

TERESA GRAZIANO

ASPETTANDO IL METAVERSO

Metaverso. Una *mot-valise* che contiene ed evoca, promette e spaventa. Seppur comparso per la prima volta nel 1992 nel romanzo *Snow Crash* di Neal Stephenson, ancora oggi il termine confonde più di quanto riesca a dire. È, dunque, alla sua etimologia che occorre risalire per decostruirne il significato, condensato in (uni)verso, da *unus*, unico, e *versus*, da *vertere*. E poi meta, oltre. Un universo (virtuale) che si dispiega oltre quello reale. Ma *Versus* in semiotica e linguistica indica anche l'opposizione tra due enti. Cos'è allora il Metaverso? Una dimensione digitale che si estende oltre quella reale, verso cui converge, o che vi si oppone, in un'antinomia irriducibile?

Dal punto di vista squisitamente tecnologico, il Metaverso indica un meta-spazio virtuale in 3D, parallelo, aperto, interoperabile, che si integra alla dimensione reale tramite diverse tecnologie, dalla realtà virtuale, aumentata e mista all'intelligenza artificiale e alla blockchain.

Questa definizione descrive piuttosto quello che il Metaverso dovrebbe diventare, essendo al momento nulla più di un'astuta operazione di rebranding di Facebook, significativamente rinominata "Meta" nel 2021. Le prime sperimentazioni riguardano il gaming: *Second Life* negli anni Duemila e, più recentemente, *Fortnite*, sono esempi di realtà virtuali nelle quali gli avatar si muovono, agiscono, fanno esperienze: surrogati di dimensioni spazio-temporali tecno-mediate che oggi si attivano in micro-metaversi non dialoganti fra di loro, gestiti da aziende e in contesti differenti, incluso il settore dell'istruzione e dell'apprendimento (ne sono un esempio le sedute di laurea tenutesi a Torino e Catania nel 2022).

Se è vero, *à la* McLuhan, che la tecnologia determina le strutture socio-culturali, il Metaverso – o, meglio, la sua rappresentazione – ha però monopolizzato le narrazioni dimostrando quanto sia efficace il potere dell'anticipazione nel generare immaginari spaziali. E quanto questi siano dotati di capacità performativa, producendone altri e altri ancora, in un meccanismo autopoietico senza fine.

Immaginari spaziali, certo. Perché è di spazi e luoghi che si parla.

Che la dimensione virtuale produca effetti tangibili sui territori è ormai assodato in geografia, che ha superato il disorientamento epistemologico dei primi anni Novanta innescato dalla Rivoluzione digitale. Dopo i primi tentativi di “mappare” il cyberspazio come dimensione deterritorializzata, si approda presto alla consapevolezza che internet e il web non decretano la morte dei territori e delle distanze, ma li riconfigurano spesso accentuando i divari socio-economici (Albanese, Graziano, 2020).

Qui, però, siamo oltre. Perché il Metaverso segnerebbe il passaggio dal *cyberspace*, aggiuntivo e parallelo alla dimensione reale, a quello che potremmo definire un *hyper-cyberplace*. Secondo Meek (2012) nel *cyberplace* l'interazione è incorporata nel tempo e nello spazio, implicando un coinvolgimento con il luogo dove si genera una “spazialità esistenziale contemporanea” che disegna nuove geografie relazionali tra l'online e l'offline. Con il Metaverso questo passaggio è ancor più enfatizzato perché si fonda su un *cyberplace* amplificato – un *hyper-cyberplace*, appunto – che si nutre di ibridazioni spaziali e porta con sé la promessa del definitivo superamento dei vincoli spazio-temporali: vicino/lontano, presente/passato.

Il (sogno del) Metaverso è una serie di scatole cinesi di simulacri che compie quell' “estetica della compresenza” di cui parla Fussillo (2009), in cui reale e virtuale non sono più antinomici, né contigui, ma incastrati l'uno dentro l'altro in una spazialità interstiziale (Graziano, 2021). In questa dimensione, la scala del corpo è cruciale, che agisce da un lato come sensore umano, accedendo al Metaverso tramite un dispositivo perlopiù indossabile come gli smart glass. Dall'altro, il corpo non è più rilevante nella comunicazione mediale. È questo il paradosso dell'(in)corporeità del Metaverso, che postula la dematerializzazione dei corpi nel virtuale ma che allo stesso tempo deve incorporarsi in essi attraverso i dispositivi per potersi attivare.

