



TINTYPES ; FERROTYPES AMERICAINS
EXPOSITION DU 4 SEPT. 2010 AU 9 JANV. 2011

MUSEE SUISSE DE L'APPAREIL PHOTOGRAPHIQUE, VEVEY
VERNISSAGE SAMEDI 4 SEPTEMBRE 2010 A 11H



DOSSIER DE PRESSE

L'EXPOSITION EN BREF
DE LA FRANCE A L'OHIO
QUESTION DE VOCABULAIRE
UN PHENOMENE AMERICAIN
LA PHOTOGRAPHIE AIDE LE FINANCEMENT DE LA GUERRE CIVILE
EN SALON OU EN PLEIN AIR
LE FERROTYPE ET LA COULEUR
IMAGES LIBRES DE DROIT
INFOS PRATIQUES
CONTACTS



L'EXPOSITION EN BREF

Mis au point en 1853 par le photographe français Adolphe Martin, le ferrotype fit l'objet, dès 1856, de plusieurs brevets aux Etats-Unis où il fut communément appelé « tintype ». Cette photographie unique, dont la couche sensible n'est pas déposée sur une plaque de verre, mais sur une tôle métallique préalablement laquée en noir ou en brun, laisse apparaître une image directement positive.

Peu coûteux, ce procédé a été très en vogue notamment dans les années 1860-1870 et a permis à un large public d'avoir accès au portrait photographique.

Abondamment utilisé par les photographes ambulants qui réalisaient des portraits de petite taille, jusqu'à des miniatures pouvant être insérées dans des broches ou des pendentifs, ce procédé connut un essor tout particulier sur le continent nord américain où sa ressemblance avec le luxueux daguerréotype lui conférait un attrait particulier.

L'ensemble des « tintypes » aux dimensions exceptionnelles présenté au Musée suisse de l'appareil photographique fit partie d'une vaste collection, rassemblée au fil des ans par Jean-Louis Puechavy, Français établi sur le sol américain, passionné de photographie du 19^{ème} siècle. C'est grâce à la générosité de notre mécène Malcolm Whittle, CEO d'Elinchrom, que nous avons pu acquérir une belle sélection de cette collection. Ces « tintypes » sont le reflet d'un usage populaire et nous donnent à voir une société s'offrant une représentation plus abordable que celle que la peinture ou le daguerréotype réservaient jusqu'alors à une frange de population plus aisée. Parfois austères, ces images s'ornent toutefois dans certains cas de retouches et colorations franches, tantôt précises et parcimonieuses, tantôt décomplexées, d'une naïveté saisissante.

« La ferrotypie, c'est la photographie du pauvre. Pauvre est le matériau, pauvre est le format, pauvre est le lieu de la prise de vue, pauvre enfin est le petit peuple représenté »*. Ainsi commençait, en 1994, le catalogue d'exposition du Musée Niépce sur ce procédé.

Plus que partout ailleurs, c'est aux Etats-Unis que la fièvre du « tintype » s'est emparée de la population, durant la seconde moitié du 19^{ème} siècle. C'est de sur ce territoire, alors en pleine ébullition, qu'ont été réalisées les images de l'exposition.

* Paul Jay, in Ville de Chalon-sur-Saône, Musée Nicéphore Niépce, *Les ferrotypes*, collection Musée Niépce, 1994.

DE LA FRANCE A L'OHIO

Le Français Adolphe Alexandre Martin découvre en 1853 un procédé permettant d'obtenir une épreuve positive sur feuille métallique noircie. Il s'agit d'un négatif dont l'argent qui constitue l'image est plus clair que le fond noir sur lequel il est placé, et qui apparaît par conséquent en positif. Très proche de l'ambrotype (négatif au collodion sur verre placé devant un arrière-fond sombre), cette photographie change par la nature de son support.

En 1856, deux brevets concurrents furent déposés en Ohio par le Professeur Hamilton Smith et Peter Neff d'un côté, et par Victor Griswold de l'autre. Le premier concernait le *Melainotype*, le second le *Ferrottype*. Rapidement, des usines furent bâties et produisirent les plaques nécessaires aux nouveaux utilisateurs.

