

Recursos Multimedia para la Comunicación Audiovisual



Lluís Codina
Área de Ciencias de la Documentación
Departamento de Comunicación
UPF/IDEC

2011

Primera Parte

2

Introducción general

- Búsqueda Multimedia y bancos de Imágenes
 - Sectores editorial y creativo
 - Tipos de derechos
 - Proceso general de trabajo

Búsqueda

3

- **Sistemas**
 - Motores de búsqueda > (casi) irrelevantes a efectos profesionales >
 - Bases de datos y repositorios > la opción profesional

Motores de búsqueda

4

- Dos clases de problemas
 - Legales > Búsqueda agnóstica
 - Propiedad intelectual
 - Derechos del modelo
 - Logísticos
 - Opciones de búsqueda
 - Calidad de la imagen

Bancos comerciales y sistemas abiertos

5

- **Sistemas comerciales**
 - Alta calidad
 - Amplias opciones de búsqueda
 - Ayudas para conceptualizar proyectos
 - Cuestiones legales resueltas
- **Sistemas abiertos**
 - Calidad muy variable
 - Pocas opciones de búsqueda
 - Coste cero
 - No resuelven **todos** los aspectos legales (permiso del modelo, restricciones uso comercial, etc.)

Segmentación del mercado

6

- **Sector Editorial:**
 - ✦ Prensa no diaria
 - ✦ Prensa diaria
 - ✦ Televisión: informativos, reportajes y documentales
- **Sector Creativo:**
 - ✦ Publicidad y relaciones públicas
 - ✦ *Packaging*
 - ✦ Multimedia (dvd, web)
 - ✦ Televisión y vídeo: video arte, documentales de autor y cine de creación o de ficción
- ***The long tail***
 - ✦ Uso personal: invitaciones, tarjetas, webs, etc.
 - ✦ Corporaciones: folletos y publicaciones de empresa
 - ✦ Investigación: arte, sociología, política, historia, etc.

Macro y Micro

7

- Dos principales modelos de negocio
 - Macrostock
 - ✦ Sectores
 - Creativo > Fotografía de stock
 - Editorial > Fotografía de encargo
 - ✦ Licencias
 - *Royalty free*
 - *Right managed*
 - ✦ Fotógrafos: poco accesibles pero mayores ingresos
 - ✦ Empresas: alta calidad y mucha exclusividad (sector editorial), pero precios más altos
 - Microstock
 - ✦ Sector creativo
 - ✦ Royalty free
 - ✦ Empresas: low cost
 - ✦ Fotógrafos: menos ingresos pero más oportunidades
 - ✦ Han generado una nueva industria de software: (1) programas para crear, seleccionar y asignar palabras clave a las imágenes; (2) programas para la subida de colecciones de imágenes

Principales sistemas

8

- Bases de datos comerciales
 - ✦ *GettyImages*
 - ✦ *Corbis*
 - ✦ *AGE Fotostock*
 - ✦ *Dreamstime*
 - ✦ *easyFotostock*
- Repositorios CC o con licencias similares
 - ✦ *Flickr* > www.flickr.com
 - ✦ *Internet Archive* > www.archive.org
 - ✦ *MorgueFile* > www.morguefile.com
- Buscadores especializados
 - ✦ *Creative Commons* > es.creativecommons.org/

Bancos comerciales - Utilización

9

- **Búsqueda**
 - Excelente representación icónica y conceptual: *keywords*
 - Ayudas muy eficaces para las búsquedas conceptuales (sector creativo)
 - Descargas libres para bocetos: formato en baja definición y con marcas de agua
 - Mesa de luz
- **Utilización**
 - Selección de una parte del conjunto descargado
 - Se pagan las que se seleccionan para el proyecto final
 - Se descargan en alta definición y sin marcas de agua
- **Ingresos (sector creativo)**
 - Una proporción es para el banco de imágenes
 - Una proporción es para el fotógrafo

Sistemas abiertos (CC)- Utilización

10

- **Búsqueda**
 - Opciones muy limitadas de tipo general
 - Sin opciones específicas para sectores profesionales
 - Inexistencia de un lenguaje controlado (palabras clave)
 - Sin ayuda específica para búsquedas conceptuales
- **Utilización**
 - Descargas directas
 - Sin seguridad jurídica, en especial para los derechos del modelo o de propiedad
 - Con posibles limitaciones de uso (p.e. , «no para uso comercial») o de utilización (p.e. «sin obra derivada»)

Práctica 1a

11

- AGE Fotostock
 - Búsqueda:
 - ✦ Conceptual
 - ✦ Icónica
 - ✦ Número de personas
 - ✦ Opciones avanzadas
 - ✦ Temas
 - ✦ Colecciones
 - Representación
 - ✦ Ver imagen > Intentar describirla con palabras clave
 - ✦ Observar criterios (palabras clave) > Comparar con la caracterización de AGE
 - Fotografías con autorización del modelo o de la propiedad
 - ✦ Personas y... ¿algo más?
 - Oportunidades para fotógrafos
 - ✦ Ver páginas de ayuda

El mundo Creative Commons

12

Tamaños disponibles:

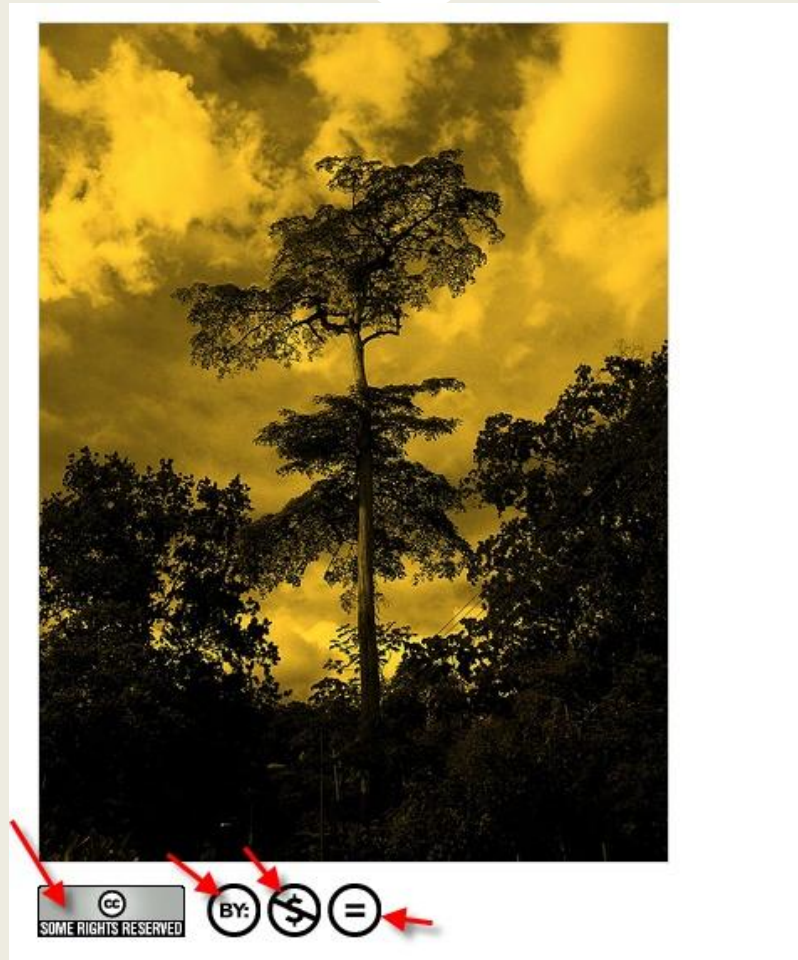
Cuadrado (75 x 75)	Miniatura (75 x 100)	Pequeño (180 x 240)	Mediano (375 x 500)	Grande (768 x 1024)	Original (1728 x 2304)
---------------------------------------	---	--	--	-------------------------------	---

 [Descargar el tamaño Grande](#) - Todos los tamaños de esta fotografía están disponibles bajo [una licencia Creative Commons](#).



Sabores de CC

13



Interpretación iconos

14

You are free:



to **Share** — to copy, distribute and transmit the work

Under the following conditions:



Attribution. You must attribute the work in the manner specified by the author or licensor (but not in any way that suggests that they endorse you or your use of the work).



Noncommercial. You may not use this work for commercial purposes.



No Derivative Works. You may not alter, transform, or build upon this work.

Práctica 1b

15

- Obtener fotografías en Flickr filtradas por tipo de licencia CC:
 - Hacer pruebas:
 - ✦ Con y sin posibilidad de uso comercial
 - ✦ Con y sin posibilidad de editar la imagen

Fuentes: StockIndex Online

www.stockindexonline.com

16

STOCK INDEX ONLINE THE ONLINE RESOURCE OF SPECIALIST STOCK PHOTOGRAPHY LIBRARIES AND THEIR WEBSITES

HOME | INDUSTRY NEWS | YOUR NEWS | ADVERTISING RATES | PRODUCTION ONLINE

Connections count...
We don't believe in wasting your time by limiting your search to the set number of images just on our site.

Instead you'll find all stock images are linked to their respective stock libraries. By clicking on the W icon you will be taken immediately to the stock library's website.

In this way you reach thousands of stock photographic images held by hundreds of specialist stock agencies so you find exactly what you need.

POWER SEARCHES
Find by keyword, category and company – or for the ultimate – use our **IMAGE SEARCH REQUEST** system.

KEYWORD SEARCH
Find all the stock libraries that hold images matching specified keywords.
 All words Any of these words Exact phrase
[Text Input Field]
[Begin search]

CATEGORY SEARCH
Find stock libraries by their Speciality
[Start here]

COMPANY SEARCH
Over 330 stock companies to choose from, with profiles, portfolios and links to their websites.
[Start here]

IMAGE SEARCH REQUEST
Type into the panel details of image/s you want - Submit.
Fill in contact info - Submit.
Specialist libraries search their collections - Send results to you.
Job Done.
[Text Input Field]
[Submit]

robertharding

Bookmark this site
Click here NOW!

Práctica 2

17

- Entrar en Getty Images
- Explorar las diferencias entre Editorial/Creativo para una misma palabra clave
- ¿Son dos sectores estancos?
- ¿Podemos proporcionar algún ejemplo de cruce de utilizaciones?

Práctica 3

18

- Simular un proyecto para el sector creativo. Derivar dos palabras clave: una conceptual y otra icónica.
- Hacer pruebas con Getty Images y con AGE Fotostock utilizando las opciones de búsqueda avanzada
- Examinar los resultados de las búsqueda en cada banco
- Hacer una pequeña comparativa (puede usar una tabla en un documento word) en base a:
 - Facilidad de uso general
 - Opciones de búsqueda
 - Utilidad de la página de resultados
 - Calidad o relevancia de los resultados
 - Caracterización de la imagen (palabras clave)

Segunda Parte

19

Bancos de Vídeo

Contenidos

20

- **Sector creativo**
 - Clips
 - ✦ Suelen:
 - Durar un minuto o menos
 - Sin sonido
 - Sin editar
- **Sector editorial**
 - Grabaciones de vídeo actuales e históricas
 - ✦ Pueden:
 - Tener audio
 - Durar varios minutos
 - Estar editados
 - Presentar una enorme exclusividad y/o valor histórico

Principales actores

21

- **Sistemas comerciales**
 - Geety Images > Films
 - Corbis > Motion
 - BBC Motion Gallery
- **Repositorios y sistemas abiertos**
 - Archive.org > Movies
 - Stock Footage for free

Práctica 4

22

- Pruebas de búsqueda simple y avanzada (en editorial y creativo) en:
 - Getty Films
 - Corbis Motion

- Pruebas exploratorias en:
 - BBC Motion Gallery

Práctica 5

23

- Simular un proyecto editorial o creativo (a elección del alumno) y derivar dos palabras clave.
- Hacer pruebas con las secciones de **Vídeo** de Getty y Corbis
- Dependiendo del tiempo disponible, intentar hacer pruebas con BBC Motion con una palabra clave tipo editorial
- Observar los mismos parámetros que en la práctica 3
- Preparar una comparativa usando el mismo tipo de tabla

Tercera Parte

24

Sonido

Recursos

25

- **Buscadores (búsqueda agnóstica)**
 - FindSounds
- **Sistemas comerciales**
 - Sonomic
 - iStockphoto > Audio
 - AudioMicro
 - Sounddogs
- **Creative Commons**
 - The Free Sound Project
 - Soundbible (pdsounds.org)

Fuentes: Alexa

www.alexaprovider.com > Photography > Stock

26



Web Search

Traffic Rankings

Website Directory

Search for:

in

All Subjects



Directory Search

Browse Stock

[Top](#) > [Business](#) > [Arts and Entertainment](#) > [Photography](#) > [Stock](#)

Browse

- Sites in **Stock** (12)
- Companies (211)
- Photographers (387)
- Royalty Free (226)
- Languages available for this subject (4)

Related Subjects

- Documentary Archives (37)
- Images (9)
- Photography (5,147)
- Photography (1,009)
- Photojournalistic Archives (36)
- Stock Footage (236)
- United Kingdom (41)

Search in Stock:

GO!

Reviewers Rave

Glowing reviews from people like you.



PhotoSource International

Meeting place for photographers and buyers to exchange images and information.

Avg. User Review: ★★★★★

www.photosource.com - [Site info](#)

▶ [See all reviews for this site...](#)

Most Popular In Stock

The most visited sites in all 'Stock' categories.



1. IStockPhoto.com

www.istockphoto.com - [Site info](#)



2. Getty Images

www.gettyimages.com - [Site info](#)



3. Fotosearch Stock Photography

www.fotosearch.com - [Site info](#)



4. Corbis

pro.corbis.com - [Site info](#)



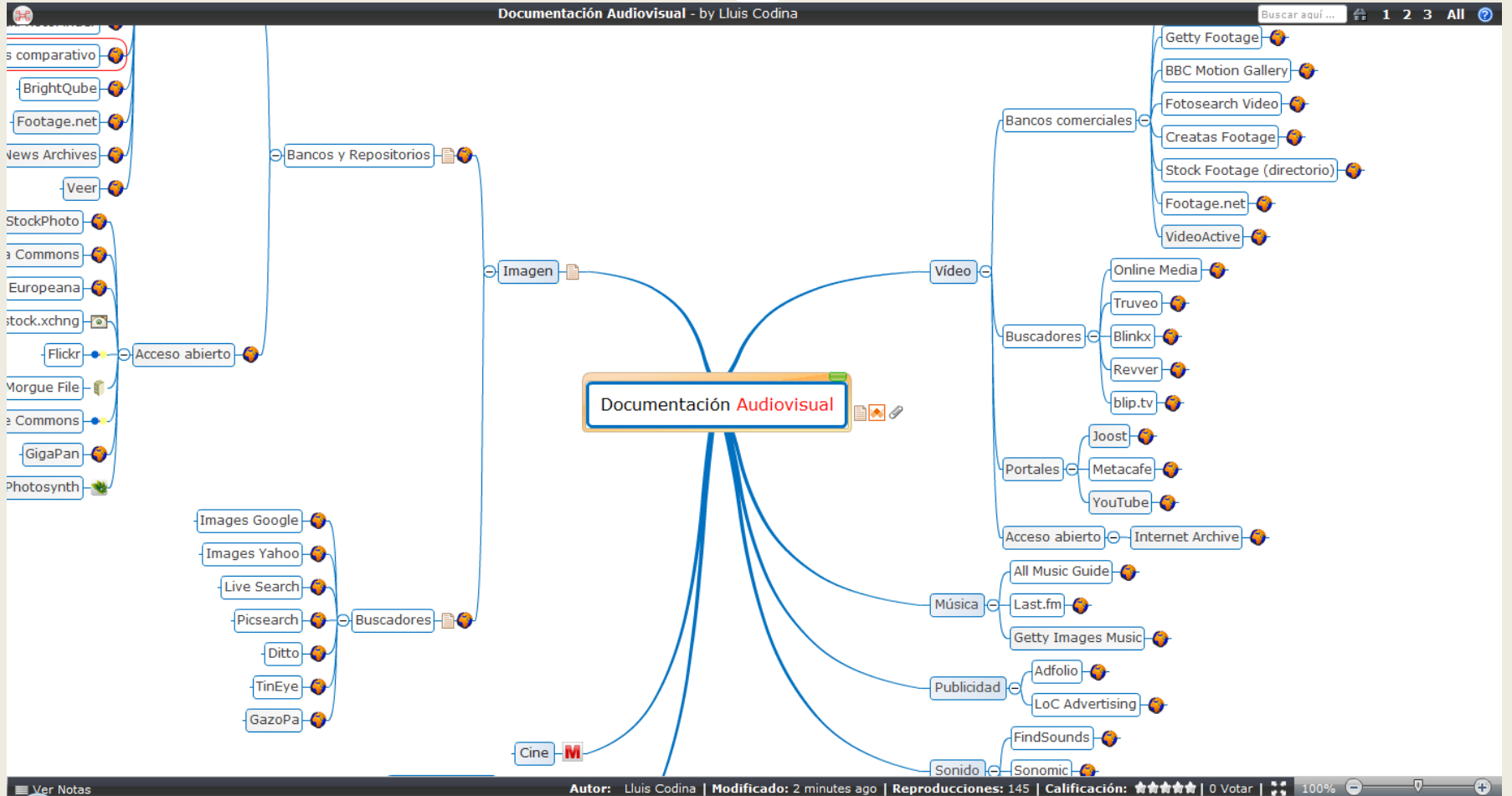
5. Dreamstime Stock Photography

www.dreamstime.com - [Site info](#)

Directorio y Mapa Mental – Documentación Audiovisual

www.tinyurl.com/55f6v9

27



Directorio y Mapa Mental – Buscadores especializados (Ciencia 2.0)

www.tinyurl.com/ciencia20/

28

