

a) una foto non permette discorsi complessi...

è vero: una foto **non** permette discorsi complessi...

...ma **predisporre** a percepire quello che si vuole:

Supponiamo che si voglia affrontare - su un periodico locale - l'argomento:

"I cani nel nostro quartiere"



Aprendo l'articolo con questa immagine - **indipendentemente** dal reale contenuto del testo - avrò ottenuto un certo effetto di comunicazione, sull'insieme dei lettori che sta sfogliando il giornale...



... **tutt'altra percezione** del rapporto "*cane - abitanti del quartiere*" con questa immagine...



b) un'immagine "passa" immediatamente



leonardo rizzi

Non c'è famiglia fragorosa
che ha un'immagine che si muove
l'immagine è un'immagine che si muove

Non c'è famiglia fragorosa
che ha un'immagine che si muove
l'immagine è un'immagine che si muove

Non c'è famiglia fragorosa
che ha un'immagine che si muove
l'immagine è un'immagine che si muove

non c'è DIFESA!



non c'e' barriera linguistica

non ha importanza chi e dove vede
l'immagine: il concetto permea comunque

comunica nell'esatto istante in cui viene vista
basta **imbattersi** in essa: non c'è tempo di latenza,
non occorre tempo per passare il messaggio

non occorre consenso del ricevente

qualsiasi altro mezzo (articolo, video, libro, ecc)
richiede che il ricevente **si esponga volontariamente**
al messaggio, **accettando** di esserne fruitore;
non così, per la **fotografia**

non c'e' DIFESA!

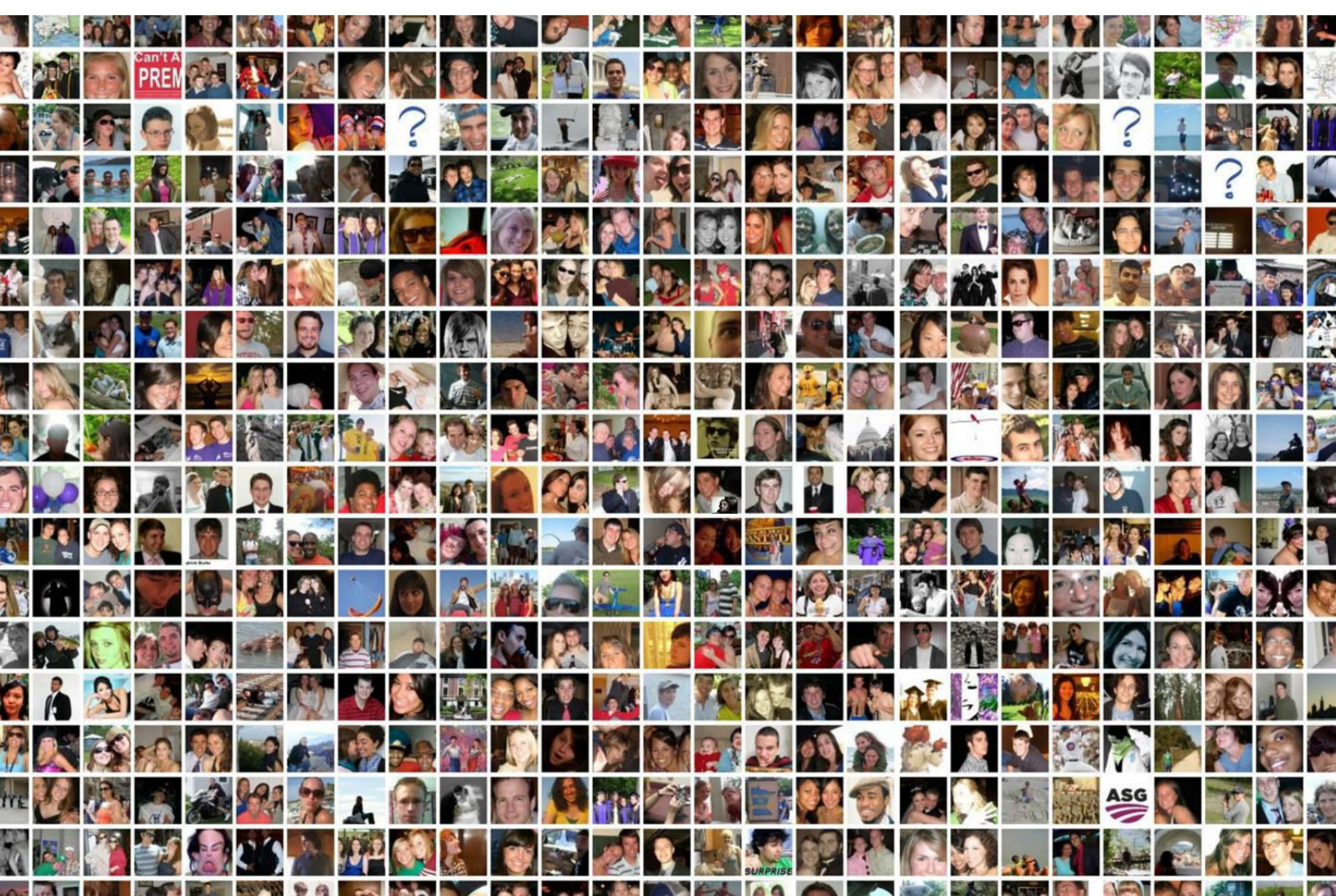
c) miliardi di immagini...



