

Se il metaverso è il paese dei balocchi attenti a non fare la fine di Pinocchio



di Andrea Granelli

Il termine metaverso è stato coniato da Neal Stephenson nel romanzo cyberpunk *Snow crash* (1992) per indicare uno spazio tridimensionale all'interno del quale persone fisiche possono muoversi, condividere e interagire attraverso avatar personalizzati. La sua descrizione richiama un gigantesco sistema operativo la cui regolazione è affidata a degli spiriti – o meglio dei daimon – che lavorano senza essere visti e a cui gli utenti si connettono trasformandosi a loro volta in software per meglio interagire con il sistema e fra di loro. In questo modo possono avere una vita (elettronica) autonoma... o meglio apparentemente autonoma in quanto dipendono sempre dalle risorse, il tempo e le priorità che il sistema operativo concede loro.

Il primo film che provò a descrivere questa realtà virtuale fu un cartone animato prodotto da Walt Disney nel 1982 – *Tron* – diretto dal regista Steven Lisberger. Film bellissimo, quasi poetico, riuscì a dare una rappresentazione visiva molto efficace di questo mondo. Fu però un semi flop commerciale; gli incassi furono infatti molto inferiori alle attese. Ma la rilevanza del fenomeno incominciava a manifestarsi, tanto è che la stessa Disney ne fece una nuova versione – *Tron Legacy* – nel 2010; più moderno e hi-tech ma molto meno poetico e incisivo.

Le premesse per il successo del metaverso oramai ci sono tutte. Una recente ricerca condotta da Wunderman Thompson mette in luce due aspetti importanti: il 76% degli intervistati afferma che la loro vita quotidiana dipende sempre di più dalla tecnologia digitale e addirittura l'81% pensa che la presenza digitale di un brand sia importante quanto la sua presenza nei negozi fisici.

Ma credo che la questione principale del metaverso non sia solo se avrà successo. Prendiamo una descrizione più vivida del metaverso: «Questo luogo non somiglia a nessun altro paese del mondo. La sua popolazione è tutta composta di ragazzi. I più vecchi hanno quattordici anni: i più giovani ne hanno otto appena. Nelle strade, un'allegria, un chiasso, che ti attrae e ti stimola! Gruppi di giovani dappertutto: chi gioca, chi interagisce, chi comunica, [...] altri, con i loro avatar, fanno cose impossibili agli umani: chi recita, chi canta, chi fa esercizi spericolati, chi lotta [...]».



**LA TECNOLOGIA
È SEDUCENTE QUANDO
I SUOI RICHIAMI
INCONTRANO
LA NOSTRA UMANA
VULNERABILITÀ**

Forse a qualcuno sembra familiare... e infatti deve esserlo. Con alcune piccole sostituzioni ho utilizzato la descrizione che Carlo Collodi fa – nel suo *Le avventure di Pinocchio* (capitolo XXXI) – del “paese dei balocchi”, un paese immaginario e meraviglioso, dove tutti sono amici, dove si trovano mille occasioni per passare il tempo e dove le nostre debolezze, fragilità e mancanze scompaiono come per incanto.

Questo io ritengo sia il punto. Lo dice in modo efficace Sherry Turkle, docente al Mit e uno dei maggiori esperti di impatti psicologici del digitale, nel suo libro *Alone together*: «La tecnologia è seducente quando i suoi richiami incontrano la nostra umana vulnerabilità». Fragilità che viene trasformata – come difesa – in crescita della volontà di controllo e supremazia. E infatti Jacques Ellul nota, nel suo “*Il sistema tecnico*”, che «ciò che sembra caratterizzare più profondamente l'uomo che vive nell'ambiente tecnico è la crescita della volontà di potenza».

E quali sono le possibili conseguenze? Che ciò che pensiamo ci rafforzi, mentre nei fatti ci indebolisce ancora di più. Questa fu la delusione e sofferenza di Pinocchio e questo ci ricorda John Maeda – professore emerito del Media Lab di Boston – nel suo “*Le leggi della semplicità*”: «Ciò che ho imparato dal lavoro di Ivan Illich è che la tecnologia, pur essendo un fantastico mezzo per conferire abilità, può essere allo stesso tempo un esasperante mezzo per mutilare».