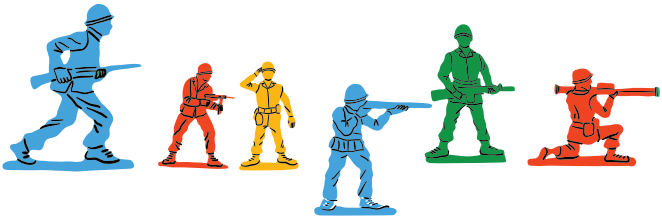
PERIODICO DELLA FONDAZIONE CRAXI | **N°11** | MAGGIO 2022

le SFIDE

Non c'è futuro senza memoria



guerr

- **guerra** giusta agostino
- **guerre** commerciali
- **guerra** cyber
- **guerre** di religione
- **guerra** softpower
- **guerra** ibrida
- **guerra** energetica
- **guerra** materie prime

Cerca | Mi sento fortunato

LA GUERRA E IL NOSTRO TEMPO

Le nuove forme dei conflitti

leSFIDE

Non c'è futuro senza memoria

LA GUERRA E IL NOSTRO TEMPO

Le nuove forme dei conflitti

FONDAZIONE CRAXI
Ente del Terzo Settore

2022

INDICE

4 I COLLOQUI

PACE E SICUREZZA
Colloquio con il generale Claudio Graziano

22 TEMI

22 C'È UN POSTO DELLA GUERRA
Carlo Galli

30 "GUERRE IBRIDE", MINACCIA PER GLI STATI E LA DEMOCRAZIA
Niccolò Petrelli

38 L'EVOLUZIONE DEL TERRORISMO JIHADISTA TRA GUERRA IBRIDA E RADICALIZZAZIONE
Enrico Casini e Andrea Manciulli

46 INTELLIGENCE: VECCHI CONFLITTI, SEMPRE NUOVI
Valeria Moroni

54 L'EUROPA E LA GUERRA DELL'ENERGIA
Paolo Quercia

60 MATERIE PRIME E TERRE RARE, IL PREDOMINIO DEL "DRAGONE"
Alessandro Politi

68 GUERRA E SPORT, UNA DIMENSIONE DI SOFT-POWER
Francesco Marino e Lello Stelletti

TEMI

76 TAIWAN, CONFRONTO GLOBALE NELL'INDO-PACIFICO
Giuseppe Morabito

84 UCRAINA, UNA STORIA ALLA FRONTIERA
Simona Merlo

92 PERSECUZIONI, LA GUERRA SENZA TEMPO AI CRISTIANI
Benedetta Panchetti

100 SCENARI

100 SOCIOLOGIA DEL METAVERSO, TRA IMMAGINARIO E IDEOLOGIE
Davide Bennato

108 LE NUOVE POLITICHE DEL LAVORO E LA LEZIONE DI BIAGI
Maurizio Sacconi

116 ITALIA-EUROPA

116 L'IRRISOLTO DEFICIT DELLA DEMOCRAZIA EUROPEA
Benedetto Ippolito

124 PATTO DI STABILITÀ, LA RIFORMA CHE SERVIREBBE
Gianfranco Polillo

132 LETTERE DALL'EUROPA

132 MACRON, CHIAROSCURI DI UNA RIELEZIONE
Michele Marchi

142 SPAGNA, BIPARTITISMO IN FRANTUMI
Victor Botta

150 LETTERE DAL MONDO

150 YEMEN, UNA TRAGEDIA DIMENTICATA
Laura Silvia Battaglia

160 CILE, LA DIFFICILE RICERCA DI UNA "NUOVA" DEMOCRAZIA
Valerio Giannattasio

168 LETTERE DALLA STORIA

168 LE RELAZIONI ITALO-TURCHE DAL 2004 AL 2010
Carlo Marsili

180 PRIMAVERE ARABE, RICORDI E RIFLESSIONI DI UN AMBASCIATORE ITALIANO
Claudio Pacifico

194 MEMORIA ED ARCHIVIO

EUROMISSILI, LA PACE PER TUTTI E LA SICUREZZA PER CIASCUNO
Presentazione di Andrea Spiri

