

Facebook e le nostre identità

TECNOLOGIA /

Attese grandi novità da «casa» Zuckerberg: il Metaverso può essere un nuovo mondo

/ **OLIVARI** A PAGINA 4



L'ombra del CEO.

Facebook dopo Facebook

Il Metaverso, un nuovo mondo

TECNOLOGIE / È attesissimo l'appuntamento lanciato da Mark Zuckerberg per giovedì prossimo: davvero la sua creatura cambierà nome? Nell'occasione il CEO parlerà anche di realtà virtuale - Achille Peternier (SUPSI): «Una rivoluzione, avrà impatto soprattutto sul terziario»

Stefano Olivari

Stiamo vivendo gli ultimi giorni di Facebook, per lo meno del vecchio Facebook. Giovedì prossimo Mark Zuckerberg, in occasione dell'evento-conferenza Connect, spiegherà cosa intendeva dicendo che il social network da lui lanciato nel 2004 diventerà un metaverso. O Metaverso, con la maiuscola, visto che qualcuno già lo considera il nome di un nuovo mondo. Cioè una realtà virtuale in cui entro una decina di anni tutti vivremo la maggior parte delle nostre vite reali. Facebook potrebbe però cambiare nome già da subito, è una delle ipotesi per tenere alta la tensione.

La fine di Facebook

Il social network più usato al mondo, con i suoi quasi 3 miliardi di iscritti e le sue 111 lingue, ovviamente non sparirà e probabilmente continuerà a chiamarsi Facebook, visto che Zuckerberg non ha alcuna vocazione al suicidio. A cambiare sarà l'azienda, che continuerà nel medio periodo a fare soldi con Facebook, Instagram e WhatsApp, ma che all'esterno vuole essere percepita come motore dell'innovazione e non più come semplice sfruttatrice delle debolezze umane. In molti pensano che il nuovo nome sarà Horizon e in attesa dell'ufficialità si può già dire che l'operazione ricorda quella che nel 2015 portò alla nascita di Alphabet: tutti ancora la chiamiamo Google e tutti sappiamo che il prodotto trainante è Google, ma intanto è passato il messaggio di un'azienda che non è una cosa sola. Tutto questo a prescindere dalle prospettive del metaverso, che sono interessanti indipendentemente dalle strategie per ripulire mediaticamente l'immagine di Facebook dalle tante accuse degli ultimi anni, a volte pretestuose, per quanto riguarda la privacy degli utenti e le manipolazioni politiche.

Non un'esclusiva

Del cambiamento in atto e del suo impatto sulla vita concreta delle persone abbiamo parlato con Achille Peternier, professore aggiunto in computer grafica e realtà virtuale presso l'Istituto Sistemi Informativi e Networking della SUPSI. Per-



Mark Zuckerberg, 37 anni, è uno dei fondatori e attuale CEO di Facebook.

© AP/MARCIO JOSE SANCHEZ



La profilazione da parte di Facebook di ogni individuo sarà perfetta: misurerà anche respirazione e battito cardiaco
Achille Peternier
professore SUPSI

ché non bisogna avere paura di chiedere cosa sia in concreto questo metaverso di cui fra poco tutti parleranno. «È un ambiente virtuale - spiega Peternier -, un grande ombrello che collega ambienti diversi. Si può anche vedere il metaverso come una sorta di browser fra mondi virtuali». Al di là di ciò che passa sui media, il metaverso non è un'idea o un progetto soltanto di Facebook: «Ci sono tante aziende che stanno lavorando su questo nuovo mondo, per certi aspetti una specie di Second Life ma con la grafica e le connessioni web di quasi vent'anni dopo. Adesso i pianeti sono allineati e quella che era una visione può davvero adesso cambiare le vite delle persone. Facebook ha messo molta enfasi su questo progetto, ma ci sono la concorrenza e anche tante aziende di videogiochi che sono ben posizionate per sfruttare la situazione».

Oculus

Zuckerberg si è dato un orizzonte di dieci anni, anche se pensa di farcela molto prima, ma secondo il professor Peternier alle conseguenze economiche e sociali si può pensare fin da adesso: «È una rivoluzione che avrà impatto soprattutto

sul terziario, non sul muratore ma sull'architetto sì». Il processo accelerato dalle misure anti-COVID ha quindi rischi ben precisi: «Vivere la nostra vita lavorativa, e non solo, interamente attraverso la nostra identità digitale creerà assuefazione». Ma anche opportunità: «In molti settori si abbasseranno significativamente le barriere all'entrata, privilegiando gli aspetti creativi e organizzativi dei vari lavori». Per quanto riguarda noi come consumatori, il gioco è scoperto: «L'operazione Oculus, acquisita nel 2014, è adesso più chiara. Tutti si chiedevano cosa fosse saltato in mente a Facebook di buttarsi sul mercato dei visori. Adesso sarà in grado di sapere esattamente quale parte dello schermo stiamo guardando, misurando addirittura la nostra respirazione e il nostro battito cardiaco. Siamo quindi oltre al controllo dei post che stiamo leggendo e delle amicizie, visto che si potranno controllare anche le emozioni. In altre parole, la profilazione di ogni individuo sarà perfetta».

Lotta di classe

Il metaverso è in teoria un mondo di cui beneficerebbero alcune classi sociali, come ben

spiegato da uno dei riferimenti culturali dell'operazione, il romanzo «Ready Player One» di Ernest Cline, il cui messaggio è stato proposto solo parzialmente dal film di Spielberg. Ma la grafica in stile «Final Fantasy» è qualcosa a cui sarà difficile sfuggire. Certo Facebook sta mostrando la sua faccia buona, promettendo migliaia di assunzioni in Europa - 10.000 - e sorvolando sugli inevitabili conflitti: ci sarà un metaverso condiviso oppure ogni gigante tech avrà il suo? Per l'operazione simpatia è stato arruolato anche Nick Clegg, vicepresidente global affairs di Facebook ed ex vicepremier britannico con David Cameron: «Il Metaverso rafforza la sensazione di presenza virtuale, qui l'esperienza online si avvicina sul serio alle interazioni personali. Il Metaverso creerà nuove opportunità creative, sociali ed economiche». Alla fine, sia gli entusiasti del metaverso, sia i timorosi di affidare la vita a Facebook o ai suoi rivali, concordano con Neal Stephenson, cioè con chi il Metaverso l'ha inventato a inizio anni Novanta con il suo libro «Snow Crash»: la nostra identità futura sarà legata profondamente al nostro avatar. Anzi, sarà la stessa cosa.

La storia

Il precursore: c'era una volta Second Life

I limiti di allora

Nel cimitero dell'imprenditoria digitale molti hanno sepolto Second Life, il mondo virtuale ideato dal fisico Philip Rosedale. Ma Second Life è tutt'altro che morto e anzi ha ancora 900.000 utenti regolari, poco meno di quelli reali dei tempi d'oro, e logiche simili a quelle del Metaverso. Era nato con la grafica e le possibilità del 2003, senza contare la diversa potenza di fuoco di Facebook rispetto alla Linden Lab.

Videogioco

Molti paragonarono Second Life a un videogioco ben fatto, ma le differenze sono evidenti. Prima di tutto perché in questa piattaforma il mondo virtuale viene generato dagli utenti e poi perché gli utenti stessi esistono solo attraverso i propri avatar. Si interaggisce con gli obiettivi e gli interessi più diversi, come nel «nostro» mondo e si usa una moneta, la Linden Dollar, ancorata al valore del dollaro USA, con un tasso di cambio che segue le leggi del mercato. Second Life non ha un vero e proprio scopo, se non quello di vivere attraverso il proprio avatar esperienze che sarebbe più complicato e costoso avere nella vita reale.

Cultura

Hanno avuto un relativo successo iniziative culturali ed educative, più che la creazione di business tradizionali, anche se c'è chi ha provato a mettere in piedi aziende. La storia di Second Life insegna che gli avatar non sono migliori delle persone che rappresentano, fra abusi, truffe, relazioni clandestine e violazioni di copyright. Però insegna anche che il viaggio in un nuovo mondo, per diventare un fenomeno di massa, deve essere di facile accesso e legato a una piattaforma familiare, che non venga percepita come da smanettoni o come moda passeggera. E cosa c'è di più popolare di Facebook?