

# Pokémon Go ha fatto scuola La realtà aumentata arriva ovunque

Istruzione, sanità, persino makeup. Che cos'è e come ci migliora la vita

Corriere della Sera 19 Aug 2016 Michela Rovelli Silvia Morosi



Ove non arrivano gli occhi, viene in aiuto la tecnologia. Il successo di Pokémon Go ha reso famosa anche la tecnica che permette di andare a «caccia» di mostriciattoli. È la realtà aumentata, un sistema di grafica che passa dallo schermo dello smartphone o da lenti di occhiali «intelligenti».

Il termine «realtà aumentata» nasce nel 1990. Il primo ad utilizzarlo è un ricercatore della Boeing, Tom Caudell, per descrivere uno schermo digitale utilizzato dai tecnici dell'azienda dove elementi vir-

tuali venivano sovrapposti a quelli fisici. Mentre con la realtà virtuale l'esperienza è totalmente immersiva, in una simulazione del mondo ricreata da un computer, nel caso della AR l'obiettivo è aumentare la percezione sensoriale dell'ambiente che ci circonda, arricchendolo con elementi digitali con cui è possibile interagire. Proprio come succede sull'app prodotta da Niantic, che – complice un po' di nostalgia per i vecchi protagonisti di cartoni animati e videogiochi – in poco più di un mese dalla data di uscita ha sca-

lato tutte le classifiche degli store e sta facendo guadagnare alla società cifre astronomiche che superano i 200 milioni di dollari. Ma gli utilizzi della realtà aumentata non si limitano al lancio di Pokéball e sfide in palestre sparse per le città. Il potenziale è alto. Dalla pubblicità al turismo, ci sono tanti esperimenti che sfruttano la tecnologia.

Nel makeup, l'utilità della realtà aumentata è già stata notata. Per scegliere la giusta tonalità di rossetto o di ombretto, niente di più tester o prove sul braccio. Stanno

spuntando molte app, come ad esempio «YouCam Makeup», che permettono di vedere se le diverse sfumature ci donano, applicandole – virtualmente – direttamente sul proprio volto. Complice una webcam e lo smartphone, che si trasforma in uno specchio digitale. E c'è un'app anche per chi volesse vedere se gli dona il disegno che ha in mente di tatuarsi prima che l'ago inizi a premere sulla pelle: si chiama «InkHunter» ed è stata sviluppata da un team di ingegneri ucraini.

Dalla moda alla pubblicità, il passo è breve. Significa dare la possibilità ai clienti di testare i propri prodotti prima di comprarli, comodamente da casa. Molte società sfruttano già la realtà aumentata e l'e-commerce presto ne potrebbe essere invaso. Per aiutare chi vuole creare contenuti virtuali il termine è stato coniato nel 1990 da Tom Caudell, ricercatore Boeing per pubblicizzare il proprio marchio, una startup francese ha sviluppato «Augment». Un paio di scarpe, un'opera di design o un nuovo edi-

ficio: tutte si può riprodurre in 3D e poi far interagire il modello con persone e ambienti.

Anche nel turismo le applicazioni della AR non mancano. Lo smartphone può diventare una guida all'interno dei musei, oppure indicarci la strada per le città. Per visitare Milano, ad esempio, si può scaricare «WELC Map», nata in occasione di Expo. Per ogni punto di interesse, un approfondimento. Basta inquadrare il monumento o la piazza con la webcam dello smartphone. Poi eventi, ristoranti e negozi, che possono «dialogare» con i potenziali clienti inserendo link, sconti e tasti per la prenotazione. L'idea di esplorare il mondo, utilizzando la realtà aumentata, ha tante sfaccettature. Si può interagire con il cielo con l'app «StarWalk» o seguire il movimento del sole con «SunSeeker». Persino monitorare temperatura, Gps, angolo dell'orizzonte e altitudine mentre si cammina in montagna, con «Theodolite».

Sanità e istruzione sono due settori in cui l'uso della realtà aumentata ha grandi potenzialità. In campo medico i trattamenti diventano più sicuri e veloci; nelle scuole si scoprono nuovi metodi di apprendimento. E poi c'è chi sta già provando a sfruttare l'interazione reale-virtuale nell'addestramento militare. All'interno dell'esercito israeliano si utilizzerà un software che simula sul campo il posizionamento di truppe nemiche. Per vedere gli avversari virtuali, i soldati indosseranno i visori prodotti da Microsoft, gli HoloLens, che utilizzano una variante della AR, la «mixed reality».

Nonostante lo strumento principe per la realtà aumentata rimane, per il momento, lo smartphone,

molte società stanno lavorando per produrre occhiali «intelligenti». Oltre a Microsoft, c'è per esempio Sony, con i suoi EyeGlass, e l'innovativa startup Magic Leap. Ma prima veniva Google. I suoi Glass, ritirati dal mercato nel 2015 a due anni da debutto, sono stati un fallimento. In attesa di una seconda versione, la società di Mountain View ha preferito spostarsi sul piccolo schermo, con Project Tango, una piattaforma per mobile che verrà lanciata con il prossimo telefono di Lenovo, il Phab 2 Pro.

Mirovelli Una app a portata di... cuore. Ogni anno in Italia si registrano quasi 50mila decessi per morte cardiaca improvvisa, molti dei quali potrebbero essere evitati attivando con tempestività i soccorsi e utilizzando un defibrillatore semiautomatico esterno (DAE). Per localizzare questi strumenti con semplicità ed evitare di perdere minuti preziosi, Posytron ha realizzato la «App del Cuore». Basta installare gratuitamente il sistema sul proprio smartphone o tablet per avere a portata di mano la mappa dei dispositivi posizionati in sedi istituzionali significative e in zone di grande concentrazione e affluenza di cittadini. Il problema, infatti, non è rappresentato solo dalla diffusione ma anche dalla consapevolezza circa la localizzazione dei DAE, non sempre visibili. Le persone, difficilmente memorizzano dove sono dislocati. Inoltre, grazie alla app è anche possibile individuare i relativi referenti, ovvero i «Laiici Rianimatori» che potranno prestare i primi soccorsi in attesa dell'arrivo degli operatori del 118. L'app è stata sviluppata per il Rotary Club Reggio Calabria Sud - Pa-

rallelo 38 a supporto del progetto «Reggio, Città del cuore» e contiene al momento i 60 defibrillatori presenti tra città e in provincia, con l'obiettivo di estendere la mappatura a livello nazionale entro la fine di quest'anno. «La App del Cuore è il nostro modo di contribuire alla riduzione della mortalità da arresto cardiaco, diffondendo maggiore sensibilità tra i cittadini, le aziende e le istituzioni», ha detto Alberto Muritano, Ceo di Posytron. «Quasi l'80 per cento dei casi di morte cardiaca improvvisa si verifica in sede extra ospedaliera», continua Muritano, evidenziando come sia fondamentale sensibilizzare (e formare) non solo i Comuni e le aziende sanitarie, ma anche le società sportive, le scuole, le imprese private e le associazioni. Per organizzare in un più ampio contesto una «catena della sopravvivenza». Il progetto smart rappresenta un piccolo ma fondamentale passo nella tutela della vita dei cittadini e dei turisti. Perché una città smart è anche una città cardioprotetta.

Molte società sfruttano già la realtà aumentata e l'e-commerce potrebbe essere invaso

MorosiSilvia