

REALTÀ VIRTUALE E AUMENTATA, OLTRE OGNI SCETTICISMO

Un libro per scettici, così possiamo definire il libro di Lorenzo Montagna dal titolo **Realtà virtuale e realtà aumentata. Nuovi media per nuovi scenari di business** (Hoepli editori). Sì, perché quando si parla di realtà virtuale pensiamo subito a giovani immersi in qualche videogiochi con visori sugli occhi che lo isolano dal mondo circostante.

L'autore percepisce questo stereotipo e imposta lo svolgimento dei capitoli in modo da smontare ogni scetticismo facendosi accompagnare nel suo viaggio da esperti del settore, ma soprattutto da manager che raccontano delle loro esperienze di sperimentazione e utilizzo concreto della realtà virtuale in ambito aziendale.

Partiamo però dall'autore, Lorenzo Montagna non è un futurologo ma un manager con esperienze in ambito digitale che si occupa di divulgazione e training sulle tematiche di AR e VR dove per *augmented reality* si intende la realtà appunto aumentata, potenziata, sovrapposta, mentre per *virtual reality* una realtà che si sostituisce a quella che si vive veramente. Per intenderci, nella prima possono rientrare strumenti come i Google Glass, grazie ai quali la visione tradizionale viene arricchita mediante la comparsa, all'interno delle lenti, di informazioni aggiuntive che permettono di interpretare meglio l'ambiente nel quale ci stiamo muovendo. La realtà virtuale utilizza invece visori che immergono il soggetto in una realtà separata e distinta, virtuale appunto.

Lasciamo ai lettori del libro approfondire lo stato della tecnologia e della ricerca in questo campo, de-

scritto in una sezione specifica del testo. Quello che qui ci interessa è comprendere dai manager interpellati l'applicazione concreta di questa tecnologia al di là dei campi scontati (videogiochi, cinema, vendita). Citiamo invece due esperienze opposte per campo di applicazione. Il primo progetto, che riguarda la realtà virtuale, è quello di Samsung in collaborazione con

l'agenzia creativa Leo Burnett. Obiettivo era dimostrare l'utilità della tecnologia anche a scopo sociale. Con questo scopo, Samsung ha donato visori e strumentazione di realtà virtuale a un ospedale. Strumenti, questi, che permettevano a ragazzi costretti a rimanere per periodi molto lunghi nella struttura ospedaliera di evadere, "uscire" e distrarsi immergendosi in realtà virtuali che permettevano loro di spaziare oltre le mura dell'ospedale.

Per quanto riguarda l'*augmented reality*, da citare invece la sperimentazione del Cefriel in ambito Enterprise dove, a manutentori tecnici dotati di occhiali speciali, venivano fornite informazioni in tempo reale sui controlli e sulle attività da svolgere durante la riparazione di macchinari o sostituzione parti di ricambio. Solo due esempi quelli citati qui ma che vi permettono di capire come la realtà virtuale sia davvero molto più reale di quanto pensate.



Leggi e commenta le recensioni sul portale **Manageritalia** sotto la categoria **Management > Letture per manager**



www.manageritalia.it