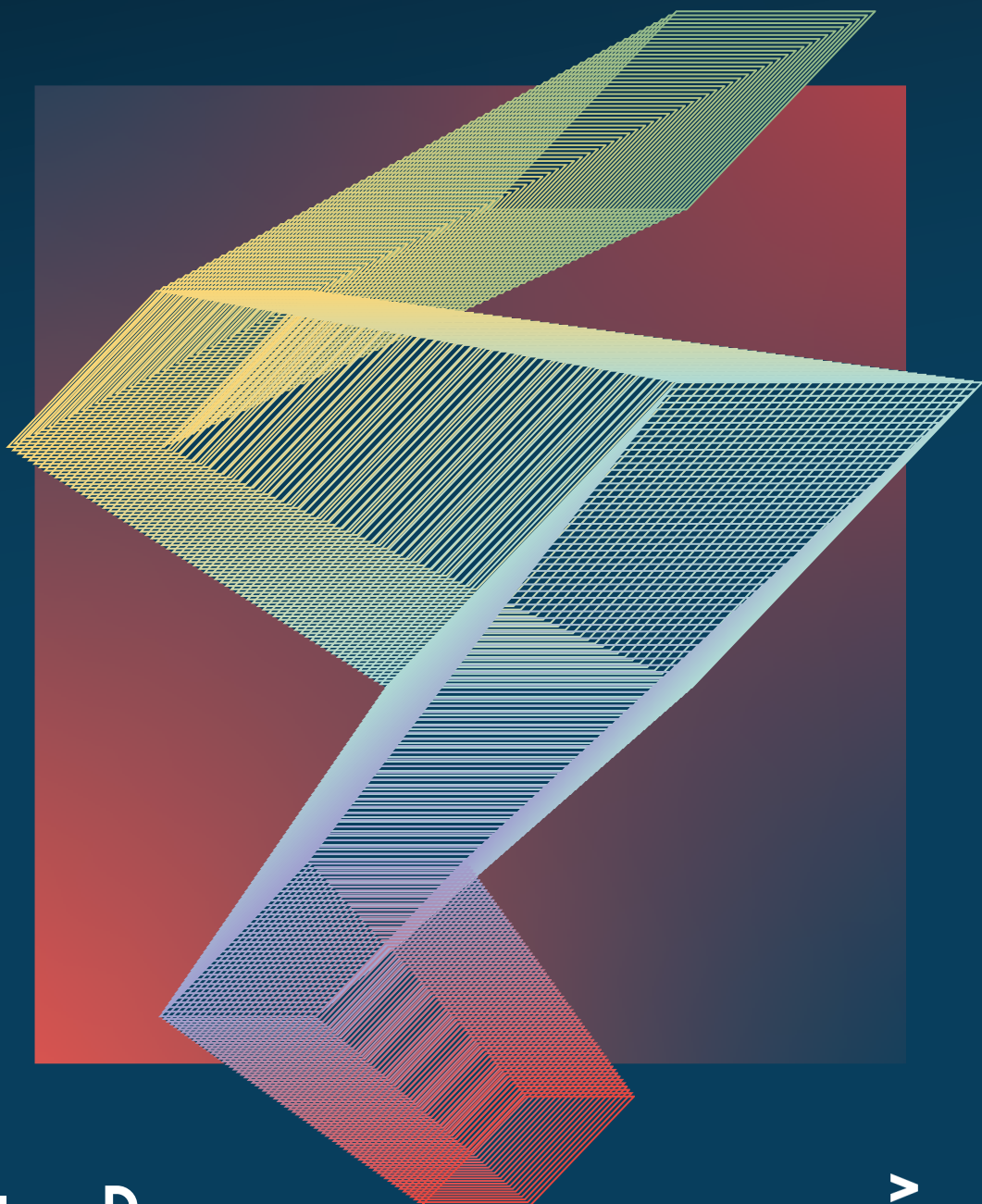


D-VERSO

Linee guida per un Metaverso
inclusivo e accessibile



D-VERSO

Linee guida per un Metaverso
inclusivo e accessibile

Partner scientifico
Metaverse Marketing Lab



POLITECNICO
MILANO 1863

Valore D è la prima associazione di imprese in Italia – oltre 400 ad oggi, per un totale di più di due milioni di dipendenti e un giro d'affari aggregato di oltre 500 miliardi di euro – che dal 2009 è impegnata a costruire un mondo professionale senza discriminazioni, in cui l'uguaglianza di genere e la cultura dell'inclusione supportano l'innovazione, il progresso e la crescita delle organizzazioni e del nostro Paese. L'associazione è nata dall'incontro tra dodici manager di altrettante aziende virtuose: parliamo di AstraZeneca, Enel, General Electric, Johnson&Johnson, IKEA, Intesa Sanpaolo, Luxottica, McKinsey & Company, Microsoft, Standard&Poor's, UniCredit e Vodafone. Valore D affianca le aziende associate fornendo know-how e strumenti efficaci per una strategia di Diversity & Inclusion, perché le aziende con maggiore diversità affrontano meglio le sfide del mercato. Valore D offre inoltre l'opportunità di un confronto interaziendale grazie allo scambio di buone prassi e di un dialogo continuo tra gli associati, in un gioco di squadra che rende Valore D interlocutore di riferimento delle istituzioni e promotore di azioni per lo sviluppo sociale ed economico del Paese.

Coordinamento editoriale

Team Comunicazione Valore D

Contributi a cura di

Professor Lucio Lamberti - Politecnico di Milano

Tommaso Nervegna - Accenture

Barbara Falcomer - Valore D

Paola Andreozzi - Valore D

Progetto Grafico

Gloria Gaggelli

Lorenzo Venturelli

Grazie a

Maria Chiara Marozza

per il coordinamento dei tavoli di lavoro

Sommario

Perchè parliamo di DEI nel Metaverso? a cura di B. Falcomer	4
Prefazione a cura di T. Nervegna	5
Introduzione a cura di L. Lamberti	8
Partner	12
Timeline evolutiva del progetto	13
Responsabilità sociale e Metaverso: il ruolo manageriale	14
La legittimazione sul Metaverso: cosa incentiva le aziende ad agire?	15
Impegno e legittimazione: i nostri punti di partenza	16
Un Metaverso inclusivo e accessibile: strategia e obiettivi	17
Rispettoso dell'ambiente: spunto di riflessione	19
Equo: spunto di riflessione	21
Responsabile: spunto di riflessione	22

Perché parliamo di DEI nel Metaverso?

A cura di Barbara Falcomer

Direttrice Generale - Valore D

