

Meta a lansat ochelari cu realitate augmentată și inteligență artificială

Compania Meta, care deține Facebook și Instagram, a prezentat luna trecută primul său prototip de ochelari cu realitate augmentată și inteligență artificială (IA), sperând ca în cele din urmă să creeze o nouă platformă informatică pentru consumatori, după calculatoarele personale și telefoanele mobile. Numiți "Orion", ochelarii sunt echipați cu o cameră foto, căști și un asistent IA cu activare vocală, la fel ca ochelarii conectați Meta Ray-Ban, disponibili pe piață de mai mulți ani. Acești ochelari includ, însă, și proiectoare minusculi pentru vizualizarea de videoclipuri, ecrane sau chiar persoane sub formă de holograme - toate acestea fără a purta căști care izolează utilizatorul. "Este ca o mașină a timpului", a declarat Mark Zuckerberg, șeful Meta. "Oferă o privire în viitor care cred că va fi foarte interesantă", a comentat el. Miliardarul

și-a încheiat prezentarea anuală a noilor produse ale grupului cu acest nou dispozitiv, singura surpriză reală a evenimentului de la Menlo Park (California), unde se află sediul companiei.

Zuckerberg a povestit cum a format o echipă în urmă cu zece ani pentru a realiza ochelari wireless ușori (sub 100 de grame), capabili să proiecteze imagini clare, luminoase și suficient de mari pentru a se potrivi cu toate modurile de utilizare și mediile, fără a împiedica contactul vizual cu persoanele din jur, prezente fizic. Pentru a interacționa cu diferitele funcții ale ochelarilor, utilizatorii își folosesc vocea și gesturile, dar și, potențial, gândurile, datorită senzorilor de pe o brățară. "Este nevoie de un dispozitiv care să poată trimite un semnal de la creier", a subliniat șeful Meta. "Acesta este primul dispozitiv alimentat de interfața noastră neuronală pe încheietura mâinii", a precizat el.

Fondatorul Facebook a schimbat

numele gigantului rețelelor de socializare în Meta la sfârșitul anului 2021, pentru a semnala trecerea către metavers, viziunea sa asupra viitorului internetului și al informaticii, unde lumile reală și virtuală se vor îmbina prin intermediul dispozitivelor de realitate augmentată și virtuală (AR și VR). De atunci, căștile VR Quest s-au succedat, iar ochelarii conectați Ray-Ban au câștigat în capacități IA, însă metaversul nu a sedus (încă) publicul larg. Obsesia lui Mark Zuckerberg îi exasperează însă pe investitori, divizia Reality Labs a Meta pierzând câteva miliarde de dolari în fiecare trimestru. "Agitația în jurul metaversurilor s-a încheiat", a recunoscut Vishal Shah, vicepreședintele Meta responsabil cu metaversurile, în cadrul unei mese rotunde cu jurnaliștii. "Și sunt foarte bucuroși de acest lucru, pentru că atunci când se vorbește foarte mult, este greu să te ridici la înălțimea așteptărilor", a continuat acesta. El a reiterat că este vorba de

investiții pe termen lung și a explicat că, dincolo de tehnologie, echipele sale caută mai ales să recreeze sentimentul de apartenență la un grup de oameni, în condițiile absenței lor fizice, deoarece nu întotdeauna este posibilă deplasarea. Chiar dacă întâlnirile la distanță prin intermediul ecranelor sau hologramelor "nu pot înlocui" conversațiile față în față. Spre deosebire de căști, care continuă să fie greoaie, ochelarii au șanse de a fi adoptați pe scară largă, a estimat Jeremy Goldman de la eMarketer. Orion "reprezintă pariul Meta într-o lume post-smartphone", a comentat analistul.

În opinia sa, totul va depinde de capacitatea ochelarilor de a simplifica cu adevărat viața de zi cu zi a utilizatorilor, dar și de prețul lor.



Sursa foto: <https://about.meta.com/realitylabs/orion>

