

Realtà aumentata: opportunità e tecnologie



E' senza dubbio la moda del momento e costituisce un metodo ancora non ben chiaro e non ben identificato. Però affascina gli utenti e tutto coloro che, dedicandosi al marketing ed alla comunicazione, **cercano di stupire e colpire con nuove forme comunicative e nuove tecnologie.**

La Realtà Aumentata è quando gli oggetti virtuali vengono visualizzati, in scene reali.

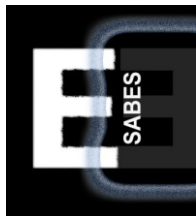
Da wikipedia: *La **realtà aumentata** (in [inglese](#) augmented reality, abbreviato AR) è la sovrapposizione di livelli informativi (elementi virtuali e multimediali, dati geolocalizzati etc) ad un flusso video che riprende la realtà di tutti i giorni. Gli elementi che "aumentano" la realtà possono essere visualizzati attraverso un device mobile, come un telefonino di ultima generazione, (es. l'iPhone 3GS o un telefono Android) o con l'uso di un pc dotato di webcam. Il sovrapporsi di elementii reali e virtuali crea una "[Mixed Reality](#)".*

E' un **sistema di grafica che permette di accavallare immagini e grafica virtuali alla visione dell'ambiente, oggetti , del soggetto, in tempo reale.**

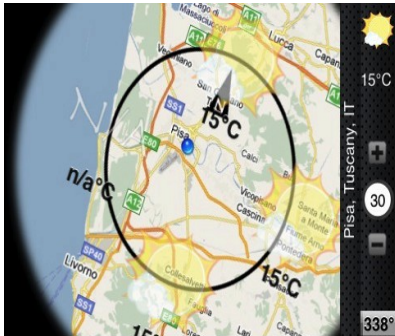
Chi utilizza questi sistemi, ha a disposizione quindi delle informazioni guida, o di utilizzo che aumentato la percezione visiva dell'utilizzatore che viene integrata da oggetti virtuali che forniscono informazioni aggiuntive sull'ambiente reale.

Nelle sue versioni più diffuse è basata sull'uso di disegni particolari in bianco e nero che vengono mostrati ad una webcam, riconosciuti dal pc, ed ai quali vengono sovrapposti in tempo reale dei contenuti multimediali: video, audio, oggetti 3D etc.

Ad oggi le applicazioni di Realtà aumentata si basano su applicazioni Adobe Flash e quindi visibili tramite tutti i browser Internet in uso.



Nel campo entertainment AR ha già conosciuto il successo , con la Wii Nintendo.. L'interazione con il sistema avviene con movimenti da eseguire nella realtà. Tutto questo ha reso l'esperienza di gioco con un incredibile aumento della percezione di realtà.



E' così che avvicinandosi a questo nuovo concetto di comunicazione ci si accorge delle nuove potenzialità nel settore commerciale ma soprattutto di mktg:

Tracciamo alcuni esempi di applicazioni

- visualizzazioni di edifici
- mappe turistiche
- il gps navigatore scomparirà...
- oggetti di design
- progettazione meccanica
- personalizzazioni di ambienti e oggetti
- simulazioni di ambienti e di interazioni
- abbigliamento ed accessori

Sono tutti scenari che man mano che i mesi passano compaiono nelle abitudini dei consumatori.

Lo sviluppo logico e creativo di queste applicazioni è sconvolgente:

- la comunicazione può estendere i suoi messaggi con aumento dell'interazione con gli utenti!
- gli utenti creano contenuti (come è successo nel web 2.0)..
- Una estensione di aiuto e suggerimenti ai consumatori!!
- Una possibilità di legare le politiche di brand ad aspetti culturali, etici , di divertimento... !!!!

In questo momento, la creatività è in fase di sperimentazione: infatti cavalcando l'utente volenteroso di interagire, nascono nuove situazioni interessanti: *Adidas, ad esempio, produce la sua prima scarpa che nella linguetta ha un tag che ti permette di giocare ad un simpatico videogioco sul sito web dell'azienda.*



Opportuna? Direi proprio di sì ... in vista di pensare, tutti insieme, a come calare questa nuova tecnologia nella realtà ... di tutti i giorni. Ma senza pensare di usare tutto ciò come un nuovo game sofisticato ..

[Ing. Emanuele Frontoni - Docente Universitario - Ricercatore - Consulente](#)