

La tecnomagia nel Metaverso. Riti, corpi e giochi nella socialità digitale

Michelle Grillo

michelle.grillo@studenti.uniecampus.it
eCampus Università



Abstract

Technomagic in the Metaverse. Rituals, Bodies, and Games in Digital Sociality

Digitalization has generated a rethinking of languages and forms of communication, influencing and changing various areas of life, from social relations, to work, to education and consumption of art, music, and fashion. Words like Metaverse and Artificial Intelligence, although they are not new, have entered forcefully into the common language only in this last year, thanks to the hype around the metaverse and the introduction and diffusion of generative AI, thanks to which we witness a real transition to increasingly immersive forms of consumption and experience.

The metaverse, in particular, manifests itself in four dimensions: A new idea of presence and forms of cultural participation within metaverse platforms. Communion around the products. The return to a playful dimension. The sacrifice of the body.

This article aims to analyze the four dimensions above to list and investigate how consumption and experiences in the metaverse lead towards the techno-magic paradigm that develops around “nuovi riti dei media e della socialità [...] basati sulla condivisione di segreti, di emozioni e stili di stampo comunitario, fondati sulla dimensione del “comune” (Susca, 2022: 21), in which it does not matter the game itself, but how we show ourselves inside it and where contemporary tecnomages (ibid, 2022) move in the digital spaces of the metaverse passing between the immersive Worlds of Roblox and Decentraland, covering the sparkling bodies of their avatars.

Keywords

Twitch | Platform | Labor | Community | Meme



[...] né la materia, né lo spazio, né il tempo sono più ciò che sono sempre stati... Sapremo trasportare o ricostruire in qualunque luogo il sistema di sensazioni, - o più esattamente, il sistema di eccitazioni - che un oggetto o qualunque evento dispensa in qualunque luogo.

Le opere acquisiranno una sorta di ubiquità. La loro presenza immediate o il loro ritorno in ogni momento obbediranno alla nostra chiamata.

Non saranno più solo presenti di per sé, ma esisteranno ovunque si trovi qualcuno con un certo apparato.

Come l'acqua, come il gas, come la corrente elettrica che arriva da lontano nell'case per soddisfare i nostri bisogni, quasi senza sforzo, così saremo riforniti di immagini visive e uditive, che emergono e svaniscono al minimo gesto, quasi con un solo segno.

Non so se un filosofo abbia mai sognato una società per la distribuzione della Realtà Sensibile in casa

Paul Valéry (1928)

Nel febbraio del 2023, Artur Sychov, fondatore della piattaforma metaversa Somnium Space, ha affermato che lo sviluppo delle intelligenze artificiali accelereranno l'ambizioso progetto "Live forever", un sistema che consentirà di creare il gemello digitale di un defunto per poter continuare a comunicare con lui grazie alla realtà virtuale¹. La notizia ricorda l'episodio di *Black Mirror* "Torna da me", in cui una donna decide di avvalersi del servizio di una società per realizzare un simulacro del defunto fidanzato, grazie all'impiego dell'intelligenza artificiale e le informazioni tratte dai messaggi di testo sui social media.

Il progetto "Live forever", più di ogni altra iniziativa messa in campo in questi ultimi anni, impone una riflessione riguardo all'evoluzione del digitale e della tecnica, per le sue implicazioni con i sentimenti umani, ma anche con il sacro e la magia, che predispone le tecnologie digitali a diventare non soltanto strumenti realizzati per

¹ <https://osservatoriometaverso.it/intervista-ad-arthur-sychov-somnium-space-il-metaverso-e-gia-qui/>

risolvere problemi in direzione del progresso, ma qualcosa che va al di là (Davis, 1999), o nell'aldilà.

Gli ultimi anni, in particolare, hanno segnato un'accelerazione dei processi di digitalizzazione. La pandemia da Covid-19 ha certamente dato un impulso decisivo, tanto da poter essere considerata evento di confine tra due mondi e modi di percepire e vivere il digitale. Un prima in cui assistevamo alla sua evoluzione; spettatori di un cambiamento in cui l'idea dominante era quella di potersi in qualche modo, anche sottrarre; e un dopo, segnato dal lockdown, in cui la digitalizzazione da momentanea necessità si è collocata in maniera dirompente e permanente nelle vite di ognuno. È in questo contesto globale *always on* (Susca, 2022), dominato da pc e smartphone, che parole come Metaverso e Intelligenza Artificiale, sono entrate prepotentemente nel linguaggio comune. Per dare un esempio l'indice di Google Trends dimostra che il termine "metaverso" nel mondo ha raggiunto 100 solo nel gennaio 2022, mentre la ricerca del termine negli anni precedenti è stata pressoché pari a zero². Il 2022 e il 2023, dunque, grazie all'hype intorno al Metaverso e all'introduzione e diffusione delle AI generative, sono stati segnati da una vera e propria transizione verso forme sempre più immersive di consumi ed esperienze.

