

Il metaverso non esiste

Ogni giorno mi sveglio e so che nella mia casella email ci sarà almeno un comunicato stampa di un'azienda che annuncia il suo **"ingresso nel metaverso"**. C'è un solo problema: **il metaverso non esiste**. E allora come fanno le aziende a entrarci? E come fanno – stando a una miriade di articoli pubblicati in ogni angolo del globo – le persone a [sposarsi nel metaverso](#)? A speculare nel metaverso? A partecipare a [eventi nel metaverso](#)? A **lavorare nel metaverso** e addirittura a [subire molestie](#) nel metaverso?

Il punto è che tutto ciò non avviene nel metaverso, ma su **single piattaforme molto diverse tra loro**. La speculazione e gli eventi brandizzati sono per esempio la specialità di **Decentraland**, il matrimonio di cui ha parlato la stampa è avvenuto tramite la piattaforma di collaborazione da remoto **Virbela**, mentre le riunioni di lavoro si tengono su piattaforme come **Horizon Workrooms** di Meta (ancora in fase beta). Le aziende che "entrano" nel metaverso, solitamente, si limitano ad adottare una di queste piattaforme per organizzare eventi o fare riunioni; in altri casi acquistano qualche piattaforma ad hoc che consente loro di fare **team building o formazione in realtà virtuale** (o cose simili).

Ha senso che in tutti questi casi si parli di metaverso? Per capirlo, dovremmo prima sapere esattamente **che cosa il metaverso sia**, e già qui la faccenda si complica. Secondo la definizione del venture capitalist Matthew Ball (che in tempi non sospetti ha dedicato [un lungo saggio](#) al tema), il metaverso è **"un network interoperabile di mondi virtuali creati in 3D"**. In parole semplici, il metaverso dovrebbe essere un vasto ambiente digitale in cui è possibile spostarsi senza soluzione di continuità **da una piattaforma 3D all'altra**, portando con noi i nostri avatar, i nostri beni digitali e il nostro denaro.

Tutto questo, oggi, non esiste. E, come vedremo meglio più avanti, non è nemmeno chiaro se e quando prenderà davvero forma. Perché un videogioco multiplayer in realtà virtuale come **Population One** dovrebbe essere definito metaverso? E perché dovrebbe esserlo un ambiente sociale come **Horizon Worlds di Meta** o dei simil-Second Life (ma con una forte impronta speculativa legata alle criptovalute) come **Decentraland o The Sandbox**?