Les deux producteurs, Neff à Gambier (OH) et Griswold à Lancaster (OH), se lancèrent dès lors dans une rivalité commerciale qui fut surnommée dans la presse contemporaine « la Guerre des Roses » (référence à « The War of Roses », bataille du 15^{ème} siècle pour le trône anglais entre les maisons de Lancaster et de York, qui trouva sa conclusion dans le mariage donnant naissance à la dynastie des Tudor). Il n'y eut jamais, entre les deux pionniers de l'Ohio, aucune réconciliation.

Le ferrotype, aux Etats-Unis, a gagné en renommée durant les élections présidentielles de 1860. Pour la première fois, des portraits des candidats (y compris Abraham Lincoln), purent être tirés librement sous la forme de médailles ou broches. Le ferrotype devint encore plus populaire durant la Guerre de Sécession, en partie à cause de son prix très bas, mais surtout à cause de sa robustesse, qui en faisait un souvenir que l'on pouvait emporter sur le front ou envoyer par courrier.



QUESTION DE VOCABULAIRE

Tintype est une appellation inappropriée, puisque le ferrotpe n'était pas réellement réalisé sur de l'étain (tin en anglais), mais sur de minces plaques de fer, couvertes d'un émail noir ou brun, nommé « japan ». Les plaques ainsi enduites accueillait ensuite la couche image. Une telle photographie s'appelait à l'origine *ferrotype*, ou *mélainotype*, suivant les préfixes latin ou grec employés (ou les fournisseurs et brevets). *Ferrotpe* est le mot utilisé dans la littérature professionnelle dans les années 1870.

La première citation du mot tintype dans *The Oxford English Dictionary* date de 1873. Toutefois, le public employait ce terme communément déjà depuis 1866. Il ornait également de nombreuses publicités. Dès lors, *tintype* fut largement utilisé et c'est le mot que l'on emploie encore aujourd'hui en anglais. On peut spéculer sur le pourquoi de cette appellation, mais la raison la plus probable en est qu'il s'agit d'un moyen court et efficace de désigner cette photographie. Un mot qui sonne « bon marché » et américain.

UN PHENOMENE AMERICAIN

« La même excellence qui était reconnue à Daguerre est aujourd'hui reconnue au ferrotpe, en conjonction avec d'autres avantages parmi lesquels nous pouvons mentionner la rapidité de production, une plus grande portabilité, l'adaptation à des usages bien plus étendus, et finalement son prix bas – ces qualités ont fait du ferrotpe l'image pour tous. »

Edward M. Estabrooke, *The Ferrotype and How to Make it*, 1872, trad. MSAP.

Durant les décennies de son exploitation, le ferrotpe américain s'afficha dans des publicités omniprésentes, sur les murs, dans les magazines ou journaux, ou au dos des tintypes eux-mêmes. Si l'on adapte les prix de l'époque, une séance de portrait classique coûtait l'équivalent d'une quinzaine de francs suisses aujourd'hui, et était donc abordable pour un large public.

Les photographes de tintypes, venaient de tous horizons, y compris des milieux les plus modestes. Une personne entreprenante pouvait entrer dans le business du tintype avec un investissement de départ très mince. On pouvait se procurer un « set de départ » auprès de divers diffuseurs ou même le commander par la poste. Les plaques à tintype étaient produites en masse par plusieurs usines concurrentes. Elles coûtaient quelques pennies la pièce. Les photographes expérimentés offraient de courtes formations pour les ferrotypistes en herbe et plusieurs ouvrages d'initiation étaient disponibles sur le marché.

La majorité des ferrotypes ont été réalisés en Amérique du Nord. Il en existe bien des exemples en Angleterre ou dans d'autres pays européens, mais ces derniers représentent, en comparaison de la production américaine, une proportion de moins de un pour mille. Le tintype est considéré dans la littérature anglo-saxonne comme la première invention photographique significative née au cœur des USA, et non en Europe (ou vers la côte eurocentrique des USA).



