

I consumatori nel metaverso. Diritti e strumenti di tutela nell'economia digitale, di STEFANO MASINI (a cura di), Franco Angeli Editore, 2026, pp. 201

I consumatori nel metaverso. Diritti e strumenti di tutela nell'economia digitale, curato da Stefano Masini per FrancoAngeli Editore, compone una cartografia critica delle nuove forme dell'esperienza umana nel contesto digitale. Da figura astratta, il consumatore viene prezzato quale *agente di razionalità*, in quanto esposto a copiosi flussi informativi e inserti predittivi. Il volume trova nella *cultura della comunicazione digitale* il motivo che accosta i vari contributi: una richiesta che passa per il riordino delle dinamiche consensuali e per una stima dei rapporti tra persona e mercato. In tale scenario, il *marketing* algoritmico diventa fattore delle dinamiche negoziali e stimola – in un incerto divenire – la sfera emotiva del navigante, con l'effetto di una pericolosa fragilità dei soggetti meno alfabetizzati. Intensa altresì è la rilettura testuale del *Metaverso*: ambiente ombroso e sfuggente, in cui sembrano dissolversi i termini della regolazione e il perimetro dell'azione decisoria. Di qui l'esigenza di una tutela giuridica capace di oltrepassare il paradigma formale della trasparenza informativa, per assumere come orizzonte la salvaguardia della determinazione comportamentale negli spazi intangibili.

In base all'ordine riportato nell'indice, hanno partecipato:

CARLO RIENZI - GIANLUCA DI ASCENZO

La tutela del consumatore dalle pratiche commerciali scorrette nel Metaverso tra casistica, normativa e giurisprudenza

STEFANO MASINI

Vulnerabilità digitale e personalizzazione del consumo

ANTONIO PUNZI

Tutele virtuali o tutele aumentate? Le "intelligenze" del consumatore verso il Digital Fairness Act

ANTONIO MUSIO

Meta-commerce e consapevolezza del consenso

ENRICO AL MUREDEN

La tutela del consumatore nel mercato digitale tra commercio elettronico e nuove prospettive giuridiche del Metaverso

MAURO GRONDONA

Tecnologia e sicurezza agroalimentare

FRANCESCO AVERSANO

Responsabilità da fake news e manipolazione dell'offerta nel labirinto del Metaverso

ALESSANDRA DI LAURO

Consumi e comportamenti alimentari: quali regole per la protezione dei minori nella pubblicità (anche digitale)

OSSERVATORIO PERMANENTE DELLA PUBBLICITÀ DEL CODACONS

Raccolta sistematica della pubblicità