
PROGETTO AGRIMONIA LABORATORIO VISUAL

09/03/2022

Nota: documento ad uso interno, con solo scopo formativo. Non è consentita la diffusione.

INTWIG
make data work

CONTENUTI DEL LABORATORIO

9/3/22

LINGUAGGIO VISUALE E RACCONTO ATTRAVERSO LA FOTOGRAFIA

- Linguaggio visuale
- Comunicare attraverso le immagini
- Linee guida per la produzione di fotografie

IMMAGINI WEB

- Licenze
- Unsplash e altre risorse
- Immagini Google
- Canva
- Realizzazione di Cover e Immagini per il Blog

15/3/22

COMUNICAZIONE SOCIAL

- Template PPT o Canva
- Realizzazione di card grafiche per social media
- Prove pratiche

IL LINGUAGGIO VISUALE

La grammatica della lingua italiana che abbiamo studiato sui banchi di scuola, ci ha insegnato che una preposizione, una virgola, un accento, etc ci aiutano a comprendere un testo e dargli significato.

Quando si tratta di un immagine, cosa succede?
Come diamo significato alle immagini?

Avere maggiore consapevolezza del linguaggio per immagini

IL LINGUAGGIO VISUALE

Guardando una fotografia si potrebbero identificare alcuni elementi

- Com'è la **luce**? Dura, morbida, diretta o indiretta, naturale o artificiale, frontale, laterale...
- Quanti **piani** ha la foto? Un solo primo piano (per esempio un ritratto con lo sfondo uniforme) o più piani (per esempio un paesaggio)...
- Qual è la **tonalità** della foto? Monocromatica, con toni caldi o freddi...
- Com'è l'**inquadratura**? Frontale, laterale, di quinta...
- Qual è il **punto di vista**? Angolato dal basso, dall'alto, a livello degli occhi...
- Quali sono i **soggetti**? La loro descrizione (persone, oggetti, edifici, animali, piante,...), il loro numero, ma anche la loro *interazione*...
- Qual è la **struttura** della foto? I soggetti sono in fila, disposti a semicerchio, sono posizionati al centro, ...
- Qual è la **dinamica** della foto? E' statica oppure realizzata in modo che il soggetto sembri in movimento, o ancora ritrae un oggetto in movimento...

IL LINGUAGGIO VISUALE

Ma al di là degli aspetti più tecnici, quello che è importante sottolineare e chiedersi oggi guardando un'immagine è:

**COSA CI COMUNICA?
CHE EMOZIONI SUSCITA?
A COSA CI FA PENSARE?**

Abituarsi e allenarsi a «leggere» le immagini.

COSA
COMUNICA?



COSA
COMUNICA?



COSA
COMUNICA?



COSA
COMUNICA?

IN.TWIG
make data work



COSA
COMUNICA?

IN.TWIG
make data work



UNA QUESTIONE
DI EMOZIONI

Leggere
un'immagine:
riconoscere le
proprie emozioni



COMUNICARE CON LE IMMAGINI

Comunicare con le immagini vuol dire **esprimere un concetto attraverso il mezzo visivo**. Usare forme, colori, simboli, segni grafici, per comunicare un messaggio.

Significa coinvolgere e stimolare una riflessione.

Vuol dire **interpretare, comunicare una personale versione della realtà**.

Dietro ci deve essere un intento preciso.

L'immagine comunica davvero quando è la sintesi di un'idea o di un'azione. **Prima di tutto dovremo chiederci perché o cosa e soltanto dopo decidere e pensare al come.**

COMUNICARE CON LE IMMAGINI

Quando guardiamo una fotografia, naturalmente l'occhio viene attirato da un punto di interesse principale e poi prosegue e analizza l'immagine nel suo insieme.

Per rendere efficace la comunicazione attraverso una fotografia, il punto che cattura subito la nostra attenzione **deve corrispondere al soggetto, il protagonista della storia.**

Un volto, un gesto, un oggetto, un paesaggio, un momento...

ATTIVITA' PRATICA

Scegli un soggetto e scatta una foto

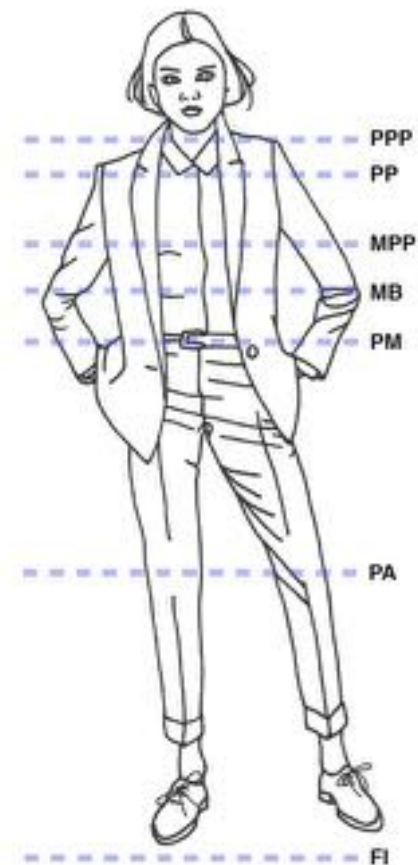
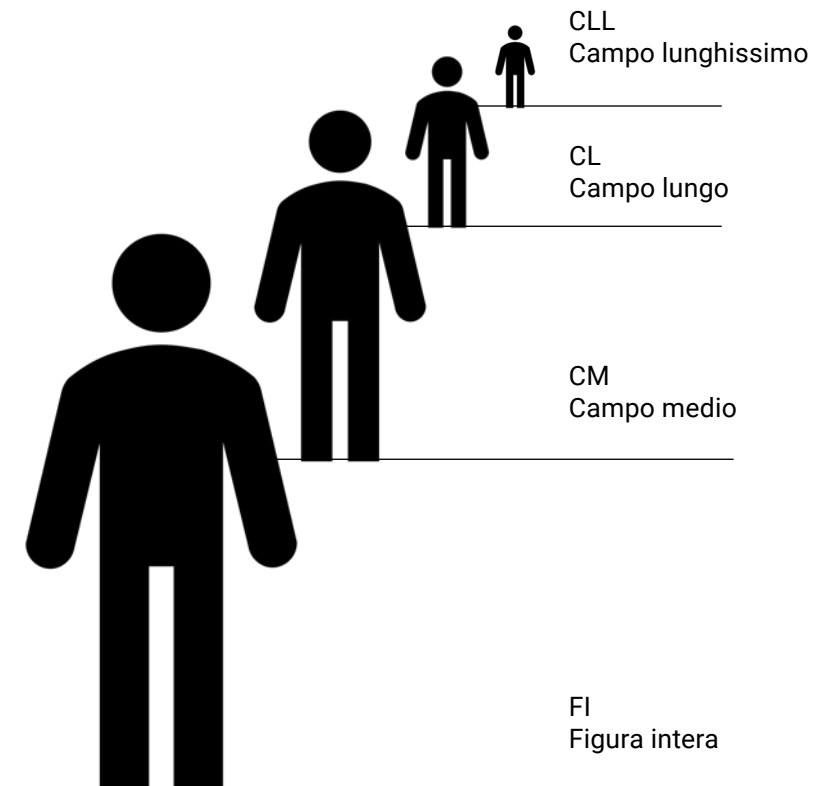
RACCONTARE ATTRAVERSO LA FOTOGRAFIA

REGOLE TECNICHE DI BASE

COME COMPORRE L'INQUADRATURA

- Campi e piani
- Regola dei terzi
- Aria
- Punto di vista
- Luce
- Preparare la scena (pulire dagli elementi che disturbano/non servono)

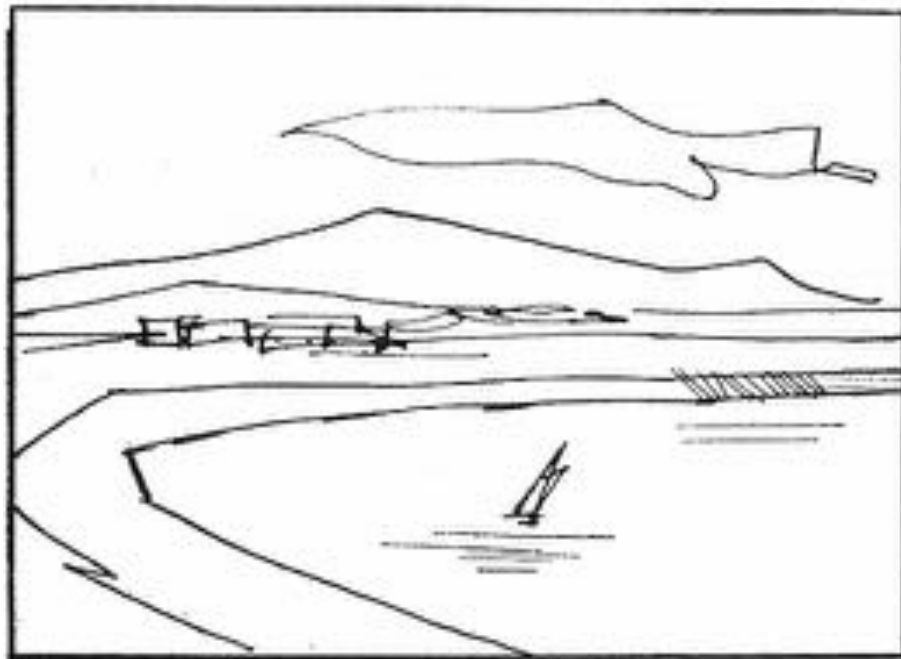
CAMPI E PIANI



CAMPI

CLL

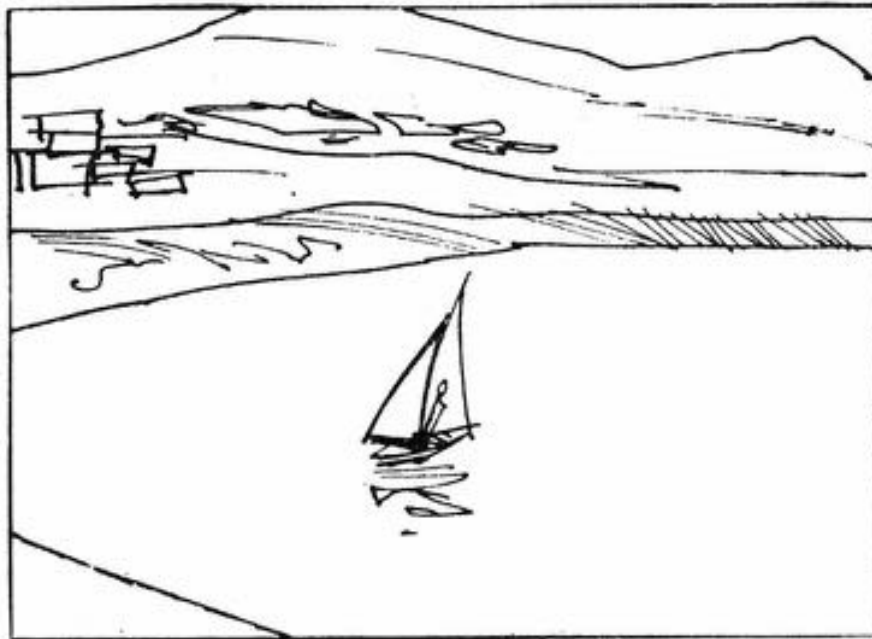
campo lunghissimo, il
soggetto si perde nello
spazio dell'inquadratura



CAMPI

CL

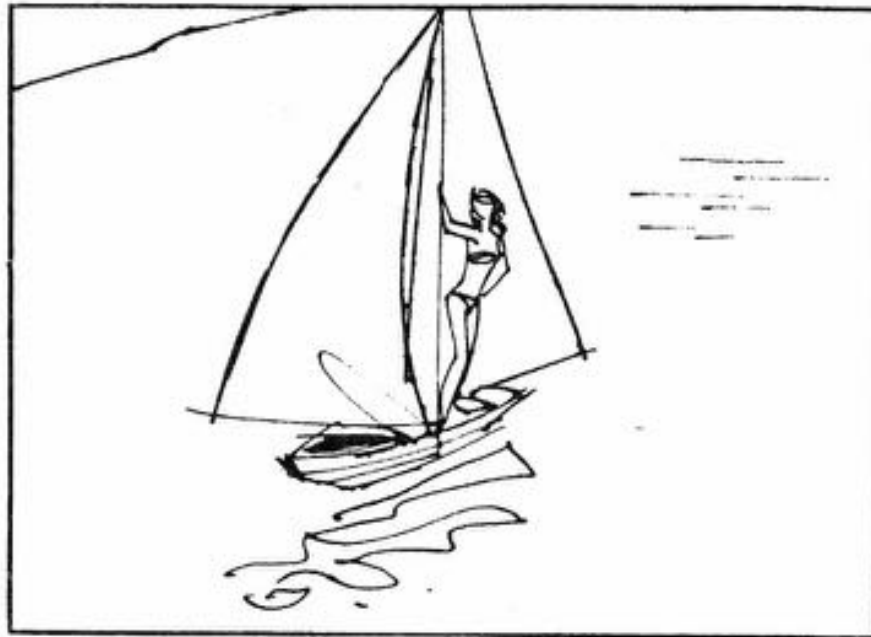
campo lungo, il soggetto
è individuabile ma è in
rapporto con lo spazio
circostante



CAMPI

CM

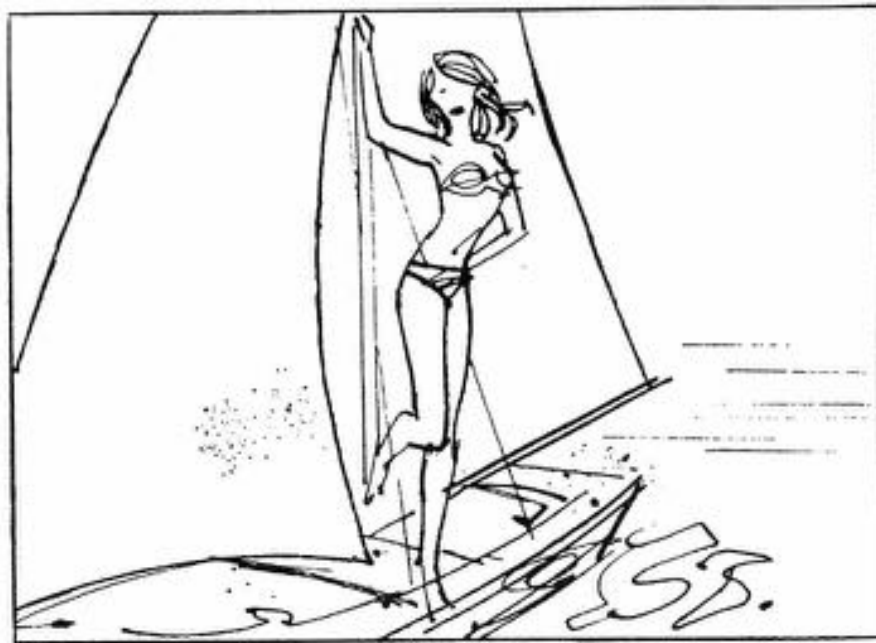
campo medio, il soggetto
domina l'inquadratura
ma ha spazio sopra e
sotto



PIANI

FI

figura intera, il soggetto
si vede nella sua
interezza nello spazio
inquadrato



PIANI

PA

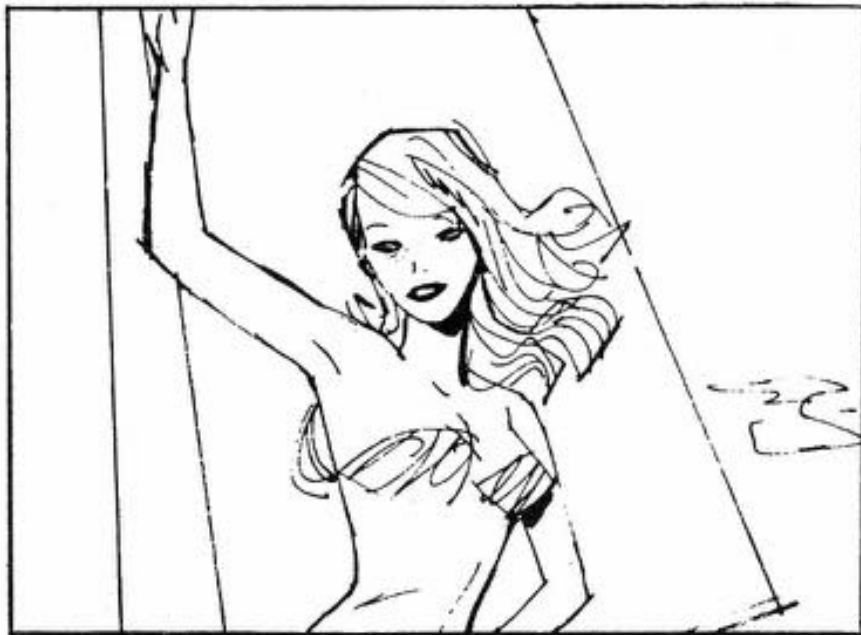
piano americano, il soggetto è inquadrato dalle ginocchia alla testa



PIANI

MF o MB

mezza figura o mezzo busto,
il soggetto è inquadrato dalla
vita in su



PIANI

PP

Primo piano (close up) il
soggetto è ripreso dalle
spalle in su



PIANI

PPP

primitissimo piano,
l'inquadratura comprende solo
la testa del soggetto



PIANI

DETT

Dettaglio, viene ripresa solo una parte del corpo o di un oggetto

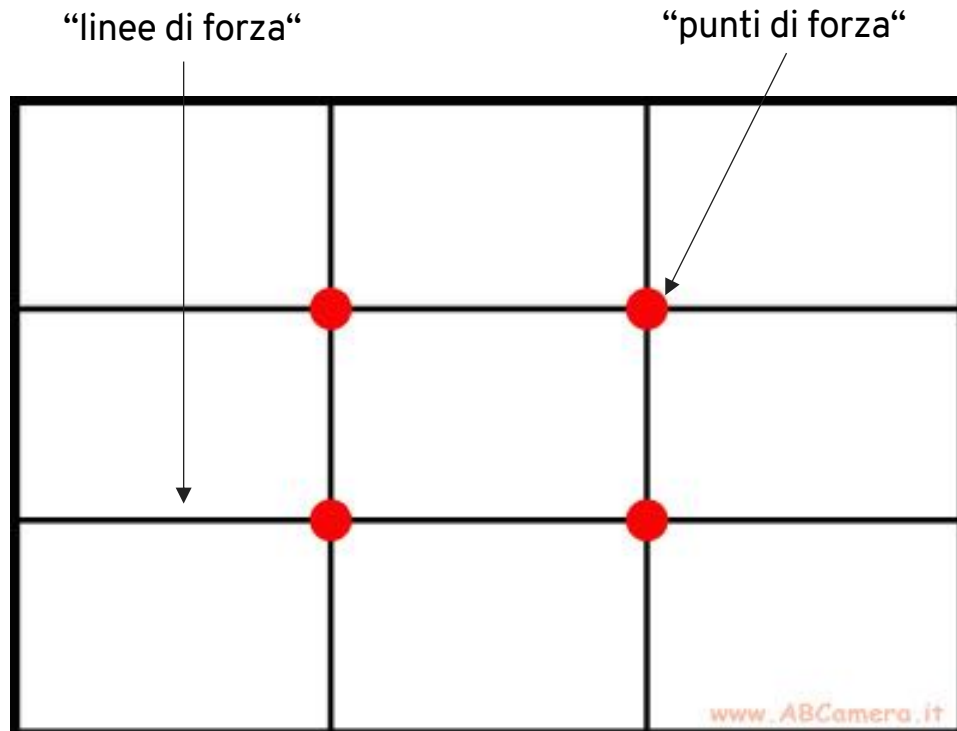


REGOLA DEI TERZI

È una linea guida di **composizione** delle immagini che divide il campo fotografico con 2 linee verticali e 2 linee orizzontali.

Queste linee creano 9 spazi di uguale dimensione e creano **percorsi di esplorazione per l'occhio**.

Si creano anche 4 punti di intersezione, che sono detti “fuochi” o “punti di forza” e individuano per lo sguardo dello spettatore **le aree di maggiore interesse** rispetto al centro o ai margini.



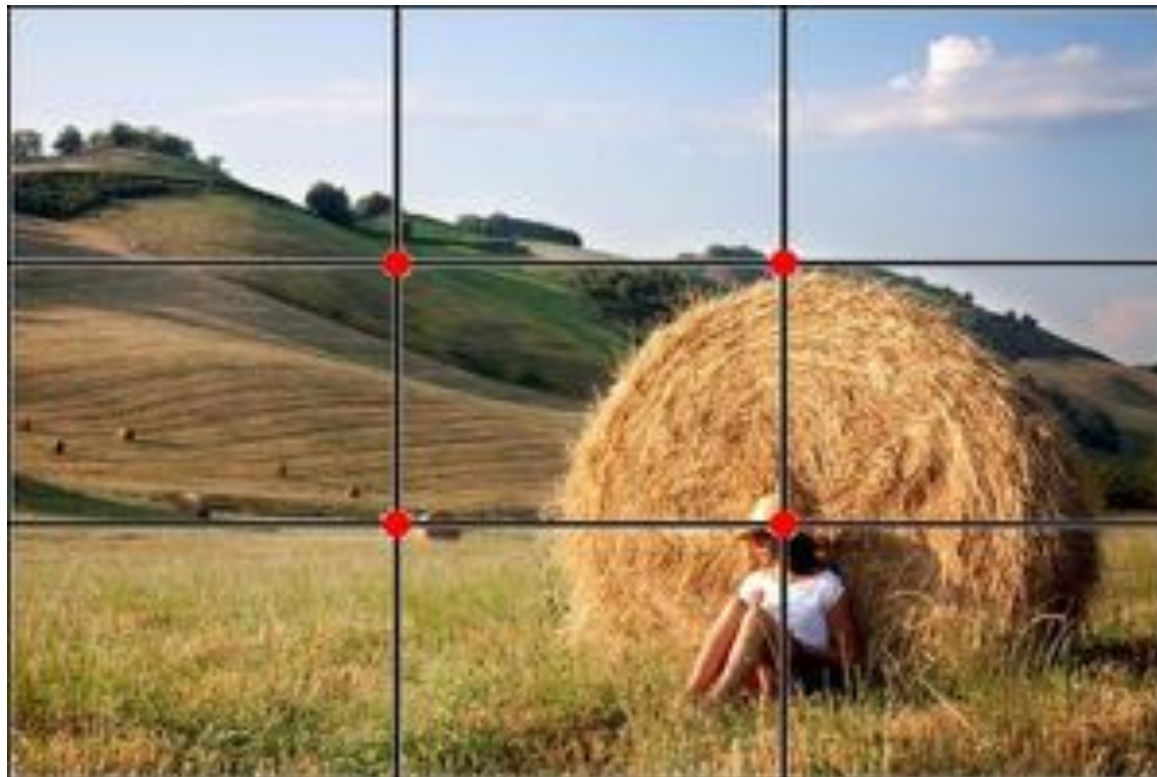
REGOLA DEI TERZI



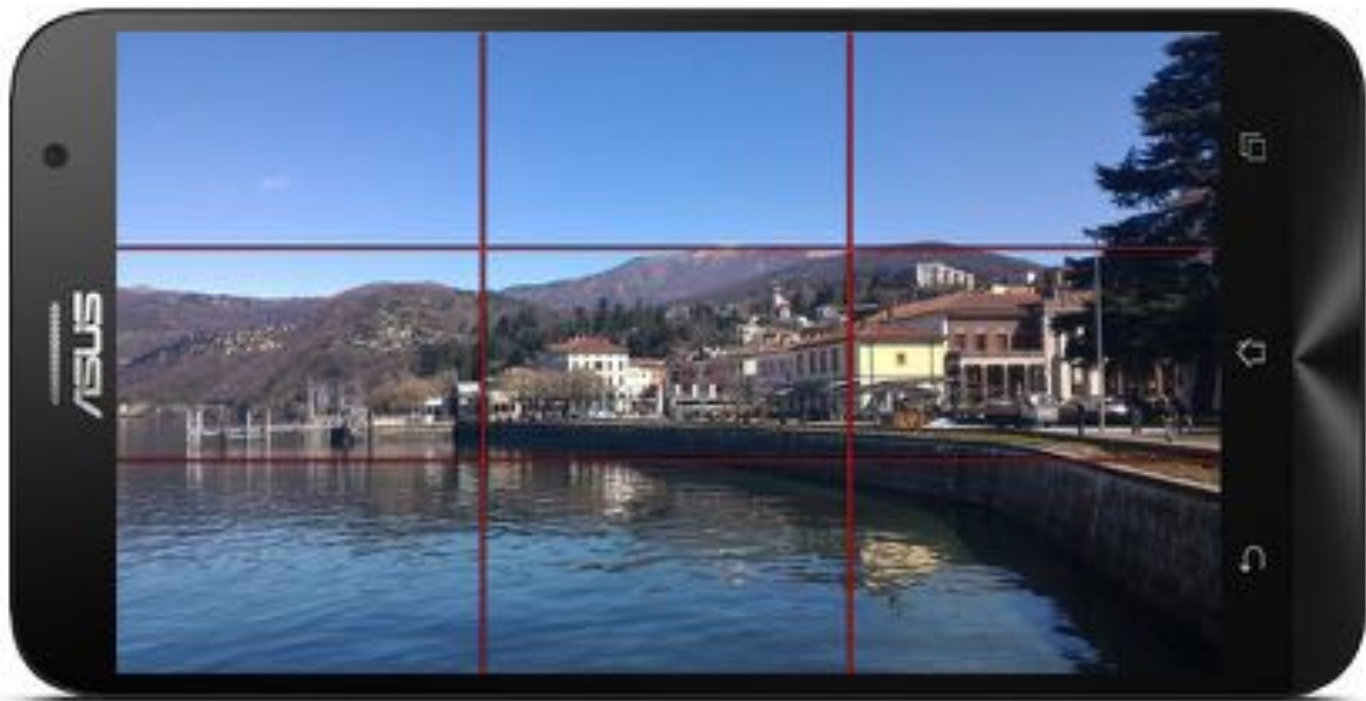
REGOLA DEI TERZI



REGOLA DEI TERZI



REGOLA DEI TERZI



REGOLA DEI TERZI E ARIA



ARIA



REGOLA DEI TERZI E ARIA



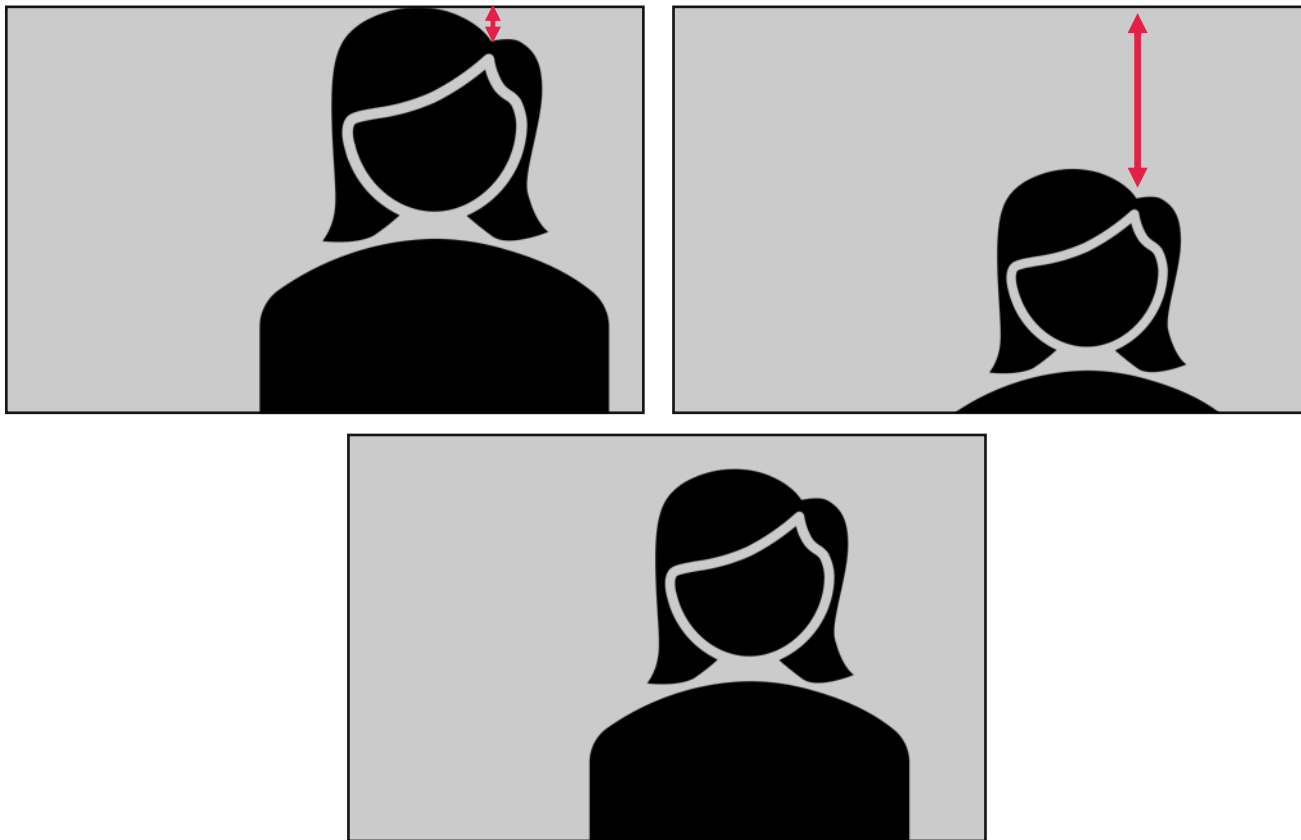
REGOLA DEI TERZI E ARIA



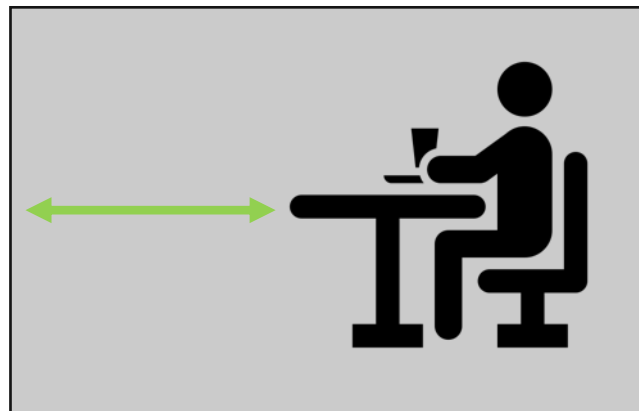
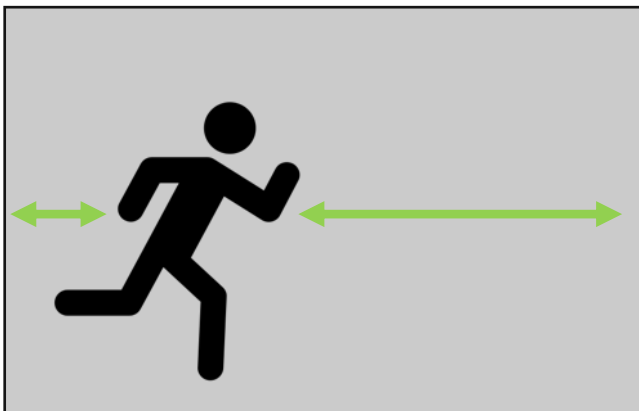
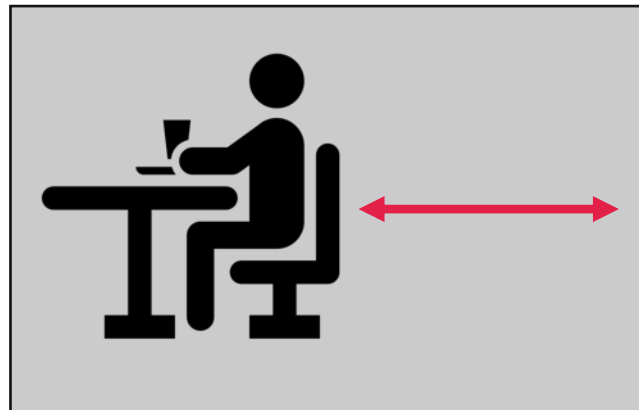
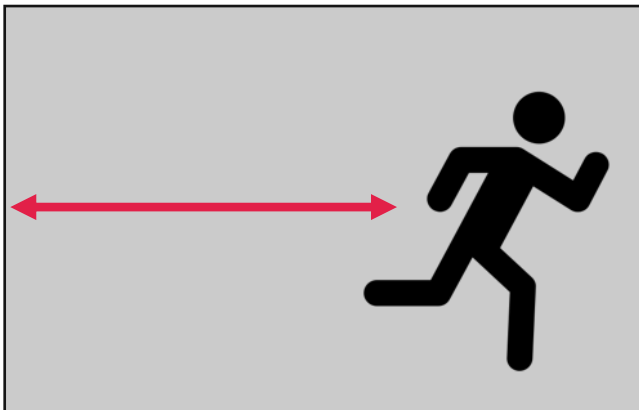
REGOLA DEI TERZI E ARIA



ARIA IN TESTA



ARIA LATERALE



PUNTO DI VISTA



PUNTO DI VISTA



LUCI

“La luce è importante tanto quanto l’ombra, così come il foglio bianco è importante quanto il tratto nero di un disegno.”



LUCI



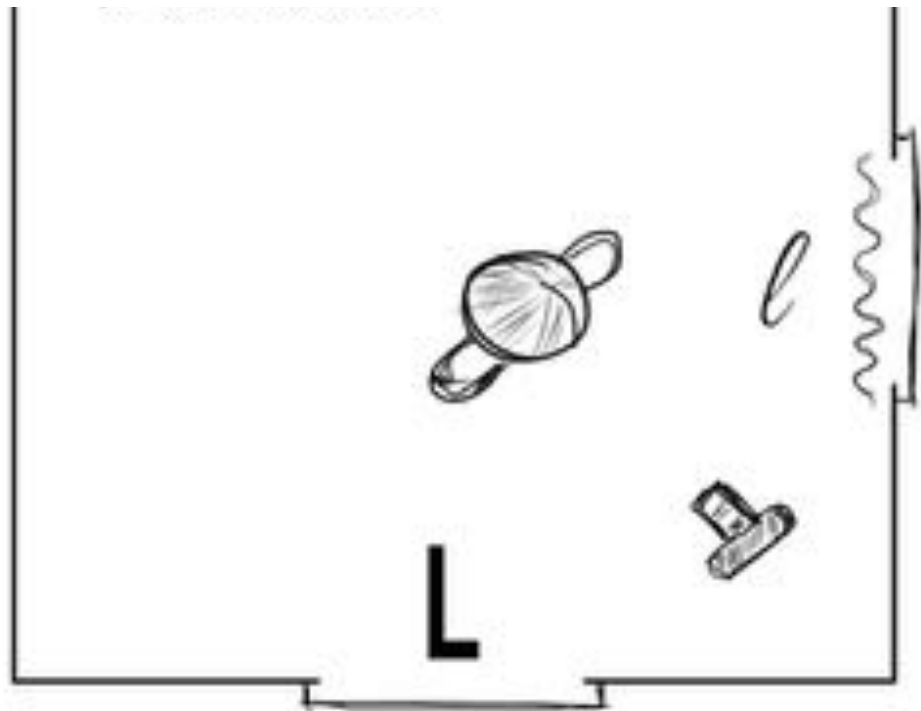
LUCI



LUCI



LUCI



PREPARARE LA SCENA: COSA VOGLIO RACCONTARE?

L'intento è sensibilizzare sul problema della raccolta differenziata oppure è il racconto di un signore che passeggia con il cane?



«Se la foto non è buona vuol dire che non eri abbastanza vicino»

(HENRI CARTIER-BRESSON)

LINEE GUIDA

- Individuare il soggetto

I momenti di aggregazione, confronti, alzate di mano, sorrisi, dialoghi. Tutto ciò che racconta il comportamento dei partecipanti. Ritrarre l'azione. Se c'è un'azione spesso c'è anche l'emozione che essa suscita...

- Scegliere la posizione migliore da cui scattare
(luce, distanza...)

- Comporre l'inquadratura (aria, regola dei terzi, pulire da elementi di disturbo...)

QUANTE FOTO SCATTARE?

5 foto per un evento

- un totale: mostrare il contesto (nel momento più significativo)
- un dettaglio: mostrare logo/volantino/locandina
- una/due foto ritratto: 2/3 persone
- una foto di gruppo
- una foto di gruppo all'esterno

STRUMENTI UTILI

LE FUNZIONI DEI NOSTRI SMARTPHONE

- Le guide
- Modalità ritratto
- Zoom e grandangolo
- 1:1
- Impostazioni per luci e flash

LA POST-PRODUZIONE

«Leggere» l'immagine e decidere come migliorarla.

Ritagliare e se necessario re-inquadrare e regolare parametri (luminosità, contrasto, etc...) con le opzioni dei nostri smartphone, per «comunicare» meglio.

ATTIVITA' PRATICA

Scegli lo stesso soggetto che hai fotografato
all'inizio e scatta una nuova foto

APPLICAZIONE PRATICA

Produrre fotografie può essere utile per :

- Presentare i membri del progetto
- Raccontare attività del progetto
- Raccontare i backstage di eventi e incontri
- Raccontare i periodi di Visiting
- ...
- in altri casi, sono utili fotografie e immagini già realizzate...

GRAZIE!

Come usare correttamente le immagini?

COPYRIGHT IMMAGINI: COSA BISOGNA SAPERE

Il copyright è un termine inglese che identifica il diritto d'autore, un diritto che tutela i lavori di un artista e, più in generale, qualunque opera d'ingegno.

Generalmente è abbreviato con il simbolo © accompagnato dalla dicitura “All rights reserved”, ovvero “Tutti i diritti riservati”. Questa dicitura implica che è possibile utilizzare o condividere sul Web quell'opera solo dopo un accordo economico ed un'autorizzazione scritta dell'autore.

In linea generale, qualsiasi lavoro protetto dal diritto d'autore non può essere riprodotto e condiviso liberamente.

LICENZE CREATIVE COMMONS: OPZIONI DI UTILIZZO

Le licenze Creative Commons forniscono un modo semplice e standardizzato per concedere pubblicamente il permesso di condividere e utilizzare l'opera creativa in base alle condizioni stabilite dagli autori.



Attribuzione (BY)

è necessario attribuire sempre l'autore dell'opera creativa (attributo obbligatorio);



Non uso commerciale (NC)

non è consentito l'utilizzo dell'opera creativa a scopi commerciali (a scopo di lucro);



Non opere derivate (ND)

non è consentito elaborare l'opera creativa modificando le sue caratteristiche;
















Condividi allo stesso modo (SA)

è consentito modificare l'opera creativa ma la modifica deve essere rilasciata con le stesse condizioni scelte dall'autore originale;

LICENZE CREATIVE COMMONS: COMBINAZIONI

Combinando 4 attributi vengono definite le 6 licenze CC:

-  **CC-BY (Attribuzione):**
è possibile diffondere l'opera, trasformarla e usarla anche a scopo commerciale. È necessario menzionare e inserire un collegamento all'autore specificando la licenza CC utilizzata.
-   **CC-BY-ND (Attribuzione – Non opere derivate):**
è possibile riprodurre, ridistribuire e usare anche commercialmente l'opera. Non è possibile modificarla o elaborarla. È necessario menzionare e inserire un collegamento all'autore specificando la licenza CC utilizzata.
-   **CC-BY-SA (Attribuzione – Condividi allo stesso modo):**
è possibile diffondere l'opera, modificarla e usarla anche a scopo commerciale, ma tutte le modifiche e le versioni modificate dell'opera avranno la stessa licenza; È necessario menzionare e inserire un collegamento all'autore specificando la licenza CC utilizzata.
-   **CC-BY-NC (Attribuzione – Non commerciale):**
è possibile diffondere e modificare l'opera, ma non ne è permesso l'uso commerciale. È necessario menzionare e inserire un collegamento all'autore specificando la licenza CC utilizzata.
-    **CC-BY-NC-SA (Attribuzione – Non commerciale – Condividi allo stesso modo):**
è possibile distribuire e modificare l'opera, ma non ne è permesso l'uso commerciale. È necessario menzionare e inserire un collegamento all'autore specificando la licenza CC utilizzata. Se si rilascia una versione modificata dell'opera, si deve usare la licenza dell'originale.
-    **CC-BY-NC-ND (Attribuzione – Non commerciale – Non opere derivate):**
è possibile distribuire l'opera, ma solo a scopi non commerciali e solo in originale. È necessario menzionare e inserire un collegamento all'autore specificando la licenza CC utilizzata.

CC0: PUBBLICO DOMINIO

Con questo particolare tipo di licenza l'autore sceglie di rilasciare l'opera in pubblico dominio. Così facendo, rinuncia a tutti i diritti sulla sua opera e tutte le condizioni sopra elencate non hanno valore.

Con la licenza Creative Commons 0 è quindi possibile copiare, distribuire e modificare l'opera creativa, per qualsiasi scopo, anche quello commerciale senza chiedere permessi.

Dove trovare immagini di alta
qualità **gratis**?

UNSPLASH

Foto di Unsplash possono essere scaricate e utilizzate gratuitamente per finalità commerciali e non commerciali, non è necessaria nessuna autorizzazione o attribuzione.

Non è consentito:

- Le foto non possono essere vendute senza modifiche significative,
- Compilare le foto di Unsplash per replicare un servizio simile o concorrente.

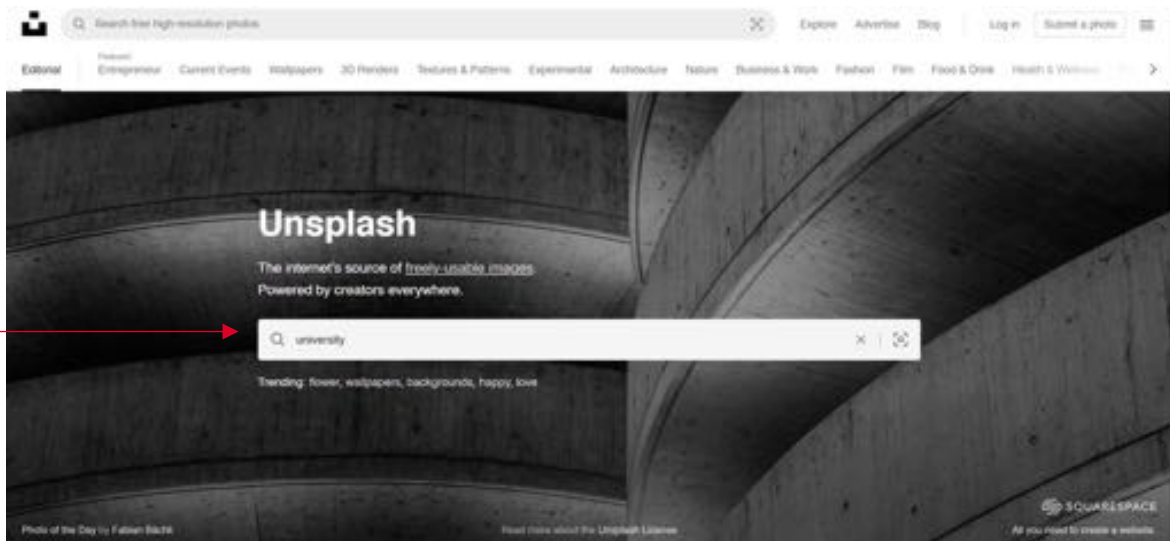


[Link al servizio](#) 

UNSPLASH

Step 1: ricerca

Ricerca in **inglese**, è consigliabile cercare le parole chiave o una frase composta da non più di 4 parole.

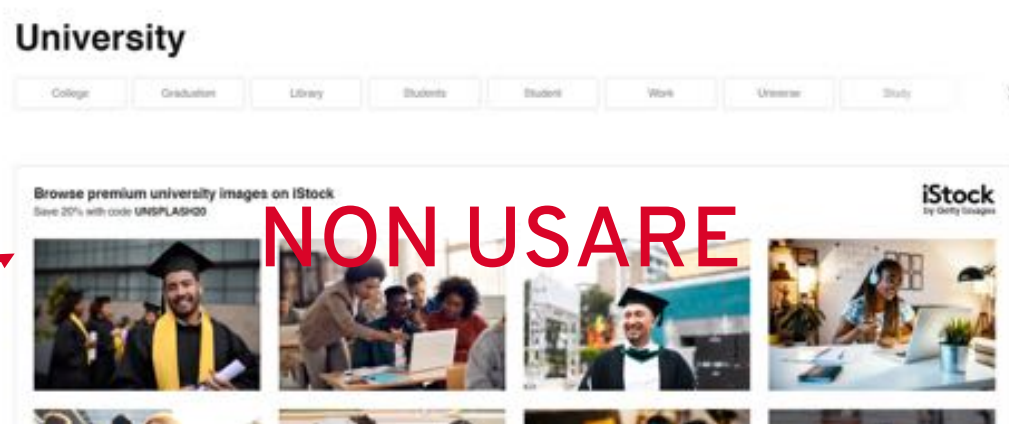


[Link al servizio](#)

UNSPLASH

Step 2: scelta dei contenuti

Attenzione, il primo blocco del sito è pubblicità di un altro servizio a pagamento (non usare queste foto)

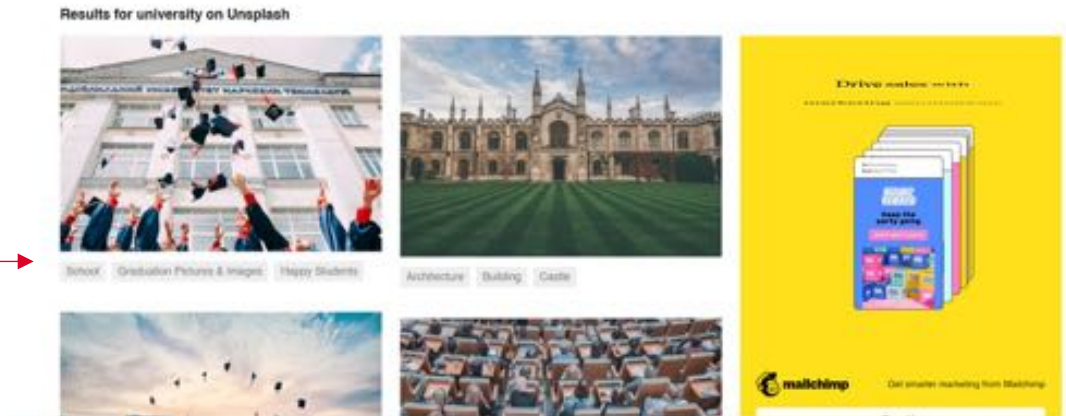


[Link al servizio](#) 

UNSPLASH

Step 2: scelta dei contenuti

Il blocco che ci interessa è sotto titolo “Results for ... on Unsplash”

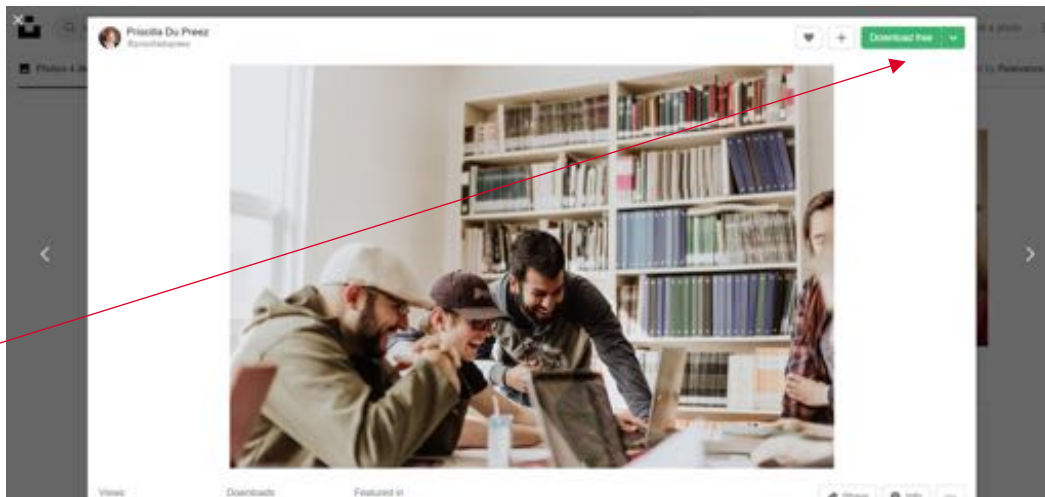


[Link al servizio](#)

UNSPLASH

Step 3: download

Per scaricare un'immagine bisogna semplicemente cliccare su una delle foto che ci piace e nella finestra che appare scegliere “download free”



[Link al servizio](#) 

PIXABAY

Tutti i contenuti vengono rilasciati sotto la licenza Pixabay, il che li rende utilizzabili senza dover chiedere permesso o dare credito all'artista – anche per scopi commerciali.

Non è consentito:

- Vendere i contenuti di Pixabay su altre piattaforme stock o sfondi.
- Vendere copie inalterate dei contenuti, ad es. vendere una copia esatta di una foto d'archivio come poster, stampa o su un prodotto fisico.
- Utilizzare contenuti con persone o marchi identificabili per creare un'associazione fuorviante con un prodotto o servizio.

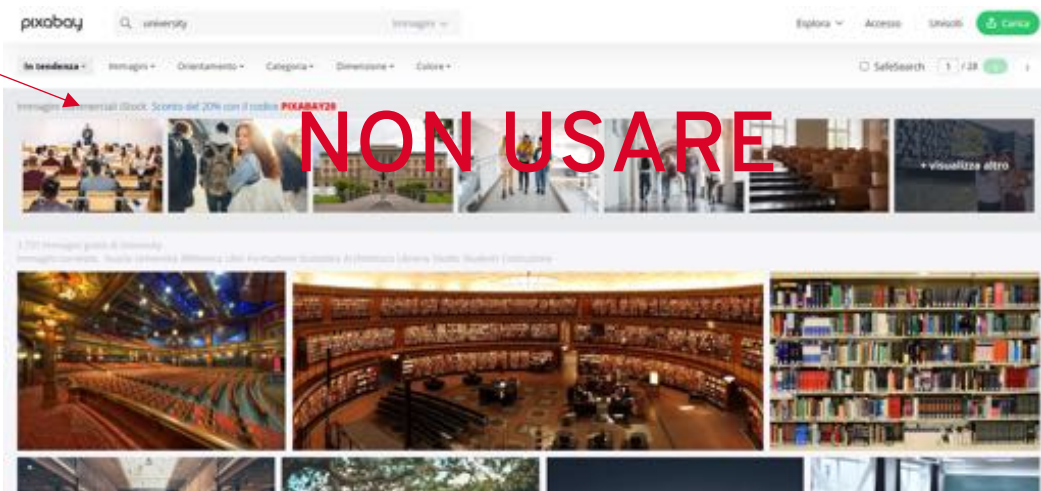


[Link al servizio](#) 

PIXABAY

Step 2: scelta dei contenuti

Il primo blocco del sito è pubblicità

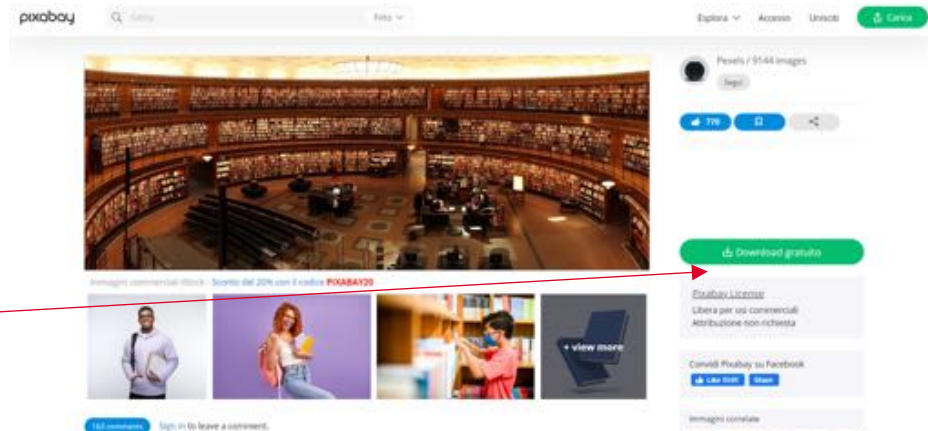


[Link al servizio](#)

PIXABAY

Step 3: download

Per scaricare un'immagine bisogna cliccare su un contenuto che ci interessa e apparirà la finestra di download che ci permette di vedere anche i dettagli della licenza.



[Link al servizio](#)

Immagini Google

GOOGLE IMAGES

Migliori pratiche per l'utilizzo legale delle immagini di Google:

1. Presuma che i contenuti online siano protetti da Copyright
2. Verifica termini e condizioni applicabili all'utilizzo delle immagini
3. Confermare possibilmente la proprietà dell'immagine

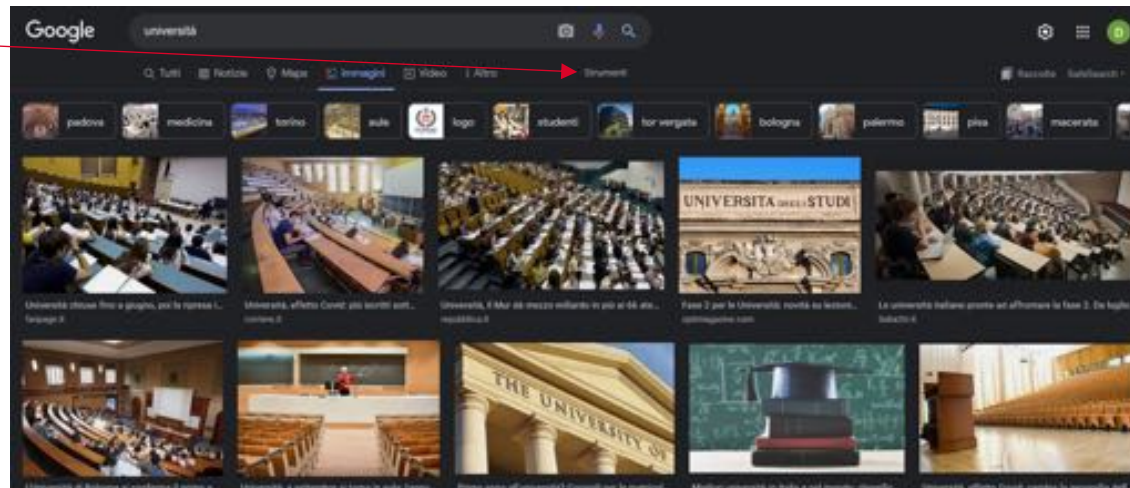


[Link al servizio](#) 

GOOGLE IMAGES

Step 1: utilizzare il filtro “Diritti di utilizzo”

Cliccare su “Strumenti”



GOOGLE IMAGES

Step 2: Cliccare sul filtro “Diritti di utilizzo”

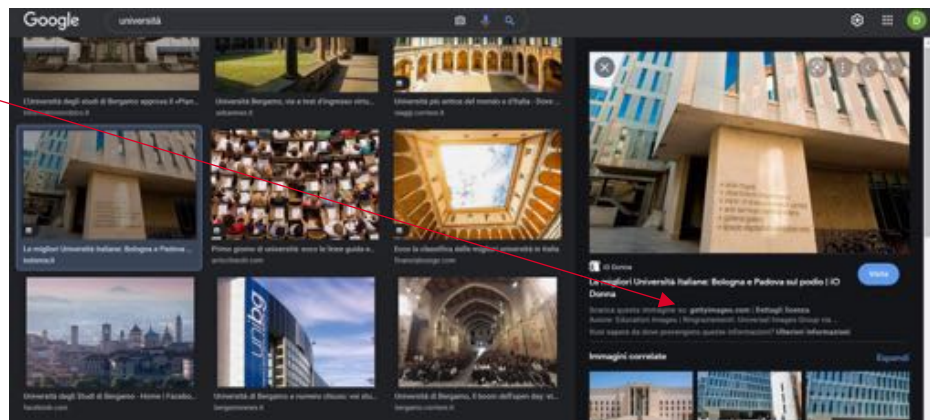
- Licenze Creative Commons
- Licenze commerciali e altre licenze: queste immagini dispongono di licenze non Creative Commons e possono provenire da siti che consentono di utilizzarle senza costi o da siti commerciali che richiedono un pagamento per il loro utilizzo.



GOOGLE IMAGES

Step 3: dettagli della licenza

Per trovare i dettagli della licenza: seleziona un'immagine, seleziona Dettagli licenza sotto l'immagine. È consigliabile esaminare sempre i requisiti di licenza di tutte le immagini.



IMMAGINI SITO AGRIMONIA

DIMENSIONI IMMAGINI SITO AGRIMONIA

La dimensione dell'immagine è importante per WordPress. Se scegliamo la dimensione sbagliata, le nostre immagini saranno sfocate e se le immagini sono troppo grandi, possono rallentare il sito web.

Le dimensioni consigliate delle immagini per WordPress, a seconda di dove vengono usate:

- Le immagini cover dovrebbero essere di 1200 x 630 pixel,
- L'immagine in primo piano dovrebbe essere di 820 x 462 pixel,
- Le immagini laterali dovrebbero avere una dimensione di 400 x 300 pixel

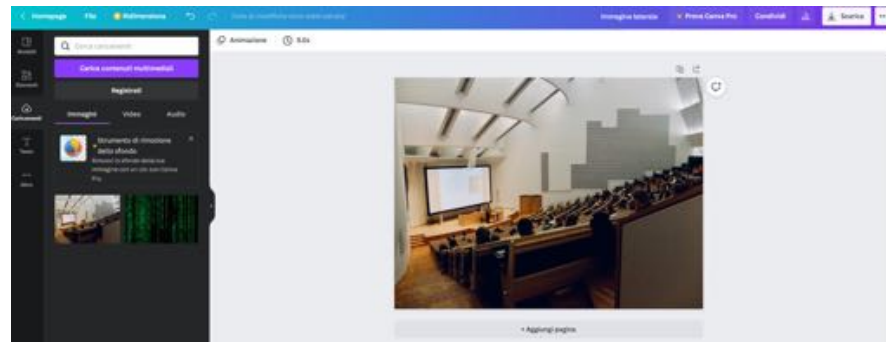
STRUMENTO CANVA

Ci permette di adottare le dimensioni delle nostre immagini per il caricamento corretto dei contenuti.

Step 1 – creazione dell'account:
<https://www.canva.com/signup/>

Step 2 – diventa parte del team

Step 3 – usa i template pronti per ridimensionare le immagini



GRAZIE!