Le spécialiste Steven Kasher a proposé cette explication au succès américain du tintype :

« Il semble qu'entre 1860 et 1890, seule la population américaine ait été friande de grandes quantités de portraits bon marché, instantanés et durables. Des multitudes de personnalités narcissiques – et anxieuses – projetèrent devant la caméra leur apparence du présent dans le futur. La raison est dans la nature de la société américaine de ce temps, son extrême tumulte et son dédain des traditions de classes. Elle était alors plus libérale et angoissée que toute autre société, plus futuriste et nostalgique à la fois. Les Européens savaient qui ils étaient. Les Américains se refaisaient et ré-imaginaient constamment. Ils enrôlèrent le tintype dans leur propre reconstruction. »

Steven Kasher, *America and the Tintype*, International Center of Photography / Steidl, 2009., catalogue d'exposition. Traduction MSAP.

LA PHOTOGRAPHIE AIDE LE FINANCEMENT DE LA GUERRE CIVILE

Certains ferrotypes de la collection présentées portent des timbres sur leur verso.

Durant la Guerre de Sécession, les coûts du conflit augmentèrent tant que le gouvernement américain exigea dès 1862 de nouvelles taxes sur plusieurs biens, parmi lesquels figuraient les cartes à jouer, les allumettes, les télégrammes, ou encore les parfums. De même, tous les documents légaux étaient soumis à cette taxation. Le revenu annuel de ces timbres atteint plus de 11 millions de dollars jusqu'à la fin de la guerre.

Le 30 juin 1864, un acte du Congrès ajouta une nouvelle taxe sur les « photographies, ambrotypes, daguerréotypes et autres images faites par le soleil ». Le paiement se faisait par l'application d'un timbre au dos de l'image. La taxe, en vigueur entre 1864 et 1866, était fixée à 2 cents pour une image d'une valeur de moins de 25 cents, 3 cents pour une image coûtant entre 25 et 50 cents, 5 cents pour une image coûtant entre 50 cents et un dollar, et 5 cents de plus pour chaque dollar ou fraction de dollar supplémentaire.

Il n'y eut pas d'émission spéciale de timbres pour la photographie. On utilisa les mêmes timbres que ceux conçus précédemment pour divers types de produits, comme les chèques bancaires, les contrats, etc. La taxe sur la photographie fut donc représentée par une grande variété de timbres coûtant le montant correspondant (soit le plus souvent 2 ou 3 cents).

EN SALON OU EN PLEIN AIR

Un tintype pouvait être obtenu dans un atelier de photographie ou auprès d'un opérateur ambulant.

Les manuels de ferrotypie de l'époque expliquaient, en marge de la technique et des composants, la manière d'organiser et de meubler un studio afin d'accueillir au mieux les futurs clients. La salle de réception, souvent nommée « Ferrotypes Gallery », devait idéalement mettre les modèles à l'aise, avant leur entrée dans le studio proprement dit (« Glass Room », ou « Operating Room »).

Les murs de cette salle d'attente présentaient un choix des meilleures réalisations de l'atelier. Sièges confortables, décor plaisant, fleurs, instruments de musique, albums ou catalogues des produits disponibles, fontaines d'ornement, ou même, si possible, un employé chargé de prendre soin des clients, étaient des éléments fortement recommandés.

D'autre part, de nombreux « tintypistes » installaient leur tente sur un site touristique, dans une foire, ou à l'arrière d'un camp militaire. Ils pouvaient sillonner les campagnes les plus reculées dans un chariot couvert, en quête de nouveaux clients. L'investissement de base était si bas qu'il pouvait être rentabilisé en quelques jours de prises de vues. Ce sont donc deux métiers relativement différents qui produisaient les innombrables portraits de cette longue période. La qualité de ces images pouvait varier considérablement selon les conditions de leur réalisation et le savoir-faire de l'opérateur.



LE FERROTYPE ET LA COULEUR

Les valeurs de tons du tintype étaient peu contrastées et sa surface ne convenait absolument pas à l'application de l'aquarelle. L'usage de peintures plus lourdes, avec une base d'huile, résolut le problème, et la relative rigidité du support métallique protégea la peinture des craquelures.

La reproduction de la couleur « naturelle » ou « vraie » en photographie avait été un but majeur dans l'histoire du médium. Le studio de Henry Fox Talbot à Londres offrait des calotypes teintés avec de l'aquarelle ou des huiles transparentes déjà en 1843. Les daguerréotypes étaient eux aussi colorés avec des pigments secs, tout comme les ambrotypes. Les plaques de lanterne magique et les stéréogrammes subissaient le même traitement.