Nell'era del Metaverso, non basta pensare in termini di pura tecnologia o innovazione. Occorre riflettere sull'etica**, sui **diritti** e sulle **relazioni umane** anche nel virtuale e interrogarsi con il supporto delle categorie filosofiche e giuridiche attuali.**

È infatti fondamentale comprendere a priori chi detiene l'ownership di questi nuovi spazi, come interagiscono i soggetti coinvolti e come intervenire quando necessario, quali sono le implicazioni per la privacy e la protezione dei dati personali.

Nel prossimo decennio, il Metaverso cambierà radicalmente il nostro modo di vivere e fare business, aprendo nuove opportunità di collaborazione e trasformando il rapporto tra aziende, clienti e stakeholder. Le imprese si troveranno a operare in mondi fisici e virtuali interconnessi, in cui sarà essenziale garantire sicurezza, sostenibilità, inclusione.

Valore D, grazie alla preziosa collaborazione con Accenture e il Metaverse Marketing Lab del Politecnico di Milano, ha avviato un Tavolo di lavoro per un Metaverso inclusivo, coinvolgendo esperti di risorse umane, comunicazione e innovazione. Questo lavoro ha prodotto linee guida per supportare le aziende nell'adozione di strategie DEI che pongano al centro la rappresentazione e la valorizzazione delle diversità e il rispetto dei diritti. L'obiettivo? Creare un Metaverso accessibile e responsabile dove persone e organizzazioni possano incontrarsi e produrre valore.

Oggi, più che mai, abbiamo la possibilità di costruire una nuova dimensione digitale che rispetti e valorizzi le unicità che compongono la nostra società. Insieme portiamo il cambiamento anche oltre i confini tangibili.

Prefazione

A cura di Tommaso Nervegna

Executive Design Director - Accenture

Human by Design creare valore e inclusività nelle nuove realtà digitali

Le nuove realtà digitali non rappresentano solo un'evoluzione tecnologica, ma una trasformazione radicale destinata a ridefinire il nostro modo di vivere, lavorare e interagire. Con il termine nuove realtà ci riferiamo all'insieme di tecnologie immersive, realtà virtuale, realtà aumentata, realtà mista e spatial computing, che combinano il digitale e il fisico per creare ambienti interattivi e coinvolgenti. Queste tecnologie stanno emergendo come il ponte definitivo tra il mondo fisico e quello digitale, offrendo esperienze innovative che ridefiniscono la nostra percezione dello spazio e dell'interazione.

