

Tecnologie
provate



Verso il 31 dicembre

Fuochi pirotecnici sicuri a portata di app? Arriva «Piroapp»

Inizia il conto alla rovescia verso la notte di San Silvestro. Per far trascorrere a tutti un Capodanno in sicurezza, senza rinunciare a botti e fuochi, arriva «Piroapp», la prima app dedicata agli spettacoli pirotecnici. L'iniziativa dell'Associazione pirotecnica italiana ha due obiettivi: garantire una sempre maggiore legalità e indirizzare a un acquisto e uso

responsabile degli articoli. Alcune vignette spiegano come riconoscere un prodotto sicuro, conservarlo e utilizzarlo. Nell'ottica della lotta all'abusivismo, la app permette anche, con la geolocalizzazione, di trovare la rivendita autorizzata più vicina.

Silvia Morosi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Frigoriferi e auto che decidono da soli, riconoscimento facciale e realtà aumentata per tutti: il 2018 sarà l'anno della rivoluzione smart. E Facebook lotterà contro le fake news

Intelligenza artificiale

La svolta

1

I digitale, e la Rete che lo trasporta, stanno cambiando il nostro quotidiano in modo profondo, una rivoluzione che sta avvenendo. Ora. Ogni minuto in media vediamo 70 mila ore di tv su Netflix, spendiamo 751 mila dollari in siti di eCommerce, in 900 mila facciamo login su Facebook, inviamo 16 milioni di messaggi e scarichiamo 342 mila app. Il 2017 si chiude con questi numeri, destinati a raddoppiare nel giro di una ventina di mesi. E con qualche nuova abitudine, un paio di certezze in più e diversi dubbi. Bitcoin e sensori, privacy e fake news, intelligenza artificiale e realtà aumentata: dove stiamo andando? Alcune risposte arriveranno nel 2018. Proviamo a scoprirle assieme.

1

Intelligenza artificiale, ovunque

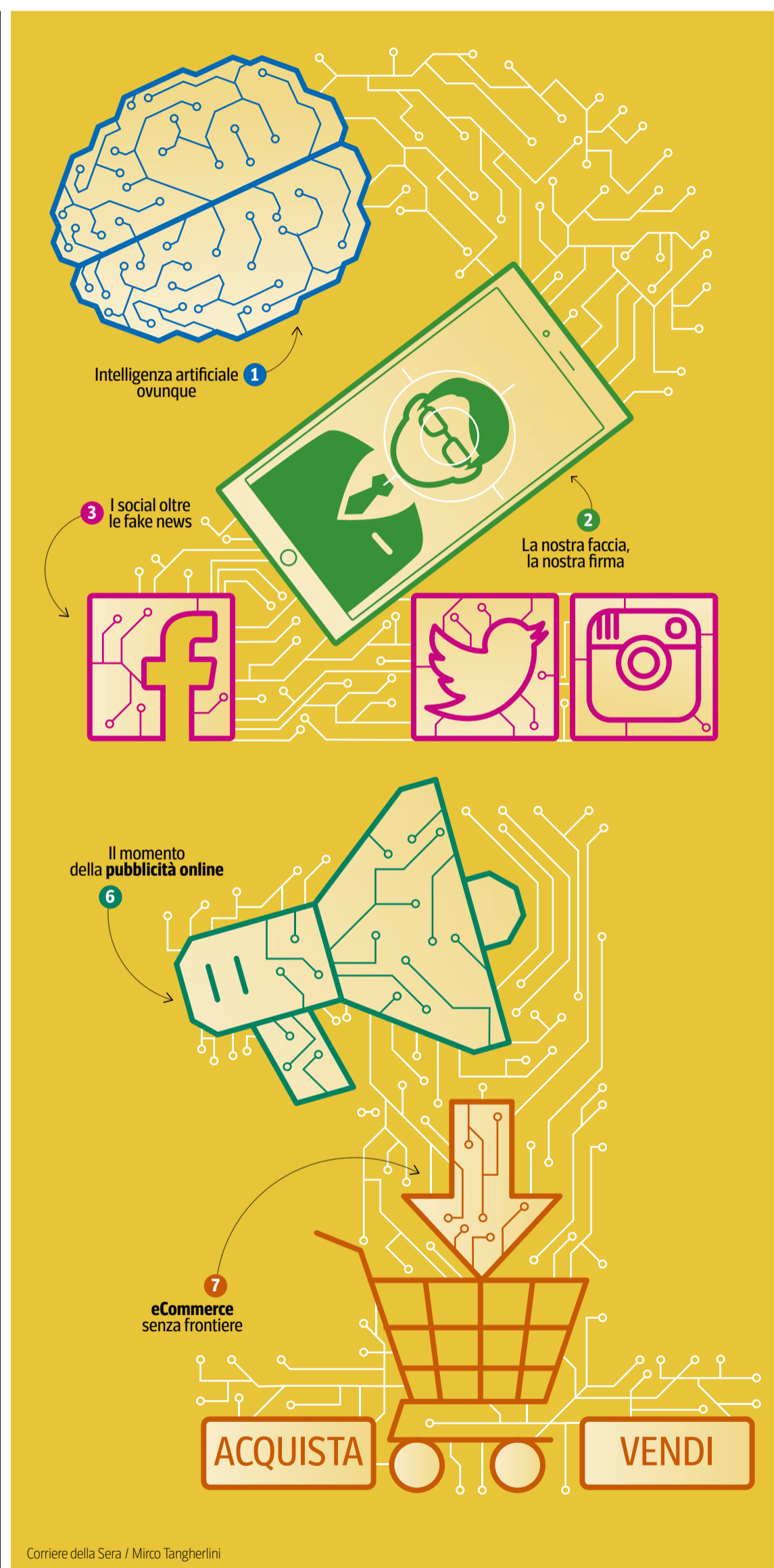
Huawei ha dato il «la», mettendola nel proprio Mate 10 Pro con un chip dedicato. Amazon ha conquistato gli Stati Uniti con lo *smart speaker* Echo, che al pari di Google Home (e in attesa dell'HomePod di Apple) nel nuovo anno parlerà anche in italiano. Si tratta di sole due applicazioni della cavalcata dell'intelligenza artificiale. Di cui si è molto parlato nel 2017 e che con l'anno nuovo inizierà a passare dai titoli sui giornali a progetti reali. Molti dei quali sono destinati a fallire, come sempre accade agli esordi delle gran-