Al momento, dunque, il Metaverso è una *mise en abyme* di luoghi potenziali che, di fatto, non esistono per come sono raccontati. Ma influenzano i mercati, gli investimenti, i modelli di branding nei settori più disparati (dall'arte contemporanea al retail), tutta la concretezza di flussi della geografia economica – questi sì profondamente tangibili – plasmando una spazialità che esiste *in nuce*, più nelle rappresentazioni mediatiche e nelle strategie aziendali che nella dimensione reale, dove invece si frastaglia in una congerie sfilacciata di ambienti virtuali a compartimenti stagni.

È un esercizio di “immaginazione geografica” (Gregory, 1994) che si autoalimenta, disegnando una sorta di *thirdspace*, né soltanto reale né soltanto virtuale. O, sempre nel solco di Soja (1996), uno spazio *real-and-imagined*, dove la compressione spazio-temporale tipica della postmodernità contiene in potenza tutte le possibili diramazioni del tempo e dello spazio.

Uno dei mondi possibili, probabilmente non il migliore.

Il Metaverso inteso con la dimensione fisica dello spazio lo stesso rapporto che Eco (1985) identifica tra la realtà e il “mondo possibile” della finzione narrativa, improntato alla parziale identità, alla concepibilità e all’accessibilità. Lo studioso evoca Fedora, una delle città invisibili di Italo Calvino, “metropoli di pietra grigia” dove, all’interno di un palazzo di metallo, ogni stanza contiene una sfera di vetro: «guardando dentro ogni sfera si vede una città azzurra che è il modello di un’altra Fedora» (1993, p. 31). Nell’opera di Calvino, Marco Polo ricorda al grande Kan che nella mappa del suo impero

devono trovar posto sia la grande Fedora di pietra sia le piccole Fedora nelle sfere di vetro. Non perché tutte ugualmente reali, ma perché tutte presunte. L’una racchiude ciò che è accettato come necessario mentre non lo è ancora; le altre ciò che è immaginato come possibile e un minuto dopo non lo è più” (*ibidem*).

Esattamente come accade tra Metaverso e dimensione “reale”.

In fondo, infatti, cosa importa se vivremo *nel* Metaverso se già adesso viviamo *del* Metaverso? È così rilevante se già siamo immersi nei mondi che riesce a evocare tramite l’immaginazione, se le aspettative forgianno nuove territorialità in cui tutti navighiamo, spazialità vero(simili) e, dunque, reali, solo perché riusciamo a evocarle? Se già ci basta scrutare dentro le piccole sfere di vetro per immaginare – e vivere – dentro il mondo (im)possibile del Metaverso dandogli forma e sostanza, nuovo *Aleph* che condensa tutti i luoghi e, quindi, nessuno? Se già viviamo mentre aspettiamo il suo compimento come Vladimir ed Estragon in attesa di Godot?

BIBLIOGRAFIA

- ALBANESE V., GRAZIANO T., *Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione. Come cambiano i territori per effetto delle narrazioni online*, Bologna, Bologna University Press, 2020.
- CALVINO I., *Le città invisibili*, Milano, Mondadori, 1993.
- ECO U., *Sugli specchi e altri saggi*, Milano, Bompiani, 1985.
- FUSILLO M., *Eстетica della letteratura*, Bologna, Il Mulino, 2009.
- GRAZIANO T., “Della Publicity digitale: frontiere e divari degli spazi privat(izzati) del Web”, *Semestrare di studi e ricerche di geografia*, 2021, 33, 2, pp. 163-167.
- GREGORY D., *Geographical imaginations*, Oxford, Blackwell, 1994.
- MEEK D., “YouTube and Social Movements: A Phenomenological Analysis of Participation, Events and Cyberplace”, *Antipode*, 2012, 44, 4, pp. 1429-1448.
- SOJA E., *Thirdspace. Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*, Cambridge, Massachusetts, Blackwell, 1996.

Università degli Studi di Catania, Dipartimento di Agricoltura, Alimentazione e Ambiente
teresa.graziano@unict.it