Eppure il metaverso, così come le intelligenze artificiali, fanno parte del nostro immaginario, ben da prima del loro sviluppo tecnologico, inoltre gli odierni mondi immersivi e realtà virtuali rimediano film e prospettiva pittorica (Grusin, 2017: 92) Ma rimanendo nell'ordine dell'immaginario bisogna andare molto indietro nel tempo, fra il 1531 e il 1536, a Mantova, più precisamente a Palazzo Te³, nella Sala dei Giganti progettata da Giulio Romano, per trovare un prototipo di esperienza immersiva. La sala, realizzata a base quadrata e sovrastata da un soffitto a cupola, mostra Giove che sconfigge i Giganti, ritratti a partire dal pavimento mentre tentano di ascendere alle stelle. Lo spazio è reso immersivo dalla pittura che avvolge completamente ogni superficie della sala e la pavimentazione realizzata in maniera irregolare, per ricreare nello spettatore dell'opera, la stessa sensazione di precarietà e pericolo dei Giganti.

Restando nel mito e facendo riferimento al re cipriota Pigmalione, il racconto di Stanley G. Weinbaum *Gli occhi di Pigmalione* (2016), narra dell'invenzione di occhiali magici, uno strumento molto vicino all'idea degli odierni Oculus. La fascinazione di un mondo altro trova spazio negli anni ottanta con *Neuromante* di William Gibson (2014), in cui appare "la matrice", come astrazione visiva del cyberspazio; il termine è poi ripreso dalle sorelle Wachowski in *Matrix* nel quale i corpi reali dei protagonisti giacciono al di là della matrice. È al concetto di al di là che Maurice Merleau-Ponty fa riferimento usando il termine virtuale, asserendo che il corpo è là in cui c'è qualcosa da fare (Merleau-Ponty, 2014). L'idea di un mondo altro la ritroviamo nei lavori di Marvin Minsky che nel 1980 coniò la parola "telepresenza" in riferimento ai sistemi di teleoperazione per la manipolazione di oggetti fisici remoti (Minsky, 1980). Secondo Witmer e Singer "la (tele)presenza è definita come l'esperienza soggettiva di trovarsi in un luogo o in un ambiente, anche quando si è fisicamente situati in un altro"



² Dati reperibili su <https://trends.google.it/trends/explore?date=all&q=metaverse>

³ (<https://www.centropalazzote.it/camera-dei-giganti/>)

(Witmer, Singer, 1998: 225–240). Andando verso un uso più specifico del termine Metaverso, compare per la prima volta negli anni novanta in *Snow Crash* (Stephenson, 2007) romanzo che narra le avventure di un ragazzo, la cui vita miserevole si trasforma nel metaverso dove veste i panni di un principe guerriero. Nel 2011, il romanzo *Ready Player One* (Cline, 2021) e poi successivamente l'omonimo film diretto nel 2018 da Steven Spielberg, fanno conoscere al pubblico il mondo parallelo Oasis, accessibile tramite il visore per la realtà virtuale.

Produzione artistica, letteraria e filmica mostrano, dunque, quanto il Metaverso fosse un'idea ben presente già molto prima del lancio di Meta. Alcuni osservatori parlano di proto-Metaversi, facendoli risalire agli anni Cinquanta con i computer mainframe, e negli anni Settanta con i mondi virtuali testuali, i Multi-User Dungeon (Ball, 2022). Ma di fatto è esattamente alla fine del 2021, con la dichiarazione al grande pubblico da parte del gruppo Facebook, di considerare la transizione verso il Metaverso un obiettivo per il futuro (Volponi, 2022), che l'hype e l'interesse intorno a esso hanno preso consistenza, alimentando le promesse legate al suo immaginario, ovvero divertimento, utilità, interoperabilità, con la combinazione di infiniti scenari presenti passati e futuri, in grado di poter far dialogare con chiunque (Ibidem), defunti compresi.



1. Domanda di ricerca e metodologia

150

La vertigine del nostro tempo ultramoderno impone di volgere lo sguardo al passato, all'origine delle tradizioni, del sacro e del magico, per poter analizzare al meglio il vivere digitale. Ogni spazio digitale richiama, infatti, al pensiero sacro e a un immaginario archetipico (Davis, 1999) e religioso (Dunkheim, 2008). Il metaverso, in maggior modo, ci pone dinanzi a un contesto in cui "la tecnologia smette bruscamente di essere un dispositivo del lògos [...] divenendo tecnomagia, ovvero sistema di nuovi e vecchi totem, riti e miti attorno ai quali il soggetto si perde e si confonde" (Susca, 2022: 16) in grado di condurre in direzione di un neo tribalismo (Maffesoli, 2004) che si manifesta in quattro dimensioni:

- 1) Una nuova idea di presenza e forme di partecipazione culturale all'interno delle piattaforme metaverse, in cui gli utenti si fanno pionieri delle nuove tecnologie dando vita a nuove forme di interazioni sociali (Jenkins, 2007).
- 2) La comunione intorno ai prodotti che si spogliano totalmente della loro funzione pratica per diventare solo totem e feticci, come nel caso degli abiti digitali che perdono la loro funzione originaria di mantenimento della temperatura (McLuhan, 2015: 120) per assolvere solo un ruolo simbolico di oggetto di comunione.
- 3) Il ritorno a una dimensione ludica, che sottende l'idea stessa di metaverso; in particolare assistiamo allo slittamento di ambiti estranei al gioco, come l'istruzione e il lavoro con la conseguente sottrazione al dovere a favore di un significato ludico espanso.

- 4) La centralità del corpo che non è più solo uno strumento della produzione, ma assume il carattere di feticcio di sé e per sé (Susca, 2022); non è neanche un corpo performante (Codeluppi, 2007), ma è un corpo che aderisce totalmente al bisogno del tempo di divertirsi (Morin, 2018) e farsi merce.

Partendo da queste premesse, con il presente articolo si intende analizzare le quattro dimensioni sopra elencate e indagare in che modo consumi ed esperienze nel metaverso conducono verso il paradigma tecnomagico che si sviluppa intorno a “nuovi riti dei media e della socialità [...] basati sulla condivisione di segreti, di emozioni e stili di stampo comunitario, fondati sulla dimensione del “comune” (Susca, 2022: 21). Per questa analisi è stata adottata una metodologia di tipo qualitativo, nello specifico un’analisi netnografica basata sull’osservazione non partecipante all’interno delle community metaverse di “Roblox” e “Decentrand”. Le piattaforme sono state scelte per la facilità di accesso da pc e smartphone, in entrambe non è previsto l’ utilizzo di visori VR. Presentano, inoltre, delle specificità e differenti affordance in grado di restituire una ricchezza di contenuti e una visione più ampia sul metaverso. Roblox nasce come una piattaforma di gioco in cui gli utenti possono realizzare a loro volta dei giochi, vivere esperienze nei mondi immersivi, partecipare alle community (Grillo, 2022). Diversamente Decentrand non è una piattaforma di gioco ma una piattaforma decentralizzata basata su Blockchain Ethereum. Offre agli utenti la possibilità di creare esperienze e contenuti in maniera semplice e accessibile, acquistare e vendere terreni digitali e NFT, partecipare a esperienze immersive.

La ricerca è parte di un più ampio lavoro di indagine sul metaverso e la moda, per tale ragione l’ osservazione è cominciata da marzo 2022 ed è ancora in corso, e prevede l’ accesso a entrambe le piattaforme due volte a settimana, con un approccio coperto per un tempo di permanenza di circa sessanta minuti. Si è deciso di esplorare quattro dimensioni poiché si ritiene che ognuna dia accesso a processi e pratiche della tecnomagia nel metaverso.

2. Una nuova idea di presenza e forme di partecipazione culturale nelle piattaforme metaverse

Nel 2022 la piattaforma metaversa di Roblox è cresciuta del 23%, fino a superare i 56 milioni di utenti globali giornalieri. I players hanno trascorso oltre 49,3 miliardi di ore insieme per creare, giocare, esplorare, imparare e connettersi⁴. La maggior parte degli utenti sono bambini sotto i 13 anni, circa il 54,86% (Suh, Ahn, 2022). Il successo della piattaforma è legato alla possibilità di creare giochi, esperienze interattive e ritrovi virtuali per pochi intimi o per il mondo intero.

⁴ <https://blog.roblox.com/2023/01/2022-year-in-review-letter-from-our-ceo/>.



In tal senso Roblox si configura come qualcosa di più di una semplice piattaforma di gioco, ma un metaverso vibrante ed in espansione di contenuti creati dai creator in cui i contenuti grassroot sono la vera economia, concentrandosi sulle esperienze immersive e l'interazione all'interno della community. Roblox non è un singolo gioco, ma piuttosto un cambio di paradigma sotto forma di "co-esperienze umane", tutte create dalla sua comunità di giocatori (Grillo, 2022: 5).

Inoltre, grazie alla sua natura multiplayer sociale, e alla possibilità di provare migliaia di esperienze diverse, rappresenta un vero e proprio laboratorio per sperimentare lo slang giusto, mappe, sottoculture (Monteverdi, 2022) e nuovi trend.

Nel 2022 alcune tendenze di stile hanno trovato ampio spazio su Roblox: la prima riguarda la "Y2K aesthetic", ovvero un ritorno allo stile degli anni 2000, fatto di piccole magliette, pantaloni cargo e top foulard per customizzare gli avatar. Il trend, dalle piattaforme social e metaverse, si è poi collocato sulle passerelle in IRL. L'altro trend è il #barbiecode, sorto anche su Roblox sulla scia del film *Barbie*, dando vita alla creazione di oggetti ispirati all'universo di Barbie. Il successo del trend ha ispirato il brand "Forever 21" a realizzare la collezione digitale "Forever 21 x Barbie". I due casi indicano in che modo il metaverso rappresenti un nuovo ambiente sorgivo per la nascita e la diffusione delle sottoculture. Maffesoli (2004), affrontando la crisi dell'individualismo, individuò nelle sottoculture un ritorno a una fase tribale, legato ad alcuni aspetti della fase premoderna della civiltà - nello specifico, a uno stringersi intorno a nuove comunità, come modello di organizzazione dei rapporti tra gli individui. Portando come esempio le sottoculture giovanili, Maffesoli, sottolineava come l'interesse per il corpo, la moda, la dimensione ludica, anziché la dimensione del lavoro e della produttività, erano diventate le nuove leve intorno alle quali stringersi in gruppo e compiere azioni, senza obblighi, né sanzioni, ma con l'unico obbligo di sentirsi parte di un corpo collettivo nel qui e ora (Maffesoli, 2021). Quello di cui ci parla Maffesoli è un'idea di "presentismo" inteso come godimento momentaneo che valorizza la bontà delle esperienze quotidiane minime. C'è poi un'idea di presenza, del qui e ora, sempre intrinseca all'essenza stessa di metaverso, la cui sfida, come fa notare Pinotti (2022) era già stata auspicata da Minsky, identificando in essa l'impegno principale del computer. Minsky affermava infatti che "la più grande sfida per lo sviluppo di telepresenza è raggiungere quel senso di "esserci"". (Minsky, 1980: 45) Le due concezioni legate alla presenza, sia nell'accezione di Maffesoli che di Minsky, trovano sintesi nell'idea di presenza proposta da Mark Zuckerberg durante l'annuncio di Meta:

Imagine if you could be at the office without the commute. You would still have that sense of presence, shared physical space, those chance interactions that make your day. All accessible from anywhere. Now imagine that you have your perfect work set-up, and you can actually do more than you could in your regular work set-up⁵.

