

LA CRISI di META

I giornali trattano la crisi di META, società di Zuckerberg e di Facebook, con centinaia di miliardi di valore persi quest'anno e con l'annuncio di massicci licenziamenti. Tutto questo sembra prospettare poche speranze per il futuro del metaverso e per la fiducia che i consumatori dovrebbero esprimere per questa tecnologia. Interessante è l'opinione che coltivano gli esperti di questo settore. Il problema risiederebbe nel fondamentale squilibrio tra l'entusiasmo degli sviluppatori del metaverso e la relativa quotidianità che normali utilizzatori vivrebbero applicandolo. In sostanza, esisterebbe un certo confine tra film come Avatar di James Cameron, che con i suoi spazi virtuali esprime un senso di bellezza ed ammirazione, e la semplice esperienza umana con le sue realtà quotidiane. La fantascienza è piena di persone che spendono il loro tempo in mondi immersi virtuali. META non sembra promettere un futuro nel quale tutti noi circoleremmo indossando caschetti od occhiali speciali per navigare congiuntamente in una vita fisica e una virtuale. In altri termini, il metaverso potrebbe restare a testimonianza di arte e di storie non esattamente immerse nella nostra vita quotidiana. Esso non soppianterà il vantaggio della tradizionale tecnologia mobile e ne diventerà soltanto un supporto.

Commenti

Gli esperti sono sorpresi di assistere ad una chiara sconfitta da parte di Facebook, uno dei gruppi più prestigiosi per il successo nelle comunicazioni in campo mobile. Il dualismo alla base di questi eventi consiste nella quotidiana enorme importanza delle comunicazioni sociali, finora ottimamente gestite dalla tecnologia mobile. Il metaverso, con le sue caratteristiche prevalentemente tecniche, non favorirebbe le comunicazioni sociali. Gli ottimisti che si spingono a predire per il metaverso la futura sostituzione di internet resterebbero delusi dalla sconfitta di META. Ma saranno forse le aziende minori, con i loro limitati investimenti, a fare in qualche modo sopravvivere il metaverso.