METAVERSO: REALTÀ E FINZIONE

Proviamo a fare chiarezza sulle caratteristiche del Metaverso e a stimolare la riflessione su quanto e come impatterà sulla vita delle organizzazioni e sui processi HR

Elena Gaiffi
Sales & Managing Partner Laborplay

Il Metaverso è un mondo raggiungibile attraverso specifiche piattaforme in rete e visori VR, all'interno del quale è possibile compiere attività, ricreative o di lavoro, attraverso il proprio avatar.
Ma sarà questa la principale realtà in cui vivremo nel futuro? Il pensiero delle tante innovazioni, che sembravano sensazionali e invece si sono rivelate dei colossali *flop* (come gli Hoverboard, la TV 3D, Clubhouse, …), ci dovrebbe richiamare a una certa cautela. Ma sicuramente i 10 miliardi di dollari investiti da **Mark Zuckerberg** ci dicono che realizzerà qualcosa su cui merita spendere qualche parola.
Il 28 ottobre 2021, per la prima volta, il CEO di Facebook mostra l'*Horizon Workroom*, una rappresentazione concreta di metaverso. Immaginiamo una situazione consueta, l'organizzazione di una riunione. La sala riunioni fisica, in azienda, potrà avere la sua rappresentazione nel metaverso, potrà essere, a seconda delle preferenze, estremamente fedele alla realtà o "aumentata", ma ciò che conta è che le persone potranno accedervi in carne e ossa, attraverso gli ormai classici sistemi di connessione da remoto o come avatar attraverso visori e appositi dispositivi. In ogni modo, tutti saranno perfettamente sincronizzati e tutti potranno interagire con gli oggetti a disposizione, in un "non luogo" che è di fatto molto simile a quella dimensione ibrida di cui tanto parliamo da un po'.

Matthew Ball nel definire il Metaverso, usa la parola "persistente" per descrivere un universo che non può essere messo in pausa o resettato, sincronizzato con il mondo fisico, che non pone limiti all'utente e con un'economia completamente funzionante. Il metaverso è un universo in cui si perdono i concetti di distanza e prossimità, introducendo la possibilità di "teletrasportarsi" in ogni luogo e spazio, dove oggetti e corpi animati hanno una riproduzione ologrammatica in release estremamente realistiche della nostra gestualità e perfino delle nostre espressioni facciali.
Infine, il metaverso è governato dalla legge dell'**interoperabilità**. In altre parole, un oggetto disponibile in digitale (NFT) deve poter funzionare in qualsiasi spazio del metaverso lo collochiamo e poter comunicare con qualsiasi altro oggetto digitale presente nel metaverso stesso.

Un precursore del metaverso è stato *Active Worlds*, una piattaforma di realtà virtuale tridimensionale pubblicata nel giugno 1995 attraverso la quale era possibile costruire digitalmente edifici, scambiare o vendere oggetti, attraverso un negozio interno alla piattaforma e una chat di prossimità.
Nel 2003 arriva *Second Life*, che rappresenta un universo 3D, che Ball ritiene un prototipo di Metaverso. In questo caso, mondo fisico e digitale cominciano a mischiarsi: Albania, Colombia, Estonia, Serbia, Svezia e Maldive aprono un'amba- ➤

“Ogni professionista del mondo HR si è chiesto almeno una volta come poter rendere la propria azienda partecipata dai propri lavoratori, collaborativa, meritocratica e ottimista”

sciata all’interno del gioco e aziende quotate vi acquistano terreni.
Nel 2006 viene pubblicato *Roblox*. Un leggerissimo *free-to-play* in cui si assiste alla possibilità di comprare e vendere – utilizzando una specifica valuta – contenuti brandizzati, come le sneakers Nike, oltre a *skin*, automobili e molto altro. *Roblox* rappresenta l’anello di congiunzione tra i primi concetti di Metaverso e quelli a cui società come Facebook stanno lavorando.
Anche il gioco *Fortnite* rientra a tutti gli effetti nella categoria “metaversi”, dal momento in cui diventa spazio virtuale di organizzazione di eventi, come il concerto di Marshmallow, che ha riunito oltre 10 milioni di persone. E per concludere questa parziale carrellata è necessario citare *The Nemesis*, che rappresenta una delle versioni più attuali – e italiane – di metaverso.

Metaversi di proprietà di società come Facebook/Meta, Google o Microsoft equivalgono senz’altro a depositare nelle mani di questi colossi dati relativi alle preferenze del mondo intero, ma l’utente medio sarà davvero attratto dal metaverso? Non lo sarà, almeno fintanto che la tecnologia per accedervi sarà appannaggio di pochi, finché tutto non si tradurrà in “tecnologia calma”, per chiamarla con le parole di **Amber Case**.
Ma quando queste barriere all’ingresso saranno abbattute, allora potremo apprezzare davvero la sua attrattività. Provando a riassumerla in **4 caratteristiche**:

1. **I metaversi ci rendono parte del loro sviluppo, permettendoci di sentirci attori protagonisti nella realizzazione di qualcosa di grande.** Pensiamo, per esempio, alla possibilità di realizzare la versione digitale di noi stessi, il nostro avatar.
2. **Per raggiungere i nostri traguardi possiamo contare sulla collaborazione di chiunque, ovunque sia, e costruire relazioni fondate sul perseguimento di un obiettivo comune.**
3. **È un ambiente che si propone come estremamente meritocratico**; ti dà la possibilità di ottenere feedback e riconoscimenti, generando un senso di “gioiosa produttività”.
4. **Il metaverso non mette alcun limite al suo abitante**, generando un senso di urgente ottimismo, la sensazione cioè di voler fare cose e di potercela fare.

Le 4 caratteristiche appena citate sono in realtà, secondo **Jane McGonigal**, gli elementi essenziali di ogni gioco. E al tempo stesso sono gli elementi che ci sforziamo continuamente di riportare nella nostra realtà; ogni professionista del mondo HR si è chiesto almeno una volta come poter rendere la propria azienda partecipata dai propri lavoratori, collaborativa, meritocratica e ottimista.
Eppure, siamo ancora soliti tracciare una linea di demarcazione tra realtà, di cui fanno parte il mondo del lavoro e tutte le cose “serie,” e finzione, a cui appartengono il metaverso e il mondo del gaming.

Il gioco, come il metaverso, rappresentano l’espressione dei nostri bisogni e desideri più profondi, sono mondi in cui cerchiamo rifugio, in una dinamica sempre più collettiva.
E allora, meriterebbe attingere a tutto quanto finora abbiamo appreso dal gioco, esplorare con curiosità il mondo dei metaversi, non più per relegarli alla sfera della finzione, ma con la volontà di comprendere come rendere il mondo reale un po’ più simile a un gioco. Allora, forse, diventerà così attrattivo da far concorrenza anche al più scintillante dei metaversi. ■