Les faiseurs de tintypes souhaitaient également rehausser leurs images avec des couleurs et tentèrent d'imiter les techniques dévolues au daguerréotype. Alors que certains tintypistes préféraient ne pas colorer leurs portraits, d'autres, surtout après la Guerre de Sécession, utilisèrent de la peinture dorée pour relever l'éclat des bijoux ou des boutons. Les ferrotypes peints de manière plus élaborée et expressive sont de dimensions plus importantes (pleines plaques, 6 ½ x 8 ½ inches). Les exemplaires les plus imposants ressemblent souvent à des peintures primitives, où la dimension photographique est presque totalement occultée. Les artistes utilisaient le plus souvent la peinture à l'huile. Les meilleurs studios pouvaient s'attacher le savoir-faire d'artistes entraînés, dont des anciens peintres de miniatures, mais la majorité des peintres restaient des artisans un peu gauches.



IMAGES LIBRES DE DROIT POUR LA DUREE DE L'EXPOSITION

1.



1. Ferrotype américain, anonyme. Portrait de groupe. Fin 19ème siècle. (127x177mm)

2.



2. Ferrotype américain, anonyme. Deux femmes et voiture attelée. Fin 19ème siècle. (88x122mm)

3.



3. Ferrotype américain, anonyme. Portrait d'une jeune femme. Fin 19ème siècle (254x345 mm)

4.



4. Ferrotype américain, anonyme. Portrait d'une jeune femme. Fin 19ème siècle. (176x229mm)

5.



5. Ferrotype américain, anonyme. Portrait d'un homme avec écharpe verte et d'une fillette. Fin 19ème siècle. (163x215mm)

6.



6. Ferrotype américain, anonyme. Portrait d'un soldat. Guerre de Sécession. (165x213mm)



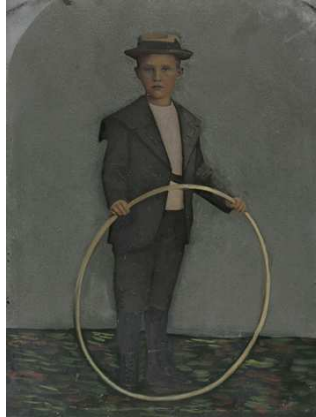
IMAGES LIBRES DE DROIT POUR LA DUREE DE L'EXPOSITION

7.



7. Ferrotype américain, anonyme. Portrait de Madame Eliza Marion Gurley, épouse d'Henry T. Deming, née le 13 février 1831. (177x218mm)

8.



8. Ferrotype américain, anonyme. Jeune garçon au cerceau, portrait en pied. 19ème siècle (178x229mm)

9.



9. Ferrotype américain, anonyme. Fillette dans un landau. Fin 19ème siècle (166x210mm)

10.



10. Ferrotype américain, anonyme. Portrait d'un couple. Fin 19ème siècle (179x227mm)

Les illustrations no 1 / 3 / 5 / 8 / 9 / 10 sont directement téléchargeables sur le site www.ceramuseum.ch, rubrique bureau de presse. Les autres illustrations sont disponibles sur demande à ceramuseum@vevey.ch.



TINTYPES ; FERROTYPES AMERICAINS
EXPOSITION DU 4 SEPT. 2010 AU 9 JANV. 2011

INFOS PRATIQUES

Musée suisse de l'appareil photographique
Grande Place 99
CH-1800 Vevey
Internet: www.cameramuseum.ch
E-mail: cameramuseum@vevey.ch
Tél: ++41 (0)21 925 34 80 - Fax: ++41 (0)21 921 64 58

Ouvert du mardi au dimanche de 11h à 17h30 et les lundis fériés.
Entrée libre durant le festival Images du 4 au 26 septembre 2010, ouverture tous les jours de 11h à 19h.

CONTACTS

Commissaire de l'exposition

Séverine Allimann
021 925 34 87
severine.allimann@vevey.ch

Communication

Dominique Savoia Diss
021 925 34 81
dominique.savoiadiss@vevey.ch