Un nuovo ecosistema digitale

Le tecnologie immersive stanno rivoluzionando l'innovazione, permettendo di vivere esperienze digitali sempre più integrate con la realtà fisica. Non si tratta più solo di interagire attraverso schermi tradizionali: oggi, contenuti digitali possono essere sovrapposti all'ambiente fisico o diventare mondi virtuali realistici e coinvolgenti. Grazie all'intelligenza artificiale generativa e ai digital twin, il confine tra reale e virtuale si sta dissolvendo, con applicazioni concrete in ambiti come l'industria, l'educazione e il design collaborativo.

Eppure, non percepiamo ancora di trovarci alle soglie di una nuova era digitale. Questo dipende sia dalla maturità tecnologica che dalle aspettative di mercato. Alcune aziende stanno facendo un passo indietro per rivalutare le loro strategie, mentre altre continuano a investire nella realtà aumentata e virtuale, sviluppando prodotti e servizi capaci di ridefinire le interazioni digitali.

L'avanzamento dell'AI generativa sta abbattendo tempi e costi per la creazione di ambienti ed esperienze immersive. Già oggi queste tecnologie vengono applicate in contesti industriali: dai digital twin per il manufacturing alla formazione e alle operazioni remote con VR/AR, fino ai nuovi strumenti per la progettazione collaborativa, con un impatto tangibile sul valore e sull'efficienza dei processi.

L'introduzione di nuovi media è un fenomeno raro e la loro adozione richiede tempo. Tuttavia, comprendere e adottare queste tecnologie fin dalle prime fasi può garantire un vantaggio competitivo significativo.

Nei prossimi anni, le aziende potranno accedere a un arsenale tecnologico sempre più potente, in grado di elevare il potenziale umano, aumentare la produttività e stimolare la creatività. Le realtà più all'avanguardia hanno già iniziato questo percorso, adottando una strategia comune: rendere la tecnologia più **human by design**, progettata per migliorare la vita e il lavoro delle persone in modo intuitivo e naturale.

Inclusività e **accessibilità** nelle nuove realtà

Una delle potenzialità più rivoluzionarie delle tecnologie immersive è la capacità di abbattere barriere fisiche e culturali, consentendo a individui e aziende di connettersi in modi inediti. Tuttavia, per costruire un ecosistema equo e accessibile, è essenziale progettare esperienze che non escludano nessuno, garantendo ambienti digitali che rispettino diversità di genere, etnia, abilità e status socio-economico.

L'adozione di standard aperti e interoperabili sarà cruciale per evitare la frammentazione e la creazione di ecosistemi chiusi, con una governance chiara che tenga conto dei diritti digitali degli utenti e delle implicazioni etiche delle tecnologie emergenti.

Le principali **sfide da affrontare**

Per realizzare il pieno potenziale delle realtà virtuali e miste, è necessario superare alcune sfide chiave:

Protezione dei dati e privacy

Garantire la sicurezza delle informazioni personali e prevenire abusi.

Sicurezza degli utenti

Contrastare fenomeni come il cyberbullismo e la disinformazione.

Equità di accesso e interoperabilità

Evitare un digital divide e garantire esperienze inclusive.

Standard e governance

Definire principi operativi chiari per un'adozione responsabile della tecnologia.

Il ruolo delle aziende: oltre la tecnologia, la **Responsabilità Sociale**

Le imprese non saranno solo utilizzatrici di queste nuove tecnologie, ma anche artefici di esperienze digitali più sicure e inclusive. Per prosperare in questo nuovo ecosistema, dovranno andare oltre il mero rispetto delle normative, adottando la responsabilità sociale come valore guida.

Secondo le linee guida sviluppate da Valore D in collaborazione con Accenture e il Politecnico di Milano, le aziende dovranno concentrarsi su tre pilastri fondamentali:

Diversità e inclusione

Creare ambienti di lavoro e collaborazione aperti e rispettosi.

Sostenibilità digitale

Ridurre l'impatto ambientale delle attività virtuali.

Trasparenza nell'uso dei dati

Porre la tutela della privacy al centro delle strategie aziendali.

Un'opportunità per **ripensare il futuro**

Le nuove realtà digitali rappresentano un'occasione straordinaria per costruire un nuovo ecosistema basato su principi di inclusione e sostenibilità. Per realizzare questa visione, è necessario un impegno collettivo e proattivo nella definizione di regole, standard e valori condivisi.

Questo documento vuole essere una bussola per le aziende che desiderano affrontare questa sfida con consapevolezza e responsabilità, fornendo strumenti concreti e spunti di riflessione per orientare le loro azioni in un panorama digitale in continua evoluzione.

Introduzione

A cura di Lucio Lamberti

Scientific Director - Behavioral Research in Immersive Environment Lab

Il metaverso e i mondi virtuali sono innovazioni tecnologiche promettenti e, allo stesso tempo, di enorme complessità. Non si tratta di una semplice estensione virtuale della realtà fisica, ma di un'opportunità per ripensare profondamente le modalità con cui interagiamo, apprendiamo e costruiamo relazioni. In quanto proiezione virtuale dell'esistente, è un esercizio utile quello di capire in che modo possa divenire una possibilità di progresso sociale, economico e umano, e, in fondo, viene anche piuttosto facile immaginarsi come: l'idea di mondi 3D connessi, con sistemi sociali profondi, la possibilità per gli utenti di crearsi un'identità, una "casa", un sistema di relazioni, consente di immaginare esperienze immersive che hanno il potenziale di rivoluzionare il modo in cui comprendiamo il mondo e noi stessi. Non foss'altro perché la variabile tempo, in quel mondo, diventa più manipolabile, consentendoci simulazioni, ripetizioni e reiterazioni impossibili nella realtà fisica. Ma non si tratta solo di questo:

l'immersività della VR tende a creare un senso di *presenza* in uno spazio senza esserci fisicamente e al contempo, rispetto ad altri media, mostra un maggiore potenziale di generare *esperienze di flusso*, ovvero esperienze che minimizzano lo sforzo cognitivo percepito pur in presenza del massimo livello di apprendimento.

In un contesto globale in cui la conoscenza cresce a un ritmo vertiginoso e i sistemi scolastici mantengono la propria durata da decenni, i nostri studenti hanno molte più cose da apprendere nello stesso tempo, e questo ha ingenerato un problema di coperta corta: insegnare le basi, e soprattutto imparare a imparare, e creare così profili flessibili e adattivi, ma non immediatamente pronti alla sfida

del lavoro, oppure creare figure più pronte al lavoro, ma con basi meno approfondite, e quindi potenzialmente più esposte all'obsolescenza del loro sapere? Avere strumenti in grado di massimizzare la capacità di apprendimento offre una risposta straordinaria a questa sfida. Non è difficile immaginare scenari in cui le barriere tradizionali dell'istruzione – geografiche, economiche o legate alle capacità individuali – possano essere almeno in parte abbattute, rendendo l'accesso alla conoscenza più democratico e inclusivo grazie a tecnologie immersive in cui gli studenti più motivati in ogni angolo del mondo sono virtualmente seduti nella medesima aula, interagendo tra loro e con i docenti come se fossero in presenza, ma ad esempio, visitando la Roma Antica anziché immaginandola durante la spiegazione. Questa dimensione educativa del metaverso non si limita al trasferimento di contenuti, ma si estende alla costruzione di competenze trasversali e alla creazione di ambienti collaborativi che stimolano creatività, innovazione e senso di appartenenza.

Un altro aspetto potenzialmente straordinario del metaverso è la sua capacità di ridefinire i concetti stessi di *identità e relazione sociale*.

Gli avatar, rappresentazioni virtuali degli utenti, aprono prospettive di inclusione che nella realtà fisica spesso rimangono inaccessibili. Grazie al metaverso, una persona può presentarsi non secondo le caratteristiche imposte dalla biologia, dalla società o dalla propria condizione fisica, ma come desidera essere percepita, o anche solo come portato di idea e pensiero con una fisicità standard e indistinguibile dal contesto. Questo può contribuire a superare le barriere legate al genere, all'identità sessuale, alla disabilità, alla malattia, e persino all'ansia sociale. Un malato di SLA, ad esempio, potrebbe interagire in un ambiente virtuale senza alcuna limitazione di movimento, trovando interlocutori che non conoscono – né giudicano – la sua condizione fisica. Un bambino con paralisi cerebrale può fare fisioterapia con un avatar a sua immagine e somiglianza che esegue i movimenti corretti, e vedersi svolgere i movimenti corretti può convincerlo ad applicarsi più a lungo nella fisioterapia. Questo potenziale di inclusione offre una prospettiva per costruire comunità più coese e rispettose delle diversità, dove il valore dell'individuo risiede nella sua capacità di interazione, pensiero e creatività, piuttosto che in caratteristiche superficiali.



Tuttavia, come ogni innovazione tecnologica, il metaverso presenta anche sfide e rischi che richiedono un'attenta gestione. Uno dei pericoli principali è rappresentato dall'accessibilità. Attualmente, i dispositivi necessari per accedere a questi ambienti virtuali sono costosi. Esiste quindi il rischio concreto che il metaverso diventi un privilegio per pochi, aggravando ulteriormente le disuguaglianze sociali, anziché diminuirle. Per evitare che ciò accada, è fondamentale sviluppare politiche e infrastrutture che garantiscano un accesso diffuso ed equo, permettendo a chiunque di beneficiare delle opportunità offerte da queste nuove tecnologie. Un'altra sfida riguarda il rischio di isolamento sociale. Se da un lato il metaverso può creare spazi sicuri e accoglienti per molte persone, dall'altro potrebbe indurre alcuni utenti a rifugiarsi in questi mondi virtuali, perdendo il contatto con la realtà fisica. È necessario comprendere e studiare attentamente l'impatto psicologico di un'immersione prolungata in tali ambienti, per evitare fenomeni come quello degli "hikikomori digitali", in cui il ritorno alla realtà diventa doloroso o addirittura insostenibile, come nei casi di innamoramento verso influencer virtuali che iniziano a comparire nelle cronache di settore. Infine, vi è il delicato tema della qualità e della veridicità delle informazioni. La capacità del metaverso di influenzare profondamente i processi di apprendimento rende imperativo garantire che i contenuti veicolati siano accurati e non manipolati.

La diffusione di informazioni errate o manipolate all'interno di ambienti così immersivi potrebbe avere conseguenze disastrose, generando deviazioni sociali difficili da correggere.

Di fronte a queste opportunità e sfide, è quindi fondamentale affrontare fin da subito le implicazioni etiche, di inclusione e di diversity legate allo sviluppo dei mondi virtuali e del cosiddetto metaverso. È necessario ragionare su un sistema di regole e principi che orientino lo sviluppo di questi spazi virtuali, assicurandosi che siano inclusivi, responsabili ed equi. Il lavoro intrapreso da Valore D, in collaborazione con Accenture e a cui ho avuto il piacere di contribuire, rappresenta un primo passo importante in questa direzione. Le linee guida proposte non si limitano a definire standard tecnici o operativi, ma invitano a riflettere sul ruolo che il metaverso può svolgere nella promozione della giustizia sociale, del rispetto dei diritti e della valorizzazione delle diversità.



Si tratta di una visione che si inserisce in una prospettiva più ampia, in cui il progresso tecnologico è una leva di miglioramento della qualità della vita umana, e un alleato nel perseguimento di una società più giusta e sostenibile.

La storia di internet e dei social media ci offre un monito importante. Sebbene abbiano aperto nuove frontiere di comunicazione e condivisione, non sono stati esenti da criticità, come la diffusione di disinformazione, fenomeni come il bullismo online, il revenge porn, gli schemi multilivello, e, numeri alla mano, hanno creato sì opportunità di mobilità sociale, ma anche – mediamente – un aumento delle disuguaglianze economiche e la polarizzazione sociale.

Con il metaverso, abbiamo l'opportunità di imparare dagli errori del passato e di costruire una nuova dimensione digitale che metta realmente al centro l'essere umano. È una sfida ambiziosa, magari anche idealista, ma necessaria, se vogliamo che il metaverso diventi non solo un luogo di innovazione tecnologica e sviluppo economico, ma anche un catalizzatore di progresso sociale.



Partner

Un sentito ringraziamento alle aziende che hanno preso parte al tavolo di lavoro, offrendo un contributo prezioso allo sviluppo del progetto



Timeline evolutiva del progetto

01

Inizio:

Ottobre 2024, Valore D dà il via al Tavolo di lavoro per un Metaverso inclusivo, in collaborazione con Accenture come Knowledge Partner

Target:

Team di Risorse Umane, Comunicazione e Innovazione

02

Obiettivo:

Raccogliere i requisiti necessari alle imprese per creare ambienti inclusivi, sicuri e innovativi nel Metaverso

03

Collaborazione:

Grazie al coinvolgimento del Politecnico di Milano e alla collaborazione con il Professor Lucio Lamberti, direttore scientifico del Metaverse Marketing Lab, si è riflettuto su come inserire il Metaverso all'interno delle strategie di social responsibility delle aziende

04

Conclusione:

Giugno 2025, il tavolo di lavoro si conclude con la stesura di 9 linee guida alle quali le aziende possono aderire

05

Responsabilità sociale e Metaverso: il ruolo manageriale

Rispetto delle leggi

I manager sono impegnati nel rispetto delle leggi e nel raggiungimento degli standard di accettabilità sociale delle proprie soluzioni – comprese quelle legate al Metaverso.

Interesse illuminato

I manager utilizzano i programmi di responsabilità sociale come una leva strategica di comunicazione agli stakeholder anche in chiave comparativa/competitiva e di perseguimento di risultati di business migliori.

Cambiamento proattivo

I manager fanno leva sugli asset aziendali per farsi promotori di un progresso sociale, anche indipendentemente dal beneficio economico eventualmente derivante.

Minimo
“ethical requirement”

Maggiore “margine”
rispetto alla
mera compliance

La legittimazione sul Metaverso: cosa incentiva le aziende ad agire?

Legittimazione pragmatica

La presenza sul Metaverso e l’iniziativa connessa a tale presenza è legittimata dagli stakeholder poiché porta benefici tangibili agli stakeholder stessi.

Legittimazione morale

La legittimazione dell’iniziativa sul Metaverso è basata sulla condivisione di valori con gli stakeholder, sulla moral suasion e sul convincimento che legittimare l’iniziativa sia “la cosa giusta da fare”.

Legittimazione cognitiva

L’azienda offre evidenze oggettive in merito all’accettabilità e la responsabilità sociale delle proprie decisioni rispetto al Metaverso, non chiedendo legittimazione, ma fornendo prove del fatto di meritarsela.

Minimo sforzo
di accountability

Maggiore stabilità
nel tempo

Impegno e legittimazione: i nostri punti di partenza

01

Il profilo di **responsabilità sociale** sul Metaverso non è un unicum, ma è parte integrante di una strategia complessiva di CSR. Al contempo, lo spirito del manifesto è quello di **incoraggiare la riflessione** sul ruolo a supporto del cambiamento proattivo che le tecnologie immersive potrebbero offrire.

02

Un **impegno al cambiamento pro-attivo** non è di per sé meglio o peggio di un **impegno di natura diversa**. Quello che cambia sono l'approccio e i KPI oggetto della rendicontazione.

03

Anche i tre livelli di legittimazione e la strategia di loro perseguimento non ha un attributo qualitativo. Nondimeno, è evidente che un approccio pragmatico tende a essere meno stabile nel tempo di quello **morale e cognitivo**, e quello **morale** si basa su una corresponsione di valori meno tangibili e misurabili tanto di quelli pragmatici quanto di quelli **cognitivi**.

04

Impegno e legittimazione sono due possibili variabili di un framework interpretativo e di inquadramento di quanto le iniziative sul Metaverso siano coerenti con la strategia di CSR (e, con particolare riferimento agli obiettivi di Valore D, di D&I) dell'impresa. L'attributo-cardine è quello della **coerenza tra tipo di impegno, tipo di strategia di legittimazione e contenuto specifico dell'azione**.

Un Metaverso inclusivo e accessibile: strategia e obiettivi

Strategia per le aziende che vogliono entrare nel Metaverso e renderlo:

- Aperto e inclusivo
- Fatto da persone consapevoli
- Intriso di valori
- Sicuro per tutti
- Rispettoso della privacy
- Trasparente con i dati
- Rispettoso dell'ambiente
- Equo
- Responsabile

Obiettivi del workshop

Il workshop ha permesso di individuare, tramite **discussione e co-ideazione**, potenziali soluzioni a problematiche reali, con lo scopo di:

- Dimostrare la validità dei valori di inclusività e accessibilità, mettendolo in relazione a problematiche reali
- Individuare buone pratiche per l'applicazione delle strategie
- Consolidare il significato dei vari punti

01

Aperto ed inclusivo: tutte le persone che lavorano in azienda possono accedervi senza alcuna forma di discriminazione.

02

Fatto da persone consapevoli: i dipendenti sono formati per utilizzare il Metaverso in modo responsabile e consapevole, soprattutto riguardo ai temi di inclusione e ai potenziali rischi di questa realtà.

03

Intriso di valori: è utilizzato in linea con i valori dell'azienda e al fine di promuovere gli stessi.

04

Sicuro per tutte le persone: è un ambiente rispettoso in cui chiunque può sentirsi a proprio agio.

05

Rispettoso della privacy: la privacy degli utenti viene rispettata e le informazioni personali non vengono divulgate o utilizzate senza il consenso degli interessati.

06

Trasparente con i dati: i dipendenti hanno il diritto di conoscere come vengono utilizzati, oltre a controllarne la raccolta e la divulgazione.

07

Rispettoso dell'ambiente: promuove il progresso e la sostenibilità, al fine di rendere il mondo in cui viviamo un posto migliore.

08

Equo: orientato ad offrire pari opportunità e a favorire l'inclusione e la mobilità sociale.

09

Responsabile: impegnato nell'essere veicolo di un modello di circolazione e condivisione delle informazioni trasparente e corretto.

Rispettoso dell'ambiente: spunto di riflessione

Qual è il ruolo del Metaverso nella **promozione di pratiche sostenibili**, come la riduzione delle emissioni di carbonio e la conservazione delle risorse naturali?

In che modo il Metaverso può essere utilizzato come piattaforma per **educare le persone su questioni ambientali e sociali** importanti, aumentando la consapevolezza e l'attivismo?

Come il Metaverso può **fornire un supporto e un accesso equi alle risorse** per i gruppi socialmente e economicamente svantaggiati?

Rispettoso dell'ambiente

Tuvalu è minacciata dal cambiamento climatico e dall'innalzamento del livello del mare. Il Ministro degli Affari Esteri, Simon Kofe, ha dichiarato che queste minacce sono esistenziali per Tuvalu e altri paesi insulari a bassa altitudine.

Il primo passo è stato creare un gemello digitale, una rappresentazione virtuale, di Te Afualiku, un minuscolo isolotto che si prevede sarà una delle prime parti di Tuvalu ad essere sommersa. La creazione di Te Afualiku nel Metaverso è stato solo il primo passo. Gli ufficiali tuvaluani possono ora lavorare per preservare le altre isole del paese in uno spazio virtuale e mostrare la loro cultura, tradizioni e risorse naturali. Dopo la COP27, nove nazioni hanno accettato ufficialmente di riconoscere la sovranità digitale di Tuvalu, aprendo la strada alla sovranità che garantirebbe i confini marittimi di Tuvalu, i diritti di voto internazionali e un posto sulla scena mondiale.



Equo: spunto di riflessione

Orientato ad offrire **pari opportunità** e a favorire **l'inclusione e la mobilità sociale** perseguendo forme di sviluppo plurali e propugnando modelli di interazione e di business volti a premiare il merito, l'accrescimento del capitale umano e il bene comune. Tanto l'interoperabilità quanto l'approccio open source sono due esempi delle modalità di impegno collettivo al contenimento dei costi di sviluppo dei contenuti, fattore fondamentale per la diffusione della tecnologia.

Come possiamo **promuovere un'interoperabilità efficace** nel Metaverso per garantire un'esperienza inclusiva e accessibile per tutti?

Come possiamo **incoraggiare e sostenere l'adozione diffusa di approcci open source** nel Metaverso per garantire la creazione e la condivisione di contenuti accessibili e di alta qualità?

Responsabile: spunto di riflessione

Data la diffusione sempre più ampia di disinformazione e fake news online, è essenziale implementare misure efficaci per combattere questi fenomeni anche nel Metaverso. Ciò potrebbe includere l'implementazione di algoritmi di **verifica delle informazioni**, la **promozione attiva di fonti affidabili** e **l'educazione continua degli utenti** sul riconoscimento e la segnalazione della disinformazione.

Come possiamo **prevenire la diffusione di fake news e disinformazione** nel Metaverso senza compromettere la libertà di espressione?

Insieme, oltre i confini tangibili

valore^D