di novità. Alla fine saranno intelligenti i frigoriferi (compra il latte), gli auricolari (prendi la medicina), le automobili (paga il parcheggio). Lo saranno sempre di più anche software meno evidenti, in uso dal nostro medico o dal consulente bancario, che lavoreranno dietro le quinte per migliorare i servizi. Lo slancio «smart» parte da lontano e non si fermerà: si tratta per ognuno di decidere quanto far intervenire questi *bot* nelle decisioni che prendiamo quotidianamente. Sistemi e piattaforme intelligenti e capaci di apprendere dall'enorme mole di dati che viaggia in rete -, con le quali sempre più spesso ci ritroveremo a parlare. Il 20% dei prodotti tech nel 2018 verrà implementato con il riconoscimento vocale. Non siamo al futuro di «Her», ma la direzione è quella.

2

La nostra faccia, la nostra firma

Prendere una tecnologia esistente e renderla di massa. Il mirino di Apple quest'anno si è posato sul riconoscimento facciale. Il nostro volto (scansionato in tre dimensioni, unico e sicuro più del Pin o delle impronte digitali) per sbloccare l'iPhone X. I sistemi biometrici prenderanno il largo e non solo come password per i dispositivi mobili. C'è chi già sta studiando come trasformare i connotati (o le vene) in una carta di credito, chi vuole farci aprire l'auto con uno sguardo. Il processo però è iniziato dagli smartphone e va di pari passo con fotocamere sempre più raffinate e con lo studio delle potenzialità dell'intelligenza artificiale. Che ci riconosce, sì, ma ha in serbo tante altre sfaccettature. Occhi puntati, oltre che su Apple, anche come detto su Huawei. In attesa della risposta di Samsung: parte del futuro passa dai tre leader del mercato dei dispositivi mobili.