⁵ https://www.youtube.com/watch?v=WIOSnT8X_h8



I temi del qui e ora e delle sottoculture che prendono vita nelle community, rappresentano elementi fondativi del Metaverso in cui è possibile scorgere un ritorno a una fase tribale, in cui ogni comunità online, da Roblox a Fortnite a Decentraland a Sandbox, è intrisa di un'aura elettronica dal forte potere mistico e iniziatico (Susca, 2022: 168) e in cui la padronanza ascetica del mondo si annida di volta in volta nella costruzione dei mondi al loro interno (Davis, 1999). Un ritorno al sacro che trova continuità nella ritualità e la spettacolarità delle sfilate di moda nel metaverso di Decentraland (Grillo, 2022, op. cit.), nel culto dell'oggetto digitale che priva l'oggetto in sé della sua funzione pratica per caricarsi esclusivamente di significato (Baudrillard, 2017), o ancora di più della sua funzione magica. Il Metaverso diventa, altresì, luogo di aggregazione dalle connotazioni a volte magiche, è possibile trarne riscontro nel numero crescente di comunità in cui streghe e maghi digitali, si dedicano al culto del neopaganesimo, pratica che dai social network sta trovando spazio, seppur in maniera ancora minore, sulla piattaforma Roblox⁶. Ecco che il Metaverso, in quanto luogo eletto alla fruizione di eventi e laboratorio di sottoculture -#Y2k e #Barbiecore - rappresenta il luogo della co-creazione e dello scambio di oggetti digitali, monete (Robux, Mana), abiti e riti magici; spazio capace di dare vita a forme alternative di partecipazione culturale.



3. La comunione intorno ai prodotti

Le culture digitali sono intrise di una sacralità legata a forme di comunione che prevedono simboli e feticci (Susca, 2022) e che si realizzano nelle community dei nuovi spazi delle piattaforme metaverse intorno agli oggetti e performance digitali: abiti e accessori digitali, eventi e concerti ed esclusivi NFT.

Nel 2020 è stato lanciato NBA Top Shot (NTS). NTS consente ai suoi utenti di acquisire equivalenti NFT di NBA carte collezionabili sportive, disponibili sotto forma di copie di brevi clip da NBA *highlights* chiamate *moment*. Ogni *moment* riporta a sinistra il "momento" e a destra le informazioni relative al nome del giocatore, quando è stata eseguita l'azione e la rarità del momento con il numero di serie (Kanellopoulos, Gutt, Li, 2021).

Nell'agosto 2021 il brand di lusso Dolce & Gabbana ha debuttato con la collezione in NFT *Genesis* in collaborazione con la piattaforma UNXD. La collezione NFT, limitata ed esclusiva, si componeva di nove pezzi di alta sartoria ispirati alla storia e alle tradizioni veneziane, in cui ognuno rappresentava un oggetto unico che comprendeva sia un elemento fisico progettato da Domenico Dolce e Stefano Gabbana, oltre che una versione digitale di alto design (Segura, 2022). La collezione in NFT *Genesis*, venduta alla cifra record di 1.885,75 Ethereum (pari a quasi 5,6 milioni di dollari) (Volponi, 2022), ha mostrato la potente combinazione tra NFT, moda tangibile e la lusso *brand experience* legata all'acquisto degli NFT. A ogni NFT metaverse acquistato è stato corrisposto un bozzetto originale firmato, un tour

⁶ <https://www.roblox.com/groups/1056976/Pagan-Wicca#!/about>



privato dell'atelier e l'invito esclusivo alla sfilata in IRL di Dolce e Gabbana. Entrambi i casi mostrano la funzione aggregativa degli oggetti digitali; abiti e card in NFT diventano elementi di un consumo collettivo e di una comunione mistica (Smith, 1956). In entrambi i casi gli oggetti digitali si spogliano totalmente della loro funzione pratica caricandosi esclusivamente di significato (Baudrillard, 2014), il cui scopo è quello di creare un senso di comunione per rafforzare l'identità di gruppo, cementificandone i vincoli (Pace, 2022). Il lancio degli abiti e le card in NFT, così come molti altri oggetti *Non fungible token* presenti oggi sul mercato digitale, sono costruiti secondo una ritualità che prevede un preciso timing, un teaser che ne anticipa il contenuto a pochi ed esclusivi membri tra i quali è stabilito un forte senso di comunione (Maffesoli, op. cit) incoraggiandone l'interazione. Il tempo rappresenta una condizione necessaria simile agli atti e alle rappresentazioni magiche e religiose, in cui i riti si svolgono in condizioni di tempo costanti (Hubert, Mauss, 1977: 97). Un esempio è Prada Crypted, uno spazio dedicato agli NFT su Prada.com che collega la moda l'arte e il Web3 e in cui ogni primo giovedì del mese viene rilasciato un oggetto fisico in edizione limitata e il suo gemello digitale in NFT⁷. L'oggetto digitale è assimilabile a un vero e proprio dio totemico intorno al quale i gruppi sociali, e in questo caso le community online, si organizzano, si rafforzano, accolgono e si differenziano dalle altre, stabilendo un legame di natura emotiva (Dunkheim, 2005). In tali community l'esperienza di ciascuno è sovraeccitata dal momento del lancio dell'oggetto digitale: è così che gli Nft si caricano di un potere sacro dal quale si dispiega ogni strategia "metaversa". Strategia che si muove sempre sul piano dell'inclusione e della differenziazione simmeliana (2018), ovvero del desiderio di ogni utente di appartenere alla community e al contempo di distinguersi al suo interno e dalle altre con l' ausilio degli oggetti digitali. La stessa idea di inclusività all'interno della community si basa, inoltre, sempre su una sottesa e ostentata esclusività che conferisce prestigio (Veblen, 2017) a chi, grazie ai costosi NFT entra a far parte nel cerchio magico della community.

