


IMMAGIN-AZIONE

Come scegliere le immagini per il proprio sito web / blog, slide show, ipertesto multimediale, ...

di Vincenzo Pasquali*



Il laboratorio del liutaio (Olycom S.p.A.) 

1. LE IMMAGINI SUL WEB

Tutti gli elementi che compongono una pagina Web sono importanti nel determinare l'impressione che questa farà sul navigatore: il *template* (modello, struttura portante,...), i colori, le immagini, i testi ed anche gli spazi vuoti. Una manciata di secondi, giusto il tempo per un colpo d'occhio, e il potenziale lettore avrà deciso se vale la pena soffermarsi sulla pagina o se proseguire oltre nell'esplorazione degli innumerevoli siti che Internet offre.

Dando per scontato di poter contare su un valido *template* e su testi dai contenuti rilevanti e formattati in modo da agevolare la lettura, possiamo concentrarci sul tema delle immagini.

Come viene ripetuto un po' da tutti, un'immagine vale più di mille parole: l'immagine ha il potere di colpire, può sintetizzare e veicolare molteplici informazioni, è in grado di stimolare emozioni e sensazioni, può guidare l'occhio nella scansione e nella lettura di una pagina. Per questi ed altri motivi, l'immagine può svincolarsi da semplice elemento decorativo e diventare parte

integrante della comunicazione, assolvendo a scopi analoghi e diversi da quelli del testo utilizzando propri codici. Tutto ciò, ovviamente, a patto che le immagini vengano scelte con molta attenzione per la loro pertinenza e ricchezza semantica oltre che trattate e inserite in maniera corretta. Vediamo, dunque, come dobbiamo regolarci con le immagini da inserire nelle pagine di un sito Web, nei post di un Blog o in qualsiasi altro formalizzato o contenuto che dovrà essere pubblicato online o semplicemente diffuso offline (ipertesto, slideshow...).

2. OTTIMIZZARE LE IMMAGINI

Incominciamo con alcune brevi note di carattere tecnico. Innanzi tutto, occorre ricordare che per inserire una qualsiasi immagine all'interno di una pagina Web o di altro formalizzato multimediale e non, dobbiamo prima procedere alla sua ottimizzazione.

Ottimizzare un'immagine significa agire su dimensioni, qualità e formato di salvataggio al fine di ottenere un file quanto più leggero possibile in relazione alla qualità che si vuole mantenere. In pratica si tratta di trovare un compromesso fra la qualità mantenuta e il peso del file, in considerazione del fatto che minore è il peso, più rapido sarà il caricamento e la visualizzazione nel Browser con conseguente miglioramento dell'esperienza di navigazione dell'utente.

1. Le dimensioni

Se sappiamo che un'immagine dovrà essere visualizzata a 120 x 120 pixel è inutile importarla nella pagina Web a 1024 x 1024 pixel. È vero che il risultato finale è lo stesso ma se attraverso un programma di *editing* si modifica l'immagine impostando direttamente le dimensioni con cui verrà visualizzata, il file corrispondente avrà un peso inferiore.

Modificare le dimensioni di un'immagine è un'operazione relativamente semplice: l'unica accortezza che dobbiamo avere è quella di rispettare le proporzioni originali in modo da evitare distorsioni poco gradevoli.¹

2. La scelta del formato

Anche la scelta del formato delle immagini è fondamentale. I formati web-safe da utilizzare per la pubblicazione su Internet sono essenzialmente 3:

- **JPEG (o JPG):** è idoneo per fotografie o, comunque, immagini ricche di dettagli e sfumature.
- **GIF:** è ideale per immagini più semplici, con ampie campiture di colore. Spesso viene utilizzata anche per piccole animazioni (*gif animate*).
- **PNG:** sempre più diffuso, soprattutto a spese del formato GIF, combina i pregi di entrambe i formati precedenti: salvataggio dell'immagine a 16 milioni di colori, ottima compressione e gestione della trasparenza.

La considerazione da fare nello scegliere l'estensione di salvataggio è sempre la stessa: usare il formato che consente di ottenere la compressione maggiore a parità di qualità mantenuta.

Anche il salvataggio nei diversi formati è un'operazione molto semplice da portare a termine con qualsiasi programma di editing grafico. Attenzione,

¹ A questo proposito ricordiamo che per ingrandire o rimpicciolire un'immagine senza provocare distorsioni non volute è bene procedere nella seguente modalità: tenere premuto il tasto *ctrl* della tastiera del computer e trascinare un angolo dell'immagine col pulsante sinistro del mouse verso l'interno dell'immagine stessa (per rimpicciolire) o l'esterno (per ingrandire). Naturalmente l'operazione sull'immagine può essere compiuta prima di inserirla nel nostro lavoro lavorandola con un software specifico già presente in ogni computer (es. *Microsoft Office Picture Manager*).

dunque, a non utilizzare mai immagini in formato BMP e soprattutto a non comprimere troppo un'immagine compromettendone la qualità originale.

3. DOVE TROVARE LE IMMAGINI

A questo punto il problema che ci dobbiamo porre è il reperimento delle foto e illustrazioni da utilizzare per i nostri lavori.

La fonte primaria dove cercare è ormai prioritariamente proprio Internet. Possiamo sfruttare i Motori di ricerca, i siti di *image sharing* o rivolgerci a uno dei tanti portali che, gratuitamente o a pagamento, propongono significativi archivi di immagini da scaricare. Certo è che, comunque, reperire un'immagine online può diventare una operazione più complicata del previsto se il nostro obiettivo è quello di trovare delle foto di qualità da usare gratuitamente, senza pagare *royalty* o diritti d'autore.

1. Motori di ricerca

Innanzitutto, possiamo cercare un'immagine attraverso un Motore di ricerca.

In genere tutti i principali Motori di ricerca offrono una sezione dedicata alla ricerca delle immagini. Per esempio, *Google* ha la sezione "Google immagini" (<http://images.google.com>) e mette a disposizione anche numerose opzioni per la ricerca avanzata: possiamo così ricercare solo foto di determinate dimensioni oppure non protette da *copyright*.²

Per identificare le immagini, i Motori di ricerca utilizzano numerosi fattori fra cui descrizione e testo alternativo associato, oltre che il testo presente nella pagina subito prima l'immagine stessa. Per questo motivo, dobbiamo essere molto specifici nell'impostare la ricerca e utilizzare *keywords* e frasi che descrivono in modo puntuale l'immagine che stiamo cercando.

Può essere consigliabile ripetere la ricerca su fonti diverse; in generale, comunque, i Motori di ricerca consentono di ottenere un buon set iniziale di immagini su cui lavorare.

2. Immagini amatoriali e non solo

Tantissime persone si dilettono di fotografia e/o di grafica e, pur non essendo dei professionisti, ottengono dei risultati eccellenti. Per questo può valer la pena cercare le immagini da inserire nelle nostre pagine Web anche nei siti che raccolgono questo tipo di risorse.

Fra i siti più noti fra quelli che consentono di condividere le foto online (non sempre amatoriali), possiamo citare³:

- <http://www.flickr.com/>
- <http://picasa.google.it>
- <http://www.buzznet.com/>
- <http://www.indire.it/archivi/dia/>
- www.tv5.org/TV5Site/mediatheque/accueil.php
- www.ite.educacion.es/profesores/descargas_complementarios/banco_imagenes/

3. Immagini professionali

² Per un approfondimento v. Silvia Panzavolta, *I Creative commons e la filosofia dei commoners*, in www.indire.it/lucabas/lookmyweb/templates/up_files/gold/articoloCC.pdf, anche in www.tutorspace.net/creative_commons.html.

³ Per approfondimenti v. Silvia Panzavolta e Vincenzo Pasquali, *Un racconto per immagini. La tecnica delle slide-show*, in www.tutorspace.net/slide-show.html.

Naturalmente, se abbiamo l'esigenza di cercare e utilizzare delle immagini professionali, dobbiamo ricorrere ad altri canali. La scelta migliore, in questi casi, è rappresentata da portali che mettono a disposizione ampi archivi di immagini, suddivise in categorie omogenee, che a seconda dei casi possono essere scaricate liberamente o acquistate ad un prezzo variabile in relazione a qualità e licenza d'uso.

Fra i portali che consentono la ricerca e lo scaricamento gratuito di immagini, i più noti sono:

- <http://www.morguefile.com/>
- <http://www.everystockphoto.com/>
- <http://www.sxc.hu/>
- <http://www.stockvault.net/>
- <http://openphoto.net/>
- <http://www.freerangestock.com/>
- <http://www.pixelperfectdigital.com/>

Fra i portali che, invece, propongono l'acquisto di immagini, anche a prezzi relativamente modici, troviamo:

- <http://www.fotolia.com/>
- <http://www.istockphoto.com/>
- <http://www.absolutvision.com/>

4. CREARE LE IMMAGINI

È ovvio che se abbiamo le competenze necessarie, la soluzione migliore rimane quella di crearci autonomamente le nostre immagini. È consigliabile anche organizzare il proprio archivio fotografico digitale per argomenti. Ci sono anche programmi da scaricare gratuitamente che permettono di creare archivi fotografici (es. *Picasa*). In questo caso diventa fondamentale saper usare un programma di fotoritocco per l'editing delle immagini stesse.

I software più completi e professionali per l'elaborazione delle immagini sono a pagamento: i più utilizzati sono sicuramente PhotoShop e Paint Shop Pro. Esistono, comunque, anche molti programmi freeware che possono essere scaricati e utilizzati gratuitamente⁴. Fra questi possiamo citare *Gimp*, *Photofiltre*, *Paint.net* e *Artweaver*...

Una conoscenza basilare di un software di grafica è richiesta anche per la semplice modifica e personalizzazione delle immagini trovate e scaricate da Internet.

5. COPYRIGHTS

Qualsiasi immagine scegliamo di utilizzare dobbiamo chiederci se possiamo realmente utilizzarla per i nostri scopi o se ci sono limiti imposti da un'eventuale licenza d'uso.

Possiamo affrontare il problema dei diritti d'autore di un'immagine da due diversi punti di vista: come utilizzatori di immagini fatte da altri, oppure come autori di immagini pubblicate online.

Nel primo caso dobbiamo rispettare i termini della licenza d'uso che regola l'utilizzo delle immagine che vogliamo utilizzare. Se abbiamo scaricato queste immagini da un portale ricordiamo, dunque, di leggere con attenzione i termini delle licenze.

⁴ v. S. Panzavolta e V. Pasquali, *op cit.*

Nel secondo caso, invece, possiamo porci il problema di proteggere le nostre opere dalla copia e dall'uso indiscriminato. Possiamo sicuramente creare un *disclaimer*⁵ sempre accessibile dalle pagine del nostro sito Web o Blog ma la pratica più utile rimane quella di inserire in trasparenza un *watermark* (filigrana) nell'immagine stessa.

6. COME SCEGLIERE UN'IMMAGINE

Ora che sappiamo dove trovarle e come trattarle, ci possiamo concentrare su un altro punto cruciale: "Fra 3 immagini potenzialmente adatte ad essere inserite nel nostro lavoro, quale scegliamo e perché?"

Come abbiamo già detto, l'immagine giusta può dare un valore aggiunto alla nostra comunicazione ma, d'altro canto, un'immagine sbagliata può confondere o trasmettere un significato fuorviante o un messaggio poco significativo. Se la scelta di un'immagine è così cruciale, cerchiamo di capire come possiamo regolarci. Per farlo riprendiamo alcuni suggerimenti ed esempi proposti da Sandra Niehaus⁶ in una serie di articoli pubblicati su Web Marketing Today.⁷

1. Attenzione ai dettagli!

Intenzionalmente o meno, le immagini suscitano sensazioni ed emozioni. Se impariamo a riconoscere che sensazione un'immagine suscita in noi potremmo dedurre cosa provocherà nei nostri lettori e, di conseguenza, decidere se utilizzarla o meno. Facciamo attenzione ai dettagli: nella fotografia di una insegnante può bastare un sorriso poco convinto, una pettinatura poco curata, o un particolare poco appropriato dell'abbigliamento per trasmettere un messaggio diverso da quello che vogliamo dare.



1. La donna è molto professionale ma lo sfondo non è quello di un contesto lavorativo come la scuola: per questo l'immagine non è convincente.

⁵ <<Un *disclaimer* è, in generale, un'affermazione tesa a definire o delimitare l'estensione, i diritti e gli obblighi tra due o più soggetti coinvolti in una relazione legalmente riconosciuta. In particolare, il termine "disclaimer" si applica principalmente nei casi in cui la suddetta relazione implica un certo livello di rischio o di incertezza per almeno uno dei soggetti coinvolti; il disclaimer tende a circoscrivere e definire tali rischi>>. (da <http://it.wikipedia.org/wiki/Disclaimer>)

⁶ Sandra Niehaus, *How to Choose Effective Website*, in <http://www.wilsonweb.com/design/niehaus-choosing-images1.htm>.

⁷ Le indicazioni proposte dalla Niehaus e in generale nel presente scritto, fanno riferimento soprattutto all'inserimento di immagini in siti web, ma per estensione valgono anche per ogni tipo di ipertesti e testi multimediali.

2. Immagini informative

A patto che non debbano avere una semplice funzione decorativa, dovremmo scegliere le immagini in grado di aggiungere più informazioni.

L'esempio più semplice è quello di un grafico: per illustrare l'andamento positivo dei bilanci di una società o dell'andamento apprenditivo di una classe potrebbe bastare una freccia che punta verso l'alto ma, ovviamente, un grafico può aggiungere molte più informazioni.



2. Il grafico è certamente più informativo rispetto alla freccia.

Analogamente, nel presentare un oggetto per la didattica (per esempio, una LIM) possiamo scegliere una foto che la presenti su sfondo neutro: in questo modo diamo risalto alle sue caratteristiche. Nella maggior parte dei casi, potrebbe però essere più utile, perché più informativo, scegliere una fotografia dove il prodotto è contestualizzato (per esempio, la LIM inserita in un'aula con alcuni ragazzi che ci stanno lavorando).

3. Ridimensionare o ritagliare?

A volte un'immagine funziona molto bene se presa nelle sue dimensioni originali ma potremmo non avere lo spazio sufficiente all'interno della nostra pagina per mantenere tali dimensioni. In questi casi occorre valutare attentamente se semplicemente ridimensionare l'immagine o se, piuttosto, ritagliarne un particolare. Se si riducono le dimensioni potrebbe diventare difficile riconoscere i dettagli, se invece si ritaglia un particolare, sicuramente si perdono informazioni ma si continua ad avere un'immagine significativa e d'impatto emotivo maggiore. La scelta va fatta in funzione linguistica decidendo di dare più risalto al soggetto o alla contestualizzazione dell'oggetto stesso.

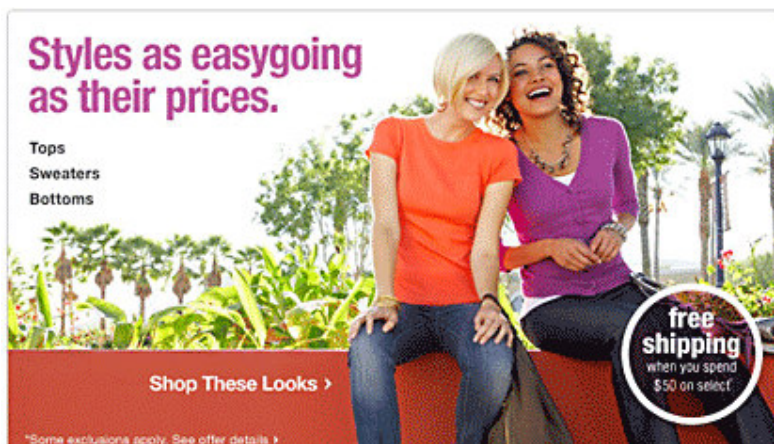
4. Immagini per la copertina

Se dobbiamo scegliere un'immagine che supporti una copertina dobbiamo per prima cosa ripensare al tema stesso del nostro lavoro e provare a individuare pochi aggettivi che lo qualificano con precisione. Questi aggettivi creano una sintetica descrizione del titolo: se un'immagine comunica almeno alcune delle qualità individuate, potrà essere utilizzata per descrivere il titolo stesso.

I titoli (come i loghi) molto spesso utilizzano una palette di colori rigidamente definita. Ovviamente tali palette devono essere rispettate nella scelta delle immagini. Qui entrano in gioco i programmi di fotoritocco che consentono di lavorare sui colori di un'immagine e, volendo, di riportarli su toni neutri per avere la possibilità di far risaltare anche solo un particolare reso del colore che caratterizza il titolo.

5. Le facce delle persone

Istintivamente, tendiamo a guardare in faccia le persone che ci stanno davanti e, in particolare, a concentrare l'attenzione su occhi e bocca. Facendo leva su questo meccanismo, le fotografie che propongono le facce delle persone riescono ad attirare l'attenzione più di altre immagini: il rischio è che se non utilizzate correttamente, distolgono i lettori dai contenuti principali, come nell'immagine qui sotto.



3. Le ragazze catturano la nostra attenzione e l'invito "Shop These Looks" passa quasi inosservato.

Se vogliamo utilizzare fotografie con volti di persone, per ridurre o aumentare il loro potenziale effetto di distrazione o attrazione possiamo:

1. Assicurarci che lo sguardo delle persone ritratte (ad esempio un insegnante) sia rivolto verso l'oggetto o il messaggio principale (ad esempio il banco su cui dei ragazzi stanno lavorando) o, al contrario fare in modo che lo sguardo delle persone sia rivolto direttamente verso l'obiettivo della macchina fotografica.
2. Rimuovere i volti delle persone. Se, per esempio, abbiamo un contesto "laboratorio" con dei ragazzi indaffarati a disegnare un cartellone assistiti da un docente in piedi, possiamo concentrare l'attenzione sul cartellone tagliando le fotografie in modo che non si veda la faccia del docente ma piuttosto il gruppo di ragazzi con al centro il cartellone.

6. L'immedesimazione

Se utilizziamo fotografie che ritraggono delle persone dobbiamo considerare anche la tendenza dei lettori ad identificarsi con esse⁸.

Sesso, età, razza, presumibile appartenenza a una determinata classe sociale, contesto spaziale⁹ sono esempi di fattori deducibili da un'immagine: i lettori potrebbero non riconoscersi nel modello proposto e, di nuovo, pensare di non essere un possibile destinatario e fruitore del lavoro proposto.

* Sito web e blog: www.tutorspace.net Mail: pasvince@tin.it

⁸ È provato, per esempio, che soprattutto le donne tendono a considerare che un servizio o un prodotto sia destinato solo a un pubblico maschile se viene utilizzata un'immagine che ritrae un uomo. Per questo, di norma, si preferisce utilizzare immagini che ritraggono delle donne

⁹ È sconsigliabile creare dei set "artificiali" finalizzati alla realizzazione delle fotografie. Meglio fotografare contesti reali che documentino l'effettivo percorso didattico in luoghi e tempi credibili e per ciò stesso riproducibili.