

Cómo buscar imágenes de calidad

Se trata de un problema doble: por un lado, encontrar una imagen que pueda ilustrar visualmente un concepto o mensaje que muchas veces es abstracto y no es fácil de plasmar, y por el otro, asegurarnos de que tenemos los derechos para utilizarla en nuestra presentación.

¿Cómo apoyar visualmente un mensaje de crecimiento, las sensaciones de un viaje, la idea de amistad o cansancio, o un desarrollo matemático? Realmente no es necesario encontrar una representación estricta de lo que contamos, basta con que esa imagen nos evoque o recuerde, aunque sea vagamente, el mensaje que queremos transmitir. Recordemos que el Powerpoint es un ancla, que ayudará a la audiencia engancharse a nuestro mensaje, a recordarlo y comprenderlo. El cerebro trabaja maravillosamente con todo lo visual y una vaga relación es suficiente para conseguir este propósito.

Esto lo podemos aprender del mundo de la publicidad. En 1898, Estados Unidos se llenó de vallas publicitarias anunciando las galletas “Uneda biscuits”, la primera campaña publicitaria en superar el coste de 1 millón de dólares. Estas galletas ofrecían una novedad: estaban empaquetadas en un envoltorio de plástico, recién inventado, por lo que se conservaban mejor y no les afectaba la humedad. Los anuncios mostraban explícitamente esta circunstancia con un niño llevando una caja de galletas bajo la lluvia.



Otro ejemplo más actual nos enseña que no hace falta ser tan explícito y concreto: uno de los anuncios en TV más exitosos y premiados de la historia es el de la marca de automóviles BMW “¿te gusta conducir? Es evidente que intentan convencernos de comprar sus coches, pero curiosamente no se llega a ver ninguno. No hace falta mostrar un coche, basta con evocar un sueño de libertad...

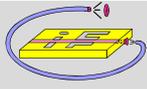


Por eso tenemos muchas posibilidades para encontrar una imagen adecuada. El primer paso debe ser construir una lista de palabras para buscar. Vamos a mostrar un ejemplo: imaginemos que necesitamos una imagen para ilustrar el concepto del mundo de la economía de “monopolio”. La lista de palabras para buscar puede incluir:

- El **tema**: “monopolio”
- **Sinónimos** (basta con buscar en el diccionario): “privilegio”, “exclusiva”, “ventaja”, ...
- Palabras **relacionadas** que nos venga a la mente: “competencia”, “producto”, “precio”, “oligopolio”, ...
- **Ejemplos** concretos: “Microsoft”, “Google”, ...
- Palabras relacionadas con la **conclusión o mensaje** que queremos transmitir, en nuestro ejemplo, que son malos para los mercados: “enemigo”, “demonio”, “monstruo”, ...
- La traducción al **inglés** de las palabras, ya que se encontrarán muchas más imágenes.

Con esta lista de palabras ya podemos utilizar un buscador de imágenes. En la bibliografía de esta asignatura hay una lista de buscadores de imágenes, y en el [video](#) que se muestra a continuación del profesor Ignacio Despujol Zabala de la Universidad Politécnica de Valencia se explica el funcionamiento y las posibilidades de varios de estos buscadores.





Unos consejos generales a la hora de utilizar estos buscadores es:

- Restringir la búsqueda a imágenes con **resolución y calidad suficiente** para una presentación, por ejemplo, en el buscador de imágenes de Google, seleccionando la opción a la izquierda de tamaño mediano o grande.
- Asegurarse de que la imagen tiene el **factor de forma** adecuado. Si va a utilizarse a pantalla completa, deberá ser preferentemente horizontal, si va a situarse a la izquierda o derecha de la diapositiva junto con texto u otra imagen, mejor vertical. En cualquier caso, se puede recortar, pero no estirar exageradamente.
- Si va ocupar toda la pantalla de fondo con texto en primer plano, intentar que tenga una zona con pocos contrastes y detalles donde situar el texto.
- Fijarse en los **derechos** asociados al uso de la imagen.

Este último aspecto, el de los derechos de uso, es importante. El hecho de que una imagen sea encontrada mediante Google u otro buscador, y la podamos descargar sin pagar, no significa que podamos usarla libremente en nuestras presentaciones. Muchas imágenes, especialmente las profesionales almacenadas en sitios web de “imágenes de stock”, tienen copyright, y los usos que podemos hacer con ellas están limitados por deseo del autor, hayamos pagado por ella o no. El caso más favorable puede ser el de [Wikimedia Commons](#), un almacén de imágenes (más de 14 millones en 2012) con la política de “proporcionar imágenes que puedan ser usadas por cualquiera en cualquier lugar para cualquier fin”. Otras imágenes tienen licencia [Creative Commons](#) o CC, inspirada en la licencia GPL de software libre, y que pretende facilitar la distribución y uso de los contenidos creados. Los términos de la licencia no son únicos, sino que el autor puede elegir restricciones, como no permitir el uso para fines comerciales. Citar al autor original (la atribución de la imagen) es obligatorio en cualquier tipo de licencia CC. Otras licencias son más restrictivas, incluso pagando por la imagen. La licencia estándar de [iStockPhoto.com](#), por ejemplo, nos permite usar la imagen en una presentación, pero no puede mostrarse simultáneamente en dos lugares diferentes, ni mostrarse en pantalla con una resolución muy grande. Para evitar problemas cuando se hace un uso profesional de las imágenes, conviene fijarse siempre en el tipo de licencia.

Para saber más

En este [video](#), el profesor Ignacio Despujol Zabala de la Universidad Politécnica de Valencia explica el funcionamiento y las posibilidades de varios buscadores de imágenes en Internet.

Roger Prat en su blog [Presentable.es](#) nos sugiere 5 pasos para encontrar la imagen perfecta para nuestra presentación: <http://www.presentable.es/consejos-practicos/5-pasos-para-saber-que-imagenes-necesitamos-en-nuestras-presentaciones/>

Una recopilación de herramientas imprescindibles para trabajar con imágenes:

<http://www.whatsnew.com/2013/05/22/herramientas-imprescindibles-para-quien-trabaja-con-imagenes/>