4. Il ritorno a una dimensione ludica

Dove finisce il gioco e inizia il Metaverso? Gaming e Metaverso hanno importanti punti di contatto, molte piattaforme metaverse appartengono al mondo del gaming - Fortnite, Animal Crossing, Minecraft e Roblox ne sono un esempio⁸ - ma anche in altre piattaforme, non propriamente appartenenti all'universo gaming, la componente ludica sottende l'idea stessa di metaverso. Secondo Ball (2022) l'industria del gaming risulta tra le più mature e pronte ad affrontare la sfida del Metaverso, la motivazione è sia di tipo pratico, poiché mondi virtuali e tecnologie per decenni sono stati appannaggio dei videogame, ma riguarda anche qualcosa di più profondo che richiama al significato intrinseco della parola divertimento, come

⁷ <https://www.prada.com/prada-crypted/>

⁸ <https://osservatoriometaverso.it/progetti/mappa-del-metaverso/>



“volgere altrove”, essere da qualche altra parte creando un confine tra due spazi. Il senso stesso del gioco rimarca la sua limitazione nello spazio, ancora più che nel tempo, in cui ogni gioco si muove entro il suo ambito delimitato in anticipo (Huizinga, 1973). Da *Second Life*, l’orizzonte di un altrove fortemente connesso alla realtà ha iniziato a configurarsi come possibilità in seguito alla pandemia da Covid 19. È infatti dal 2020 in poi che il metaverso è scivolato dall’immaginazione delle pagine di Neil Stephenson diventando una possibilità sempre più realizzabile. Il 2020 è stato anche l’anno di due videogiochi, *Animal Crossing: New Horizon* e *Adopt Me!* entrambi molto simili nel non presentare gli obiettivi tipici dei videogames: *Animal Crossing* può essere paragonato a una forma di giardinaggio virtuale, mentre *Adopt Me!* è una esperienza virtuale in cui è possibile adottare un pet o un bambino e in cui si possono scambiare oggetti con altri utenti, decorare una casa, creare una famiglia⁹. Il successo dei due videogame rimarca l’interesse per giochi che ripropongono situazioni molto simili a quelle reali. Il Metaverso, nella sua promessa futura propone un altrove fortemente intrecciato alla realtà, in una sovrapposizione continua tra immagine e reale, in cui il corpo all’interno dello spazio immersivo diventa a sua volta immagine in grado di compiere una serie di attività che esulano dal puro intrattenimento, conservando tuttavia la vocazione ludica. La promessa di uno spazio in cui lavorare senza affaticarsi, studiare senza spostarsi, mostrarsi senza essere mostrati, in un’atmosfera dalla forte connotazione giocosa, si concilia al bisogno primario del divertimento a ogni costo. È nel novembre 2021 che la piattaforma Roblox ha annunciato un investimento di più di dieci milioni di dollari in organizzazioni non commerciali per sviluppare tre giochi educativi. E ancora la società Strivr offre formazione VR per le imprese (Lin, Wan, Gan, Chen, Chao, 2022).

Un anno dopo Meta ha lanciato la campagna “L’impatto sarà reale” sottolineando i vantaggi del metaverso nell’ambito dell’istruzione e nella formazione, grazie al quale sarà possibile assistere dibattere Marco Antonio o fare una gita nel mondo dei Mammuth. Come nota Pinotti (2022) è possibile rintracciare in Minsky la tradizione occidentale che identifica nella tecnologia la possibilità di compensare le carenze anatomiche del corpo umano e alleviare la fatica del lavoro, proteggendolo dai rischi ad esso associati.

Le tecnologie immersive favoriscono la sovrapposizione tra dovere e loisir, il decadimento tra i confini di tempo e spazio dedicato al gioco, entro il quale è chiaro quando il gioco comincia e poi finisce (Huizinga, 1973: 11) conduce a un significato ludico espanso in ogni aspetto della vita. Tale condizione era stata già individuata da Edgar Morin (2002) negli anni sessanta, individuando nell’etica del loisir un disavanzamento dell’etica del lavoro. La funzione sociale del gioco quale liberazione temporanea dalle tensioni sociali, regolata da rigide convenzioni (McLuhan, 2015) diventa condizione permanente ricreando le stesse condizioni e atteggiamenti dell’uomo tribale (McLuhan, 2015) che si manifesta nelle community online dentro le quali fiorisce una nuova ritualità (Susca, 2022). Una ritualità che ritroviamo ancora in Huizinga nel proporre la convergenza tra spazio del gioco con quello del rito:

⁹ roblox.fandom.com

l'arena, il tavolino da gioco, il cerchio magico, il tempio, la scena, lo schermo cinematografico, il tribunale, tutti sono per forma e funzione dei luoghi del gioco [...] sono mondi sui quali valgono proprie e speciali regole [...] mondi provvisori entro un mondo ordinario (1973: 14)

e in cui *la comunità che gioca ha una tendenza generale a farsi duratura, anche dopo che il gioco è finito* (ivi: 16).

