

R2

la Repubblica

Si chiama Morfeo ti porta in battaglia negli abissi marini o su un'astronave Repubblica ha provato il casco per la realtà virtuale della Sony Nasce per i videogames ma le possibilità sono infinite: dalla medicina al sesso



IN COMMERCIO
Project Morpheus: si chiama così il nuovo "casco" per la realtà virtuale della Sony. Entrerà in commercio il "più presto possibile" forse già l'anno prossimo



IL TEST
Tre "demo" testati: Eye Valkyrie (un'astronave), The Deep (la gabbia degli squali) e The Castle (battaglia medievale)

LE APPLICAZIONI
Nasce per i videogames, ma per la Sony ha molti altri possibili utilizzi: per le lezioni a scuola, per la cura di alcune malattie (come l'agorafobia) e per scopi militari

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE
ENRICO FRANCESCHINI

H O visto il futuro. Anzi, ci sono entrato dentro. O almeno così mi è parso. Cosa ho visto e dove sono veramente entrato, in effetti, è opinabile: questione di sensazioni. Potrei giurare di essere volato nello spazio, tra astronavi, missili e meteoriti, e poi di essere disceso negli abissi, tra squali e pesci di ogni dimensione, ma potrei anche avere sognato. "Project Morpheus", Progetto Morfeo, si chiama appropriatamente il casco che un tecnico della Sony mi ha infilato sulla testa, trasportandomi un attimo dopo nel mondo magico della realtà virtuale. Un'esperienza ludica, il cui obiettivo principale è rivoluzionare la maniera in cui si gio-

ca ai videogames, visto che a inventarla è la società produttrice della Playstation, il gigante giapponese dell'intrattenimento e dell'elettronica. Magia oggi le applicazioni di questo elmetto che si cala sugli occhi e ci conduce dovunque vogliamo vanno ben oltre i videogiochi, aprendo nuove frontiere dall'istruzione scolastica alla terapia medica. Ed è lecito credere che in un domani non troppo lontano, fra dieci anni, fra venti, indossando un copricapo simile (e magari altri accessori dello stesso genere) potremo fare qualsiasi cosa, provare qualunque emozione, senza muoverci dalla poltrona di casa: o magari dal letto di casa, perché così vestiti teoricamente potremmo perfino fare l'amore (o credere di farlo).

Siamo nei sotterranei di un albergo di Londra, "hip" come si

conviene a un'industria all'avanguardia della tecnologia: da fuori non sembra un hotel e nemmeno da dentro, le toilette sono delle cellette rivestite di velluto con divani e mensole di fianco alla tazza del cesso. Così si comincia a uscire dalla realtà reale, dal mondo a cui siamo abituati, ancora prima di iniziare l'esperimento per cui la Sony ha invitato qui Repubblica e un gruppo di selezionati giornalisti da tutto il mondo. Scendiamo nei sotterranei. Ed ecco, dentro una sala semibuia, tre fasci di luce: provengono dalle postazioni di tre "demo", come si dice in gergo, tre videogiochi ancora allo stato di test dimostrativo. In apparenza, niente di insolito, tre schermi, tre storie, tre manopole. Ma quando ti cali il casco sulla testa, tutto cambia. Non sono più nei sotterranei dell'albergo. Non sono più a Londra. Eccomi

appena tuffato. Se guardo in giù, vedo gli abissi. Sono dentro una gabbia protettrice. Posso sparare razzi con una pistola per illuminare le tenebre delle profondità marine. Va tutto bene finché non arriva uno squalo, sbatte il muso sulla gabbia, ne addenta un pezzo, se lo porta via, apre uno squarcio. E adesso? Fortunatamente la dimostrazione finisce e passo alla successiva, "The Castle": un castello medievale. Un tecnico mi mette in mano due lampadine colorate. Ma quando indosso l'elmetto virtuale, le lampadine diventano una spada, uno scudo, un arco con le frecce: mi serviranno per affrontare un cavaliere avversario e farlo a fette. Sempre che non sia lui ad affettare me.

Anche in qualsiasi videogioco tradizionale si può avere l'impressione di penetrare nella storia: questo è del resto lo scopo di chilizrea. Ma con il casco del Progetto Morfeo l'impressione è molto più forte. Dopo il volo nello spazio, ti senti lo stomaco in bocca come se ci fossi stato davvero. Dopo il tuffo negli abissi, ti gira la testa e ti rintonano le orecchie. Dopo il duello medievale, bè, ti tasti per bene per controllare di essere ancora tutto intero. «In ogni videogame lo schermo rappresenta un confine e con questo casco diventa possibile varcarlo», spiega Simon Benson, coordinatore del settore realtà virtuale per la Sony. «Entri a far parte della storia, con un'esperienza pienamente tridimensionale che coinvolge tutti i sensi». L'azienda giapponese non rivela quando lancerà sul mercato il suo magico elmetto, «il più presto possibile», dice Benson, forse già l'anno prossimo. È evidente il modo in cui potrà trasformare i videogiochi: sarà possibile giocare a calcio con Ronaldo e Mes-

Sono entrato nel futuro

I vertici del gigante giapponese: "Una rivoluzione, non solo per l'intrattenimento"

(demo numero uno: Eye Valkyrie) dentro un'astronave su una rampa di lancio. Conto alla rovescia, dieci, nove, otto, eccetera, e boom, mi ritrovo nello spazio. Basta premere un tasto per cambiare rotta e visuale. Meteoriti mi sfiorano, navicelle nemiche mi attaccano. Rispondo al fuoco, viro, accelero...e finisco sfracellato contro un'altra astronave. Demo numero due: "The Deep". Questo casco mi sembra ancora più avanzato. Se mi piego, vedo le mie gambe che si piegano. Se indico qualcosa, vedo il mio braccio che si agita. Se guardo in su vedo la superficie dell'acqua da cui evidentemente mi sono



si trovandosi con loro in mezzo al campo, combattere una guerra con un commando di forze speciali muovendosi al loro fianco, guidare un bolide da corsa su un circuito sentendo le ruote che stridono sull'asfalto. «Ma la realtà virtuale non trasformerà soltanto l'intrattenimento», osserva il coordinatore della Sony. «Potremo portare chiunque da qualunque parte del mondo, a visitare Venezia o la Torre Eiffel o l'Everest, senza muoversi da casa. Sono già allo studio utilizzi nel settore educativo: potremo portare una scolaresca a spasso per l'antica Roma o intorno alle piramidi, oppure, per una lezione di geografia, nella giungla amazzonica, o per una di fisica, sulla Luna. E sono già in corso utilizzi scientifici nel settore della medicina, delle terapie: immaginiamo una persona che soffre

di agorafobia e ha paura a ritrovarsi in mezzo alla gente, potremo metterle il casco e farla sedere in una carrozza del metrò, prima da sola, poi con due persone, poi con dieci, poi con venti, potrà togliere il casco in qualsiasi momento se si sente male e gradualmente prepararsi a rientrare nella comunità reale».

Di utilizzi ce ne sono anche altri, alcuni già ben oltre la fase sperimentale: quelli militari, per esempio, offrendo a piloti di cacciabombardieri un allenamento identico alle battaglie che affronteranno nella realtà, per citare solo un caso. La tecnica richiesta, in fondo, è la medesima dei videogames: il multitasking, riuscire a virare e sparare contemporaneamente, per questo i professionisti dei videogames possono sperare di finire da grandi in qualche Air Force.

Chiedo a Benson se il casco del Project Morpheus, con un fine più pacifico, potrà un giorno permetterci anche di amare virtualmente: «Perché no», risponde con un sorrisino, «i videogames esistono da una ventina d'anni, tra altri venti è impossibile immaginare dove ci avranno portato queste tecnologie». Indosso il casco un'ultima volta, cercando di scrutarci dentro il futuro: è comodo, leggero, ma non esattamente il tipo di accessorio di cui uno si doterebbe per il sesso. Per sognare di fare l'amore, tuttavia, un giorno potrebbe andar bene anche il Progetto Morfeo. «Siamo fatti della sostanza di cui son fatti i sogni», ci insegna Shakespeare, dopotutto. E chissà che cosa avrebbe scritto, il Bardo, con un caschetto simile sulla testa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



R
NEWS

RTV-LAEFFE
Su RNews (ore 13.45
canale 50 del digitale e 139
di Sky) il racconto
di Enrico Franceschini
(nella foto)

LO SCENARIO / LA CORSA DEI BIG DELLA TECNOLOGIA

COSÌ IL SOGNO DEGLI SCRITTORI DIVENTA BUSINESS MILIARDARIO

JAIME D'ALESSANDRO

«UN miliardo di persone che si incontrano in una realtà virtuale. Sarà la più grossa comunità del pianeta». Così Brendan Iribe, al TechCrunch Disrupt di New York di martedì. Trentacinque anni, felpa grigia e camicia bianca indossate sotto una giacca scura, è l'amministratore delegato della Oculus Vr di Irvine, California. La stessa comprata da Facebook per due miliardi di dollari poco più di un mese fa. L'azienda fece la sua apparizione nel 2012 su Kickstarter, il sito di crowdfunding, con un visore dotato di schermi in hd capace di far immergere le persone in ambienti digitali, principalmente quelli dei videogames. Rispetto alla realtà aumentata dei Google Glass, che sovrappone informazioni prese dal Web a quel che guardiamo, siamo quindi all'estremo opposto. Il traguardo di Iribe & Co. era ottenere donazioni per 250 mila dollari e iniziare a produrre il visore. Nel giro di una manciata di giorni si ritrovarono per le mani due milioni e mezzo di dollari. Che fosse la strada da seguire l'hanno capito quasi tutti. Sony si è messa a lavorare sul suo Project Morpheus, la software house Valve ha anche lei un apparecchio del genere, mentre voci di corridoio danno per certo lo sviluppo di dispositivi identici in casa Microsoft ed Apple. In palio c'è un mercato di esperienze digitali che va dal settore dei giochi elettronici e dai suoi 50 miliardi di dollari a quello dei social network. Sulla carta, la gallina dalle uova d'oro.

E pensare che si tratta di un sogno antico che ha sedotto scrittori e registi

ma che nella sua declinazione merceologica in passato è stato un fallimento. Il Sensorama, 1957, era una sorta di macchina da sala giochi dove si infilava il volto per vedere film in tre dimensioni e in grado di riprodurre vibrazioni e odori. Costava troppo, non uscì mai dalla fase sperimentale. Poi arrivò Jaron Lanier, il "padre" del termine "realtà virtuale". È sempre stato un marziano nella Silicon Valley e non solo per i capelli da rasta e per quella passione sfrenata per strumenti musicali di sua invenzione. Ma prima che passasse dall'altra parte della barricata, con saggi infuocati contro il mondo dell'hi-tech come *Tu non sei un gadget* (Mondadori, 2010), Lanier ha immaginato (e costruito) il nostro presente prossimo quando era ancora futuro remoto. Peccato che il suo visore collegato a un guanto, parliamo dei primi anni Novanta, aveva costi proibitivi. Nel '95 ci provò anche la Nintendo con il Virtual Boy. Un altro buco nell'acqua, stavolta perché faceva venire il mal di testa.

«Il futuro è una questione complicata. Bisogna fare i conti con diversi finali possibili e ognuno di loro possiede tutte le variabili del presente», rispondeva Lanier quando gli chiedevano una previsione. Ma mai avrebbe immaginato che sarebbero serviti venti anni perché la sua idea arrivasse al successo. O quasi. Nessuno di questi dispositivi, dall'Oculus a Morpheus, è in vendita. Il primo però dovrebbe uscire a Natale o a inizio 2015 attorno ai 300 euro. Poco, considerando che apre le porte alla fantascienza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA