



*SEZIONE BASE - CAPITOLO 1*

# Digital Imaging: cos'è?

Definizione di "Imaging"

Definizione di Digital Imaging

Perché il digital imaging  
è così importante?

Digital Imaging in tutte  
le attività professionali

---



## DEFINIZIONE DI "IMAGING"

Il termine "imaging" è stato "inventato" qualche anno fa negli Stati Uniti, per definire al meglio l'evoluzione dei processi di produzione e riproduzione dell'immagine. Il suo significato è abbastanza profondo e comprenderlo a fondo consentirà di approfondire anche la sezione che interessa questo spazio, dedicata al digital imaging.

Oggi in molti parlano di "imaging" pensando che, con questo termine, si identifichi inequivocabilmente un processo in qualche modo legato alla tecnologia digitale; nella realtà, l'imaging è svincolato dalla tecnologia specifica, ed identifica l'integrazione tra tutti gli elementi, prodotti, tecnologie e servizi che portano alla realizzazione di una comunicazione visiva. Il termine "imaging", in definitiva, nasce per sopperire ai limiti che avevano ed hanno i termini settoriali legati all'immagine: "fotografia", "informatica", "grafica", "sviluppo", "stampa", eccetera.

## DEFINIZIONE DI "DIGITAL IMAGING"

La sezione della grande sfera dell'imaging che utilizza tecnologie digitali viene definita "digital imaging" ed è anche quell'area che sta subendo la maggiore evoluzione. Ormai ogni settore della produzione dell'immagine offre interpretazioni digitali: la fotografia, la grafica, il cinema, il fotolaboratorio, la stampa ad inchiostro, anche se non sempre il processo è tutto digitale.

## PERCHÉ IL DIGITAL IMAGING È COSÌ IMPORTANTE?

La comunicazione visiva, di cui la fotografia fa ovviamente parte, diventa ogni giorno più digitale. Pur non sostituendosi completamente alle altre forme di comunicazione più "fisiche", il digitale viene sempre più preferito perché offre l'eccezionale vantaggio di un costo molto basso di distribuzione, una flessibilità elevatissima nell'aggiornamento, un azzeramento delle distanze, la possibilità dell'ottimizzazione (trasmettere all'utente SOLO le informazioni che desidera ricevere), il quasi annullamento dell'inerzia tra quando l'informazione (o la comunicazione in senso più allargato) viene creata e quando viene fruita.

La digitalizzazione è un processo che sta investendo moltissime aree economiche, e la sua penetrazione è tanto più profonda quando la conversione tra atomi (prodotto analogico) e bit (informazione digitale), è facilitata. L'informazione, nella sua globalità, è uno dei prodotti più facilmente digitalizzabili: una fotografia, un testo dattiloscritto, un video, un disegno possono anche nascere "fuori" da un computer, ma con poca "fatica" è possibile trasformarli in dati digitali; al tempo stesso - e questo è il fattore ancora più importante - sempre più sono alla portata di tutti strumenti per la produzione diretta in digitale: poeti e maestri del giornalismo esclusi (e coloro che di questi maestri imitano solo gli atteggiamenti di rigidità, senza riuscire ad imitarli nella qualità dei prodotti che creano), tutti ormai producono testi con un computer, e quindi questi dati sono già in formato "digitale"; fotocamere e videocamere digitali sono sempre più alla portata delle tasche di tutti ed anche per il disegno è possibile usare con profitto opportuni software che generano illustrazioni paragonabili a quelle che potremmo realizzare su una tela, direttamente all'interno di un computer.

A fronte di questo scenario, fusione della facilità della digitalizzazione delle informazioni e dell'immagine e la comparsa di strumenti per la creazione diretta di immagini in digitale, si può dire che il processo della digitalizzazione sia riscontrabile molto più nel campo della comunicazione visiva che non in altri ambiti, e che quindi i mercati che si alimentano di tale settore (l'editoria, la pubblicità, la televisione, il cinema, i giochi) hanno fatto negli ultimi due anni dei passi molto più consistenti verso l'uso di comunicazione digitale, preferendola agli strumenti più tradizionali. Tutti coloro che operano, in qualità di fotografi o di specialisti dell'immagine,

debbono rispondere a queste esigenze del mercato fornendo alla clientela le strade più dirette verso il digitale, perché sempre più la competizione tra i media sarà relativa alla velocità nel fornire le informazioni, all'ottimizzazione dei costi, alla creazione di automatismi (data base dinamici, motori di ricerca, personalizzazione dell'informazione) che non possono essere rallentati da flussi di informazioni che giungono in formati non digitali.

## DIGITAL IMAGING IN TUTTE LE ATTIVITÀ PROFESSIONALI

Molte persone che lavorano, anche con successo, nel mondo della fotografia, spesso reputano che il digitale possa non essere determinante nell'area di propria appartenenza. Tutti, o quasi, sono ormai concordi sul fatto che l'immagine digitale sia molto utile laddove i minuti "pesano" di più (fotogiornalismo, fotografia sportiva, elevata produzione di immagini per cataloghi), ma che l'efficacia del digitale sia molto più ridotta - e che quindi non sia conveniente un maggiore coinvolgimento o investimento.

In queste brevi note, segnaleremo quanto invece il digitale sia ormai entrato nel lavoro quotidiano di qualsiasi attività collegata alla fotografia. Non si tratta di un tentativo goffo di dichiarare "indispensabile" la tecnologia digitale in tutti i settori, ma la presa di coscienza di un'evoluzione che non è più circoscritta ad alcune aree di sperimentazione, ma che ormai è diluita ovunque.

1. **Fotografia di architettura:** l'uso di tecnologie digitali consente l'integrazione diretta con software specifici per la correzione di prospettive (talvolta non correggibili nemmeno con i movimenti di macchina), per la misurazione di aree, di distanze, di perimetri, per la fusione di elementi fotografici a disegni tecnici, per inviare immediatamente le immagini via Internet o altre reti telematiche per ricevere in tempo reale approvazioni, commenti, valutazioni. Nel settore dell'arredamento, sempre più potenti sono le integrazioni tra la fotografia digitale ed i programmi di rimappatura 3D che consentono di mostrare versioni non ancora prodotte di mobili, di divani, di poltrone, fondendo insieme le "forme" fotografate e il materiale di copertura (tessuto od altro).
2. **Fotografia pubblicitaria:** lavorare in pubblicità significa fornire immagini sempre più accattivanti dei prodotti che sono oggetto della pubblicità. Per ottenere questo risultato, il digitale è sempre più usato, per correggere, integrare, impreziosire, affascinare. Questa è una realtà da diversi anni, ma quella che oggi si vive, sempre più fortemente, è una riduzione dei tempi tra l'ideazione e la commercializzazione del prodotto, e gli orizzonti del commercio elettronico renderanno sempre più breve questo tempo. Inoltre, l'utilizzo di media sempre più digitali richiederà anche nella pubblicità un numero sempre crescente di immagini digitali.
3. **Riproduzioni per musei, istituti, enti:** tutte queste strutture stanno iniziando a richiedere riproduzioni digitali per poter creare archivi che possano al tempo stesso durare nel tempo e consentire una consultazione anche via Internet, o anche per creare prodotti multimediali per allargare la visibilità dei beni che conservano.
4. **Fotografia scientifica:** le applicazioni di telemedicina e di telepatologia sempre più fanno uso di strumenti e soluzioni digitali, che stanno fornendo risultati spesso entusiasmanti dal punto di vista della collaborazione tra strutture dislocate geograficamente in luoghi distanti, della ricerca, del rendere disponibili esperti e strutture specializzate anche laddove non esistono "fisicamente".
5. **Fotografia per privati:** la cattura istantanea dell'immagine è un bene che viene percepito immediatamente da chiunque, e che diventa un punto di forza anche nei confronti del pubblico privato. Dalla fototessera, al ritratto, alla fotografia di matrimonio: tutti i settori sopra citati possono trarre il vantaggio dell'immediatezza, della possibilità di correzione, dei "giochi creativi" che si possono realizzare grazie al digitale. La fotografia, visibile appena scattata,



tata, avvicina e rende complice il soggetto della fotografia con colui che l'ha scattata, rendendo coinvolgente e diretta questa esperienza. La disponibilità di attrezzature in grado di realizzare fotografie digitali di elevatissima qualità in digitale consentono già oggi di fruire e di far fruire tutti questi vantaggi senza limiti.

6. Fotografia documentale: tutte le situazioni che prevedono l'uso di un'immagine per documentare un evento, per comprovare un fatto, per mostrare a distanza un determinato effetto, traggono vantaggio dal digitale. Pratiche assicurative (verifiche di danni, preventivi, perizie), riprese per location, casting, già oggi utilizzano la ripresa digitale con profitto, e in prospettiva tali utilizzi si allargheranno ulteriormente.
7. Fotografia di cronaca: questa è l'area che maggiormente ha tratto vantaggio del digitale. Riprese di eventi di interesse giornalistico, documentazione sportiva, sfilate di moda, reportage da luoghi distanti dai grandi centri. Ormai è consueta, in tutte queste aree, la ripresa diretta in digitale e la trasmissione via reti telematiche (connessione a cellulari, modem, satellite, onde radio).
8. ...varie ed eventuali: è praticamente impossibile pensare ad un'applicazione fotografica che non tragga vantaggi considerevoli dal digitale. Ciò non significa che tutte le attività professionali in breve faranno uso esclusivo di ripresa digitale, ma bensì che non vi siano più settorialità nel suo uso; si tratta solo di una scelta, di una valutazione dei vantaggi e dei limiti, di opportunità. Ma che l'interesse e l'approfondimento verso la fotografia digitale dovrà coinvolgere tutti, è dato anch'esso per scontato.