

MEDIA & TECH  
I prodotti, le campagnePersone, reti  
e consumi

a cura di MARCO GASPERETTI, UMBERTO TORELLI E MASSIMO TRIULZI

sueta sintonizzazione su stazioni Am-Fm, l'apparecchio riproduce, infatti, audiocassette, trasformandone la musica in formato digitale. Si possono archiviare fino a 30 stazioni radio e il passaggio allo standard Mp3 è immediato: basta premere un pulsante, nello stesso istante in cui si ascoltano le canzoni. La memorizzazione si fa su chiavette Usb, ma anche memory card, da inserire in smartphone e tablet. Tutte le funzioni si abilitano dal pannello frontale



**Pro:** conversione Mp3  
**Contro:** non c'è l'agancio diretto all'iPod

MARCA: Gbc  
PRODOTTO: iSnatch  
PREZZO: 79 euro

## eReader Il lettore digitale low cost parla tedesco

Qualità dei materiali e robustezza sono garantiti dal marchio tedesco. E in più, stavolta, c'è anche il prezzo competitivo. Pyrus di TrekStor è probabilmente l'eReader sul mercato che ha il miglior rapporto qualità-prezzo. Il display da 6 pollici, con tecnologia a inchiostro elettronico, funziona bene soprattutto alla luce. È sensibile al tocco, ma i progettisti hanno deciso anche di aggiungere ai lati quattro tasti per il cambio pagina; sotto lo schermo invece ci sono il pad-multifunzione e, da sinistra a destra, il tasto «home screen», menù contestuale, «back» e quello che richiama la tastiera virtuale. Ciò che ci è piaciuto di più è il telaio di gomma che dà al modello leggerezza (216 grammi) e affidabilità, oltre alla possibilità di espandere la memoria da 4 a 32 gigabyte. Non è eccellente, invece, la risoluzione di 800x600, anche se la visione è nitida e senza sfarfallio, con un'esperienza di lettura piacevole per gli occhi, anche in pieno sole.



**Pro:** prezzo e peso  
**Contro:** risoluzione dello schermo migliorabile

MARCA: TrekStor  
MODELLO: Pyrus  
PREZZO: 90 euro  
RIPRODUZIONE RISERVATA

## Pit Spot

a cura di ALDO GRASSO  
pitspot@fastwebnet.itin collaborazione con  
MASSIMO SCAGLIONI

## La terza via di Toyota: mettere Orwell nel motore

Come nel Grande Fratello (quello di George Orwell, non quello di Alessia Marcuzzi): le campagne dedicate alle automobili cercano, in questo periodo di crisi, di accentuare i tratti di originalità per colpire l'attenzione dei consumatori. Un'originalità che, in questo caso, poggia le proprie radici nella particolarità funzionale del prodotto, la nuova Toyota Auris Hybrid, la cui comunicazione a livello europeo è curata da Saatchi & Saatchi Italia.

Molto riuscita nell'idea e ben realizzata la campagna, che ruota attorno al film. Il concetto sta proprio nella differenza che caratterizza l'auto, e la rende, secondo la casa automobilistica, un'avanguardia di innovazione: fino a ieri, infatti, chi cercava un'auto era obbligato a scegliere il diesel o la benzina. E proprio quando tutti sono rassegnati ad avere una sola scelta, con la Nuova Auris Hybrid, Toyota offre a tutti un'altra possibilità: questo il messaggio che l'azienda intendeva trasmettere. Ma come tradurre creativamente questi concetti? Con il Grande Fratello, appunto.

Lo spot immagina una società distopica, sospesa fra il passato e il futuro, dove un grande leader (che ha



un'aria a metà fra un Lord e Ceausescu) impone ai propri cittadini-sudditi come vivere. «Da ora, potrete ascoltare una sola canzone», proclama, mentre parte una terribile Macarena.

Gli inni nazionali e persino i canti funebri si adattano al nuovo stile latino: un poveretto cerca di trovare alternative, ma tutto risuona come Macarena (queste sono le sequenze più divertenti dello spot). «Da oggi, potrete avere un solo animale domestico», continua il leader, presentando un lama. Certo non proprio un animale che si presta a raccogliere il bastoncino che si lancia nel giardino, come fosse un cane. La ribellione del lama suscita ulteriore illarità.

Naturalmente c'è un lieto fine: toccate tutto agli uomini, ma non l'automobile. Quando il capo afferma che anche l'automobile è scelta dall'alto, qualcuno si ribella, con un semplice «Perché?». «In un mondo in cui credi di avere una sola scelta, noi ti presentiamo l'alternativa», chiude il claim.

La crisi aguzza la creatività: il tema di fondo non è nuovo, ma calza perfettamente al prodotto pubblicitario, mentre il film strappa più di un sorriso.

RIPRODUZIONE RISERVATA

**Sicurezza Solo 10 mila parole chiave danno l'accesso al 98% degli «account» presenti nel web**

## Password I cinque segreti per resistere ai pirati

**I big si muovono: chiavette per Google, impronte per Apple**

DI UMBERTO TORELLI

Password a rischio di copiatura e furti, specie per chi non adotta le giuste precauzioni. A lanciare l'allarme è il recente studio Tmt Prediction 2013 («Technology, media e e-communication») di Deloitte. Dove vengono evidenziate le problematiche dovute all'uso improprio delle «parole d'ordine». Perché è proprio grazie a queste chiavi digitali che ogni giorno accediamo a Internet per effettuare operazioni su pc, smartphone e tablet. Ma anche per entrare nei social network, gestire in modalità remota informazioni aziendali, abilitare carte di credito ed eseguire operazioni su conto corrente.

### Protezione

È dunque essenziale crearle più sicure, per rendere difficile la vita ai pirati del web. Spiega a proposito Alberto Donato, partner Deloitte e responsabile italiano Tmt: «Sebbene sia vero che in una tastiera le combinazioni potenziali di lettere, numeri e caratteri speciali sono oltre 6 milioni di miliardi, va ricordato che risultano soltanto 10 mila le password usate per accedere al 98% degli account presenti sul web». Lo studio evidenzia come l'utilizzo della sola password garantisca in modo limitato i nostri dati. Specie quando gli utenti commettono disattenzioni e leggerezze in fase di creazione.

Fonte: SplashData

A proposito, sapete quale sono quelle più usate nel mondo? Incredibile dirlo, al primo posto si trova proprio il termine «password».

Lo rivela l'elenco delle 25 parole chiave più comuni pubblicato dalla californiana SplashData. Seguono con poca fantasia «123456» e «abc123». Non solo. Con una consuetudine disarmante, gli utenti abbinano

le prime lettere dell'alfabeto e i primi tre numeri alle iniziali dei loro nomi, piuttosto che alla data di nascita e nomi di parenti. Un invito a nozze per hacker e truffatori, che dai social network reperiscono con facilità le nostre informazioni personali, con la possibilità grazie a opportuni software di ricostruire le password. Allora, come difendersi? Per pri-

ma cosa seguendo semplici regole (vedi grafica), come quella di intercalare caratteri speciali e maiuscole.

### Più livelli

Ma a rendere più sicuri gli accessi sono le procedure a verifica multipla. La cosiddetta autenticazione «a più livelli», in uso già da alcune banche e siti di e-commerce. «In pratica dopo avere digitato la password di primo grado — spiega ancora Donato — l'utente riceve un sms o una email in cui viene fornita una seconda parola chiave con scadenza temporale». È quella che permette, ad esempio, di eseguire movimenti di denaro e operazioni di trading online.

Ci sono poi sistemi hardware dove memorizzare più di una password. Una soluzione in fase di sperimentazione, arriva da Google con una chiavetta Usb in cui riporre in modalità crittografata le parole di accesso sotto forma di byte. I progettisti di Mountain View per agevolare gli utenti propongono Yubikey (da Yubico l'azienda produttrice), una mini-chiavetta da tenere con sé. Basta inserirla nel computer per avere l'accesso automatico ai siti protetti, senza bisogno di digitare né ricordare nulla a memoria. L'oggetto potrebbe avere la forma di cioldolo da tenere al collo, piuttosto che anello da portare al dito.

Apple consapevole del problema sicurezza non sta a guardare. È di questi giorni il rumor (già in Rete non confermato) sulla possibilità che il prossimo iPhone 6 potrebbe essere provvisto di tasto «home» con sensore. Basterà appoggiare il dito per essere identificati dall'impronta digitale. Microsoft lavora invece al riconoscimento facciale, già sperimentato con Kinect nei videogame. Con un semplice saluto alla webcam il riconoscimento è garantito.

@utorelli

RIPRODUZIONE RISERVATA

## Metropolis

a cura di Cristina Pellecchia

cristinapellecchia.cor@gmail.com

## Foglie di riso, ali di farfalla: la ricetta per una vera pulizia

Foglie di riso e ali di farfalla: la ricetta per i materiali del futuro è tutta qui. Non si tratta di intrugli o pozioni magiche, quanto piuttosto di ispirazione, o meglio, bio-ispirazione.

All'Università dell'Ohio, negli Stati Uniti, si cerca di realizzare nuovi materiali autopulenti e che riducano al massimo l'attrito. E i ricercatori hanno scoperto, che più che sintetizzare delle sostanze nuove, la soluzione si trova nell'utilizzo di quelli esistenti, modificandone però la texture. Analizzando al microscopio le ali della farfalla Morpho Didius, e la foglia dell'Oriza Sativa, un comune tipo di riso, si sono resi conto che la loro caratteristica repellenza allo sporco e all'acqua è data dalla complessità della struttura. Scanalature diradanti per la farfalla africana, sono ciò che le consente di liberarsi dell'85% della sporcizia con un solo battito d'ali e di restare costantemente asciutta. Riprodotta nella plastica, questa texture,



può dare luogo a superfici utili per apparecchiature mediche, impedendo la crescita di batteri. La foglia di riso invece presenta righe e dossi micrometrici sotto uno strato ceroso. Questa proprietà, che garantisce il 26% in meno di attrito e il 95% di rimozione dello sporco, potrebbe ridurre i tempi di trasferimento e i costi di gestione e manutenzione di tubature e oleodotti.

RIPRODUZIONE RISERVATA

## Bevuto troppo? L'alcol test si farà con il telefonino

Vista, udito, olfatto, gusto e tatto: presto gli smartphone saranno in grado di interagire con tutti e cinque i nostri sensi. I dispositivi oggi a disposizione possono già sentire e vedere, tra-

mite microfono e fotocamera, e sentire e interpretare il nostro tatto.

Ora, Sam Khamis, ceo e fondatore di una piccola startup di San Francisco, la Adamant Technologies (www.adamanttech.com), dice di essere riuscito a realizzare un chip da integrare nei futuri telefoni, capace di identificare odori e sapori. Un po' come avviene con i dispositivi antincendio, che rilevano in automatico fumo, gas e sostanze chimiche. Ma il sistema della Adamant è più sofisticato: grazie a una combinazione di circa duemila sensori (il naso umano ne dispone di 400) il chip sarà in grado di riconoscere e identificare tutti gli odori, anche mescolati tra loro, e indicarne la composizione. Il che renderà i telefoni abili a misurare, solo «annusandoci», la quantità di alcol e di zuccheri nel sangue, o rilevare virus nell'aria o dirci se è il caso di farci una doccia. Il primo prodotto potrebbe essere rilasciato già in un paio di anni.

RIPRODUZIONE RISERVATA

## Basta un po' d'attrito per accendere 600 lampadine

I ricercatori del Georgia Institute of Technology lavorano per trasformare l'elettricità statica in alimentazione per i dispositivi mobili. L'energia prodotta correndo, camminando, o anche solo respirando può essere incanalata nelle batterie dei vari gadget tecnologici. Le soluzioni finora presentate però si basano tutte su uno stress meccanico per generare una carica elettrica, spesso insufficiente. Le ricerche del Georgia Tech sfruttano lo sfregamento tra materiali diversi per reindirizzare il 40% dell'energia prodotta. Un generatore grande quanto un'unghia dovrebbe far funzionare un pacemaker e uno quadrato di 5 centimetri, invece, illuminare 600 Led.

RIPRODUZIONE RISERVATA

SUPPLEMENTO DELLA TESTATA  
CORRIERE DELLA SERA  
DEL 4 FEBBRAIO 2013  
ANNO XVII - N. 4Direttore responsabile  
FERRUCCIO DE BORTOLICondirettore  
LUCIANO FONTANAVicedirettrici  
ANTONIO MACALUSO,  
DANIELE MANCA,  
GIANGIACOMO SCHIAVI,  
BARBARA STEFANELLI© 2012 RCS MEDIAGROUP S.P.A.  
DIVISIONE QUOTIDIANI  
Sede legale:  
via A. Rizzoli, 8 - Milano  
Registrazione Tribunale di Milano  
n. 490 del 16 settembre 2003© COPYRIGHT RCS MEDIAGROUP S.P.A.  
DIVISIONE QUOTIDIANITutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di  
questo prodotto può essere riprodotta con mezzi  
grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni  
violazione sarà perseguita a norma di legge.REDAZIONE E TIPOGRAFIA  
Via Solferino, 28 - 20121 Milano  
Tel. 02-62821RCS MEDIAGROUP S.P.A.  
DIVISIONE PUBBLICITÀ  
Via A. Rizzoli, 8 - 20132 Milano  
Tel. 02-25841

CORRIERECONOMIA

A cura di  
MASSIMO FRACARO

Guido Cagnan (grafica)

Giuditta Marvelli

Alessandra Puato

Stefano Righi (capeservizio)

Maria Silvia Sacchi

Isidoro Trovato

Art director e progetto grafico:  
GIANLUIGI COLINI