**Cos'è il Metaverso, come funziona?**

**Matteo Flora**

**(**[**https://www.shutterstock.com/it/image-vector/metaverse-virtual-reality-concept-man-woman-2064775970**](https://www.shutterstock.com/it/image-vector/metaverse-virtual-reality-concept-man-woman-2064775970)**)**

Non è banale affatto descrivere un progetto che per ora è solamente poco più che una idea, che vedrà la luce in due o tre anni utilizzando tecnologie che ancora non sono disponibili e che rivoluzionerà l’esperienza d’uso della Rete come la concepiamo.

Se pensate che non sia possibile direi che siamo sulla stessa barca e che possiamo tenerci compagnia in questo breve viaggio nella spiegazione di una tecnologia che ancora non esiste, partendo dal presupposto che non sappiamo cosa sarà il Metaverso e non possiamo fare altro che fare una serie di previsioni e di interpretazioni per uno strumento che - se funzionerà - avrà sulle persone un impatto maggiore di quello che hanno avuto l’utilizzo dei dispositivi mobili e la diffusione della connessione Internet insieme.

**Alle origini del Metaverso**

Partiamo dal termine: la “parola Metaverso" nasce dalla penna del grande Neal Stephenson, che la usa nel suo romanzo di fantascienza "Snow Crash" nel 1992. Il romanzo immaginava la “prossima iterazione di internet” in cui avatar virtuali realistici si connettevano tra loro attraverso ambienti di realtà virtuale ed edifici 3D realistici. Se nel 1992 questa visione era probabile come il sottomarino nucleare di Julius Verne nell’epoca della sua ideazione, come per i sottomarini anche per la realtà virtuale i progressi tecnologici hanno fatto un salto senza pari e permesso l'inizio dello sviluppo del metaverso con una combinazione di elaboratori sufficientemente potenti, tecnologia indossabile e marchingegni, come cuffie di realtà virtuale, occhiali di realtà aumentata, sensori di movimento e console di gioco estremamente performanti, consentendo agli utenti di "vivere" all'interno di un universo digitale. Queste tecnologie, inoltre, diventano sempre più abbordabili, consentendo di ottenere un casco di qualità più che buona come l’Oculus Quest 2 di Meta a poche centinaia di euro.

Se la nostra attuale esperienza internet contemporanea è bidimensionale, evoluzione di carta e video, il metaverso consente invece una fruizione in tre dimensioni, consentendo già oggi di "camminare" attraverso i due mondi intrecciati tramite occhiali o cuffie collegate che permettono di costruire o partecipare in qualsiasi universo desiderato nel mondo digitale. Detto in termini più semplici, invece di navigare in un negozio di abbigliamento o in un negozio online, il sito web si trasforma in un centro commerciale o in un edificio tridimensionale dove gli utenti possono interagire come personaggi di un videogioco o avatar.

Sebbene questi elementi ci consentano di capire come la rivoluzione sia davvero copernicana, non è chiaro ancora cosa si intende per Metaverso: il metaverso infatti non si riferisce necessariamente a un tipo specifico di tecnologia, ma piuttosto alla mutevole interazione che abbiamo con essa per rendere il nostro spazio virtuale perfettamente integrato con quello reale.

Il metaverso mira essenzialmente ad essere uno “strato” sovrapposto alla realtà che la integra o la sostituisce di altre esperienze e di dati digitali a corredo, alterando sicuramente il modo in cui interagiamo online, ma anche offline e andando a modificare drasticamente come vengono adottate o utilizzate ad esempio le criptovalute o come i marchi fanno pubblicità, il tutto offrendo un mondo alternativo iper-reale (o iper-semplificato, a seconda di come desideri) in cui le persone possono coesistere ed interagire.

E se il concetto di un nuovo mondo, con regole differenti da quello reale costruibile secondo i nostri desideri in una sorta di Utopia trasformatasi in realtà è sempre stato un concetto amato da hacker e appassionati di tecnologia, il desiderio di un mondo virtuale decentralizzato e destinato a un manipolo di entusiasti, come la comunità originaria di Second Life, pare pronto a penetrare in quel mondo “mainstream” dove vi sono capitali e risorse per renderlo finalmente realtà. Una realtà che già iniziamo a vedere nei mondi immersivi di gioco ed in quelli di compravendita di oggetti virtuali, come le comunità di Fortnite e Roblox o i vari bazar di NFT digitali e criptovalute.

**La proprietà, la decentralizzazione e il Web 3.0**

NFT, decentralizzazione e criptovalute sono alla base del Metaverso in quanto è la prossima evoluzione della connettività in cui tutte questi elementi iniziano a riunirsi in un universo senza soluzione di continuità, in modo da far vivere la vita virtuale nello stesso modo in cui si vive quella fisica". Questa cosa ha un nome tecnico: si chiama Web 3.0.

Senza dover ritornare a raccontare l’intera storia della Rete delle Reti partendo da quel 6 Agosto del 1991 quando Sir. Tim Barners-Lee accese il primo sito internet al mondo, anche solamente focalizzandoci sulla rete partecipativa e sociale del "Web 2.0" - o internet come esiste oggi - ci si trova di fronte ad un ambiente di lettura/scrittura che permette agli utenti di interagire con il web e inviare facilmente dati in tutto il mondo. Quello di cui si sente la mancanza è prima di tutto uno "stato" condiviso legato all'identità dell'utente. In assenza di questo stato condiviso, i fornitori di servizi centralizzati (ad esempio Google, Meta, Microsoft) sono stati in grado di accumulare i dati degli utenti e sfruttarne tutto il valore. Questa centralizzazione dei dati ha portato a molte conseguenze sfortunate e nefaste per gli utenti, evidenziate da vari hack, violazioni del “trust” tra utente e piattaforma e vendita e condivisioni inappropriate dei dati degli utenti che i “custodi” avrebbero dovuto custodire.

Al centro della prossima iterazione percepita di internet, il famoso Web 3.0 permette agli utenti di interagire mentre controllano direttamente i loro dati e proteggono la loro privacy attraverso una rete aperta e - ipoteticamente - non censurabile da un organismo centrale. Se così fosse, il paradigma del Web 3.0 romperebbe effettivamente i “silos” di dati dei fornitori di servizi centralizzati e rimetterebbe gli utenti in controllo dei propri dati e della propria non solo identità ma anche rappresentazione. I Giganti della rete non avrebbero più la proprietà dei dati personali e di profilazione dei loro utenti perché i dati sarebbero custoditi in cassaforti criptate e decentralizzate e una persona su internet potrebbe avere un'identità “auto-sovrana“, non più dipendente da un'entità centralizzata di qualunque tipo, sia essa corporation o governo. E che può interagire sotto il suo controllo.

Non solo il Web 3.0 porta infinite opportunità, dal business all'educazione alla sanità, ma la struttura chiave ruoterà intorno all'uso di token non fungibili (NFT). Gli NFT sono un pezzo unico e insostituibile di dati memorizzato in un “libro mastro” digitale su blockchain che può rappresentare una varietà di beni digitali. La convergenza tra il Web 3.0 e gli NFT darà alle aziende e agli utenti una miriade di opportunità per portare i beni del mondo reale nell'universo digitale 3D.

**Cosa esiste del Metaverso oggi?**

Attualmente, i modi più comuni per partecipare a un ambiente simile al metaverso che verrà sono attraverso una delle tante piattaforme di videogiochi: ad esempio, Roblox, che si descrive come una società di giochi di simulazione altamente interattivi e a mondo aperto. Dan Sturman, capo della tecnologia di Roblox, spiega spesso che l'azienda prevede di progettare un metaverso che si adatti alle esigenze del giocatore espandendo le sue funzionalità. Per esempio, nello spirito della tradizionale caccia alle uova di Pasqua, Roblox ha organizzato un evento "Metaverse Champions'' durante il mese di aprile, dove i giocatori potevano immergersi in 48 giochi ogni settimana e vincere scatole misteriose, uova, oggetti in bundle o il gran premio finale ed essere incoronato il campione vincitore. L'azienda intende creare più eventi come questi per continuare a potenziare la loro comunità con strumenti che mantengono relazioni e connessioni proprio come esistono nella vita reale.

Allo stesso modo, Fortnite, un gioco online di battaglia tra utenti sviluppato da Epic Games, ha un vantaggio fondamentale nel condurre la corsa al Metaverso: il loro mondo virtuale infatti ha già ospitato concerti ed eventi per artisti famosi come Ariana Grande e Travis Scott. Epic Games ha già comunicato i piani per un metaverso di Fortnite e la loro ultima introduzione di Fortnite Party Worlds, intesa come uno spazio sociale per incontrare nuovi amici, li avvicina di un passo alla prossima generazione di internet.

Roblox e Fortnite hanno idee diverse su come sarà il risultato finale del metaverso, ma con ogni attività aggiuntiva portata sulle piattaforme, stanno rafforzando il loro investimento per portare nuove esperienze alle persone di tutto il mondo. Nei prossimi anni, sempre più aziende inizieranno a fornire ciò che potremmo realisticamente desiderare di avere materializzato nel metaverso.

Una caratteristica essenziale di un metaverso funzionante è la capacità di spostare senza soluzione di continuità un avatar dal mondo virtuale a quello reale. Con l'aiuto di queste piattaforme basate su blockchain, il metaverso potrebbe essere pronto molto prima di quanto pensiamo e coinvolgere anche un vero e proprio mercato di “Real Estate”. È il caso di Decentraland, una fiorente piattaforma di realtà virtuale decentralizzata dove gli utenti possono creare avatar, acquistare proprietà e articoli di abbigliamento sul mercato mentre vivono gli eventi di mercato immobiliare in piena espansione (e forse speciulazione). Ogni singolo lotto è rappresentato da un NFT, che si trova ad una coordinata costante e misura esattamente 16x16 metri: la completezza delle transazioni all'interno di questo mondo online sono effettuate con una criptovaluta nativa di Decentraland (MANA), e la prova della proprietà virtuale è fornita e certificata attraverso degli NFT.

Come per i videogiochi, tuttavia, non si tratta certo dell’unica piattaforma di mondi immersivi. Cryptovoxels, ad esempio, è un mondo virtuale presente sulla blockchain Ethereum, costruito da Nolan Consulting Limited, che permette ai giocatori di creare avatar interattivi, costruire negozi, assemblare gallerie d'arte con NFT e acquistare terreni virtuali. Questo mondo è caratterizzato da pixel e forme cubiche, simili ai videogiochi Minecraft e Roblox. Tutto ciò che serve per immergersi in questo metaverso quadrato di NFT è un portafoglio Ethereum e un pezzetto di terra da modellare. Il layout del terreno di gioco è simile a quello di Minecraft, dove si può costruire la propria opera architettonica e acquistare alcuni ettari in base alla forma, dimensione e posizione desiderata, ma con le criptovalute (ETH). Ogni utente vive in "Origin City" dove gli appezzamenti sono di proprietà di chi li acquista e le strade sono di proprietà della Corporation, un po’ come accadeva nell’antico Impero Romano. Inoltre, con i benefici della tecnologia blockchain di Ethereum, i singoli elementi di questo peculiare mondo sono unici e possono essere facilmente localizzati e protetti attraverso contratti intelligenti.

Anche se questi spazi digitali nascono con funzioni prettamente ludiche, è ormai un trend acclarato l’utilizzo anche per acquisti, arte e cultura, ad esempio il mondo delle gallerie d'arte, come il Decentraland Portion Museum, aree di conferenza, giochi, discoteche e altro ancora dove gli utenti possono riunirsi con gli amici per godere di eventi sociali.

E molte aziende si sono non solo già preparate, ma hanno anche approfittato delle funzionalità dei nuovi mondi immersivi per fare business e posizionarsi! Ad esempio, a novembre, Nike, il gigante delle calzature e dell'abbigliamento, ha collaborato con Roblox per lanciare una zona di gioco online chiamata Nikeland per i fan di creare avatar e giocare a sport nello spazio virtuale. Accompagnando questa collaborazione, l'azienda si è tuffata a capofitto nel metaverso acquisendo RTFKT studios, un rivenditore che vende scarpe da ginnastica virtuali per le persone a vestire i loro avatar online su varie piattaforme. E nell'era del Web 3.0 all'orizzonte, i marchi di abbigliamento legacy saranno obbligati ad unirsi alla tendenza della moda virtuale in ascesa, riscaldando il 2022.

E non solo quelli consumer, visto che a maggio, Gucci è entrata nel metaverso con un'esperienza di installazione artistica virtuale Gucci Garden su Roblox. Il loro evento virtuale è stato la riproduzione dell'installazione multimediale di Gucci nel mondo reale, presso il Gucci Palace a Firenze e gli utenti hanno avuto la possibilità di acquistare accessori Gucci in edizione limitata nascosti nel Gucci Garden virtuale.

**Cosa possiamo ancora aspettarci e quali saranno le sfide dei prossimi mesi ed anni?**

Architetturalmente il più grande ostacolo da superare per il metaverso è la creazione di un ecosistema cross-world coerente: per “funzionare” come prospettato dai suoi autori e dai suoi visionari, Zuckerberg in primis, deve essere sviluppata una l’interfaccia condivisa per collegare gli spazi virtuali tra di loro e con il mondo fisico. Gli elementi costitutivi per far sì che questo accada non sono ancora chiari, ma quasi tutti gli attori del metaverso concordano sul fatto che le realtà virtuali e aumentate e i metaversi collettivi stanno diventando sempre più presenti nelle nostre vite e che questa tendenza non possa essere invertita.

Per le aziende significa primo tra tutti tutelarsi: per prendere parte a questa pietra miliare tecnologica senza trovarsi ancora una volta a rincorrere le tecnologie, i competitor e spesso anche i problemi, è necessario prepararsi adeguatamente alla trasformazione digitale del business, per abbracciare le nuove iniziative anche solo partendo dall’estensione dei brand attraverso il Web 3.0 e il metaverso. È necessario adattare i canali legacy per espandere i propri marchi in questa nuova frontiera digitale per riuscire a rivolgersi anche ad una nuova generazione di consumatori che hanno un'aspettativa più alta per l'esperienza dell'utente, compreso il modo in cui le transazioni vengono elaborate, i prodotti vengono provati e le interazioni digitali vengono attuate.

L’obiettivo è al contempo semplicissimo da spiegare e complicatissimo da ottenere: la creazione ed estensione della propria identità e la costruzione di una visione coesa e multicanale in grado di abbracciare le esigenze di ogni consumatore.

Il metaverso è ancora nella sua fase di sviluppo, ma a mano a mano che il Web 3.0 diventa una piattaforma più funzionale, ci si può aspettare di vedere applicazioni e casi d'uso stupefacenti per queste tecnologie. Non c’è dubbio che il futuro passa per l'interoperabilità e l’identità, e la chiave per i prossimi anni, è quella di piattaforme accessibili per navigare nei “nuovi regni” e per costruire nuovi paradigmi, che a loro volta apriranno la strada all'adozione di massa e cementeranno l'importanza di questa nuova ottica di beni e interazioni digitali per le generazioni future.