5. La centralità del corpo

C'è qualcosa di profondamente ascetico nella costruzione dei mondi virtuali in cui gli avatar possono muoversi nelle topografie digitali (Davis, op. cit) e, l'immersione al loro interno, totale o parziale, impone una riflessione sul corpo. Innanzitutto è necessario operare una distinzione tra i metaversi in realtà virtuale (VR), definiti come ambienti generati da un computer con scenari e oggetti presentati a 360 gradi, in grado di far sentire l'utente immerso nell'ambiente¹⁰, e che richiedono l'ausilio di visori e altri dispositivi sensoriali; e metaversi che ripropongono forme digitali di rappresentazione della realtà, nei quali è possibile accedere da PC o Smartphone.

Tale distinzione consente di orientare due riflessioni riguardo alla percezione del corpo e la costruzione dell'avatar. Partendo dai metaversi in VR, è possibile riscontrare una centralità e un coinvolgimento sensoriale, non del tutto presente sulle piattaforme metaverse NO VR, che in molti casi realizza un'alterazione psicosensoriale o conflitto tra l'esperienza vissuta e la consapevolezza del dove ci si trova in realtà (Pinotti, 2022), con una conseguente scissione tra il corpo e l'io¹¹.

Tuttavia, il tema della scissione tra il corpo e l'io, è una caratteristica presente in entrambi i contesti, seppur in modalità differenti. In entrambi i casi si parte da un avatar, intesa come rappresentazione grafica per vivere il mondo virtuale (Volponi, 2022), la cui realizzazione è frutto di una scelta e il cui grado di aderenza alla realtà fisica è spesso mutevole e in ogni caso, sempre modificabile a seconda dell'esperienza che si sta vivendo (Susca, op. cit).

L'attuale mancanza di interoperabilità tra le piattaforme, sia nei metaversi che necessitano l'ausilio di visori per la loro fruizione, sia in quelli il cui accesso avviene per PC o Smartphone, predispongono a una frammentazione dell'io e del divenire molteplice. Tale frammentazione si integra totalmente alla cultura del consumo, il corpo dell'avatar non è un corpo deputato allo sforzo fisico (Susca, op. cit.), ma è un corpo totalmente inserito nel flusso perenne del loisir (Morin, 2018) in cui l'utilizzo di accessori stravaganti, ali, piume, occhiali e cappelli luminosi, equivale al ruolo



¹⁰ The Meta-Geeks (2022), Metaverse 101, vol. 1, Purple8 Publishing – Independently published

¹¹ Su questo si vedano le ricerche condotte nell'ambito del progetto di ricerca "AN-ICON. An- Iconology: storia, teoria e pratiche delle immagini ambientali". Finanziato dal consiglio Europeo della Ricerca nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione Europea, ospitato dal Dipartimento di Filosofia "Piero Martinetti" dell'Università degli Studi di Milano.

sacramentale del “cosmetizzarsi”, ovvero rendere visibile la grazia dell’invisibile (Maffesoli, op. cit: 126). Gli ornamenti degli avatar, in accordo le teorie di Maffesoli, funzionano dal momento che la società si miniaturizza in forme di tribù digitali, la cui crescita, in termini di quantità delle community, ne aumenta, al contempo, il bisogno di dotarsi di emblemi e simboli. È in tal senso che il bisogno di “customizzarsi” e “cosmetizzarsi” diventa prioritario per l’appartenenza alla community. Secondo un sondaggio realizzato su Roblox¹², la stragrande maggioranza della Gen Z attiva sulla piattaforma, ha affermato di aver personalizzato i propri avatar, la metà di questi ha ammesso di cambiare gli abiti del proprio avatar almeno ogni settimana.

Esattamente come nel mondo fisico, nel metaverso di Roblox gli utenti si connettono e interagiscono tra loro in base al modo in cui appaiono e si vestono. Tale bisogno, nel tentativo di esprimere il proprio io frammentato nei molteplici corpi digitali, trasforma il corpo dell’avatar in un corpo packaging (Codeluppi, 2007), feticcio nel flusso spettacolare del metaverso, portatore di volta in volta dei valori messi in campo dai brand all’interno delle piattaforme. Se in IRL è necessario aggiornare costantemente la propria identità con l’acquisto di beni (Codeluppi, 2012), e altrettanto vero che le vetrine digitali diventano il luogo eletto in cui rinnovare continuamente la pelle del proprio avatar con abiti e accessori cool¹³. L’avatar, soggetto a variazioni permanenti, adempie in maniera totale al sacrificio del corpo flusso (Codeluppi, op. cit.), trasformandosi in un involucro scintillante, spesso irreali, nel grande gioco del metaverso.



6. Conclusioni

Questo lavoro partiva dalla volontà di analizzare il metaverso nel quadro delle tradizioni, del sacro e del magico. Si è deciso di esplorarne quattro dimensioni: le nuove forme culturali e l’idea di presenza; il gioco; la comunione intorno ai prodotti e infine il ritorno alla centralità del corpo attraverso gli avatar. La scelta di operare un’analisi su quattro aspetti, tenendo conto tuttavia della complessità di ognuno che richiederà, in futuro, uno studio più approfondito per ciascuna dimensione, ha permesso di offrire un primo sguardo sul paradigma tecnomagico di cui è intriso il metaverso. Le quattro dimensioni analizzate mostrano ciò che McLuhan aveva profeticamente anticipato, ovvero che le società elettriche ricreano negli individui le condizioni e gli atteggiamenti dell’uomo tribale (op. cit: 218). Dall’esplorazione delle piattaforme di Roblox e Decentraland, è infatti emerso che il metaverso si presenta come un ambiente ad alta intensità emotiva in cui le community funzionano nel “generare e modulare stati d’ animo affettivi e strutture del sentimento tra gruppi umani” (Grusin, 2017: 223). Come abbiamo visto nei casi riportati in questo studio, Nft e oggetti digitali dispiegano narrazioni transmediali, intendendo per

¹² <https://blog.roblox.com/2022/11/insights-from-our-2022-metaverse-fashion-trends-report/>

¹³ Una ricerca dell’Institute of Digital Fashion di Londra, condotta su un campione online di 6mila individui tra i 18/24 anni e 25/54 anni, mostra che un quinto degli utenti presenti sulla piattaforma Roblox modifica ogni giorno il proprio avatar reperibile su <https://institute-digital.fashion/>.

transmedialità “la proprietà tipica di quei progetti comunicativi, fondati sulla dispersione di unità di contenuto su più media, all’interno di universi di senso, contrassegnati in varia misura da espansione, coerenza e consistenza diegetica” (Tirino 2019: 23). Tali narrazioni galvanizzano gli utenti delle community che diventano adepti e fedeli, succubi e protagonisti, animati da qualcosa che va molto al di là della tecnica e della materia (Davis, op. cit), ma riguarda la partecipazione alla tecnomagia che è al contempo fuga dalla realtà materiale e radicamento in un immaginario connettivo (Susca, op. cit: 170). Una retribalizzazione che si alimenta negli spazi immersivi e in cui tutti i sensi sono e saranno sollecitati grazie all’utilizzo di appositi hardware. È all’interno del metaverso che le community possono ampliare e proliferare in tribù, le cui spinte muovono in direzione di un mondo phigital e in cui la cornice digitale, intesa come margine, ultimo ed estremo, per porre un limite fisico alla natura immaginaria (Simmel, 2012), si va dissolvendo in favore di un mondo *always on*, in cui i confini tra reale e virtuale appariranno sempre più sfumati. Una volta dissolta la soglia tra spazio digitale e realtà, mondo reale e digitale diventano reciprocamente attraversabili (Pinotti, 2020); lavorare, divertirsi, studiare e fare shopping confluiranno in un unico grande flusso di dati, in cui ogni comunione digitale servirà a corroborare la matrice (Gibson 2014), intrappolati in una “gaia apocalisse” (Broch, 2022).

Una serie indefinita di catene elettroniche senza fili presiede le nostre esistenze e orchestra i nostri legami (Susca, 2023: 237).



Bibliography

- Baudrillard J. (2014), *Il sistema degli oggetti*. Milano, Giunti.
- Broch H. (2022), *Hofmannsthal e il suo tempo*, Milano, Adelphi.
- Cline E. (2011). *Ready player one*. Ballantine Books.
- Codeluppi V. (2007), *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Codeluppi V. (2012), *Ipermondo: dieci chiavi per capire il presente*, Roma, Gius. Laterza & Figli Spa.
- Davis E. (1999), *TechGnosis: myth, magic and mysticism in the age of information*, New York, Crown Publishers.
- Durkheim É. (2005), *Le forme elementari della vita religiosa: il sistema totemico in Australia* (Vol. 24), Milano, Meltemi Editore.
- Durkheim É. (2008), *Per una definizione dei fenomeni religiosi*. Armando Editore.
- Gibson W. (2014). *Neuromante*. Milano, Edizioni Mondadori.
- Grillo M. (2022), Fashion and Metaverse: an expository study on the first MVTW. *VISUAL REVIEW: International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 9, 37.
- Grusin R. (2017), *Radical Mediation*, in Id., *Radical Mediation*, Pellegrini, Cosenza, 223-268.
- Hubert H., & Mauss M (1909) "Il tempo della religione e della magia" in Durkheim, É., Hubert, H., & Mauss, M. (1977). *Le origini dei poteri magici*. Torino, Paolo Boringhieri.
- Huizinga J. (2002), *Homo Ludens*, Torino, Einaudi.
- Jenkins H. (2007), *Cultura convergente*, Adria, Apogeo.
- Kanellopoulos I. F., Gutt D., & Li, T. (2021), *Do non-fungible tokens (nfts) affect prices of physical products? evidence from trading card collectibles*. Evidence from Trading Card Collectibles.



Michelle Grillo
La tecnomagia nel metaverso

Lin H., Wan S., Gan W., Chen J., & Chao H. C. (2022), *Metaverse in education: Vision, opportunities, and challenges*. arXiv preprint arXiv:2211.14951.

Maffesoli M. (2004), *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Milano, Guerini & Associati.

Maffesoli M. (2021), *Nel vuoto delle apparenze*, Milano, Edizioni Estemporanee.

McLuhan M. (2015) *Capire i media. Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore.

Merleau-Ponty M. (2014), *Fenomenologia della percezione*, Milano, Giunti.

Minsky M. (1980), *Telepresence*, New York, Omni.

Monteverdi A. M. (2022), *Kamilia Kard: Danza nel Metaverso. Intervista all'artista per DANCE DANCE DANCE* progetto vincitore di Residenze Digitali.

Morin E. (2018), *Lo spirito del tempo*, Milano, Mimesis.

Merleau-Ponty M. (2014), *Fenomenologia della percezione*, Milano, Giunti.

Pinotti A. (2020), *Towards an-iconology: the image as environment*. *Screen*, 61(4), 594-603.

Pinotti A. (2022), *Staying Here, Being There. Bilocation, Empathy and Self-Empathy in Virtual Reality*. *Bollettino Filosofico*, 37: 142-162.

Segura L. Z. (2022), *Qué son y cómo se utilizan actualmente los NFT?*. *Investiga. TEC*, 15(44).

Simmel G. (2018), *La moda*. Milano, Mimesis.

Simmel G. (2012), *Ponte e porta: saggi di estetica*, (a cura di) Borsari A., Bronzino C., Bologna, Clueb.

Smith W. (1956), *Robertson: The Religion of the Semites. Excellent study of tribal religions*.

Stephenson N. (2022), *Snow Crash*, Milano, Mondadori.

Suh W., Ahn S. (2022), *Utilizing the Metaverse for Learner-Centered Constructivist Education in the Post-Pandemic Era: An Analysis of Elementary School Students*. *J. Intell.* 10 -17.



Michelle Grillo
La tecnomagia nel metaverso

Susca V. (2022), *Tecnomagia. Estasi, Totem e incantesimi nella cultura digitale*, Milano, Mimesis.

Tirino M. (2019), *Archeologia della transmedialità*, *Mediascapes Journal*, 13, 21-46.

Valéry P. (2003), *La conquête de l'ubiquité*, J.-M. Tremblay.

Veblen T. (2017), *La teoria della classe agiata*. Torino, Giulio Einaudi Editore.

Volponi V. (2022), *Moda e metaverso: Costruire identità di marca tra NFT, communities e social commerce*, Milano, FrancoAngeli.

Weinbaum S. G. (2016). *Pygmalion's spectacles*. Simon and Schuster.

Witmer BG., Singer MJ. (1988), *Misurare la presenza in ambienti virtuali: un questionario sulla presenza*, *Presenza: teleoperatori e ambienti virtuali*, vol. 7, n. 3.

Eliade M. (1973), "The Sacred in the Secular World", in *Cultural Hermeneutics*, 1, 101-13.

Eisenstadt S. N. (2001), "The Civilizational Dimension of Modernity: Modernity as a Distinct Civilization", in *International Sociology*, September, Vol. 16(3), 320-40.

Eisenstadt S. N. (2005), "The Religious Origins of Modern Radical Movements", in B. Giesen and D. Sumer (eds.), *Religion and Politics: Cultural Perspectives*, Leiden, Brill, 161-192.

Eisenstadt S. N. (2006), *The Great Revolutions and Civilisations of Modernity*, Leiden, Brill.

Jaspers K. (1948), "The Axial Age of Human History: A Base History of for Mankind", in *Commentary*, Jan 1st, 430-5.

Jonas H. (2001), *The Gnostic Religion: The Message of the Alien God and the Beginnings of Christianity*, Boston, Beacon Press.

Kossellneck R. (2005), "Temporal Foreshortening and Acceleration: A Study on Secularization", in B. Giesen and D. Sumer (eds.), *Religion and Politics: Cultural Perspectives*, Leiden, Brill, 207-30.

Luckmann T. (2005), "Religion and Morality in Europe Compared to the Religious Situation in the United States of America", in B. Giesen and D. Suber (eds.), *Religion and Politics: Cultural Perspectives*, 75-92.



Michelle Grillo
La tecnomagia nel metaverso

Nancy J. L. (2013), "Notes on the Sacred", in *Theory, Culture and Society*, Vol. 30. 5, 153-58.

Newman S. (2001), "Spectres of Stirner: A Contemporary Critique of Ideology" in *Journal of Political Ideologies* No. 6, Vol. 3, 309-330.

Rennie B.S. (2017), "The Sacred and Sacrality: From Eliade to Evolutionary Ethology", in *Religion*, Vol. 47, 4, 663-87.

Rosati M. (2014), "The archaic and us: Ritual, myth, the sacred and modernity", in *Philosophy and Social Criticism*, Vol. 40 (4-5), 363-68.

Sutcliffe A. (2003), *Judaism and Enlightenment*, Cambridge, Cambridge University Press.

Otto R. (1958), *The Idea of the Holy*, Oxford, Oxford University Press.

Taylor C. (1992), *Sources of the Self: The Making of Modern Identity*, Cambridge (MA), Harvard University Press.

Taylor C. (2004), *Modern Social Imaginaries*, Durham (NC), Duke University Press.

Taylor C. (2007), *The Secular Age*, Cambridge (MA), Harvard University Press.

Taylor C.-(2011), "Recovering the Sacred", in *Inquiry*, 54:2, 113-25.

Voegelin E. (2012), *Science, Politics and Gnosticism: Tow Essays*, Washington, Regenery Publishing.

Weber M. (2012), *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, London, Routledge.

