



**XR 2020:
News & Events**
a cura di
Tiziana Primavera
Innovative Tech
Evangelist - AR/VR
senior expert

IN ATTESA DI ESPLORARE IL METAVERSO

“Dare vita al Metaverso richiederà uno sforzo congiunto tra imprese, politica e società civile”, ha spiegato durante l'incontro "" un portavoce di Meta, la società madre di Facebook, Instagram e WhatsApp. Abbiamo lavorato con il governo italiano per rafforzare i punti di forza del paese nei settori della tecnologia e del design e identificare gli investimenti futuri. Siamo lieti che abbia discusso delle opportunità culturali, sociali ed economiche che il metaverso porterà all'Italia e non vediamo l'ora di continuare questa collaborazione. ”

Non può certamente essere ignorato il nuovo scenario multimediale, che M. Zuckerberg, sta promuovendo con la sua multinazionale. In diversi talk l'imprenditore ha descritto la sua visione utopica di un futuro che sfida e si mette alla pari con *Elon Musk*, orientandosi

verso i nuovi confini social di un “metaverso” o “metaverse”: Senza ombra di dubbio, si intravede un orizzonte piuttosto promettente in grado di attrarre investimenti consistenti e conseguentemente nuovi specialisti e posti di lavoro. Ma in cosa consiste esattamente

il neologismo METAVERSO, cosa intende esattamente e quale la sua relazione nei contesti dell'Extended reality. Assecondando approcci di natura etimologica, il termine “meta”, derivante dal greco, allude ai concetti afferenti al *mutamento*, ai significati espliciti della trasformazione, partecipazione, affinità; ma anche successione, posteriorità.

Il *concept* creativo, pertanto, è già oggettivamente espresso ed intuibile grazie al termine coniato per descriverlo, allude all'innovazione, all'*upgrade* evolutivo del tool comunicativo che abbandona il paradigma tastiera-screen tipico dei social, approda in una trasformazione sostanziale del *modus* relazionale, che diviene innovativo, altamente *immersivo* e *contestualizzabile*.

Soprattutto “contestualizzabile”, ovvero è la dimensione tridimensionale a garantire nuove esperienze, nel metaverso si può



andare sottacqua, apprendere lezioni di volo, andare con amici a vedere un film in una sala cinematografica, pertanto, per sopperire al soddisfacimento di tali finalità, si delineano gli ambienti offrendo un'ispezione garantita a ben sei gradi di libertà, ovvero in grado di garantire una percezione dell'ambiente sintetico condiviso, perfettamente simile all'esperienza reale. Un vero e proprio universo "in trasformazione" e che stimolerà "la partecipazione" realizzato concretamente con la CG avanzata. L'ambizione utopistica di un universo sintetico, che si offre agli utenti attraverso una realtà virtuale tridimensionale e pluri-partecipativa. Otto i principali paradigmi progettuali che caratterizzeranno l'interfaccia relazionale immersiva di nuova generazione: Presence, Avatar, Home Space, Teleporting, Interoperabilità, Privacy and safety, Virtual Goods e Natural Interfaces. Inutile e pleonastico evidenziare l'ecosistema economico potenzialmente, intrinsecamente connesso a questa universale potenzialità massiva di frequentazione dei nuovi ambienti resi disponibili a platee di natura mondiale dai numeri ingenti. Ciascun utente non disporrà più soltanto di una mera bacheca interattiva, in cui confrontarsi con terzi mediante pensieri, audio o video. Nei nuovi spazi tridimensionali, si potrà disporre di una casa, di un ufficio, custom taylor, caratterizzati da oggetti decor, arredi e finiture acquistabili e ci si mostrerà ai propri amici, mediante un avatar provvisto di un guardaroba, chiaramente personalizzabile. Come nella vita reale, ineluttabilmente al metaverso si associa pertanto una politica di marketing, una digital economy di domanda-offerta e si intravede lo spazio per



Un esempio del tipo di ambiente virtuale che sarà possibile ricreare nel metaverso e di come vi si potrà apparire (Credits: NFT Highlights / YouTube)



Gli aspetti fondamentali che caratterizzeranno il metaverso (Credits: CNET Highlights / YouTube)





nuovi specialist – designer, afferenti a *brand* già noti o semplicemente pronti per acquisire pole position nell'innovativo contesto. Si delinea anche il “producer”, un neologismo riferito alla duplice possibilità per ciascun utente di essere creatore e/o acquirente di contenuti in un contesto utopistico di mercato libero online. A ben guardare tuttavia, per i nativi digitali e per molti appassionati del settore, questi spazi, descritti in forme grafiche parametriche semplificate, hanno già caratterizzato molteplici piattaforme, ampiamente usate in era Covid o anche per scopi puramente

ludici in un passato relativamente recente come Roblox 1, o per un bacino d'utenza più adulto “Second life”. Roblox creato dal fondatore David Baszucki e Erik Cassel nel 2004 e ufficialmente lanciato nella versione beta, soprannominato “Dynablocks” nel 2005. Roblox è un videogioco di genere MMO sviluppato e pubblicato da Roblox Corporation nel 2006. Nel gioco si possono creare i propri mondi virtuali, dove si può scegliere chi far entrare, si può socializzare con altri utenti e creare il proprio mondo tramite il linguaggio di programmazione Lua Script”,

mentre “second life” un mondo virtuale (MUVE) elettronico digitale online lanciato il 23 giugno 2003 dalla società statunitense Linden Lab a seguito di un'idea del fondatore di quest'ultima, il fisico Philip Rosedale. Si tratta di una piattaforma informatica nel settore dei nuovi media che integra strumenti di comunicazione sincroni ed asincroni e trova applicazione in molteplici campi della creatività: intrattenimento, arte, formazione, musica, cinema, giochi di ruolo, architettura, programmazione, impresa, solo per citarne alcuni. Raggiunto il picco nel 2013 di un milione di

Gter
Innovazione
in Geomatica,
Gnss e Gis

www.gter.it info@gter.it



utenti regolari,[1] la crescita di utenti attivi si stabilizzò e nel 2017 diminuì tra gli 800.000 e i 900.000. (Fonte wikipedia).

Dunque, con uno sguardo più accurato, è possibile asserire che l'innovazione non risiede nel concept, quanto piuttosto nelle innovative potenzialità dei tools di sviluppo, nelle grafiche fotorealistiche, e nei device di fruizione, in quanto la vera ambizione del Metaverso è garantire il fattore immersivo, non più simulato e ispezionabile attraverso lo schermo, ma percepito attraverso preposti Headset.

Fattore assolutamente rilevante, la potenziale associazione dell'ecosistema di valore offerto dagli NFT, dalle blockchain e dalle criptovalute.

Chiaramente sono dunque molti gli aspetti tecnici di configurazione di cui potrà usufruire questo mondo sintetico, che sembra decisamente rivolto ad intercettare l'attenzione degli adulti, piuttosto che quella dei *teen agers*, sostituendo *de facto* il social Facebook, Non a caso particolare attenzione sarà rivolta agli aspetti legati alla tutela dei propri utenti: nei suoi video di presentazione lo stesso imprenditore ha sottolineato questo aspetto, ovvero che "la sicurezza e la privacy dovranno essere garantite dal giorno uno".

Come potrebbe essere altrimenti, vista la prospettiva di poter delegare a questa interessante e poliedrica piattaforma, incontri business, magari con prototipi digitali, particolarmente funzionali e più esaurienti delle attuali zoom call e similari? D'altronde, a meno che non siano garantite prestazioni realmente interessanti, l'uso funzionale di questi spazi, potrebbe davvero decretarne il successo, anche in ottica *enterprise* garantendo così un tool relazionale di nuova generazione e assicurando alle imprese non solo spazi di incontri ottimali fruibili da remoto, ma anche luoghi adatti per l'Advertising.

Va precisato che non solo Zuckerberg concorre per la definizione di un metaverso di nuova generazione, anche Tencent, il gigante cinese dei social media e dei giochi, sta investendo massicciamente nel Metaverso.

Il mondo virtuale di domani potrebbe trasformarsi in una battaglia digitale per la conquista di questo nuovo continente digitale proprio tra Meta e Tencent, che attualmente sta scaldando i motori in collaborazione proprio con Roblox con Nikeland, piattaforma orientata al mondo dello sport.

PAROLE CHIAVE

AUGMENTED REALITY; VIRTUAL REALITY

AUTORE

TIZIANA PRIMAVERA, TIZIANA.PRIMAVERA@UNIER.IT



C'è vita nel nostro mondo.

Trasformazione e pubblicazione di dati territoriali in conformità a INSPIRE

Assistenza su High Value Datasets, APIs, Location Intelligence, Data Spaces

EPSILON

Italia



INSPIRE Helpdesk

We support all INSPIRE implementers

Epsilon Italia S.r.l.
Viale della Concordia, 79
87040 Mendicino (CS)
Tel. e Fax (+39) 0984 631949
info@epsilon-italia.it

www.epsilon-italia.it
www.inspire-helpdesk.eu