Corriere della Sera / Mirco Tangherlini

3

I social oltre le fake news

Il 2018 segnerà la fine dei social? No, ovviamente, ma assisteremo a una serie di cambiamenti. Il ciclone fake news ha travolto tutti, Facebook in primis. La piattaforma è finita davanti

al Senato Usa, con Twitter e Google, per il Russiagate. Intanto le richieste di assunzione di responsabilità per contenuti falsi ma anche d'odio o inneggianti al terrorismo si sono fatte unanimi in tutto il mondo. La Silicon Valley non è più l'Eden. Twitter deve inoltre (ri)provare a tornare a crescere, mentre il più giovane Snapchat, si è quotato in Borsa ma è crollato sotto il peso delle Instagram Stories, format scippatogli con successo da Mark Zuckerberg.

Google Così il «Nima» sa decidere se lo scatto è bello

Come capire se un tramonto immortalato è suggestivo? O ancora, se lo scatto realizzato durante una partita di calcio ha una buona qualità? Nell'enorme quantità di fotografie che realizziamo ogni giorno, con le macchine tradizionali o, più spesso, con i nostri device, c'è sempre un problema: la scelta delle migliori. Una soluzione arriva da Google. I ricercatori stanno, infatti, lavorando al *Neural Image Assessment (NIMA)*, un sistema

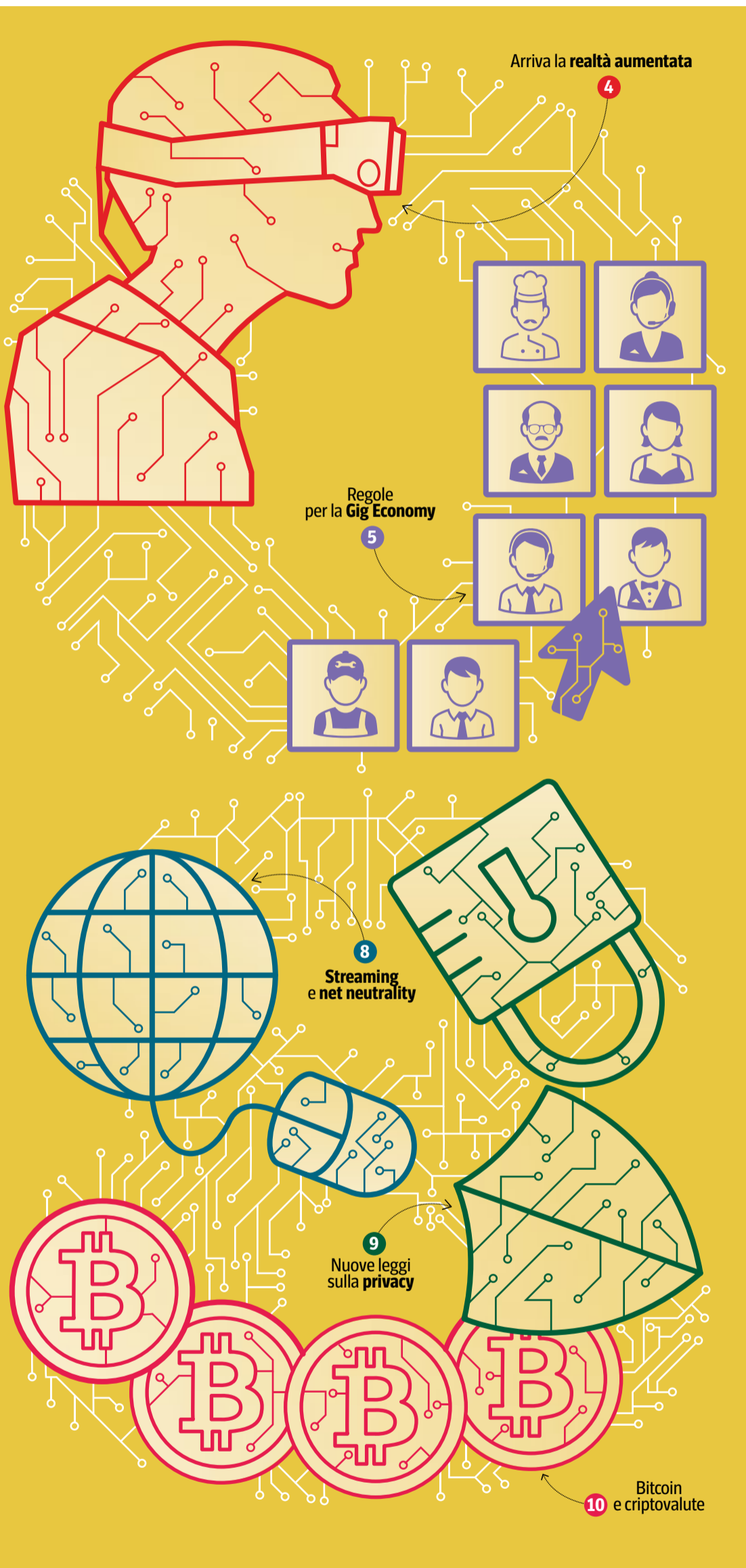
automatico che trasforma le reti neurali in critici d'arte in grado di suggerire quali sono gli scatti migliori, non solamente a livello tecnico, ma anche a livello estetico (e, quindi, quelli che è meglio scartare ed eliminare). Gli scienziati stanno istruendo l'automatismo a «capire e leggere le fotografie come fa l'occhio umano»: il sistema consente, infatti, di «attribuire a ogni immagine un punteggio che rispecchia la nostra percezione». Questo