212 PROFILO DEGLI AUTORI

SOCIOLOGIA DEL METAVERSO, TRA IMMAGINARIO E IDEOLOGIE

di **Davide Bennato**

Quando il 28 ottobre 2021, Mark Zuckerberg in un post e un video su Facebook annunciò la nuova *mission* del gruppo e il cambio del nome in Meta, gli osservatori del mondo digitale si sono divisi in due gruppi. Da un lato quelli che hanno sottolineato l'innovatività del progetto, le sue caratteristiche tecnologiche, la sua impostazione avveniristica. Dall'altro ci sono stati coloro che hanno evidenziato come la mossa del CEO del più diffuso social network al mondo non solo fosse prevedibile alla luce di alcune manovre commerciali e acquisizioni di compagnie tecnologiche – come il sistema di realtà virtuale Oculus per esempio – ma fosse anche un'abile manovra per distogliere l'attenzione negativa che si era creata nell'opinione pubblica internazionale sull'interferenza che la piattaforma ha mostrato verso il funzionamento delle democrazie, nonché alcune rivelazioni su una sua mancata attenzione sulle conseguenze psicologiche verso gli adolescenti e sulla circolazione dei discorsi d'odio (Waterson, Milmo 2021). Per chi conosce il dibattito sui media, avrà riconosciuto in tale polarizzazione la classica contrapposizione tra apocalittici e integrati. Chi ha ragione? Da un punto di vista scientifico, hanno ragione entrambi: i primi perché la mossa è effettivamente interessante, i secondi perché la strategia non è così innovativa come la retorica stile Silicon Valley potrebbe lasciarci pensare. Lo scopo di questo articolo è quello di comprendere le caratteristiche e le conseguenze sociologiche del concetto di metaverso e come questo rivela alcune dinamiche sociali che non hanno necessariamente a che fare col mondo digitale. Detto altrimenti: l'analisi sociologica del metaverso è non solo un modo per capire le linee di sviluppo di internet, ma anche per rivelare alcune dinamiche macro-sociali usando il digitale come lente di ingrandimento (per una descrizione di questa strategia cfr. Bennato 2015). Per fare questo divideremo la nostra argomentazione in due momenti. Nel primo illustreremo la genesi del concetto di metaverso e di come esso si sia incarnato in una serie di tecnologie di cui l'annuncio di Zuckerberg è solo l'ultimo atto. Nel secondo vedremo come il metaverso è frutto della tensione sociale di due diverse ideologie alla base dello sviluppo di internet: il capitalismo digitale e le utopie libertarie.

LA GENESI DEL CONCETTO DI METAVERSO DALLA FANTASCIENZA A META

Per comprendere come nasce il concetto di metaverso bisogna analizzare le origini dell'immaginario tecnologico che ha reso possibile pensare una tale innovazione culturale. L'analisi dell'immaginario è un tipo di analisi culturale poco frequentata nelle scienze sociali perché appannaggio delle discipline umanistiche, marcatamente quelle letterarie. In realtà l'immaginario tecnologico è una componente importante per tre ordini di motivi. In primo luogo, perché l'immaginario consente di pensare una tecnologia prima ancora che essa sia effettivamente realizzabile (Flichy 1995) e quindi la speculazione scientifica (*science fiction*, appunto) può essere un ottimo strumento per comprendere le conseguenze sociali e culturali di una particolare tecnologia. In secondo luogo, perché l'immaginario fantascientifico – libri, film, fumetti, videogiochi – costituisce il brodo di cultura (*absit iniuria verbis*) all'interno del quale si formano le comunità tecnologiche che poi sono chiamate a sviluppare le tecnologie: informatici, ingegneri, imprenditori ed altri *stakeholder*. In terzo luogo, l'immaginario è anche uno strumento per rendere le tecnologie accettate e accettabili all'interno dell'organizzazione sociale, soprattutto quando si presentano come innovazioni che potrebbero scardinare sia la dimensione economica che quella politica e culturale (Bijker 1995).

Il concetto di metaverso dal punto di vista dell'immaginario è una evoluzione tecnologica dei mondi di finzione di tradizione secentesca. In particolare, la sua organizzazione simbolica deve molto ai testi sulla re-

altà dei sogni – in particolare *La vita è sogno* di Pedro Calderon de la Barca (1635) – e ai testi sulla concretizzazione delle finzioni letterarie – ovviamente in questo caso il riferimento è il celeberrimo '*Don Chisciotte della Mancia*' di Miguel de Cervantes (1605). Per quanto riguarda il discorso sul metaverso legato allo sviluppo della fantascienza più recente e sulla quale si sono formate le attuali comunità tecnologiche, possiamo vedere le caratteristiche culturali di questo concetto all'interno di tre universi letterari. Il primo in ordine cronologico è il concetto di Matrice descritto da William Gibson nel suo romanzo del 1984 *Neuromante*. La Matrice viene descritta come una "allucinazione consensuale" vissuta come reale da miliardi di persone, frutto della rappresentazione grafica dei dati di ogni computer esistente sulla terra e visualizzabile come un intrico di luci al neon alla stregua delle luci formate da una città che si allontana nella notte. L'immaginario descritto da Gibson deve moltissimo alla cultura tecnologica degli anni '80, in particolare i videogiochi arcade delle sale giochi, l'estetica fluo e neon di alcuni illustratori come Hajime Sorayama, la diffusione di tecnologie personali come il Walkman e il nuovo immaginario cinematografico del computer come nel film *Tron* (Steven Lisberger, USA, 1982) (Giovannini 2001).

La Matrice come rappresentazione del non spazio fisico digitale (detto cyberspazio) rappresenterà un ottimo punto di partenza per le distopie tecnologiche successive, soprattutto per quanto riguarda la rappresentazione delle forme come vivono all'interno di essa. Una versione più matura del mondo digitale costruito dall'interconnessione dei computer è il concetto di metaverso. Il metaverso appare per la prima volta nel romanzo *Snow Crash* del 1992 di Neal Stephenson, e viene descritto come uno spazio digitale tridimensionale accessibile tramite realtà virtuale, che replica la realtà in cui le persone interagiscono tra loro grazie al proprio doppio digitale detto avatar, agendo in questo spazio alla stregua di un qualunque spazio fisico, con le regole però di un ambiente digitale. Per esempio, il livello sociale degli avatar viene rivelato dalla loro risoluzione: le classi sociali più basse sono rappresentate in bianco e nero, mentre le classi sociali più elevate sono ad alta risoluzione e multicolori. Il metaverso rappresenta una versione avveniristica di internet – spazi tridimensionali e doppi digitali – e la sua influenza culturale sull'immaginario tecnologico è stato potente, persino gli utenti digitali a partire da questo romanzo sono chiamati avatar.

Il metaverso è da considerare la versione avanzata della Matrice di Gibson, frutto della sempre maggiore diffusione di internet e della sempre più efficace rappresentazione dei videogiochi di quel periodo. Infatti, proprio nel 1992 è nato *Wolfenstein 3D* (Id Software, 1992), il primo videogame con punto di vista in soggettiva, che dava l'impressione di essere fisicamente dentro il gioco. Il metaverso di Stephenson è stata l'ultima importante innovazione nell'immaginario dei mondi digitali a cui si sono ispirati quasi tutti i romanzi fantascientifici successivi. Tra gli altri, un contributo interessante è il mondo OASIS descritto nel romanzo del 2011 *Ready Player One* di Ernest Cline e portato al cinema da Spielberg (Steven Spielberg, USA, 2018). OASIS (acronimo di *Ontologically Anthropocentric Sensory Immersive Simulation*) è un mondo digitale ad accesso gratuito tramite un sistema di realtà virtuale che rappresenta una società alternativa, una vera a propria via di fuga di un mondo vittima della sovrappopolazione e dell'inquinamento. Questo spazio tridimensionale ha le caratteristiche di un videogioco avveniristico, le persone (detti giocatori) sono rappresentate da avatar tradizionali oppure personaggi ispirati al mondo dei media (fumetti, libri) e vivono in questo mondo accedendo a tutti i servizi – scuola, intrattenimento, lavoro – grazie all'esistenza di una valuta virtuale, il credito OASIS, molto più stabile delle monete del mondo reale.

> "Il Metaverso è da considerare la versione avanzata della Matrice di Gibson, frutto della sempre maggiore diffusione di internet"

Questa realtà viene descritta come un casinò dalle dimensioni di un pianeta, in cui l'immaginazione è l'unico limite e dove tutto è possibile, ad eccezione di mangiare, dormire e andare in bagno. OASIS è organizzato in mondi che possono avere diverse regole di partecipazione e possono essere costruiti, posseduti, colonizzati dai giocatori e creati dagli sviluppatori. Il contributo più originale di OASIS all'immaginario del metaverso è senza dubbio la commistione con la cultura pop, che fa capire quanto questi spazi siano frutto anche degli universi narrativi in cui ognuno di noi è calato e che definiscono spesso specifici spazi culturali di significazione (Jenkins 2006).

Questa rapida analisi dell'origine dell'immaginario collettivo del metaverso, ci torna utile per capire le piattaforme tecnologiche che hanno implementato questa visione di internet e della realtà digitale ed hanno costituito un antecedente interessante per capire come si sia arrivati all'idea di Meta di Mark Zuckerberg. Per una descrizione degli esempi tecnologici che hanno anticipato la visione contemporanea di metaverso, faremo riferimento ai mondi virtuali, ovvero a mondi digitali connessi a internet che hanno le seguenti caratteristiche: delocalizzati, cioè che permettono la partecipazione da qualunque parte del mondo; persistenti, ovvero stabili rispetto al tempo; collaborativi, in cui le interazioni fra gli utenti è possibile; strutturati, organizzati secondo specifiche regole funzionali e sociali (Castronova 2005). Anche in questo caso per comodità di analisi e per descrivere l'evoluzione tecnologica di tali ambienti, utilizzeremo lo sviluppo cronologico.

L'esempio più classico di metaverso è *Second Life* (Linden Lab, 2003) un mondo immersivo tridimensionale in cui la meccanica di gioco non è la competizione bensì la partecipazione ad un universo collaborativo. Gli utenti di *Second Life* – detti residenti – agiscono in questo mondo che si presenta come un duplicato del mondo reale attraverso degli avatar e possono fare diverse cose come interagire con altri residenti, costruirne delle parti e operare degli scambi commerciali grazie ad una valuta interna: il Linden dollar. L'altro grande riferimento tecnologico per il metaverso sono i MMOG (*Massively Multiplayer Online Games*), giochi online con un grandissimo numero di partecipanti. Il più famoso del genere è senza dubbio *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004)

un mondo virtuale a tema fantasy in cui i giocatori possono agire interpretando dei personaggi divisi in diverse tipologie di creature mitologiche. La caratteristica tipica di WoW – come viene abbreviato – è la possibilità per i giocatori di organizzarsi in gilde, gruppi autonomi che possono cooperare per lottare e raggiungere gli obiettivi (*quest*) ed essere remunerati (la valuta usata è l'oro).

> L'esempio più classico di metaverso è Second Life, un mondo tridimensionale in cui la meccanica di gioco non è la competizione bensì la partecipazione ad un universo collaborativo

Un esempio completamente diverso di MMOG ma altrettanto importante è *Roblox* (*Roblox* Corporation, 2006), un mondo virtuale in cui i giocatori possono giocare ad uno qualsiasi dei giochi interni, creati dagli sviluppatori, che sono diversi nell'ambientazione e nella meccanica di gioco. Anche *Roblox* ha la sua valuta: il robux, che serve essenzialmente per la personalizzazione del proprio personaggio da parte dei giocatori. Un altro gioco importante che ha portato all'evoluzione del concetto di mondo virtuale costruito dai suoi utenti è *Minecraft* (Mojang Studios, 2009), un videogame del genere *open world*, ovvero un mondo che è possibile esplorare, giocare e anche costruire grazie alla sua organizzazione in blocchi, che rendono l'esperienza di gioco (e costruzione) molto simile a quella dei Lego, anch'esso dotato di una valuta: i minecoins. *Minecraft* è celebre per essere alla base di centinaia di progetti didattici, grazie al successo che riscuote: questa è una delle caratteristiche che lo rendono il videogioco più venduto di sempre (240 milioni di copie). Ultimo in questa storia dei mondi virtuali che hanno concretizzato le visioni del concetto di metaverso è *Fortnite* (Epic Games, 2017). Questo gioco si presenta in tre modalità: salva il mondo, il classico gioco sparatutto in terza persona; modalità creativa, dove è possibile costruire mondi e giochi con regole definite dall'utente progettista; Battle Royale, uno sparatutto tutti-contro-tutti. Anche qui la moneta – il V-bucks – consente di personalizzare l'avatar e acquistare beni da usare nel gioco. Il successo di *Fortnite* e il suo estremo realismo, lo hanno reso un luogo virtuale per lo svolgimento di eventi come il concerto di Ariana Grande, oppure la mostra *New Fiction* dell'artista statunitense Brian Donnelly. Questo panorama di mondi virtuali ha già definito gli standard per future tipologie di metaverso: l'esplorabilità del mondo virtuale (approccio *open world*), la cooperazione fra utenti avatar, la possibilità di costruire parti del mondo virtuale, la presenza di servizi da acquistare con valute virtuali. Quando Zuckerberg ha lanciato il proprio metaverso, lo ha illustrato dotato di alcune di queste funzioni: la cooperazione fra utenti è resa possibile dal fatto che la base di Meta è Facebook, il social network; la possibilità di costruire è dovuta al fatto che Meta dovrebbe diventare una piattaforma per fornire ai *content creator* strumenti di produzione; la moneta interna dovrebbe essere basata su bitcoin e in queste settimane si è cominciato a parlare di "Zuck Bucks" (Murphy 2022). Per quanto invece riguarda l'accessibilità sia possibile tramite diverse tecnologie, smartphone in primo luogo.

Alla luce di tali dettagli, il lancio di Meta è in continuità con lo sviluppo dei metaversi dei mondi virtuali, ma con alcuni elementi di novità frutto del vantaggio competitivo che ha la piattaforma.

FRA CAPITALISMO DIGITALE E UTOPIE LIBERTARIE

Come si può notare, gli esperimenti dei mondi virtuali iniziata nel 2003 con *Second Life* ed evoluta fino al 2017 con *Fortnite*, mostrano anche il profondo cambiamento che ha avuto internet negli ultimi anni. L'ipotesi che proveremo a dimostrare è la seguente: il metaverso è frutto della nuova fase dell'internet commerciale i cui obiettivi sono la sostituzione dell'organizzazione sociale contemporanea con internet. Per sostenere questa ipotesi servono tre elementi chiave: l'evoluzione dell'uso di internet, la dialettica fra le due anime della rete, il ruolo dei social media come spazi di disintermediazione. Cominciamo con l'evoluzione dell'uso di internet. Internet nasce sostanzialmente come un mezzo di comunicazione: ovvero fornire alle persone la possibilità cioè di comunicare con le altre attraverso un nuovo medium. Così descritta, la rete ha avuto lo stesso percorso di qualunque altro media: inizia duplicando servizi noti – la posta, l'archiviazione di documenti – e prosegue sviluppando nuovi servizi. In questo senso deve essere valutato il passaggio da internet al *World Wide Web*: da un processo di flusso di documenti, ad una dinamica di flusso di contenuti. Per comprendere il cambiamento antropologico di una rete basata su testi, ad una rete basata su ipertesti bisogna chiarire un punto: il rapporto fra comunicare e l'esperienza della comunicazione. Dal punto di vista strettamente sociologico, comunicare non vuol dire spostare un messaggio dal punto A al punto B, bensì comunicare vuol dire instaurare un legame sociale in cui la dimensione di trasferimento è solo uno degli aspetti possibili del legame (Carey 1989). McLuhan nel suo famoso aforisma "il medium è il messaggio" sosteneva proprio questo: il modo con cui un messaggio viene veicolato è altrettanto importante quanto il messaggio stesso (McLuhan 1964). Una volta chiarita la dimensione esperienziale del processo comunicativo, la domanda diventa: quali sono i cambiamenti di internet da medium ad esperienza? Per fare questo è utile osservare il cambiamento tecnologico della rete. In primo luogo, internet diventa un enorme ipertesto grazie all'innovazione del *World Wide Web*, un universo di documenti legati tra loro da una serie di link. L'ipertesto è la componente esperienziale che ha fatto passare internet da collezione di testi, a spazio di documenti. Il secondo passaggio chiave è stato rendere documenti ipertestuali le interazioni sociali. In internet le interazioni prendono la forma di testi scritti, ma sono testi che hanno caratteristiche profondamente diverse dagli altri testi. Per prima cosa sono prodotti da persone per essere consumati da altre persone nel processo di relazione sociale, poi sono testi organizzati in forma dialogica, basti pensare all'infinità di acronimi che si usano nelle *chat* (LOL, IMHO) oppure all'uso dei segni di interpunzione per esprimere stati emotivi (le faccine o emoticons adesso diventate emoji). Gli ipertesti che sottendono relazioni sociali (e non rapporti documentali) descrivono spazi sociali, cioè da ipertesti diventano iperspazi, spazi sociali connessi da link. È il caso delle community e dei forum dell'inter-

net degli anni ’90. Questi spazi sociali erano molto circoscritti finché non arriva il Web 2.0, ovvero un web pensato per essere letto e scritto da persone (Bennato 2011). I testi digitali sono sempre di più oggetti relazionali usati dalle persone per chiacchierare, per commentare, per esprimere un’opinione. È il web partecipativo che assume la sua forma compiuta nei social network: luoghi sociali pensati per l’interazione sociale mediante contenuti organizzati in testi, in foto, in video. Dagli iperspazi si passa agli iperluoghi: spazi sociali complessi connessi tra loro da link. In questo passaggio dall’ipertesto, all’iperluogo, all’iperspazio c’è un convitato di pietra: il corpo. La dimensione comunicativa è essenzialmente una dimensione corporea: per questo dall’internet del testo scritto si è passati all’internet delle immagini e adesso – in piena esplosione di Tiktok – all’internet dei video: per comunicare come esseri umani abbiamo bisogno del nostro corpo. E qual è il modo migliore per comunicare con una corporeità che si fa digitale? L’uso degli avatar negli spazi digitali tridimensionali. È l’esigenza del corpo che guida lo sviluppo dei metaversi come spazi sociali.
Il secondo elemento chiave è la dialettica fra le due anime della rete: capitalismo digitale e utopie libertarie.

Il computer è sempre stato figlio di due ideologie. Da un lato Silicon Valley, il computer come strumento del capitalismo e dell’organizzazione militare, dispositivo per aziende e organizzazioni. Dall’altro il computer come opportunità di espressione creativa, come oggetto per persone e piccole comunità, come potere tecnico al servizio della libertà individuale. Il computer si è sempre mosso fra queste due anime: prodotto del capitalismo e strumento del libertarismo, Scilla e Cariddi della storia dell’informatica (Bennato 2002). Il computer nelle organizzazioni per scrivere, fare calcoli, pianificare è figlio dell’ideologia capitalista. Il computer come strumento per giocare (i videogiochi), suonare (la musica elettronica), per creare è figlio dell’ideologia libertaria. Allo stesso modo internet. Nato come idea dell’apparato militare statunitense alla ricerca di una infrastruttura per difendersi dagli attacchi sovietici in piena guerra fredda, rapidamente diventa infrastruttura sociale per la creatività scientifica e sociale. Non è un caso che il *World Wide Web* sia nato al CERN di Ginevra, il più importante luogo di produzione scientifica nella fisica delle particelle. In questa dinamica, lo sviluppo del Web 2.0 ha avuto due importanti conseguenze. La prima è la trasformazione della rete in un luogo di relazione sociale con la nascita di nuovi servizi (i social network, i blog, i wiki), dall’altro una rete così eterogenea è stata rinchiusa in una serie di scatoline che potessero essere usate con strumenti sempre più semplici e molto meno flessibili. Nasce cioè l’ecosistema delle app e dell’uso esclusivo degli *smartphone*, vero momento di successo dell’ideologia capitalista contro quella libertaria. In questo cammino di ricerca del prossimo ambiente commerciale si inserisce il metaverso: mondi digitali in cui per esistere è necessario essere disposti a spendere valute virtuali.

Il terzo elemento chiave è il ruolo dei social media come spazi di disintermediazione.

Il successo del Web 2.0 e dei social media come servizi e come ambienti di coinvolgimento del pubblico, ha mostrato come fosse possibile creare degli spazi digitali che si sovrapponevano agli spazi sociali, fino a sostituirsi completamente. Il processo si è sviluppato progressivamente. Prima le persone hanno cominciato a popolare questi spazi digitali e poi questi si sono sostituiti alle istituzioni sociali tradizionali. Facebook ha sostituito la piazza, Amazon ha sostituito il supermercato, Netflix ha sostituito il cinema, Google ha sostituito i giornali. E se ciò non bastasse sono arrivati nuovi soggetti che facendo proprie le regole di coinvolgimento e partecipazione dei social media, hanno usato gli algoritmi per sostituirsi agli attori economici. Uber ha sostituito i taxi, Airbnb ha sostituito alberghi e hotel, l’ecosistema dei rider ha sostituito l’esperienza di acquisto nei punti vendita. A tutto ciò si aggiunge il fatto che la pandemia ha radicalizzato tali strategie. Le conseguenze sono state che le piattaforme digitali hanno disintermediato diverse istituzioni sociali, riducendo la distanza fra il consumatore/cittadino e i servizi, diventando a loro volta nuovi strumenti di intermediazione, secondo la classica dinamica sociologica disintermediazione/reintermediazione (Castells 2009). Lo sviluppo dei metaversi si inserisce in questa dinamica disintermediazione sociale: sostituire alle classiche istituzioni sociali, nuove istituzioni totalizzanti che concentrano in sé ogni esperienza della vita sociale – dalla relazionalità al consumo – diventando mondi autonomi con regole di partecipazione sociale, politica e tecnologica proprie e dotate di strumenti di interazione economica come i bitcoin ma anche valute reputazionali, ovvero che traducono la fiducia sociale delle persone in strumenti di scambio economico. Concludendo possiamo dire che la spinta verso l’esperienza di internet come metaverso, prende le mosse dall’immaginario tecnologico ed è figlia della strategia delle grandi multinazionali del capitalismo digitale che vogliono radicalizzare il processo di disintermediazione degli attori sociali e istituzionali tradizionali, verso un processo di sostituzione dei mondi sociali con i mondi virtuali, nei quali però sono le piattaforme a dettare le regole.

L’unico modo per intervenire in questo processo è la presenza di un attore forte, per esempio lo Stato, che sia in grado di governare questo processo diventando soggetto terzo tra la spinta commerciale delle piattaforme e la libertà individuale alla base dell’esercizio della cittadinanza.

BIBLIOGRAFIA

D. BENNATO (2002), *Le metafore del computer. La costruzione sociale dell’informatica*, Meltemi, Roma.
D. BENNATO (2011), *Sociologia dei media digitali*, Laterza, Roma-Bari.
D. BENNATO. (2015), *Il computer come macroscopio. Big data e approccio computazionale per comprendere i cambiamenti sociali e culturali*, Franco Angeli, Milano.
W. BIJKER, (1995), *La bicicletta e altre innovazioni*, McGraw Hill, Milano, 1998.
J. CAREY, (1989), *Communication as Culture. Essays on Media and Society*, Unwin Hyman, Boston.
M. CASTELLS, (2009), *Comunicazione e potere*, EGEA, Milano, 2009.
E. CASTRONOVA, (2005), *Universi sintetici. Come le comunità online stanno cambiando la società e l’economi*a, Mondadori, Milano, 2007.
P. FLICHY, (1995), *L’innovazione tecnologica. Le teorie dell’innovazione di fronte alla rivoluzione digitale*, Feltrinelli, Milano, 1996.
F. GIOVANNINI, (2001), *Cyberpunk e Splatterpunk. Guida a due culture di fine millennio*, Datanews, Roma.
H. JENKINS, (2006), *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007.
M. MCLUHAN, (1964), *Gli strumenti del comunicare, Il Saggiatore*, Milano, 1967.
H. MURPHY, (2022), *Facebook owner Meta targets finance with ‘Zuck Bucks’ and creator coins*, “Financial Times”, 6 aprile, https://www.ft.com/content/50fbe9ba-32c8-4caf-a34e-234031019371 (ultima consultazione 10/04/2022).
J. WATERSON, Milmo, D. (2021), *Facebook whistleblower Frances Haugen calls for urgent external regulation*, “The Guardian”, October 26, https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/25/facebook-whistleblower-frances-haugen-calls-for-urgent-external-regulation (ultima consultazione 10/04/2022)

Benedetta Panchetti

Benedetta Panchetti è External Contractor presso l'Università di Notre Dame (Indiana, USA), dove collabora al progetto di monitoraggio e valutazione del programma dei Corridoi Umanitari. Conseguita la laurea magistrale in Relazioni Internazionali presso la Facoltà di Scienze Politiche "Cesare Alfieri" di Firenze, con una tesi riguardante la minoranza cristiana in Siria dove ha svolto un periodo di ricerche, ha ottenuto il dottorato di ricerca in "Diritto, persona, lavoro" presso l'Università Ca' Foscari e la Fondazione Generale Studium Marcianum di Venezia ed è stata borsista del Centro Universitario Cattolico, dove ha svolto una ricerca sul tema delle famiglie miste islamo- cristiane e sulla condizione femminile in Libano. Collabora con riviste e testate sui temi oggetto delle sue attività di ricerca.

Devide Bennato

Davide Bennato è professore associato di Sociologia dei media digitali presso il Dipartimento di Scienze Umanistiche (DISUM) dell'Università degli Studi di Catania. È Presidente del corso di laurea in Scienze e Lingue per la Comunicazione (DISUM), membro del Centro Informatica Umanistica (CINUM) dell'Università di Catania, membro del Dottorato in Sistemi Complessi del Dipartimento di Fisica e Astronomia dell'Università di Catania. Si occupa di comportamenti collettivi nei social media, etica dei big data, sociologia digitale e su questi temi cura il blog "Tecnoetica.it" e collabora con il magazine "Agenda Digitale". Autore e saggista prolifero, tra i suoi tanti lavori ricordiamo "Il computer come macroscopio. Big data e approccio computazionale per comprendere i cambiamenti sociali e culturali (Franco Angeli, 2014) e la curatela del volume "Black mirror. Distopia e antropologia digitale" (Villaggio Maori, 2018).

Maurizio Sacconi

Maurizio Sacconi è Presidente dell'Associazione Amici di Marco Biagi. Già funzionario dell'International Labour Office di Ginevra, agenzia specializzata delle Nazioni Unite, parlamentare di lungo corso nelle due fasi della storia Repubblicana, è stato Sottosegretario di Stato in diverse amministrazioni pubbliche e Ministro della Salute, del Lavoro e delle Politiche sociali. Ha di recente pubblicato "Volevo solo una girandola. Racconti brevi di vita pubblica" (Marsilio, 2020).

Benedetto Ippolito

Benedetto Ippolito è docente di Storia della Filosofia Medievale all'Università degli Studi Roma Tre e alla Pontificia Università della Santa Croce. Studioso delle radici cristiane della filosofia moderna e della genesi storica delle categorie politiche contemporanee, è stato Consigliere d'Amministrazione e Direttore del Comitato Scientifico della "Fondazione Telecom Italia" dal 2008 al 2011, Consigliere Strategico dell'IPALMO e Consigliere Direttivo del CISEM (Centro Interdipartimentale di Studi sull'Etica in ambito Militare). Saggista, opinionista e collaboratore di molte testate giornalistiche (Il Foglio, Il Tempo, Formiche, Italia Oggi, Riformista, Avvenire, Rainews24, Skytg24) ha pubblicato di recente "Dio, il niente e la verità in Anselmo d'Aosta" (Aracne Editrice, 2015).

Gianfranco Polillo

Gianfranco Polillo si occupa di politica economica ed è collaboratore di riviste e Centri studi. Sottosegretario di Stato all'economia nel Governo Monti è stato allievo di Federico Caffè. Consigliere della Camera dei deputati, fino a divenire Capo del servizio studi e poi Bibliotecario, distaccato presso l'Esecutivo è stato prima Capo della segreteria tecnica del Ministro dell'economia, quindi, Capo del Dipartimento per gli affari economici della Presidenza del Consiglio e poi Capo gabinetto del Ministro per l'attuazione del programma. Autore e saggista prolifero collabora con diverse testate giornalistiche cartacee e online.

Michele Marchi

Michele Marchi è professore associato di Storia contemporanea presso il Dipartimento di Beni Culturali dell'Università di Bologna, Campus di Ravenna, dove insegna, tra le altre materie, Political History of European Integration and History of Euro-Mediterranean Political Systems since 1945. I suoi principali interessi di studio e di ricerca riguardano la storia politica dell'Europa contemporanea e il rapporto tra politica interna e processo di integrazione europea nella seconda metà del Novecento. È membro dei comitati di Redazione delle riviste "Nuova Informazione Bibliografica", "Ricerche di Storia Politica" e di "Rivista di Politica". Saggista e autore tra i suoi ultimi lavori ricordiamo "Francia e Italia così vicine, così lontane" (Ventunesimo Secolo, 42/2018) con Daniele Caviglia e "Democristiani, Chiesa e cattolici negli anni di Craxi" (Marsilio, 2018) con Gennaro Acquaviva e Paolo Pombeni.