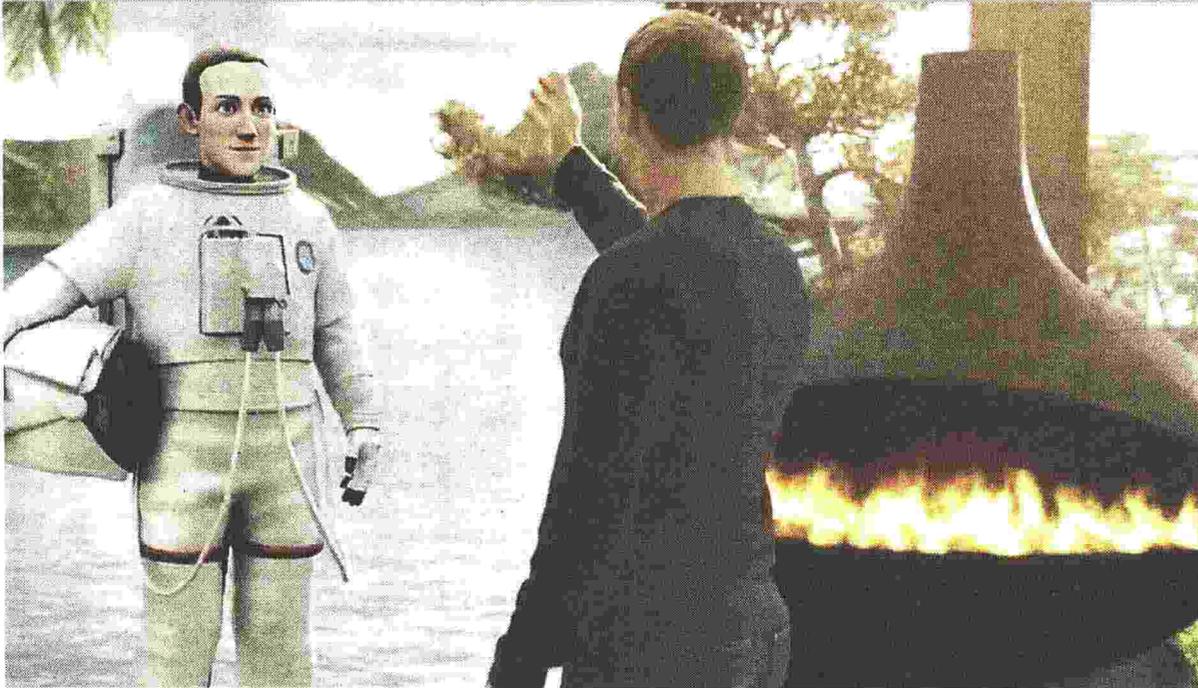


La realtà virtuale il futuro che immagina il fondatore di Facebook



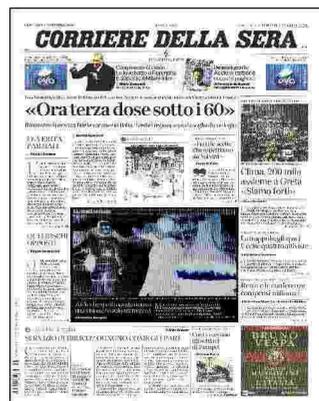
Mark Zuckerberg e il suo avatar vestito da astronauta in una realtà virtuale, nel corso della conferenza di presentazione di Metaverse

Zuckerberg e il mondo nuovo: una visione (o solo un trucco)

Mark Zuckerberg aveva vent'anni quando nel pensionato universitario di Harvard immaginò il social network. Era il 2004, non esistevano ancora gli smartphone. Pochi lo presero sul serio.

continua alle pagine 16 e 17

di **Federico Rampini**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'AMERICA DI OGGI GLI AVATAR DEL FUTURO

Il mondo parallelo di Zuckerberg: alla conquista dello spazio virtuale

L'annuncio del nuovo Metaverse e la crisi del vecchio Facebook: l'universo-oltre del social network potrebbe cambiare la nostra vita?

di Federico Rampini



SEGUE DALLA PRIMA

re miliardi di utenti dopo, Zuckerberg ha una nuova visione. Cambia nome a Facebook che diventa Meta (dal greco «oltre»), sdoppia la sua creatura, e punta a dominare il mondo del futuro: la realtà virtuale. «Metaverse» è l'universo-oltre. Ce lo descrive come «un luogo dove giocare, comprare beni virtuali, collezionare arte virtuale, trascorrere il tempo libero con i sosia virtuali (avatar) degli altri, e partecipare a riunioni di lavoro sempre virtuali». L'annuncio coincide con una grave crisi d'immagine di Facebook, bombardata di accuse per non aver vigilato abbastanza contro fake news, ideologie violente, aggressioni e odio che dilagano sul social media. Nelle rivelazioni che intitola Facebook Files, il *Wall Street Journal* riferisce anche di uno studio interno all'azienda secondo cui «un utente su otto fa un uso compulsivo del social media con effetti sul sonno, il lavoro, i rapporti con i figli o le relazioni sociali». Sui media americani un coro di scettici ha liquidato la metamorfosi come un trucco per distogliere l'attenzione dalle polemiche. Però sulla realtà virtuale il 37enne miliardario più famoso del pianeta aveva già messo al lavoro da tempo diecimila ingegneri. Ora ne assumerà altrettanti (gran parte in Europa), e investirà dieci miliardi di dollari. Facebook stava già conducendo una campagna acquisti in questo settore, assicurandosi il controllo di molte startup innovative. Una occupazione del territorio, in vista della prossima rivoluzione digi-

tale?

«Realtà virtuale»: immaginarne l'espansione evoca una distopia post Covid, un mondo asettico che cancella ogni contatto fisico. O magari una utopia ambientalista che elimini ogni mobilità fisica per azzerare le emissioni carboniche. In alcuni scenari estremi affiora la pulsione verso qualche forma di immortalità: trasferendo caratteri e funzioni ai nostri avatar, riusciremo a custodire in queste creature virtuali ciò che il deperimento fisico distrugge? La fantascienza gioca con queste visioni da decenni.

Di fatto la tecnologia che crea un ambiente virtuale è già onnipresente. Un avatar (termine preso in prestito dall'incarnazione delle divinità induiste), è la rappresentazione grafica di noi stessi, proiettata nel mondo digitale. Architetti e costruttori fanno ampio ricorso a un mondo virtuale per progettare edifici. I militari combattono guerre simulate, *wargame*. Le applicazioni della realtà virtuale alla cura dell'Alzheimer sono in corso da anni. Il cinema sostituisce comparse e figuranti con dei sosia grafici (costano meno) e il film ibrido «Avatar» (regia di James Cameron, 2009) appartiene alla preistoria di questo genere. Las Vegas ha inaugurato i concerti «live» di Whitney Houston, in scena si esibisce l'ologramma tridimensionale della cantante morta nove anni fa. Per gli appassionati di videogame incarnarsi nella propria identità digitale è parte del gioco. Il boom delle criptovalute che non hanno incarnazione materiale, asseconda lo sviluppo di un universo parallelo a quello fisico.

La banalizzazione della realtà virtuale è a portata di mano nel commercio: per acquistare abbigliamento e calzature online, faremo provare i prodotti al nostro avatar, che ha le nostre misure fisiche. In America i consumatori Millennial hanno imparato a decidere l'acquisto di un mobile, un arredo, una cucina, si-

mulandone il montaggio dentro la copia virtuale della propria abitazione. Una ricerca compiuta in Germania elenca settori pronti ad essere trasformati dalla realtà virtuale: commercio, manifattura (in particolare l'industria dell'auto), servizi informatici, spettacoli, istruzione. A scuola si può immaginare un corso di storia in cui i ragazzi manovrano i loro sosia digitali in una replica dell'antica Roma; imparano la geografia grazie ai loro avatar che viaggiano virtualmente. Per adesso vediamo frammenti sparsi di quello che potrà diventare un meta-universo onnicomprensivo. Zuckerberg vuole comporre il mosaico intero, e padroneggiarne gli accessi.

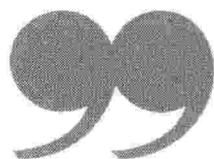
Quando Zuckerberg esalta il Nuovo Mondo dove potremo lavorare, fare acquisti, giocare come in quello reale», sorvola sui rischi. La sua Meta incontrerà gli stessi problemi di Facebook. Come tutelare la privacy e la sicurezza dei dati. Se la realtà virtuale diventa un luogo di fuga, un videogame moltiplicato all'infinito, fino a risucchiare buona parte delle nostre vite, altri pericoli balzeranno in primo piano: come i danni alla salute mentale.

Il fondatore di Facebook si concentra sulle opportunità. Nella costruzione di questo nuovo ecosistema, di questo Internet parallelo, può venderci già una parte dell'hardware, strumenti ottici come l'headset Oculus per farci trasportare nella realtà virtuale. Sotto la denominazione Meta potrebbero nascere presto negozi fisici che venderanno apparecchi ottici elaborati dalla divisione Reality Labs, per assuefarci a frequentare l'universo «oltre». Zuckerberg assegna a Meta una missione strategica: fermare l'esodo dei giovani, problema esistenziale che affligge Facebook. Proiettato verso il successo iniziale da adolescenti e ventenni, oggi il social media vive su un pubblico sempre più maturo mentre le nuove generazioni migrano verso TikTok, Snapchat. Un'altra chiave di lettura dietro la nascita di Meta è tecnologica. Oggi il social media dipende da piattaforme digitali concorrenti, cioè Apple per gli iPhone e il software Android per tutto l'ecosistema Google. Si è visto il prezzo di questa dipendenza: quando Apple ha cambiato le regole sulla privacy, ha limitato la capacità di Facebook di raccogliere dati sugli utenti. Invitandoci dentro la realtà virtuale, Zuckerberg ci sposta nell'universo di cui vuole controllare standard tecnici e coordinate. Il suo business principale resta la pubblicità (98% del fatturato) e la realtà virtuale è un nuovo spazio per la vendita. Né si può escludere una mossa difensiva verso l'antitrust. La sinistra democratica è favorevole a uno smembramento dei colossi digitali. Zuckerberg ha già sdoppiato il suo.

La critica prevalente liquida Meta come una fuga in avanti dettata dalla strategia di relazioni pubbliche. Frances Haugen, ex manager del social media, è la fonte di una valanga di rivelazioni. Al centro c'è la débâcle di Zuckerberg nella prevenzione di false notizie e aggressioni. I sistemi di intelligenza artificiale usati a questo fine hanno funzionato poco e male. Facebook ha investito col contagocce in questo campo, la manodopera umana che ha adibito a vigilanza e censura sui contenuti è insufficiente. «Ha dato la priorità ai profitti rispetto alla

sicurezza delle persone e del Paese», è l'accusa risuonata nelle audizioni al Congresso. Ma uno studioso di social media, Nicholas Carr, prende le distanze dall'ossessione sul loro ruolo nella lacerazione della società: è illusorio attribuirgli il compito di disciplinare il discorso pubblico, quando l'America ha perso il senso del bene comune. Un altro autore che analizza la polarizzazione culturale, David French, ricorda che gli americani non ebbero bisogno dei social per massacrarsi fra loro durante la guerra civile o per spaccarsi nelle contese valoriali degli anni Sessanta. In quanto al sogno di traghettarci dentro un meta-universo virtuale, l'esperta di tecnologie del *New York Times*, Shira Ovide, invita a non sottovalutarlo: «Nell'indovinare il futuro, Zuckerberg ha già avuto ragione una volta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Tutela della privacy, sicurezza dei dati. E nuovi rischi: la realtà diventa un videogame moltiplicato all'infinito



Zuckerberg assegna a Meta una missione strategica: fermare l'esodo dei giovani, problema esistenziale che affligge Facebook. Le nuove generazioni lasciano il network al pubblico adulto



David French ci ricorda che gli americani non ebbero bisogno dei social per massacrarsi nella guerra civile o per spaccarsi nelle contese valoriali degli anni Sessanta



In America i consumatori Millennial hanno imparato a decidere l'acquisto di un arredo simulandone il montaggio dentro la copia virtuale della propria abitazione

Il fondatore

Mark Zuckerberg, 37 anni, ha un patrimonio di 120,1 miliardi



Critiche Manifestanti protestano contro il ruolo di Facebook nelle rivolte di Capitol Hill a Washington



Futuro Una presentazione di Oculus. Facebook investirà 10 miliardi nel progetto Metaverso

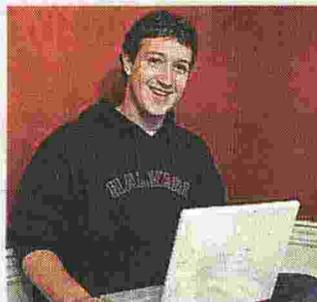


Logo Dopo le accuse di diffusione di contenuti falsi e violenti, la società cambia nome in Meta

Storia

● Mark Zuckerberg, 37 anni, fondatore amministratore delegato di Facebook, ha annunciato pochi giorni fa il cambio di nome del social network che diventa «Metaverse», l'universo-oltre. Descritto come «un luogo dove giocare, comprare beni virtuali, collezionare arte virtuale, trascorrere il tempo libero con i sosia virtuali (avatar) degli altri, e partecipare a riunioni di lavoro sempre virtuali»

● L'annuncio coincide con una grave crisi d'immagine di Facebook, nata nel 2004 come servizio per la popolazione universitaria di Harvard. Oggi con 2,9 miliardi di utenti è il social network più grande del mondo, ma è bombardata di accuse per non aver vigilato abbastanza contro fake news, ideologie violente, odio e aggressioni



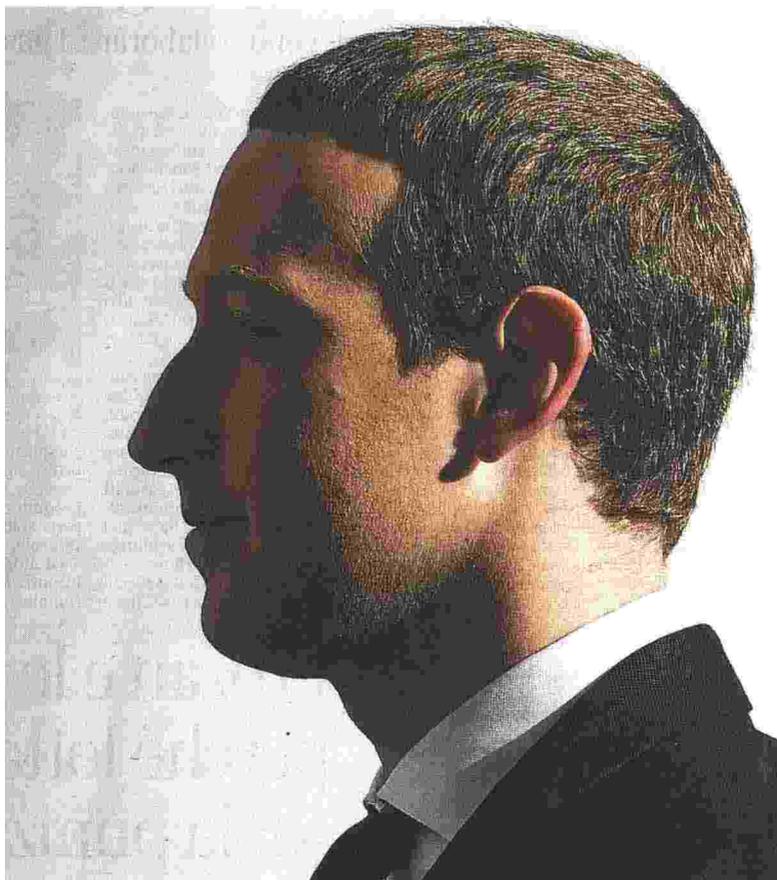
Inizi Quando iniziò a frequentare Harvard, Zuckerberg aveva fama di genio della programmazione



Campanella Facebook è entrata in Borsa nel 2012 con il debutto più alto registrato da una società



Mercati Zuckerberg fa jogging senza mascherina nello smog di Pechino per lo sbarco in Cina

 **La parola****WHISTLEBLOWER**

Letteralmente, «chi soffia nel fischietto». In generale, chi segnala irregolarità o illeciti dall'interno di un'azienda o di un sistema. In questo caso «la talpa» è Frances Haugen, 38 anni, che ha consegnato al Congresso Usa documenti che aveva copiato di nascosto prima di licenziarsi. I cosiddetti «Facebook papers» (che l'ex product manager ha consegnato anche all'autorità che vigila sulla Borsa) denunciano una politica che «mette a rischio i minori, aumenta le divisioni e indebolisce la democrazia»

