

Meta dice addio al Metaverso in favore di smart glasses a riconoscimento facciale

Nell'ottobre 2021 Facebook formalizzò il cambio di nome in **Meta**, una mossa che - almeno ufficialmente - voleva chiarire sin da subito l'ambizione del CEO **Mark Zuckerberg**: archiviare progressivamente i social "statici" per costruire un universo virtuale in cui socializzare, lavorare e giocare, il cosiddetto **metaverso**. A meno di cinque anni di distanza, quel progetto si è però completamente sgonfiato. L'idea di un mondo digitale immersivo targato Meta è naufragata e lo stesso Zuckerberg ha tirato i remi in barca per **concentrare gli sforzi sull'intelligenza artificiale** e negli accessori indossabili, le nuove pentole d'oro verso cui stanno convergendo tutte le grandi aziende del digitale.

Più che un commiato, quello di Meta nei confronti di Horizon Worlds somiglia a un vero e proprio post-mortem lapidario. In [una nota](#) di poche righe pubblicata sul blog ufficiale, l'azienda ha comunicato l'intenzione di **separare i progetti di realtà virtuale (VR) dalla piattaforma dedicata al metaverso**, confinando questa al solo ecosistema *mobile*. Horizon Worlds continuerà dunque a esistere - almeno per ora - sullo schermo di uno smartphone, ma rinuncia alla dimensione immersiva delle tre dimensioni vissute attraverso le lenti di un visore: proprio la modalità di fruizione che Meta ha cercato disperatamente di imporre per anni.

Il CTO Andrew Bosworth [ha rassicurato](#) i pochi fan rimasti spiegando che il sistema resterà operativo per gli utenti già iscritti. Ha però ammesso che lo sviluppo non proseguirà con nuovi contenuti poiché l'azienda ha deciso di concentrare le proprie energie altrove. In sostanza, è un morto che cammina - una condizione che riassume bene l'intera parabola di quella che **era stata presentata come "la nuova frontiera"** dei social. All'epoca l'idea aveva persino trovato terreno fertile: si usciva dalle quarantene pandemiche, la digitalizzazione correva veloce e lo smart working stava entrando nella coscienza collettiva. Ma da allora le persone hanno ricominciato a incontrarsi dal vivo e molte aziende, comprese le Big Tech, hanno rivisto le loro politiche sul lavoro da remoto. Alla fine, Horizon Worlds era così poco popolare che Meta si era persino trovata a [imporre contrattualmente](#) ai propri dipendenti l'uso della versione aziendale del metaverso.

La [corsa al metaverso](#) immaginata da Zuckerberg era probabilmente condannata al fallimento sin dai primissimi passi. Per accedere al servizio, infatti, un utente doveva dotarsi di un **visore VR costoso** e di un computer sufficientemente potente da supportarlo: un investimento da migliaia di euro per **un prodotto di cui, in fondo, nessuno sentiva davvero la necessità**. Le campagne di promozione di Horizon Worlds non hanno aiutato. Gli avatar e gli ambienti apparivano come simulacri senz'anima, lontani anni luce dall'idea di un mondo digitale vibrante e coinvolgente. E non che ci si aspettasse molto di meglio da Zuckerberg, lo stesso che nel 2017 aveva promosso la sua realtà virtuale [inviando](#) una

Meta dice addio al Metaverso in favore di smart glasses a riconoscimento facciale

versione digitale e sorridente di sé a “visitare” le strade di una Puerto Rico devastata da un uragano.

I social in realtà virtuale esistevano ben prima di Horizon Worlds e certamente gli sopravviveranno. Restano però fenomeni di nicchia, incapaci di soddisfare le ambizioni di Zuckerberg, che puntava verosimilmente a costruire un proprio “**App Store**” del **metaverso**, applicando commissioni a chiunque volesse partecipare all’ecosistema. In altre parole, replicare il duopolio Android-Apple nel *mobile*, ma proiettato in un territorio ancora inesplorato. Dire che la scommessa non abbia funzionato è un eufemismo. Lo scorso gennaio la divisione aziendale dedicata al progetto ha registrato una perdita operativa di sei miliardi di dollari, la quale si aggiunge ai salassi passati per raggiungere la [cifra stimata](#) di **80 miliardi di dollari**. Pochi giorni dopo è [trapelata la notizia](#) del licenziamento del 10% del personale del settore.

Meta, ormai, non parla quasi più del metaverso. Zuckerberg rilancia sull’intelligenza artificiale, [dichiarandosi disposto](#) a **sperperare fino a 200 miliardi di dollari** pur di sviluppare un prodotto capace di reggere la competizione e, magari, avvicinarsi alla cosiddetta “**superintelligenza artificiale**”. Parallelamente, la Big Tech sta ottenendo risultati ben più concreti con la collaborazione con EssilorLuxottica: gli **smart glasses** stanno conquistando gli appassionati grazie a un prezzo più accessibile e a una praticità che nessun visore VR è mai riuscito a garantire. Detto questo, anche questi occhiali non sono esenti da criticità notevoli.

Dal punto di vista aziendale, gli smart glasses **raccolgono una quantità di dati difficilmente immaginabile**; dall’altro, non mancano esempi di utenti che sfruttano la possibilità di registrare video in modo discreto per attività che vanno **dallo spionaggio alle molestie sessuali**. Non solo. Secondo quanto riportato dal [New York Times](#), Meta starebbe valutando di spingere ulteriormente lo sviluppo del dispositivo verso tecnologie di **riconoscimento facciale**, approfittando di quello che l’azienda avrebbe definito “un contesto politico dinamico, in cui molti gruppi della società civile da cui ci aspetteremmo di essere attaccati hanno investito le loro risorse in altre battaglie”. Una direzione talmente distopica da [aver allarmato](#) persino il Senato statunitense.



Meta dice addio al Metaverso in favore di smart glasses a riconoscimento facciale

Walter Ferri

Giornalista milanese, per *L'Indipendente* si occupa di analisi nel campo della tecnologia, dei diritti informatici, della privacy e dei nuovi media, indagando le implicazioni sociali ed etiche delle nuove tecnologie. È coautore e curatore del libro *Sopravvivere nell'era dell'Intelligenza Artificiale*.