lavoro — spiegano da Mountain View, — potrà in futuro essere utilizzato «per avere subito un giudizio su una fotografia fatta, per scegliere il migliore tra una serie di scatti, ma anche per modificare le immagini, regolando in automatico parametri come luminosità, contrasto, saturazione, luci, ombre e sfocature, per renderle più belle».

S. Mor.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



4

Arriva la realtà aumentata

Diffusa in modo spettacolare con l'app-fenomeno del 2016 *Pokemon Go* (nel 2018 toccherà a un gioco dedicato ad *Harry Potter*), e rilanciata da *Lenovo* con il sistema *Mirage* (in Italia da

febbraio), la realtà aumentata sarà protagonista del nuovo anno. Scavalcando a destra la sorella virtuale. I contenuti digitali sovrapposti al mondo reale inizieranno a diffondersi nelle nostre abitudini: un paio di occhiali da sole tradurranno in tempo reale il menù del ristorante quando ci troviamo all'estero, un visore spiegherà all'apprendista dove si trovano i circuiti da collegare fra loro. In attesa di *Apple* e del ritorno di *Google* (ricordate i *Glass*?), *Microsoft* è al lavoro per migliorare i propri *Hololens*. Intanto nel

2018 dovrebbero arrivare gli *One di Magic Leap*, occhiali un po' *cyberpunk* nati dalla (ex) startup che ha raccolto 2 miliardi di dollari per vincere la scommessa sulla nuova tecnologia.

5

Regole per «Gig Economy»

«Lavoretti» non lo sono più. La *Gig economy*, nata con la crisi e in parallelo con un'altra economia - la *app economy* - per molti è una vera occupazione. I rider di *Deliveroo* (la startup europea che cresce di più), gli autisti di *Uber* (oltre 5 miliardi di corse), gli host di *Airbnb* (in Italia il giro d'affari nel 2016 era di circa 4 miliardi). Negli Stati Uniti rappresentano già il 34% della forza lavoro. Ma anche qui è entrato nella normalità ordinare la cena o farsi dare un passaggio via app. Se la *gig economy* diventa adulta e si diffonde, ecco che ha bisogno di regole. Si è partiti quest'anno con la tassa su *Airbnb*, con la dichiarazione della Corte europea che *Uber* è da trattare come una società di trasporto, con i primi accordi di assicurazioni per i fattorini del *food delivery*. Serve di più, cambieranno le cose. Anche per noi, sempre più utenti di servizi su richiesta. E soprattutto *low cost*.

6

Il momento della pubblicità online

Il rischio è sempre quello di gridare ancora una volta «Al lupo! Al lupo!» dopo anni in cui si è inneggiato all'impennata della pubblicità online. Questa volta, quantomeno a livello globale e grazie ai video, dovremmo esserci. Gli ultimi dodici mesi sono stati quelli del sospirato sorpasso: gli inserzionisti hanno speso di più sul digitale rispetto alla televisione tradizionale. Nello specifico, secondo i dati di *IPG Mediabrands*, online sono finiti 209 miliardi di dollari, il 41 per cento del mercato, mentre il piccolo schermo ha rastrellato 178 miliardi, il 35 della torta. Nel 2018 il divario dovrebbe ampliarsi: il digitale dovrebbe crescere del 13 per cento a 237 miliardi, mentre la tv vedrà un rialzo del solo 2,5 per cento a 183 miliardi. Anche l'Italia ha dato segnali confortanti nel 2017: una crescita del 12 per cento rispetto all'anno precedente a 2,65 miliardi di euro. Forse ci siamo.

7

eCommerce senza frontiere

L'Ue abolisce anche le frontiere «virtuali». L'anno prossimo si dirà addio al *geoblocking*, il limite geografico impostato in base alla localizzazione dell'utente. Che se attivato impedisce di acquistare da siti di altri Paesi. O visionarne i contenuti. Un passo avanti verso il (libero) commercio elettronico, che in Italia non decolla ma sta crescendo. A partire da *Amazon*: regna incontrastato e crea appuntamenti virtuali che spopolano e si allungano, come il *Prime Day* o il *Black Friday*. Una sorta di «amazonizzazione» dello shopping online. Ma anche il colosso di *Jeff Bezos* deve guardarsi le spalle. E il «pericolo» arriva dalla Cina: *Alibaba* per qualche ora, l'11 ottobre, è riuscita a superare il valore di mercato del rivale americano. Proprio un mese prima del *Single Day*, dove *Jack Ma* ha festeggiato il record di vendite in 24 ore, guadagnando 25,4 miliardi di dollari.

8

Streaming e net neutrality

Internet per come la conosciamo sta per finire. La diffusione democratica di contenuti amatoriali è destinata a sparire. Perché? Innanzitutto perché le piattaforme come *Facebook* e *Amazon*, che non avevano nello streaming video il loro core business, stanno attivando progetti strutturati, *Watch* e la trasmissione della *Nfl* ad esempio. E perché ai progetti strutturati come *Youtube Kids* viene richiesta un'attenzione inedita. Poi, giganti come *Disney*, che ha comprato *Fox* ed è pronta a scatenare *Hulu* contro *Netflix* (che ha scippato *Shonda Rhimes* ad *ABC*), stanno per dire la loro. Intanto gli Stati Uniti hanno spezzato i menischi alla Neutralità della Rete, aprendo a corse preferenziali (a pagamento) su cui far viaggiare alcuni contenuti a velocità maggiore rispetto agli altri. Internet diventerà la tv. O qualcosa di simile.

9

Nuove leggi sulla privacy

L'anno che sta per iniziare in Europa è l'anno del *Gdpr*. Ovvero, del Regolamento europeo per la protezione dei dati, applicabile da maggio. Un cambiamento radicale, sia per le aziende, chiamate ad adeguarsi a una serie di stringenti regole, sia per gli utenti, che dovranno imparare a considerare diversamente i concetti di dato personale o di anonimato. Le imprese dovranno, ad esempio, rendere disponibili i dati ai cittadini che dovessero fare esplicita richiesta o far valere il diritto all'oblio. Il mancato rispetto di quanto imposto può corrispondere ad ammende fino al 4 per cento del fatturato globale annuo. Chi naviga, si renderà conto anche grazie a come è scritta la norma che il dato totalmente anonimo non esiste più: gli algoritmi consentono un incrocio di informazioni e di tracce tale da ridurre la dimensione dei cluster fino a rendere pressoché immediato il collegamento tra un soggetto e le sue informazioni. Nel *Gdpr*, non a caso, si parla di pseudonimizzazione per rendere meno probabile l'identificazione dei soggetti in modo inequivocabile.

10

Bitcoin e criptovalute

Sono stati argomento di conversazione alle tavolate natalizie. Con la crescita verticale, e la conseguente caduta, del valore dei *Bitcoin*, le cripto-monetarie (valute digitali protette da crittografia e gestite tramite *blockchain*, libri mastro condivisi) sono state ospiti fissi dei giornali per tutto dicembre. Cosa accadrà nel 2018? La domanda («*Bitcoin could hit...*») posta a *Google* fornisce circa 16 milioni di risultati. Ogni esperto o presunto tale ha la sua ricetta: si va dal milione di dollari (nel momento in cui scriviamo siamo sui 14 mila) ai 5 mila. Forse la certezza è una sola: se le cripto-valute non entreranno nell'uso quotidiano (per comprare il pane), magari non il valore, ma di certo l'attenzione è destinata a tendere allo zero.

Federico Cella
Martina Pennisi
Michela Rovelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA