



UNC  
CONSUMATORI.IT

## **PREMIO DONA: parliamo di gamification**

18 novembre 2016

### ***Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori***

***Appuntamento questa mattina al Teatro Argentina di Roma con la decima edizione del “Premio Vincenzo Dona, voce dei consumatori”: focus sul “consumo ludico” e sulla “gamification”.***

**Roma, 18 novembre 2016** - Appuntamento questa mattina a **Roma (Teatro Argentina, Largo di Torre Argentina 52)** con la decima edizione del **Premio “Vincenzo Dona, voce dei consumatori”**, evento organizzato dall’Unione Nazionale Consumatori, la prima organizzazione di consumatori in Italia, fondata nel novembre 1955 da Vincenzo Dona.

L’incontro, ispirato al ricordo del fondatore, autentica “voce dei consumatori” e padre del movimento consumerista italiano, quest’anno vede protagonista la *gamification*, di cui parleremo come sempre alla presenza di autorevoli personalità.

Ecco le dichiarazioni di alcuni partecipanti alla mattinata di convegno:

**Massimiliano Dona**, neo presidente dell’UNC, ha affermato: *“Dieci anni del Premio ‘Vincenzo Dona’, dieci anni dalla scomparsa del fondatore dell’UNC, ma anche del padre del consumerismo italiano. In questa edizione speciale focalizzeremo la discussione sul consumo ludico: ‘gioco ergo sum’ è infatti lo slogan che farà da filo conduttore alla nostra mattinata di lavori.*

*Siamo nell’era del consumatore che gioca, ma è fondamentale che per ‘stare al gioco’ le regole siano chiare, perché se è vero che l’attitudine al gioco va difesa, è anche vero che quella a prendersi gioco dei consumatori andrebbe smascherata. E allora la gamification deve essere un’opportunità anche per l’utente e non solo per le aziende che utilizzano metodi sempre più innovativi per ingaggiare il consumatore. Per questo vogliamo indagare sulle opportunità del consumo ludico, ma anche sul lato oscuro dei giochi allo scopo di ricordare che esiste una responsabilità sociale delle aziende e anche di chi vigila sul mercato”.*

Così è intervenuto **Mauro Berruto**, Ct nazionale maschile di pallavolo (2010/2015) e Ad Scuola Holden: *“Il gioco non è espressione di cultura. Il gioco è anteriore alla cultura, ne anticipa e orienta le forme. Il gioco, le regole dei giochi e il modo in cui noi giochiamo ci raccontano tanto di noi stessi, della nostra civiltà.*

*Sogno un Paese capace di giocare, per davvero, di squadra e capace di scoprire che l'interesse del singolo si può sublimare nell'interesse della collettività. Proprio come diceva John Nash, matematico ed economista: 'Il miglior risultato si ottiene quando ogni componente del gruppo fa ciò che è meglio per sé e, contemporaneamente, per il gruppo'. E' così: nello sport, in economia, a scuola, nel mondo del lavoro, in famiglia. Senza eccezioni".*

Ecco le parole di **Luciano Canova**, Professore di behavioral economics and finance, Università di Pavia: *"L'economia è la scienza degli incentivi, ciò che spinge le persone a prendere una data decisione invece di un'altra. C'è chi è mosso dall'interesse, chi dall'amore, chi dall'orgoglio o dalla motivazione. Naturalmente, il denaro è la forma di incentivo prediletta dagli economisti ed è ciò che spinge anche il consumatore a fare, a volte, una precisa scelta. Però non è la sola e non può esserlo.*

*Il gioco è un elemento fondamentale della nostra vita. E' attraverso il gioco che un bambino apprende; è attraverso il gioco che, molti di noi, trovano lo stimolo a scegliere un certo corso d'azione. Wittgenstein diceva che il concetto di gioco non può essere definito, pur essendo fondamentale nella nostra vita. La gamification o l'uso delle spinte gentili si serve proprio del gioco come leva motivazionale per attivare, nel consumatore, una norma privata o sociale in grado di rendere la sua decisione di consumo più consapevole. E la sua esperienza carica di emozioni e di significato".*

**Angelo Marcello Cardani**, Presidente dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha dichiarato: *"Il gioco d'azzardo e i rischi derivanti dalle ludopatie sono fenomeni sempre più studiati e analizzati, sotto il profilo sociale e sanitario, a fronte delle gravi patologie connesse al gioco. Per contrastare il fenomeno occorrono risposte e azioni pubbliche significative e coordinate. Un'informazione responsabile e completa da un lato e il controllo della pubblicità e di una corretta comunicazione sul gioco dall'altro, sono elementi rilevanti nella lotta alla ludopatia. Importanti passi avanti sono stati compiuti affidando all'Agcom la vigilanza sulla pubblicità del gioco a pagamento veicolata dalle reti generaliste: tuttavia rimangono ancora molti interrogativi, ad esempio l'esenzione dal rispetto delle nuove norme da parte dei media specializzati, delle tv locali e delle pubblicità diffuse esclusivamente attraverso internet, cioè proprio sullo strumento che rappresenta il contesto più pericoloso per lo sviluppo dell'azzardopatia".*

**Francesco Morace**, sociologo e Presidente di Future Concept Lab ha commentato: *"Non c'è nulla di più serio del gioco, nella nostra esistenza. Il gioco ci educa alla relazione, ci regala il divertimento e la felicità, allena l'intelligenza e la pazienza, ci insegna il coraggio di affrontare i nostri limiti. Tutto questo è possibile ma ad una sola, fondamentale, condizione: il rispetto delle regole, che sono poi la base della convivenza civile".*

**Stefano Moriggi**, Storico e filosofo della scienza, Università di Milano Bicocca, ha affermato: *"In questo nostro secolo attraversato dal fragore delle macchine, tra le personalità eminenti della critica della cultura, tra i pionieri della moderna pedagogia, e tra gli scienziati delle dottrine antropologiche, sta crescendo l'attenzione per la grande significatività che il gioco riveste nello strutturarsi dell'esperienza umana'. Così, nell'ormai lontano 1957, esordiva Eugen Fink (1905-1975) in uno dei più originali saggi - 'Oasi del gioco' - dedicato all'esperienza ludica che la filosofia novecentesca di lingua tedesca abbia conosciuto.*

*Il brillante e originale allievo di Edmund Husserl, il padre della fenomenologia -ha*

proseguito Moriggi- era persuaso che il gioco fosse un argomento filosofico a tutti gli effetti e che pertanto meritasse di essere preso sul serio da studiosi e ricercatori di diversa formazione.

*La lezione di Fink torna oggi più che mai di grande attualità, anche e soprattutto per chi si occupa di indagare il rapporto tra tecnologie e apprendimento. La diffusione planetaria di videogiochi sempre più interattivi impone, infatti, una attenta e spregiudicata indagine sulle dinamiche emergenti - specie nelle più giovani generazioni - all'interno di quella 'gamificazione delle relazioni' troppo spesso liquidata frettolosamente come una 'liquefazione' dei rapporti umani. Superare pregiudizi e preconcetti sulla base di evidenze scientifiche e di fondate argomentazioni, può essere approccio pragmatico ed efficace per identificare effettivi rischi e reali opportunità - oltre che per avviarsi alla comprensione di un nuovo orizzonte di segni e significati entro cui andrà riscrivendosi la vita privata e professionale degli adulti del futuro".*

Così **Richard Romagnoli**, Laughter yoga master trainer & world ambassador: *"Da tempo la scienza moderna concorda con ciò che i nostri saggi, dei tempi antichi, ci suggerivano per il nostro benessere fisico, mentale ed emozionale: ridere più volte al giorno e con consapevolezza per innalzare le nostre energie. Quando ridiamo il nostro cervello manda dei segnali a tutto il nostro organismo e con l'atto del ridere inneschiamo un meraviglioso cambiamento biochimico che coinvolgerà non solo la nostra fisiologia ma anche la nostra psicologia. Ridere è ludico perché ci fa andare oltre quei limiti mentali che spesso sono causa delle nostre frustrazioni e del nostro stress. Ridere è l'antidoto allo stress ed è l'interruttore che accende l'energia della nostra felicità interiore".*

Ecco le parole di **Riccardo Quintili**, direttore responsabile de "Il Test - Salvagente": *"Il termine latino ludus può essere tradotto come gioco ma anche come scherzo, perfino come inganno. Ecco, il confine tra i due termini è labile, a meno che non si stabiliscano le regole del gioco. E qui sta il valore fondamentale di chi, come l'UNC, da oltre mezzo secolo si dedica a rappresentare la parte più debole nel campo da gioco: quella dei consumatori. Inutile, forse, elencare le tante occasioni in cui è stato indispensabile il ruolo di associazioni dei consumatori come l'UNC o i giornali che fanno informazione al consumatore - come il Test-Salvagente - per ristabilire l'equità della partita. Tanto per citare solo un esempio - spezzando una lancia in favore di giornali come Test-Salvagente - basterà ricordare lo scandalo del finto extravergine che abbiamo scoperto e denunciato e solo grazie ai consumatori, ai magistrati e alle Autorità di garanzia ha trovato le giuste condanne".*

**Fabio Viola**, Game designer e top gamification designer worldwide, ha dichiarato: *"L'incredibile ascesa che i video-giochi hanno avuto a soli 40 anni dalla loro nascita non è ascrivibile alla sola sfera tecnologica o del puro intrattenimento. Ancora oggi molti restano increduli nell'apprendere che questa industria ha superato per tempo medio speso e fatturato settori storici come editoria, cinema e musica. Ciò che continua a sorprendermi, dopo 15 anni di lavoro in questo mondo, è la straordinaria capacità che essi hanno di generare coinvolgimento ed emozioni. Provate a scattare una istantanea durante una sessione di gioco, noterete l'alternarsi di stati d'animo: gioia, soddisfazione, altruismo, competizione, frustrazione. Una 'emotional machine' che potrebbe fungere da antidoto ai sempre più elevati tassi di disinteresse mostrati dalle nuove generazioni in ambito scolastico, lavorativo e sociale. Questo prova a fare la scienza della gamification, mutuare le tecniche ed i principi del design dei videogiochi per ripensare e riprogettare ogni esperienza ponendo al centro il fruitore".*

In occasione dell'incontro saranno assegnati i seguenti riconoscimenti:

**“Premio Vincenzo Dona”** per le personalità che si sono distinte per l'impegno a favore dei consumatori:

- **Francesco Morace**, promotore del Festival della Crescita e autore del saggio “ConsumAutori”
- **Taxi1729**, società di formazione e comunicazione scientifica rappresentata da Paolo Canova e Diego Rizzuto.

**“Premio Vincenzo Dona”** per la stampa: **“Il Test-Salvagente”**, rappresentato dal direttore responsabile Riccardo Quintili.

**“Premio Vincenzo Dona”** per le migliori tesi di laurea in materia di tutela dei consumatori. Riceveranno il Premio:

- **Andrea Consoli** - IULM di Milano
- **Clelia Ambrosio** - Seconda Università di Napoli, Capua (CE)

Seguici in diretta sulla pagina [facebook.com/premiodona](https://www.facebook.com/premiodona) e su Twitter attraverso gli hashtag [#premiodona](#) e [#gamification](#)