gran bellesa. Hem de destacar un dels instagramers que ens ha apropat als fons marítics, @davidantoja, del qual reproduïm alguna de les fantàstiques fotografies.



@davidantoja



@davidantoja



@cescasals



ELS COLORS AL PATRIMONI NATURAL DE LA COSTA BRAVA: MAR



La Costa Brava és sol, platja, cales tranquil·les, camins de ronda, viles marineres, activitat nàutica, pobles de salut, nuclis amb personalitat pròpia, centres d'oci i molt més. És clima mediterrani i paisatge de roques i penya-segats. Costa Brava és “des de temps immemorials, una locució pròpia de gent de mar. En els medis mariners es deia i es diu «costa brava» tota costa abrupta i rocosa, de característiques anàlogues a la costa de Mallorca i a la gironina. El nom potser no té arrel popular, però és d'origen mariner, que, a la costa catalana i en el segle dinovè, és una forma d'arrel popular” (Garcia-Arbós, 2011).



@dolo_m



@albamartinmoreno

Com s'explica a la Viquipèdia, "el caràcter de les platges, molt sovint formades per cales tranquil·les de sorra gruixuda i aigües calmades, atrau els visitants a les costes de les comarques de l'Alt i el Baix Empordà i de la Selva. El perfil agrest de les roques i els penya-segats que les envolten i les pinedes que gairebé arriben fins a la mar doten la Costa Brava d'una personalitat única. Entre els principals centres turístics hi ha les localitats de Roses, l'Escala, l'Estartit, Calonge, Blanes, Lloret de Mar, Platja d'Aro, Sant Feliu de Guíxols o Palamós, a més de les viles marineres de Cadaqués, Port de la Selva o Palafrugell".

Com és evident, aquestes particularitats geogràfiques i climàtiques condicionen els colors del paisatge. Més enllà dels blaus i els verds del mar i la vegetació, ens trobem amb colors terrosos i argilosos de les roques.



@danielarbos



@evallopart



@colorscostabrava



@gemima28

La qualitat de les sorres i les aigües està reconeguda per les nombroses concessions de banderes blaves del litoral gironí. El respecte mediambiental s'ha demostrat també amb l'obtenció de la validació EMAS per part de diverses platges de les localitats de Roses i de Calonge-Sant Antoni. Així mateix, les platges de Calonge, Lloret de Mar i Fenals han merescut el certificat "Q" de qualitat turística.



@barcelonauta



@colorscostabrava

La majoria de pobles de l'Alt i el Baix Empordà són petits nuclis que, tot i l'empenta del turisme, han sabut mantenir el seu caràcter de vila de litoral estretament unida al mar. Per als habitants de pobles com Portbou, Colera, Llançà, el Port de la Selva, Cadaqués, Empuriabrava o Palafrugell i Palamós el mar constitueix un element bàsic en l'harmonia del paisatge i el manteniment d'activitats i infraestructures marítimes, com la presència de llotges de peix, barraques de pescadors, casetes de bany, flotes pesqueres o elements propis de la cultura marinera. Això fa que aquesta tipologia de nuclis tingui un patrimoni cromàtic singular.



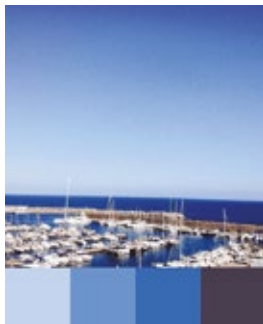
@joantriasva



@alienalena



@albamartinmoreno



@brisaigua10



@casa_del_mar_h



@cavalletsdemar



@frankie1064



@demicor

En aquesta categoria cal destacar el Parc Natural del Cap de Creus, que ofereix la visió de la serralada pirenaica submergint-se a la Mediterrània i que presenta un litoral escarpat amb més de 300 espècies de peixos i prats, així com boscos a l'interior que permeten l'observació d'aus migratòries.

Una altra àrea de valor natural són les illes Medes, un petit arxipèlag situat a la zona centre de la Costa Brava, al municipi de Torroella de Montgrí (el Baix Empordà) i a poca distància del massís que duu el mateix nom. Està format per set illots que es caracteritzen per la gran riquesa del seu ecosistema marí. La proximitat de la costa i la desembocadura del riu Ter aporten a aquestes illes una gran quantitat de matèria orgànica, fet que permet la varietat de flora i fauna típica de les Medes. És un escenari privilegiat per a la pràctica del submarinisme.



@colome_nadal



@cuacat

Entre platges envoltades de vegetació i cales amagades, trobem 199 ubicacions en el litoral de les comarques de la Costa Brava, segons la Diputació de Girona. L'extensió del territori, les condicions geogràfiques i climàtiques i la multiplicitat de mirades dels instagramers que han col·laborat en el projecte aporten una bellesa cromàtica molt variada del patrimoni natural del mar: els blaus intensos del mar i el cel, la personalitat tonal de la tramuntana, els blancs del trencament de les onades o de les barques dels pescadors, els blaus foscos del fons marí, els marrons de les roques erosionades per les onades, els verds de la vegetació, els colors vius de les boies... De totes maneres, la immensitat del mar fa que el blau, en les seves diferents tonalitats, prengui protagonisme en aquesta categoria.



@brisaigua10



@bthvm



@raquelcoba



@dmarcosmunt



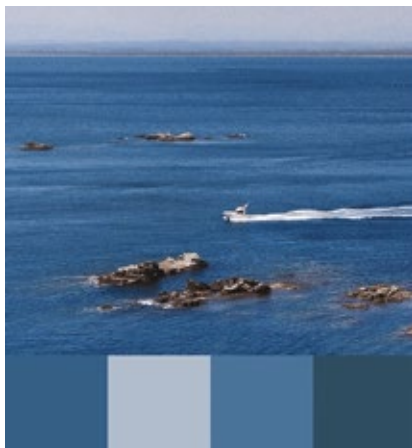
@andega25



@dmartinezcamara



@dmartinezcámara



@cuacat



@evallmajo



@costabravapirineu

ELS COLORS AL PATRIMONI NATURAL DE LA COSTA BRAVA: POSTES



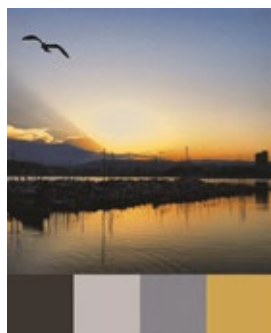
El text "Puesta de sol", de Mercedes Moya Herrero, publicat a la revista cultural "Contraluz", descriu molt bé el canvi i la gran varietat de colors que té el paisatge natural marítim quan surt o es pon el sol.

Que no se me olvide ninguna cosa, que si no escribo yo este ocaso, habrá muerto un día de claridad, con un final espléndido para nada, que no se me olvide el color del hierro candente del último instante de luz, que no se me olvide el derramarse en púrpura de las olas, a su rastro frente a mis pies, el azul turquesa del mar bajo los vestigios de sol, la huida sincopada del tiempo y el astro de fuego, el borrarse el cielo sobre mí y ante mis ojos después de un derroche de infinitas violetas, que lo contaminaron todo con su color: la arena, las barcas que en ella reposaban, la caseta de pescadores antes de un blanco cal, immaculado, la bruma y el mar, todo es rosa y violeta, el velo que de ese color me borra las montañas del cabo, cediendo a la ilusión de que todo se volvió horizonte de mar, que no hay fin, que no existe la nada sino el infinito.

El rosa allá da paso al gris, y el mar se vuelve plomífero y metalizado y su opacidad enciende la luna. Esta noche toca luna mora, con su halo de bruma brillante y redondo y su estrella como un lunar encendido, como una bujía.

En occidente aún existe el último rubor de luz, antes de la oscuridad violenta, el cielo donde el sol se esconde enseña por breves instantes el rojo más rabioso, como un destello de luz antes de un apagón, y de pronto empieza a envolvernos la oscuridad y el viento que trae consigo un manto de humedad como polvo de agua casi instantáneo y nos alfombra el camino, con el último hálito de luz solar. (Herrero, M., 2004).

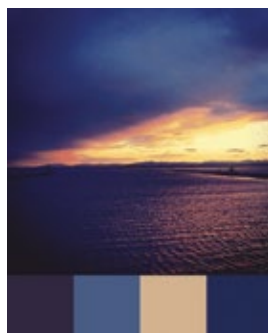
La mostra de fotografies d'aquesta categoria exemplifica aquest canvi cromàtic que pateix el paisatge quan passem de la nit al dia o al revés.



@denicor



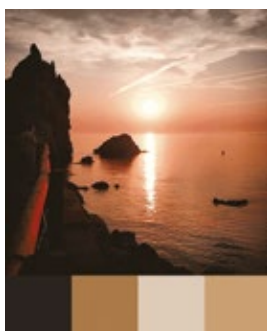
@ermessenda0



@cuacat



@colome_nadal



@conxiiviri

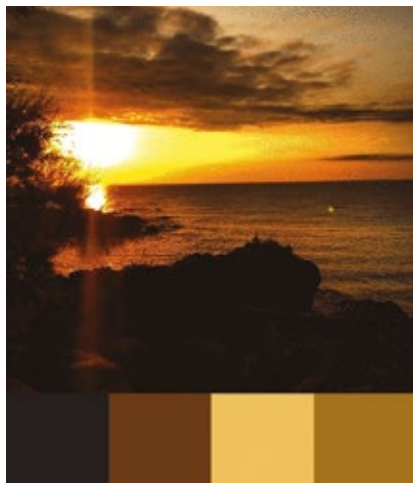


@paulatossa

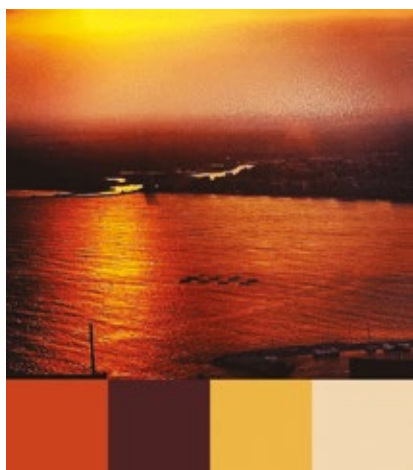
Tenint en compte la majoria de fotografies que conformen la mostra de les postes, els colors ens donen una paleta amb predominança del taronja, el color del canvi.



@evallmajo



@ferelvi



@cuacat



@dgm14

06. RESULTATS DE LES ANÀLISIS CROMÀTIQUES

Com s'explica a la metodologia d'aquest informe, s'ha partit d'una mostra d'11.104 fotografies i n'han estat analitzades 5.949 organitzades temàticament. Després d'un altre procés de selecció, 692 fotografies s'han imposat com la mostra més representativa. Tot seguit us mostrem alguns dels resultats obtinguts, que reflecteixen la presència de determinats colors en les imatges analitzades. Els colors es presenten amb la seva referència Pantone.

Les anàlisis globals reflecteixen tots els colors que es troben a les imatges i que han trobat el seu paral·lel en referència als Pantone. Això vol dir que un color que apareix en un tant per cent baix també apareix en els resultats finals. Cal dir que un percentatge baix de superfície pot significar una presència important en nombres totals, ja que ha estat analitzada la superfície de totes les fotografies de la mostra de cada categoria. Cal dir també que la percepció humana i la notorietat d'un color no sempre estan subjectes a la quantitat present en la imatge. I que la percepció humana i la lectura digital difereixen. L'experiència del color és molt subjectiva, i calia fer una lectura mesurable dels colors de les imatges analitzades. No obstant això, les paletes triades per representar una categoria o per elaborar la guia cromàtica ho han estat a partir del criteri humà, que inclou variables subjectives. És a dir, els resultats obtinguts que es presenten en aquest apartat, a l'hora de ser aplicats a la guia cromàtica o a altres accions de difusió, han passat per un filtre humà que n'ha valorat la pertinença, la funcionalitat, l'aplicabilitat, el grau d'identificació, etc., i finalment s'han proposat les paletes seleccionades.

ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI ARQUITECTÒNIC



color	pantone
	PANTONE130-1-1 C
	PANTONE53-2-2 C
	PANTONE81-1-1 C
	PANTONE72-3-1 C

Les anàlisis dels totals presenten una gran varietat cromàtica en totes les categories analitzades. Per superfície, els colors que ocupen els primers llocs en el rànquing total són, en el cas del patrimoni arquitectònic, els propers als blancs, que es tradueixen en tons de gris a les ombres, i alguns colors molt foscos que reflecteixen les zones més obscures de les imatges. Les zones més fosques són molt importants, ja que per contrast posen en valor els colors que les envolten, proporcionen el volum, marquen les línies de tensió i dirigeixen la mirada de l'espectador.



color	pantone	% en la imatge
	PANTONE92-1-1 C	65.907
	PANTONE70-5-2 C	13.752
	PANTONE70-5-3 C	12.581
	PANTONE163-2-3 C	7.760

@albamartinmoreno



@barcasinocadaques

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE64-1-1 C	35.579
	PANTONE51-4-7 C	28.275
	PANTONE85-1-2 C	18.353
	PANTONE74-1-5 C	17.793



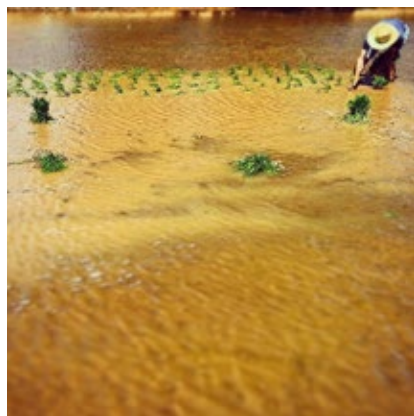
@dgm14

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE146-1-2 C	31.613
	PANTONE145-1-1 C	24.247
	PANTONE146-1-3 C	24.214
	PANTONE148-1-6 C	19.926

ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI CULTURAL DIA



color	pantone
	PANTONE157-1-1 C
	PANTONE13-4-5 C
	PANTONE144-1-3 C
	PANTONE13-5-6 C



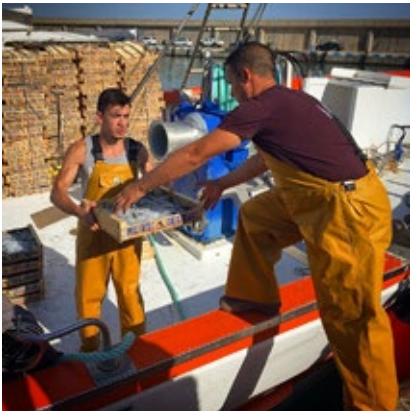
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE143-1-3 C	49.226
	PANTONE144-1-5 C	38.994
	PANTONE147-1-3 C	5.982
	PANTONE145-2-3 C	5.799

@zabas_cris



@carnepetit

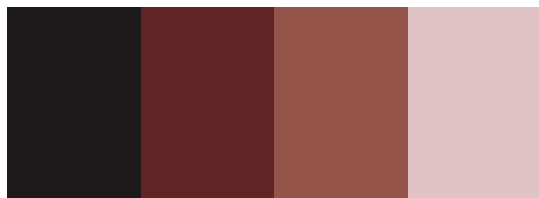
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE157-1-6 C	40.789
	PANTONE162-2-2 C	29.311
	PANTONE141-2-3 C	19.060
	PANTONE148-1-3 C	10.840







@demicolor

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE156-1-7 C	47.990
	PANTONE141-2-3 C	20.179
	PANTONE13-3-5 C	17.059
	PANTONE154-1-1 C	14.772





ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI CULTURAL NIT



color	pantone
	PANTONE159-1-7 C
	PANTONE23-5-6 C
	PANTONE16-4-4 C
	PANTONE23-4-1 C







@franvier67

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE159-1-7 C	46.872
	PANTONE32-5-6 C	28.114
	PANTONE38-1-1 C	13.105
	PANTONE32-3-6 C	11.909







@sitapepis

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE51-5-7 C	48.646
	PANTONE36-1-7 C	27.611
	PANTONE16-3-6 C	13.432
	PANTONE32-4-3 C	10.312





ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI GASTRONÒMIC



color	pantone
	PANTONE16-5-7 C
	PANTONE16-5-1 C
	PANTONE19-1-7 C
	PANTONE10-1-1 C

La gastronomia de la Costa Brava és tan rica en sabors com en colors. De la mateixa manera que la riquesa cromàtica del patrimoni natural es basa en el mar i i la terra, la gastronomia també gaudeix d'un equilibri proporcionat pels ingredients provinents d'aquests entorns. La síntesi d'aquesta comunió la trobem en plats que fan honor al "mar i muntanya" barrejant ingredients com la carn i el peix.







color	pantone	% en la imatge
	PANTONE150-2-7 C	42.063
	PANTONE145-2-2 C	23.540
	PANTONE16-3-6 C	18.417
	PANTONE149-1-1 C	15.980

@colorscostabrava







@colorscostabrava

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE16-2-7 C	27.464
	PANTONE16-5-6 C	25.950
	PANTONE159-1-7 C	23.973
	PANTONE7-3-2 C	22.613







@cescasals

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE16-5-7 C	33.516
	PANTONE16-5-1 C	23.367
	PANTONE19-1-7 C	21.982
	PANTONE10-1-1 C	21.135





ELS RESULTATS: PRESÈNCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI NATURAL: CAMP



color	pantone
	PANTONE127-5-7 C
	PANTONE128-1-4 C
	PANTONE136-1-2 C
	PANTONE128-1-1 C

Els camps més propers a la Costa Brava muten de colors en funció de la temporada de l'any, de les estacions o dels cicles dels cultius que s'hi fan.







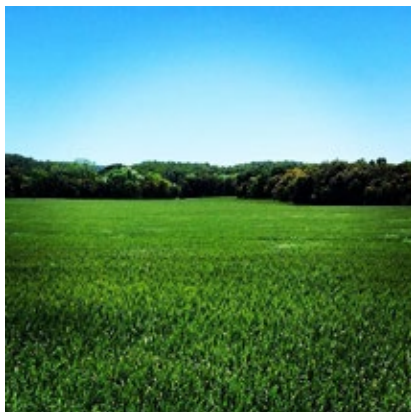
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE148-1-6 C	33.864
	PANTONE13-3-5 C	27.944
	PANTONE164-2-5 C	26.178
	PANTONE142-1-2 C	12.014

@suecsuec







@demicolor

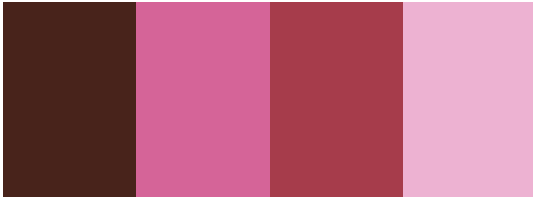
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE92-1-2 C	33.267
	PANTONE156-1-4 C	28.150
	PANTONE159-1-7 C	19.919
	PANTONE135-4-6 C	18.664







@xeviesteve

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE119-3-6 C	38.889
	PANTONE128-1-4 C	21.929
	PANTONE84-1-1 C	20.209
	PANTONE87-1-2 C	18.973





ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI NATURAL: FLORA I FAUNA



color	pantone
	PANTONE16-5-7 C
	PANTONE33-1-2 C
	PANTONE23-3-6 C
	PANTONE30-1-1 C

A la imatge següent es pot comprovar com per a l'ull humà la presència del groc és important i, en canvi, no hi ha suficient superfície d'aquest color per tal que aparegui a la paleta dels quatre primers colors de la imatge.







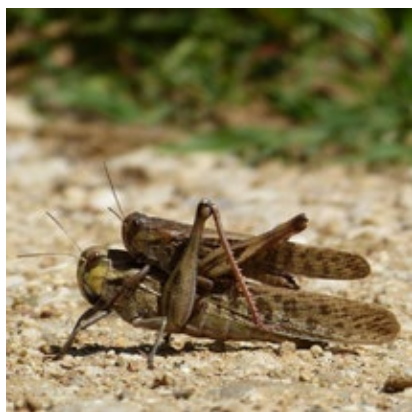
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE135-4-7 C	34.209
	PANTONE26-1-2 C	30.555
	PANTONE21-2-6 C	18.261
	PANTONE145-1-2 C	16.974

@annet2525







@colorscostabrava

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE16-5-7 C	46.122
	PANTONE33-1-2 C	24.152
	PANTONE23-3-6 C	16.168
	PANTONE30-1-1 C	13.558





@evallmajo

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE151-2-5 C	37.518
	PANTONE141-2-1 C	30.230
	PANTONE152-1-4 C	18.440
	PANTONE145-2-2 C	13.812





ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI NATURAL: MAR



color	pantone
	PANTONE68-1-5 C
	PANTONE70-5-3 C
	PANTONE86-1-2 C
	PANTONE75-1-1 C

El mar no és blau. Una àmplia paleta de blaus i verds sorgeix de les aigües de la Costa Brava.







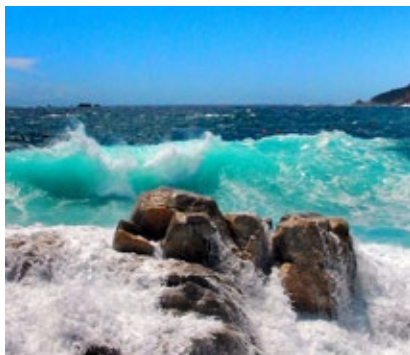
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE104-3-2 C	35.513
	PANTONE105-4-2 C	26.209
	PANTONE135-4-2 C	23.033
	PANTONE131-2-5 C	15.245

@faith1623







@mueslicoco

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE156-1-7 C	36.220
	PANTONE158-1-1 C	30.996
	PANTONE163-2-1 C	17.474
	PANTONE13-4-4 C	15.309



@venturadurall





color	pantone	% en la imatge
	PANTONE85-1-2 C	35.538
	PANTONE160-1-1 C	29.268
	PANTONE82-4-5 C	17.877
	PANTONE82-3-5 C	17.316

En el patrimoni cromàtic de la costa els primers colors també apareixen molt fragmentats pel que fa a la seva presència en relació amb el total. En les fotografies amb plans panoràmics, les ombres i els contrallums abunden. Això fa que els primers blaus no arribin ni a un 2% de presència en la superfície analitzada de totes les imatges que conformen la categoria "mar". Els colors més foscos sorgeixen de les zones més fosques de les imatges, com seria el cas del Pantone Black i altres Pantone que, tot i els matisos de color que presenten, són variants del negre.

Cal precisar que, tot i que molts colors semblen iguals a l'ull humà, no són idèntics. Així ho llegeix la màquina i el sistema de numeració de Pantone.




ELS RESULTATS: PRESENCIA DELS COLORS EN EL PATRIMONI NATURAL: POSTES



color	pantone
	PANTONE16-5-6 C
	PANTONE16-2-7 C
	PANTONE Neutral Black C
	PANTONE13-1-5 C

Podríem anomenar-la l'hora taronja, en alguns llocs de la costa l'anomenen s'hora baixa, i quan es donen les bones condicions climatològiques ens regala un espectacle cromàtic. Veurem, però, que no totes les postes o sortides de sol són ataronjades; també els daurats, els malves, els rosats o els blaus hi són presents.







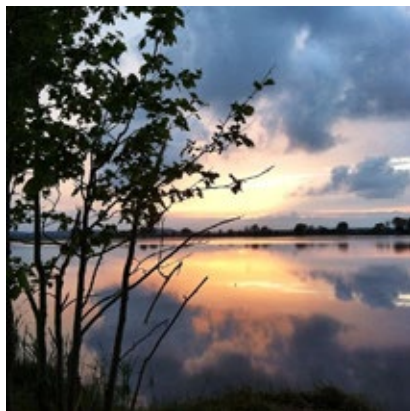
color	pantone	% en la imatge
	PANTONE159-1-7 C	36.993
	PANTONE8-1-3 C	25.454
	PANTONE13-5-6 C	21.177
	PANTONE13-3-3 C	16.375

@cuacat







@conxiviri

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE Neutral Black C	35.026
	PANTONE 146-1-1 C	29.943
	PANTONE 16-4-3 C	18.009
	PANTONE 148-1-5 C	17.023



@elfardelamola

color	pantone	% en la imatge
	PANTONE Neutral Black C	30.863
	PANTONE 63-2-2 C	27.492
	PANTONE 165-2-2 C	22.068
	PANTONE 162-1-3 C	19.578

Contràriament a les imatges del patrimoni arquitectònic, on prenen rellevància els colors clars, en els resultats globals de les postes s'observa que hi predominen els colors foscos. Els colors més foscos, en aquest cas, actuen de reveladors dels valors cromàtics que s'esmenten al costat. Encapçala el rànquing el Pantone Neutral Black C.

07. BIBLIOGRAFIA

Albers, J. (1982). *La interacción del color*. Madrid: Alianza.

Aguirre, F.E. (2010) "Color y percepción. Aproximación fenomenológica al estudio del color" dins *El arte de comprender(se). Aproximación hermenéutica a la enseñanza del diseño*. Mèxic: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Ball, Philip (2003) *La invención del color*, Turner. Madrid: Fondo de cultura económica, Mèxic.

Baraut, Ingrid (2013) *Turistes mobilitzats. El turisme cultural a la societat digital mòbil*. Disponible a <http://hdl.handle.net/10256/8473>

Barusi, A.; Medina, F.X.; Colesanti, G., eds. (1998) *El color en la alimentación mediterránea: elementos sensoriales y culturales de la nutrición*. Vol. 115. Icaria Editorial.

Bassat, L. (2002) *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Plaza & Janés Editores, SA.

Bischoff, U. (2000) *Edvard Munch. 1863-1944. Cuadros sobre la vida y la muerte*. Colònia: Taschen.

Colors en sèrie és un programa dirigit per Mai Balaguer i Òscar Lorca que es va difondre per TV3. Està realitzat, en bona part, per l'equip de programes com Silenci?, 3r 3a i Afectes sonors. Consta de deu capítols de 20 minuts de durada. Cada capítol és un monogràfic sobre un color. <http://www.tv3.cat/programa/221468855/Colors-en-serie>

Costa Brava, Departament d'Empresa i Ocupació. Direcció General de Turisme, 2013. http://empresaiocupacio.gencat.cat/web/.content/20_-_turisme/publicacions/documents/arxiu/doc_27788409_1.pdf

Costa, J. (1989) "Les variables expressives del color en el disseny gràfic" dins *La Cultura Arquitectònica. El discurs del disseny. El disseny i la seva història*. ELISAVA Escola Superior de Disseny. Disponible a <http://td.elisava.net/coleccion/la-cultura-arquitectonica-el-discursdel-disseny-el-disseny-i-la-seva-historia/costa>.

Garcia-Arbós, S. (2011) *Guia Gastronòmica*. Girona: Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

Heller, E. (2004) *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hemetsberger, A. (2003) *When consumers produce on the internet: the relationship between cognitive-affective, socially-based, and behavioral involvement of prosumers*. *The Journal of Social Psychology*.

