

Nel mondo del Metaverso Anche per il business si aprono nuovi orizzonti

Il dibattito. Le possibili applicazioni di realtà virtuale e realtà aumentata
«Sempre più rilevante intercettare il mercato della Generazione Z»

MARIA GRAZIA GISPI

È enorme il potenziale della realtà virtuale in ambito business. Per ora esplorata soprattutto per il gaming e poche altre applicazioni, con ottimi riscontri, il settore è pronto per fare un salto importante. Di quelli che segnano il destino di chi sta al passo e di chi invece no.

La prospettiva

«Spesso le aziende vengono a **ComoNext** per sapere perché dovrebbero implementare i nuovi sistemi digitali e una delle risposte è che la generazione Z sta diventando un mercato interessante - ha spiegato Max Bancora, technical manager di Como Next, nel corso dell'Innovation Talk sul Metaverso - sono persone abituate a utilizzare lo smartphone e a rispondere a degli stimoli visivi. Queste persone stanno entrando in posizioni rilevanti e si aspettano che le aziende con cui interloquiscono abbiano la possibilità di sviluppare applicativi innovativi. Nel Metaverso siamo all'estremo dell'innovazione e proprio qui si gioca una partita importante in relazione al futuro e allo sviluppo di nuove relazioni business. Questa considerazione fa nascere qualche dubbio negli imprenditori e vediamo che cominciano a fare programmi a 4 o 5 anni per non correre il rischio di perdere fette di mercato o interlocutori in futuro».

Il Metaverso è la rappresentazione virtuale della realtà, un luogo creato al computer dove le persone possono interagire tra loro attraverso gli avatar che possono essere personalizzabili e sono le rappresentazioni dei singoli individui.

Non esiste un Metaverso ma tanti mondi creati da aziende private. Gli avatar, ed è questo un elemento distintivo della questione, sono persone virtuali, personaggi che diventano unici quando la persona è abbinata al suo alter ego virtuale attraverso lo strumento della blockchain, il registro dati garante sul web.

Una versione di Metaverso molto nota è Sandbox, gioco che premia i creatori di contenuti, «siamo in una fase in cui molte delle modalità interattive sono ancora legate al gioco - continua Bancora - lì è possibile immaginare e costruire luoghi dove le persone si ritrovano in mondi che inventano loro stessi».

La realtà virtuale è quindi un mondo che può avere sembianze fantastiche o verosimili o iperrealistiche, comunque inventato al pc in 3d. Si può guardare anche attraverso lo schermo del pc, ma la realtà virtuale diventa immersiva quando si indossa un visore che percepisce i movimenti e quindi sposta l'inquadratura video di conseguenza, dando la sensazione di essere dentro un altro mondo.

Il Metaverso quindi esiste da tempo, ma è solo con l'utilizzo dei visori che esprime tutta la sua capacità di coinvolgimento e la sua forza emozionale.

Diversa è la realtà aumentata: in questo caso un visore come possono essere degli occhiali opportunamente adattati mostra la realtà così com'è e aggiunge degli elementi. Una tecnologia utilizzata, per esempio, dalle aziende di arredo per dare la possibilità di collocare, virtualmente, un oggetto in un ambiente reale per vedere come sta.

Lo strumento

Da utilizzo ludico gli strumenti di realtà virtuale stanno progressivamente invadendo altri settori, fino al business. Le tappe intermedie della loro evoluzione vedono degli applicativi nei settori più vari, per esempio nel ciclismo gli allenamenti indoor da noiose corse su rulli si sono trasformate in gare tra concorrenti, con l'effetto visivo degli spazi aperti e sensori che danno informazioni sullo sforzo fisico. Ci sono aziende che su questi sviluppi hanno raggiunto fatturati rilevanti.

«Il cambiamento riguarda anche il modo in cui comunicheremo - continua Max Bancora - nel digitale la comunicazione è soprattutto scritta, ne Meta-



verso sarà del tutto simile all'interazione quotidiana tra le persone nel mondo reale. Adesso i visori impediscono che si interagisca con i segnali del viso, ma la tecnologia supererà anche questo e le esperienze diventeranno sempre più immersive. Sarà un modo totalizzante per interagire con le altre persone simile a quello che avviene nella realtà».

Un mondo coinvolgente fatto di relazioni interpersonali e quindi anche per quella parte di sé più privata e vulnerabile.

«Stiamo andando a costruire dei nuovi mondi che definiranno le relazioni tra gli esseri umani e la politica non deve perdere l'occasione per prepararsi agli impatti sociali che le nuove tec-

nologie potranno avere - intervien **Stefano Soliano**, direttore generale di Como Next - certamente l'iniziativa deve essere internazionale perché il fenomeno è globale. L'esempio che precede la realtà virtuale è quello dei social. Non si chiede di stabilire delle regole, non solo, non è questo il punto cruciale: è importante essere pronti, essere all'altezza del cambiamento, avere le competenze per poter dare degli indirizzi».

L'aspettativa verso le istituzioni è di guardare al Metaverso come un insieme di comportamenti e relazioni che richiedono un'attenzione per le tematiche etiche che inevitabilmente si solleveranno.

Sempre quando innovazioni che sovvertono le consuetudini si diffondono in modo capillare

nel tessuto sociale provocano mutamenti che, se non governati, guidati o almeno compresi, possono avere risvolti imprevedibili, in genere a discapito di chi più fragile.

«Il nuovo, inedito assetto che la società capace di interagire attraverso i metaversi assumerà è un tema che la politica non può non considerare - conclude **Stefano Soliano** - mentre oggi sembra occupata in altro. Questa attenzione al qui ed ora stride nel confronto con le vere preoccupazioni che dovrebbero essere in primo piano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Un ambiente che riproduce l'interazione del mondo reale»



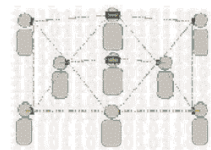
«L'impatto sociale: cambieranno le relazioni tra le persone»

Cosa dovremmo sapere del metaverso

Piaccia o no, ecco uno schema del futuro digitale, del quale ci parlano spesso i guru della tecnologia

Il metaverso è di moda

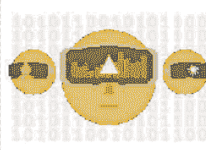
I sostenitori dicono che si lavorerà, si giocherà, si socializzerà, si acquisteranno beni e servizi virtuali attraverso ecosistemi digitali



Facebook, ora ribattezzato Meta, ha investito almeno 10 miliardi di dollari del 2021 nel metaverso

Il metaverso è immersivo

Il metaverso è teoricamente il futuro di internet, un mondo virtuale in 3D dove si potrà interagire tra l'uno e l'altro avatar



Connetterà una molteplicità di piattaforme come oggi internet connette diversi siti web

Il metaverso non esiste

Per certi versi, parlare di cosa significa "metaverso" somiglia alle discussioni degli anni '70 su cosa significa per internet il termine Wired, connesso



"Stiamo vedendo scorci del metaverso. In realtà viene costruito mentre ne parliamo". Cathy Hackl, Futures Intelligence Group

La sua costruzione esiste

A partire dal 2003, Second Life ha creato una piattaforma che permette agli utilizzatori di interagire come avatar in un mondo virtuale



Società di giochi come Roblox o Epic Games costruiscono piattaforme ed esperienze, come concerti live nel cyberspazio

Attrezzi per il metaverso

- Cuffie e occhiali protettivi
- Microfoni e maschere
- Sensori di movimento
- Tecnologie tattili
- Inclusive di
 - › Guanti Indossabili in modo da dare un feedback sensoriale
 - › Canotte
 - › Abiti
 - › Calzature



Tecnologie chiave

- Blockchain
- Per
 - **Cryptovalute**
Che serviranno per fare shopping nel metaverso
 - **Simboli non-fungibili (NFT)**
● Segni di proprietà nel mondo digitale
 - **Intelligenza artificiale**
 - **Banda larga imponente**
 - **Interoperabilità**
Permette agli avatar di tenere la loro ID se cambiano piattaforma

FONTE: Wired/New Scientist/Tech News/Verdict

Ci sono interessi seri

- Inclusi ID e protezione dei dati
- Sicurezza, come la tutela dei bambini dagli abusi sessuali
- Governance
- Impronta carbonica



Realtà differenti

- ▶ **Realtà aumentata**
Elementi digitali sono sovrapposti al mondo fisico
- ▶ **REALTA' VIRTUALE**
Sensi immersi in un ambiente costruito digitalmente
- ▶ **REALTA' MISTA**
Include elementi dei due suddetti tipi
- ▶ **REALTA' ESTESA**
Termini onnicomprensivo di tutte le possibilità digitali

AFP - L'EGO - HUB



Un visore per la realtà aumentata



Peso: 12-38%, 13-6%