perché, fra tante, si sceglie proprio quella?

In un'offerta sconfinata come quella della Rete, superficialmente si è tentati di sottovalutare il valore dell'immagine:
sono tante, una vale l'altra.

... cioè: *nessuna vale niente...*



perché, fra tante, si sceglie proprio quella?



perché è
proprio quella
l'immagine che
comunica quello
che si vuole dire

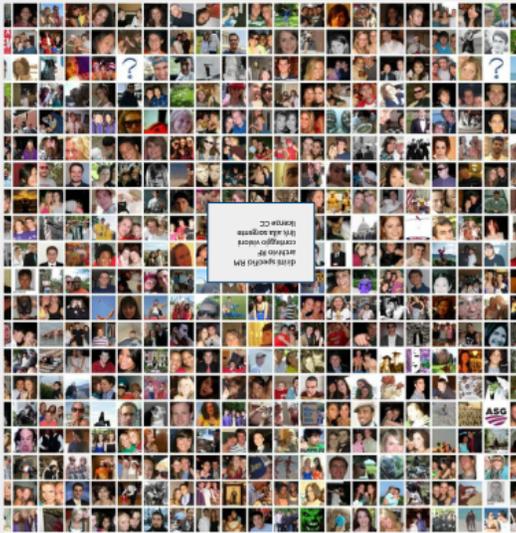
Se davvero l'immagine non avesse alcun valore, si potrebbe non usare alcuna immagine



Ma così non è, dato che
le immagini - per i motivi che
vedavamo - hanno
un'importantissima funzione
di comunicazione immediata
(e, spesso, subliminale)



vie per "far parlare" legalmente le immagini



- **right managed - RM**
- **microstock - RF**
- **pay per click**
- **embedded sharing**
- **creative common**

diritti specifici RM
archivio RF
conteggio visioni
link alla sorgente
licenze CC

A) right managed - RM - (diritti specifici)



RM

- viene ceduto diritto d'uso determinato
- l'immagine viene "noleggiata"
- licenza d'uso può essere negata
- costo proporzionato alla diffusione e budget
- certezza di esclusiva
(totale, di settore, temporale)
- costo relativam. elevato (centinaia/migliaia euro)
- si applica:
 - alle immagini su commissione
 - alle immagini stock

Esempi di RM

<http://www.gettyimages.it> (scelta immagini creative, RM)

<http://www.alamy.com/>

<http://www.imagesource.com/rights-managed>

e centinaia di altre agenzie

B) Stock - Micro Stock - royalty free RF



- viene ceduto diritto d'uso generico
- l'immagine viene resa disponibile per usi multipli
- licenza d'uso concessa a molti in contemporanea
- costo prop. a risoluzione e/o estensione uso
- nessuna esclusiva
- costo molto contenuto (1 - 20 euro a foto)

Esempi di RF

<http://www.istockphoto.com/>

<http://it.fotolia.com/>

<http://www.shutterstock.com/>

<http://www.alamy.com/>

<https://it.depositphotos.com/>

<http://www.imagesource.com/royalty-free>

e centinaia di altre agenzie...