Herrero, M. (2004) "Puesta de sol" dins *Contraluz: Revista de la Asociación Cultural Arturo Cerda y Rico*, 1:243-244.

Imdahl, M. (1996) *Couleur. Les écrits des peintres français de Poussin à Delaunay*. París: Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

Pritchard, A.; i Morgan, N. J. (2001) "Culture, identity and tourism representation: Marketing Cymru or Wales?" dins *Tourism Management*, 22:167-179.

Puig Borràs, N. (2013) "Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan" dins *Communication Papers –Media Literacy & Gender Studies*, vol. 2, 3: 83-85.

Puig Borràs, N. (2011) "Emociones, arte y estética en la publicidad" a *Institut de la Comunicació (InCom-UAB)*. Disponible a http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=67.

Puig Borràs, N. (2011) "Las emociones en la comunicación publicitaria de los destinos turísticos" dins *Manual de comunicación turística. De la información a la persuasión de la promoción a la emoción* (coord. Jordi de San Eugenio). Documenta Universitaria.

Ricarte, J.M. (1999) *Creatividad y comunicación persuasiva*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.

Richards, G. (2012) *Nous camins per al turisme cultural?* Barcelona: ATLAS.

San Eugenio, J. de (2011) "Comunicación y territorio" dins *Manual de comunicación turística. De la información a la persuasión de la promoción a la emoción* (coord. Jordi de San Eugenio). Documenta Universitaria.

Sáez, A. (1999) *De la representació a la realitat. Propostes d'anàlisi del discurs mediàtic*. Barcelona: Dèria Editors, Blanquerna Comunicació, Col·lecció Papers d'Estudi.

Serra Lluch, J. (2010) *Color y arquitectura contemporànea*. Tesi doctoral. Disponible a <http://juaserl1.blogs.upv.es/>

Serra Lluch, J. (2010) *Color para interferir en las propiedades visuales de la forma*. Disponible a <http://juaserl1.blogs.upv.es/juanserralluch/como/color-para-interferir-en-las-propiedades-visuales-de-la-forma/>

Varichon, A. (2005) *Colores: historia de su significado y fabricación*. Barcelona: Gustavo. Gili

Vosbeck, R. R. (1984) "Color in architecture" dins *Color Research. Appl.*, 9: 103–105.

Walther, I. F. (2000) *Vincent Van Gogh. Visión y realidad*. Colònia: Taschen.

Entitats consultades

ATLAS: www.atlas-euro.org

GENERALITAT DE CATALUNYA: www.gencat.cat

ICOMOS: www.icomos.org

OMT: www.unwto.org

PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA GIRONA: www.costabrava.org

UNESCO: www.unesco.org

Volem agrair el suport i la col·laboració de l'equip de Vadecolors i la participació dels instagramers que han etiquetat les seves fotografies amb #colorscostabrava.

Autores

Núria Puig i Borràs
Íngrid Baraut i Múrria
colorscb@gmail.com

L'equip de Vadecolors

Núria Puig: Idea, creació i desenvolupament de projectes. Curadora de continguts.

Íngrid Baraut: Idea, creació i desenvolupament de projectes. Curadora de continguts.

Oriol Olivé: Disseny i programació eina d'anàlisi cromàtica.

Elena Baraut: Disseny web i assessorament en mitjans digitals.

Montse Puig: Gestió de xarxes.

<http://vadecolors.wordpress.com/>

Impressor

LITH GRÀFIQUES, SL.

ISBN: 978-84-608-1653-9

Dipòsit Legal: GI 1371-2015

Premi de recerca Yvette Barbaza - 2013

EL PATRIMONI CROMÀTIC DE LA COSTA BRAVA

Núria Puig i Borràs
Íngrid Baraut i Múrria



**Costa Brava
Pirineu de Girona**



Diputació de Girona

G!rona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona