

# Tecnologie

## Videogiochi

### Oscuro e difficilissimo Arriva Dark Souls III



Con l'arrivo sul mercato di Dark Souls III, tutti i videogiocatori che amano le sfide sono chiamati a raccolta. Già, perché per chi non lo sapesse, la saga è famosa per l'alto tasso di difficoltà che è in grado di far vacillare anche il giocatore più esperto, ma ne rappresenta anche il punto di forza.

In questa terza incarnazione, il titolo di From Software raccoglie tutti gli ingredienti dei precedenti capitoli, proponendo al pubblico uno dei migliori prodotti attualmente in commercio. Dark Souls III premia la curiosità e la tenacia nell'esplorazione, spingendo a ripercorrere aree già superate per il semplice desiderio di scovare nuovi oggetti, nemici, passaggi verso altre località, o uno dei numerosi segreti sparsi per il mondo di gioco. Contornato da un level design curatissimo, una trama dai toni oscuri e un tasso di difficoltà estremo, Dark Souls III si attesta fra i videogames fantasy più interessanti degli ultimi anni.

F.P.L.

## Utilità

### MobileLite G3 ricarica e archivia senza fili



Caricare smartphone e tablet velocemente e archiviare i propri file senza utilizzare cavi. È questa la missione di MobileLite Wireless G3 di Kingston, caricabatteria e storage portatile. Una «scatoletta» con potenza di uscita massima di 2A: una carica completa di MLWG31 permette di ricaricare fino a due volte uno smartphone. Il dispositivo è dotato di una batteria da 5.400 mAh e consente di accedere senza fili ai contenuti di un drive Usb o una scheda Sd2.

MobileLite Wireless Pro offre 64GB di storage integrata aggiuntiva, espandibile ulteriormente tramite drive Usb e schede Sd. La possibilità di accedere da smartphone e tablet wireless permette di liberare spazio nella memoria, realizzare copie di backup di foto, video, contatti ed eventi del calendario. Uno strumento utile anche per trasferire i file in un nuovo smartphone o tablet senza usare il Pc.

**Innovazione** La tecnologia dell'italiana Cynny: la fotocamera rileva gusti e reazioni in base alle espressioni del volto

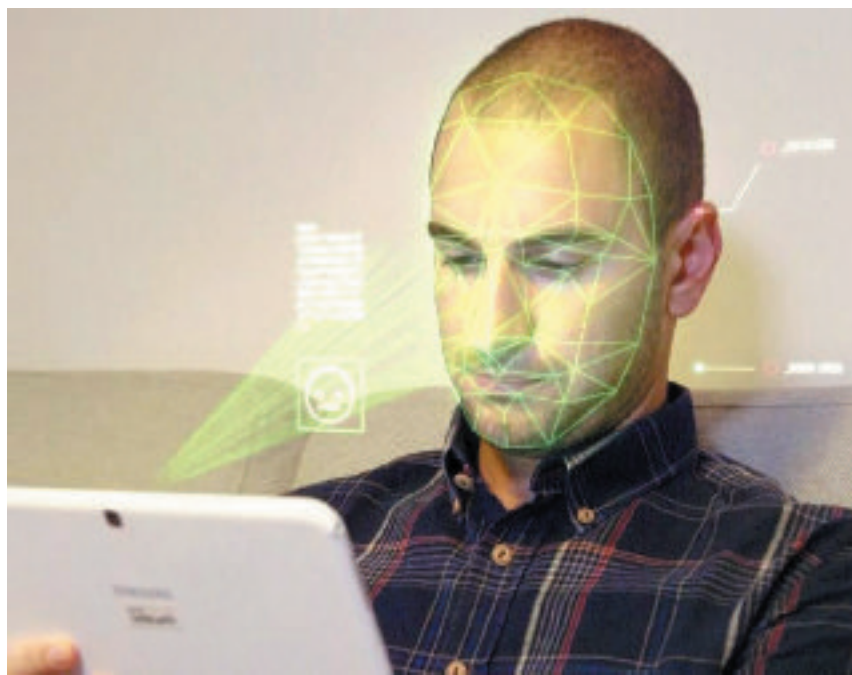
# I video ci «guardano» e leggono le emozioni

Davide Di Santo  
d.disanto@iltempo.it

È il grande business delle emozioni. I video impareranno a riconoscerci e a leggere le espressioni del nostro volto, scegliendo per noi i contenuti più in linea con gusti, età, abitudini. Lo faranno grazie alla fotocamera di Pc, smartphone e tablet, e attraverso software in grado di «mappare» il volto e attribuire un significato alle reazioni dell'utente. Frammenti di un futuro ormai alle porte che promette di rivoluzionare la comunicazione, dalla pubblicità all'informazione, dall'educazione a distanza al cinema.

Avamposto di questa nuova frontiera è l'italiana Cynny, azienda fiorentina guidata da Stefano Bargagni, in procinto di lanciare nel mondo il suo servizio di instant video attraverso la «gemella» di Munlo Park, California. Per il momento Cynny permette di creare filmati caricando sul cloud foto e testi che vengono processati in automatico dall'app. Ma il prossimo passo è l'«instant-video intelligente» che legge il volto di chi lo guarda. «I dispositivi riconoscono l'utente, ma in realtà rilevano la sua faccia e basta, non chiediamo nessun dato - spiega Bargagni - l'obiettivo non è schedare le persone ma fornire contenuti efficaci e che incontrino i gusti della persona». Una miniera d'oro per la pubblicità. «Identifichiamo il volto, verifichiamo se l'utente ha già fatto altre sessioni e aggiorniamo la banca dati in base alle espressioni. Tutto avviene in tempo reale, siamo anche in grado di cambiare il video mentre lo si sta guardando. L'utente è consapevole di questo, e può usare la sua faccia come un telecomando». Consapevole, dal momento che deve autorizzare il proprio browser ad attivare la videocamera. «Nessun problema di privacy, anzi - continua l'imprenditore - il marketing cerca informazioni sugli utenti per fornirgli un contenuto efficace. Ora siamo in grado di indirizzare il video giusto all'utente giusto in tempo reale senza il bisogno di sapere chi è, quanto guadagna o che scuole ha fatto».

La tecnologia adottata da Cynny, sviluppata da esperti italiani e spagnoli, è in grado di rilevare gusti, età e sesso degli utenti. Per Bargagni l'istant video è un new media: «Leggero e carico di informazioni, non solo per la pubblicità, ma anche per l'informazione. Per un sito potrebbe essere interessante ad esempio condividere sui social network le notizie giuste in base a età, umore e interessi del lettore. E poi c'è la scuola, riusciamo a determinare quando lo studente è coinvolto o quando non capisce». Gli orizzonti sono sconfinati. Si arriverà ai film che si differenziano mentre li guardiamo. Con il lieto fine solo per i romantici.



**Scenari** Pubblicità, news e servizi video possono cambiare in tempo reale grazie alla fotocamera che rivela le reazioni degli utenti

**Essenziale** La svizzera Punkt torna al passato e lancia l'MP 01: solo chiamate e sms con un design d'autore

## Il cellulare per disintossicarsi... dal cellulare



**Minimale**  
Il nuovo cellulare Punkt non ha internet o applicazioni

Non c'è motivo per complicare ciò che è semplice. Se applichiamo il rasoio di Occam alla tecnologia e alla comunicazione, l'interrogativo da sollevare è uno solo: sono davvero necessarie le moltitudini di email, post, feed e notifiche che affollano la nostra esistenza digitale a ogni ora del giorno e della notte e che invadono, sovrapponendole, la vita lavorativa e quella privata? A questa domanda ha cercato di rispondere Punkt, azienda svizzera votata alla modernità semplice e fortemente orientata al design, e lo ha fatto con il cellulare MP 01 presentato al Salone del Mobile di Milano. Un telefono essenziale per forma e sostanza che riporta il dispositivo alle sue funzioni primarie: telefonate e sms. Niente email, niente app, niente notifiche, niente internet mobile: un esilio volontario negli anni '90 per tornare all'essenza della comunicazione.

Ma perché spendere 295 euro per un cellulare che permette solo

chiamate e messaggi come il vecchio Nokia 3310 abbandonato da anni nel cassetto o un Gsm da pochi euro? Quello che Guglielmo di Occam, di formazione francescana e spirito pauperista, non poteva prevedere è che qualche secolo dopo gli oggetti sarebbero diventati simbolo di aspirazioni e stili di vita a prescindere dalla loro vera funzione. Una dimensione immateriale spesso incarnata dal design, fondamentale anche nel Punkt MP01, monolite nero dagli angoli arrotondati, tasti circolari e uno schermo monocromatico da due pollici, frutto della creatività dell'industrial designer britannico Jasper Morrison. Ergonomia e solidità in linee essenziali e severe, ideali per accompagnare il percorso di disintossicazione digitale di compulsatori cronici di email, tweet e post.

«Che la tecnologia sia uno strumento potente è indubbio ma ciò non toglie l'importanza del riuscire a ritagliarsi del tempo per riscoprire le cose semplici della vita, soprattutto alla luce di un mondo sempre più complicato - spiega Petter Neby, fondatore e ceo di Punkt - MP 01 libererà gli utenti da tutte quelle inutili distrazioni che allontanano sempre più dagli aspetti essenziali della comunicazione». Chi sa che cellulare sceglierebbe, se tornasse in vita oggi, Guglielmo di Occam.

D. D. S.

## Smartphone

### Huawei P9: foto super con le lenti Leica

Per i nuovi smartphone la fotocamera è fondamentale. Se doppia, lo è ancora di più. E se prodotta da un'autorità assoluta della fotografia professionale come Leica siamo al top. Huawei capitalizza l'accordo stipulato con l'azienda tedesca e lancia il suo P9, smartphone top di gamma con doppia fotocamera disponibile in due versioni: standard e Plus.

A dimostrazione di quanto l'azienda cinese tenga a questa partnership ci sono i

testimoniale che a Londra hanno tenuto a battesimo il nuovo «foto-smartphone», ovvero i fotografi David Guttenfelder del National Geographic e Mary McCartney, figlia del Beatle sir Paul. Il piatto forte è la doppia fotocamera da 12 megapixel formata da due lenti Leica, una a colori e una monocromatica per migliorare il bilanciamento dei bianchi e la luminosità. La resa, secondo quanto dichiarato da Huawei, è di una luminosità dell'obiettivo del 90% maggiore di quella della Samsung S7, diretto concorrente, e del 270% dell'iPhone 6.

Per il resto, il P9 offre quanto ci si aspetta da uno smartphone top di gamma in fatto di potenza, connettività e velocità di calcolo. Il display misura 5.2 pollici con una risoluzione di 1080p mentre il proces-

sore è un Kirin da 955 2.5Hz a 64-bit. La batteria da 3.000mAh ad alta densità offre un'autonomia di 8 ore di conversazione con rete 4G e 12 ore di ripresa video in Hd.

Uno sforzo è stato fatto anche negli aspetti meno visibili, come la terza antenna virtuale per migliorare la ricezione e il sensore per le impronte digitali.

La versione Plus dispone di un display Press Touch da 5.5 pollici, una batteria più potente da 3.400mAh e la ricarica rapida che consente 6 ore di conversazione dopo soli dieci minuti in modalità recharge.

Già disponibili in preordine, i due smartphone arriveranno nei negozi dal 21 aprile. I prezzi: 599 euro per il Huawei P9, 749 euro per il P9 Plus.

D. D. S.



**Oro**  
La versione gold del Huawei P9, 599 euro. Il P9 Plus costa invece 749 euro