C) pay per view (conteggio visioni)



pay per view

- le immagini sono utilizzabili:
 - a) gratuitamente, se attribuite all'autore, con link attivo
 - b) col pagamento di un "pay per view" se si desidera usarle anonime
- costo minimo, solo in caso di mancato collegamento ai dati dell'autore
- costo comunque proporzionato alla effettiva diffusione (pochi millesimi di euro a foto)

Esempio di pay per view

<http://imgembed.com/> **fallito**

Disambiguazione:

Esistono anche molti script e canali di hosting che si definiscono basati *pay per view*, ma non sono ideati per la fruizione fotografica: espongono a pubblicità per far accedere al contenuto e, a volte, sono sfruttati illecitamente

<http://imagetwist.com/>

<https://www.clickasnap.com>

D) embedded sharing (link alla fonte)



embedded

- non viene ceduto il file, ma il diritto ad "embeddare" il contenuto, hostato presso il sito di chi concede l'uso
- l'immagine viene usata come canale attrattore
- nessun costo per l'utente
- si applica:
 - alle immagini stock
 - come veicolo promozionale

Esempio di link in sharing

<http://www.gettyimages.it/resources/embed>

(le immagini sono gratuitamente "embeddabili" nel sito o blog del fruitore, per impieghi non commerciali, a patto di utilizzare il codice che riporta come link attivo al sito del concedente)

<http://imgembed.com/> *(funzione gratuita, fallito)*

E) licenze Creative Commons (attribuzione)



creative commons

- l'uso è subordinato alla **semplice menzione dell'autore**, e ad **eventuali** altre indicazioni (condividere allo stesso modo, non modificare, non ottenere opere derivate, no in impieghi commerciali)
- l'immagine viene "prestata"
- licenza d'uso non sempre facilmente tracciabile
- costo nullo
- assenza di esclusiva

Esempi di ricerca immagini in CC

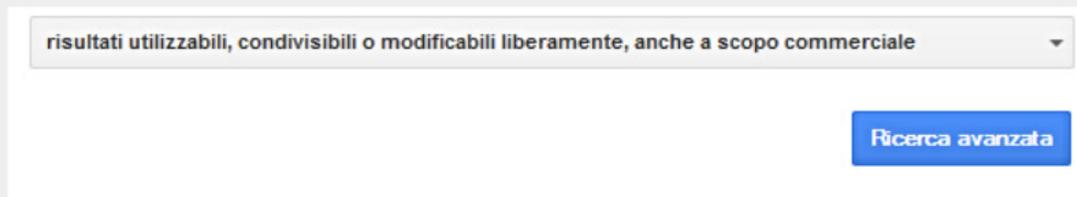
<http://www.creativecommons.it/immagini>

<http://www.everystockphoto.com/>

<http://www.freeimages.com/>

<http://www.morguefile.com/>

http://www.google.com/advanced_image_search
(solo ed esclusivamente se si cercano immagini in licenza creative commons)



risultati utilizzabili, condivisibili o modificabili liberamente, anche a scopo commerciale ▼

Ricerca avanzata

...e centinaia di altri aggregatori.

In casi dubbi, procurarsi uno screenshot della pagina di licenza

rete neurale everypixel

www.everypixel.com

www.everypixel.com/aesthetics

www.everypixel.com/search

29 paid stock image sites

depositphotos.com thepicturepantry.com tookapic.com
istockphoto.com bigstockphoto.com crestock.com
shutterstock.com thinkstockphotos.com stocksy.com
aerialstock.com wavebreakmedia.com offset.com
ericksonstock.com peopleimages.com maion.com
canstockphoto.com 123rf.com photodune.net
photoshelter.com pressfoto.com gallerystock.com
plainpicture.com fotolia.com dreamstime.com
pixtastock.com 500px.com colourbox.com
stockfresh.com pond5.com

22 free stock image sites

pixabay.com vecteezy.com skitterphoto.com
stocksnap.io unsplash.com libreshot.com
tookapic.com magdeleine.com jaymantri.com
freepik.com kaboompics.com vectorstock.com
finda.photo fancyrave.com barnimages.com
pexels.com freelyphotos.com freenaturestock.com
picjumbo.com mmtstock.com goodstock.photos
bara-art.com

rete neurale everypixel

www.everypixel.com

www.everypixel.com/aesthetics

www.everypixel.com/search



99.3%

SHARE RESULT
WITH FRIENDS



chance that this image is awesome

Use tags for searching or copy them all

Mountain	Nature	Snow	Mountain Peak	Scenics	
Landscape	Outdoors	Ice	Blue	Glacier	Sky
Rock - Object	Mountain Range	Beauty In Nature			
Hiking	European Alps	High Up	Europe	Winter	
Hill					

rete neurale everypixel

www.everypixel.com

www.everypixel.com/aesthetics

www.everypixel.com/search

Woman smile. Teeth whitening. Dental care.

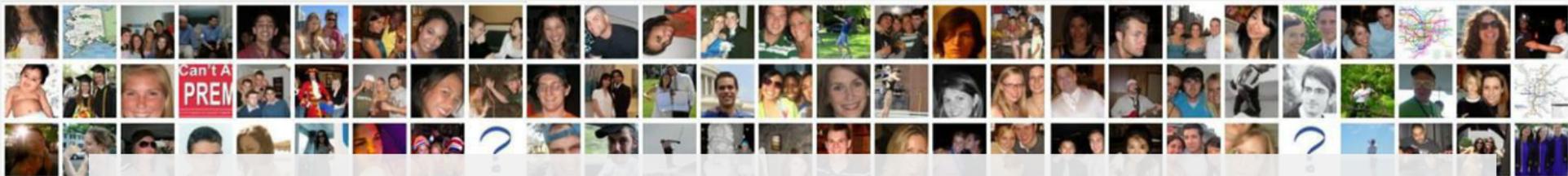
[restyler](#) ©



All sources	XS \$2 500×333	S \$4 1000×667	M \$4 2000×1333	L \$7 2800×1866	XL \$9 3869×2579	XXL \$4 5616×3744	Ext \$85 5616×3744
-------------	--------------------------	--------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------------	-----------------------------	------------------------------

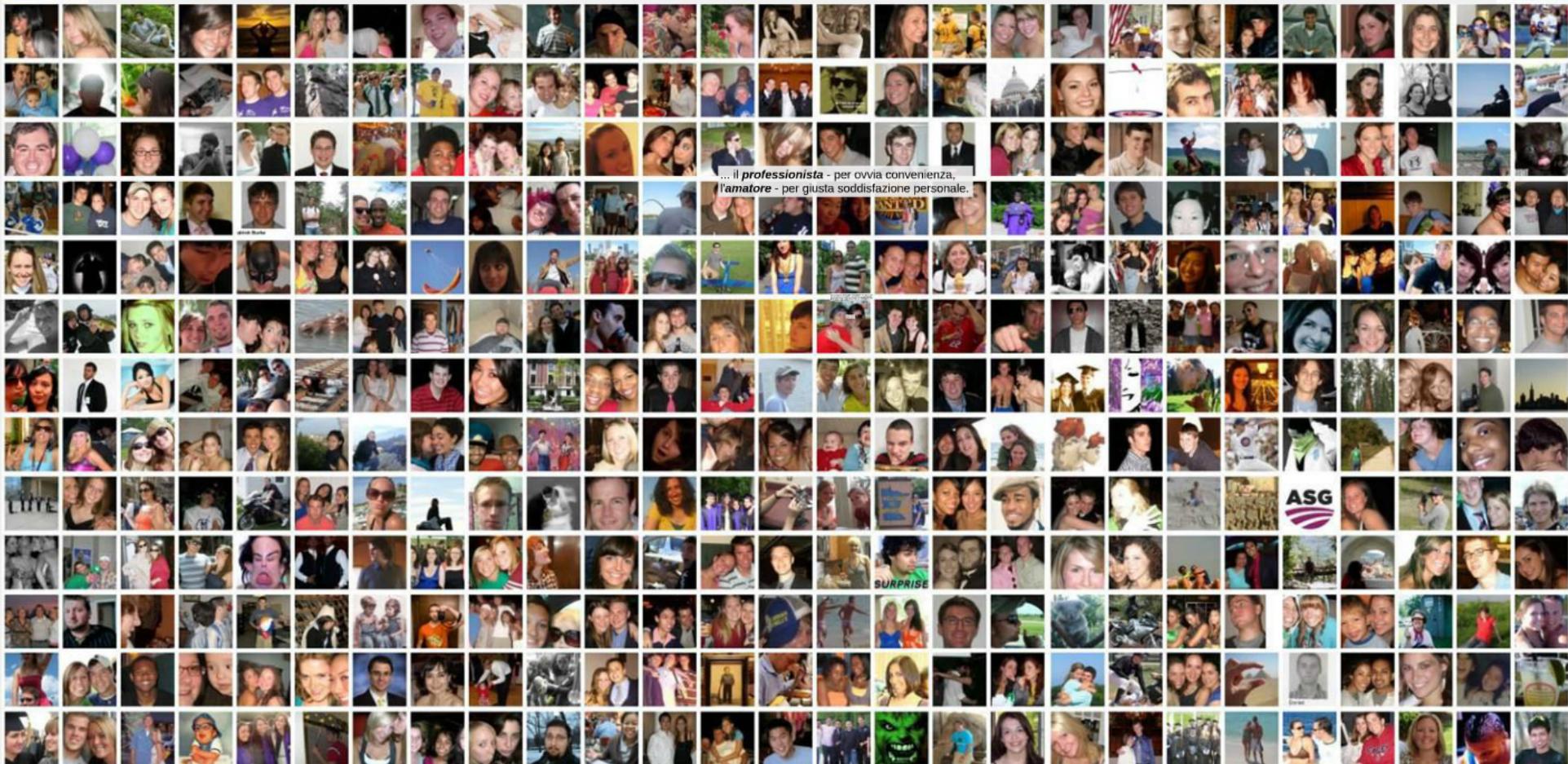
Source	Price	Min. [?]	License [?]
CanStockPhoto	\$ 2 – 8	\$ 2	RF
iStock	\$ 12 – 608	\$ 12	RF
Bigstockphoto	\$ 4 – 85	\$ 35	RF
Depositphotos	\$ 4	\$ 49	RF
Shutterstock	\$ 9	\$ 49	RF

[Go to CanStockPhoto](#) →



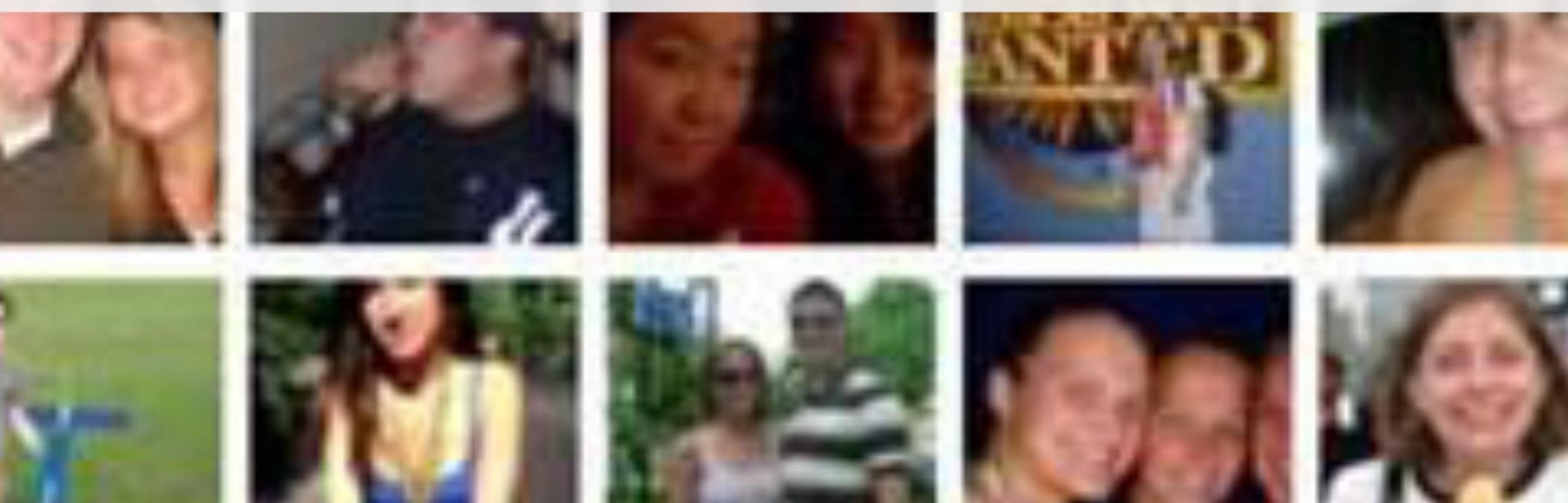
**Qualsiasi autore di immagini, professionista
od amatore che sia, ha interesse a far
sapere che lui è l'autore dell'immagine.**

... il professionista - per ovvia convenienza,
l'amatore - per giusta soddisfazione personale.





... il ***professionista*** - per ovvia convenienza,
l'***amatore*** - per giusta soddisfazione personale.



Se si trovano immagini "*anonime*" in Rete, con quasi assoluta certezza è perché **qualcuno ha rimosso o ignorato** il riferimento all'autore.

Nessuna immagine si "scatta" da sola.

Non ha alcun senso giustificare l'uso sostenendo di "*averla trovata in Rete*".

Se la si trova in Rete, in origine qualcuno l'ha pubblicata, e lo ha fatto specificando di esserne l'autore.

E' facile!



E' facile usare correttamente le immagini fotografiche.

- *diritti specifici RM*
- *archivio RF*
- *link alla sorgente*
- *licenze CC*

**Costa il giusto,
o pochissimo,
o anche nulla.**

basta volerlo.