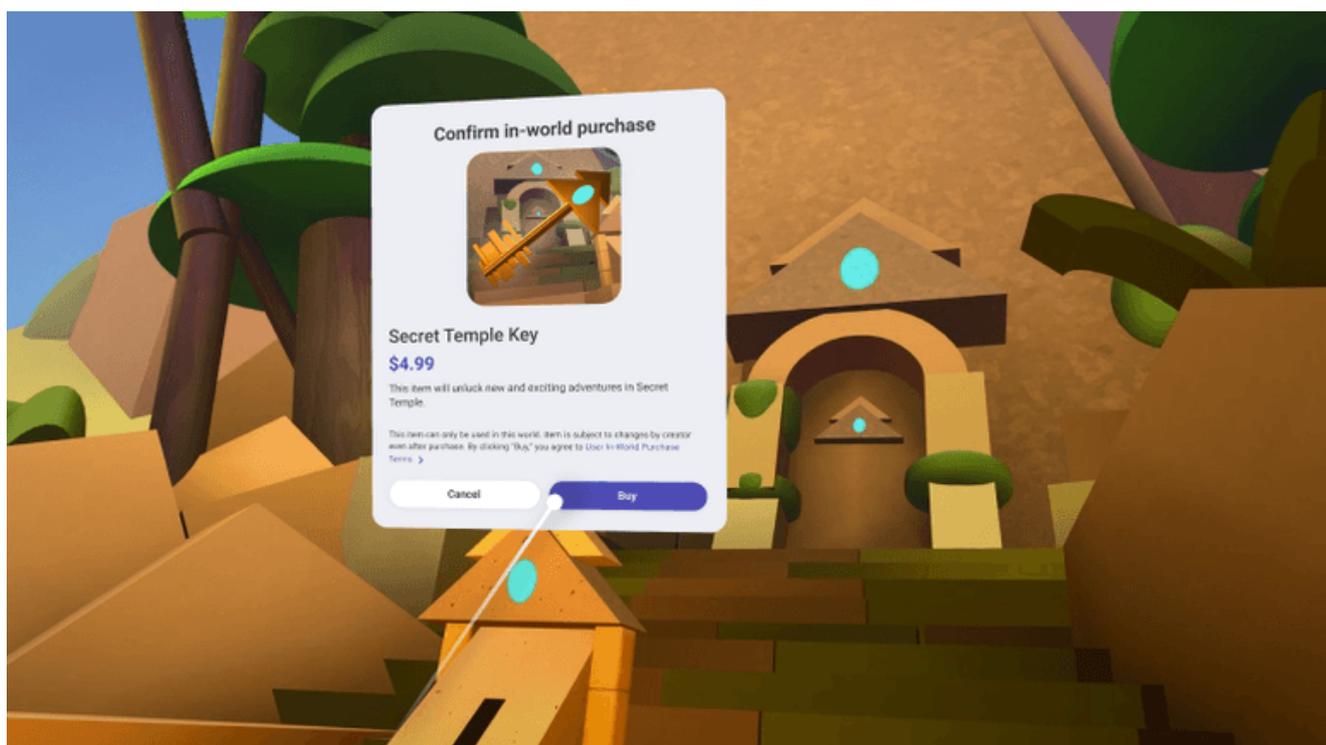


Metaverso, metaversi o...

In tutti questi casi, e in molti altri ancora, non solo non ha senso menzionare “il metaverso”, ma **nemmeno parlare di “metaversi”, al plurale.** Si tratta di singole piattaforme, a volte in realtà virtuale e altre no, in alcuni casi dedicate al lavoro, in altri alla speculazione, ai videogiochi, alla socialità. In più, **nessuna di queste piattaforme comunica con un'altra:** ciascuna di esse richiede di creare uno specifico avatar, che non possiamo trasportare da una piattaforma all'altra, e di acquistare beni che rimangono confinati al suo interno.

Non è il metaverso (termine coniato dallo scrittore **Neal Stephenson** nel 1991 per indicare una sorta di “gemello virtuale” del mondo in cui viviamo): sono tante piattaforme che hanno in comune tra loro solo **l'enfasi sulla possibilità di socializzare**, al loro interno, con altri utenti. È come se avessimo chiamato **“gameverso”** il mondo dei videogiochi multiplayer o **“socialverso”** l'intero ecosistema dei social network.

Ecco, immaginatevi se negli anni in cui le aziende o i politici iniziavano ad avere la loro pagina su Facebook non avessimo parlato del loro “approdo su Facebook”, ma invece annunciato il loro **“ingresso nel socialverso”**, se le molestie e l'hate speech non si fossero verificati su **Twitter** ma nel socialverso, se le teorie del complotto non si fossero diffuse su **Reddit e YouTube** ma nel socialverso.



La mossa di Zuckerberg

Ma se non esiste, perché si insiste così tanto a utilizzare il termine metaverso? Da un certo punto di vista, **l'intera faccenda è una colossale operazione di marketing**. Il

principale responsabile è Meta/Facebook, che da quando nel 2014 ha acquistato Oculus, la più importante società produttrice di visori per la realtà virtuale, sta cercando in tutti i modi di **aumentare l'interesse per la realtà virtuale**. Finora, il successo è stato piuttosto scarso: secondo le stime (Meta non diffonde numeri ufficiali), dal 2014 a oggi **tutti i visori Oculus hanno venduto circa 10 milioni di unità**. Nello stesso lasso di tempo, sono state vendute quasi 150 milioni di Playstation, 110 milioni di Nintendo Switch e 50 milioni di Xbox One.

Con **la trovata del "metaverso"**, Mark Zuckerberg non ci ha solo segnalato che per il futuro punta a farci trascorrere sempre più tempo all'interno di ambienti immersivi e virtuali, ma anche quale sia **lo stratosferico potere del marketing**, in grado di incanalare l'attenzione dei media e della massa su qualcosa che fino al giorno prima **suscitava ben poco interesse**. Secondo i dati Factiva [riportati dal Washington Post](#), solo in novembre e dicembre 2021 (ovvero subito dopo l'annuncio del rebranding di Facebook in Meta) sono apparsi sul web 12mila articoli in lingua inglese che contenevano il termine metaverso; in qualunque altro anno precedente non si era mai andati oltre i 400 nel corso di 12 mesi. Articoli più letti

Ad approfittare del gran parlare che si fa del metaverso è anche una miriade di società di consulenza e simili, che hanno trovato una **gallina dalle uova d'oro** che permette di offrire i loro servizi ad aziende che vogliono capire **come si fa a "entrare nel metaverso"** (che suona molto meglio di "aprire un negozio in Decentraland" o "lavorare in realtà virtuale", anche se poi proprio di questo si tratta). *"Chiunque vi dica che sta facendo qualcosa 'nel metaverso' o non ha idea di cosa stia parlando oppure vi sta volontariamente fuorviando"*, ha perentoriamente [scritto](#) James Whatley, esperto di videogiochi, su *The Drum*.

Se a questo si aggiunge che il "metaverso" viene

spesso accostato ad altre complesse innovazioni – come il [web3](#), gli [nft](#) o la [realtà aumentata](#), con cui in realtà si sovrappone solo parzialmente – si capisce perché in giro ci sia **così tanta confusione**. Il complottista che è in me sospetta che tutta questa confusione sia in gran parte indotta: meno le persone hanno le idee chiare, più è facile far loro pensare che **davvero esista un grande mondo virtuale** – una sorta di replica digitale del nostro mondo fisico – in cui a breve tutti trasferiremo almeno una parte delle nostre esistenze.

Questa, per ammissione di più o meno tutte le realtà che ci stanno puntando (a partire da Meta ed [Epic Games](#)), è invece solo **l'utopistica e lontanissima ambizione finale**: rendere il metaverso un ambiente **unico e interoperabile**, in cui tutte le realtà sono collegate tra loro. Una sorta di world wide web immersivo, in 3D e in realtà virtuale, che permette di spostarci tra Fortnite, Horizon Worlds, Decentraland e tutti gli altri con la stessa facilità con cui oggi **ci muoviamo nel web con il nostro browser**.



I giardini recintati

Oltre a essere una prospettiva molto distante nel tempo e la cui **fattibilità tecnica è ancora tutta da dimostrare** (molti puntano sulla blockchain, ma anche qui siamo in un campo pieno di incognite), non è nemmeno chiaro se davvero ci sia la volontà di perseguirla. *“Storicamente, lo sviluppo di tecnologie interoperabili come le email e il web è stato alimentato da governi, dall’accademia e dalle no-profit, non da colossi privati come Meta”*, scrive ancora il *Washington Post*. Al contrario: realtà di questo tipo hanno semmai sempre **spinto in direzione opposta**, trasformando la decentralizzazione del web nei **“giardini recintati delle app”**, che hanno lo scopo di trattenerci quanto più tempo possibile al loro interno e non certo di aprirci alla possibilità di esplorare liberamente un ambiente aperto.

*“Una versione di internet interconnessa e in 3D in cui ci scambiamo magliette sotto forma di nft mentre ci spostiamo senza difficoltà da una piattaforma all’altra è **tanto realistica quanto i film di fantascienza** che vengono mostrati nelle slide di apertura di ogni singola presentazione che avete visto su questo tema”*, scrive ancora Whatley su *The Drum*. Se anche fosse possibile, bisogna capire se davvero vorremo passare le nostre giornate **tappati in casa indossando dei visori che ci isolano** completamente da ciò che ci circonda e che ci costringono a svolgere una parte delle operazioni quotidiane in un mondo di poligoni e popolato da avatar. La buona notizia è che, finché esisterà praticamente solo nei reparti marketing delle aziende e delle società di consulenza, non dovremo preoccuparci dei **risvolti distopici del metaverso**.