

## La città come gioco Una riflessione sociologica sulla relazione tra *smart city* e *gamification*

*Ilaria Iannuzzi*  
Sapienza Università di Roma

### Riassunto

Negli ultimi anni si assiste al fiorire di dibattiti, in diverse discipline, incentrati sul concetto e sul fenomeno della “smart city”. Tra le misure che vengono recentemente proposte con l’obiettivo di modificare i comportamenti degli attori sociali, per renderli virtuosi e intelligenti, il “gioco” si sta imponendo sempre più spesso al centro dell’attenzione. Il presente elaborato intende indagare, attraverso un’analisi teorica condotta mediante la prospettiva propria della sociologia generale, la relazione esistente tra la smart city e il processo di *gamification* che si sta affermando in tutte le sfere del sociale e, con particolare evidenza, all’interno della dimensione rappresentata dal contesto urbano. L’obiettivo consiste in un’analisi critica delle opportunità derivanti dall’utilizzo del gioco nella città intelligente e, soprattutto, delle dinamiche che sottintendono al processo di ludicizzazione del sociale, ponendo in evidenza le criticità generate dall’affermazione di una specifica declinazione della relazione smart city-*gamification*.

*Parole chiave:* smart city, gamification, gioco, sociologia generale

**Abstract.** *The City as a Game. A Sociological Reflection on smart city-gamification relationship*

In recent years, several debates focused on the concept and on the phenomenon of the “smart city” have flourished in different sectors. Among the measures recently proposed with the aim of modifying the behavior of the social actors in order to make them virtuous and smart, the game is increasingly becoming more and more important. Through a theoretical analysis conducted in the perspective of the general sociology, this paper aims to investigate the relationship between smart city and *gamification* process emerging in every social sphere and, particularly, in urban context. The aim is to draw a critical analysis on the opportunity of using game in the smart city context and, above all, of society’s *gamification* dynamics, in order to highlight the critical issues arising from a specific interpretation of the smart city-*gamification* relationship.

*Keywords:* smart city, gamification, play, general sociology

DOI: 10.32049/RTSA.2021.1.04

### 1. Si gioca!

Misteriose bambole di porcellana appaiono in città. Si nascondono dai cittadini, osservandoli da fessure strette e crepe dei vecchi edifici. Allo stesso tempo, strani video compaiono sui social network con l'hashtag #RedLadysCase.

Sono i sogni di qualcuno? O forse è un suggerimento?

Risolvi un indovinello e troverai una bambola. Poi potrai scattare una foto della bambola e pubblicarla sui social network con gli hashtag #RedLadysCase e #mejdu\_ekolo per far continuare il gioco.

Di cosa si tratta? Delle regole di un gioco di società? Non esattamente. Si tratta, piuttosto, di una delle nuove modalità di gestione della città del futuro. Nello specifico, questo è uno

dei giochi urbani che la città di Matera, attraverso la Fondazione Matera Basilicata 2019, ha messo in atto tra ottobre e novembre del 2019 con l'obiettivo di coinvolgere la popolazione autoctona e non nella scoperta – o riscoperta – degli spazi del territorio locale e della relativa cultura. Il tutto attraverso l'imprescindibile strumento tecnologico rappresentato, nel caso specifico di questo gioco – il “Collection Game – Red Ladys' Case” –, dal telefono cellulare, necessariamente dotato, ai fini della riuscita del gioco, di accesso a Internet, alla fotocamera e di profili Facebook e Instagram, nella veste di luoghi virtuali nei quali sono pubblicati gli “indizi” del gioco.

Nello stesso ambito della città di Matera vi sono, poi, ulteriori giochi a cui si è fatto ricorso nel medesimo periodo. Basti pensare alla “Caccia Leggendaria – I fantasmi di Matera”, un gioco basato sulla realtà aumentata nel quale i partecipanti devono trovare alcuni fantasmi e completare delle piccole ricerche al fine di convincere gli spiriti a diventare loro amici<sup>1</sup>. O si pensi, in riferimento a un differente contesto urbano, all'app “Firenze Game” – realizzata nel 2018 dal Comune di Firenze con Linea Comune, Muse e Digital Fun e scaricabile gratuitamente –, ideata per far conoscere la storia di Firenze ai più giovani, unendo la visita della città alla dimensione del gioco digitale (Città di Firenze, 2018).

In Italia, così come all'estero, è sempre più frequente il ricorso a modalità di gioco per apportare cambiamenti all'interno dei contesti urbani. Il progetto “Blockholm”, ad esempio, nato a partire dal videogioco Minecraft e gestito dall'Istituto pubblico Swedish Centre for Architecture and Design, ricostruisce in ogni suo elemento la pianta della città di Stoccolma in scala, senza, però, che compaia alcun edificio, per fare in modo che molteplici soggetti, quali pianificatori urbani, architetti, cittadini, fruitori di videogiochi e così via, possano intervenire pianificando direttamente la loro città del futuro (Viola e Idone Cassone, 2016).

Con l'obiettivo di incidere sulla dimensione del trasporto urbano, invece, il progetto londinese “Chromaroma” incentiva i giocatori ad usufruire del servizio di trasporto pubblico o, più in generale, di mezzi di trasporto più sostenibili, attraverso la logica del punteggio:

---

<sup>1</sup> Per ulteriori approfondimenti sui giochi urbani della città di Matera, si veda il sito <https://www.matera-basilicata2019.it/it/programma-2019/temi/utopie-e-distopie/1413-urban-games.html> (02/02/2020).

per ogni tragitto in treno, metro o bici il giocatore guadagna punti ed esperienza per sé e per la propria squadra, in competizione con le altre. Una mappa mostra tutti i progressi e le azioni delle varie squadre (Viola e Idone Cassone, 2016).

Si tratta soltanto di alcuni degli oramai numerosi esempi a cui ci si può attualmente riferire laddove si intenda mettere in luce l'oggetto di analisi del presente articolo: la relazione tra *smart city* e *gamification*. Il “gioco”, in questo senso, è sempre più utilizzato come strumento attraverso il quale poter concretamente realizzare forme “intelligenti” di città.

La riflessione sociologica, da questo punto di vista, sembra non potersi più esimere dalla necessità di analizzare criticamente la relazione in questione. Non soltanto poiché questa costituisce un fenomeno sempre più evidente all'interno della nostra società – ed è dunque rilevante perché si pone con evidenza al centro dell'attenzione –, ma anche e soprattutto in quanto essa corre il pericolo, come si cercherà di mettere in luce, di essere declinata secondo una – e una soltanto – specifica logica, la logica economicistico-efficientistica, generando una serie di conseguenze tutt'altro che irrilevanti sul piano sociale.

Si procederà, quindi, per gradi. Definendo – o, quantomeno, tentando di definire – le caratteristiche tipiche della *smart city*, prima e della *gamification*, poi; analizzando, in seguito, la relazione che lega i due elementi, con l'obiettivo di comprenderne i meccanismi costitutivi e le relative potenzialità e criticità.

## **2. La smart city: un concetto non univoco e carico di criticità**

“Intelligente”, “acuta”, “brillante”, “rapida”, “tecnologica”, la città cosiddetta *smart* si è imposta, come concetto e come fenomeno, sempre più all'attenzione di numerose discipline: architettura, ingegneria, studi urbani, politiche pubbliche, sociologia e finanche il diritto, sono i principali settori presso cui si sono sviluppati, nel corso degli ultimi anni, vivi dibattiti sulle caratteristiche costitutive di questa inedita dimensione della città (Coe, Paquet e Roy, 2001; Thorns, 2002).

In questo senso, non soltanto le città italiane, ma anche numerosi contesti urbani europei sono stati investiti dalla diffusione dell'utilizzo del concetto in questione. A tale ampia espansione, però, non ha fatto seguito una maggiore chiarezza rispetto a cosa debba intendersi, in maniera univoca, con l'espressione *smart city*. Pur essendo oggetto di una significativa inflazione, in particolare nel dibattito politico e tecnico (Crivello 2014), non è attualmente possibile fare riferimento a una definizione adeguatamente condivisa dai vari settori coinvolti da questo fenomeno (Papa *et al.*, 2015), derivante dalle prime teorizzazioni sorte in ambito scientifico (Komninos, 2002; Mahizhnan, 1999). E non è neppure possibile ottenere un significato monosemico nell'ambito delle singole discipline in cui esso è presente, nelle quali si riscontrano ancora oggi approcci insufficientemente circoscritti (Battarra *et al.*, 2018; Batty *et al.*, 2012), come dimostra l'utilizzo di espressioni generalmente associate alla *smart city* – tra le quali, «*intelligent city*» (Komninos, 2006), «*ubiquitous city*» (Anthopoulos e Fitsilis, 2010), «*wired city*» (Hollands, 2008), «*information city*» (Anthopoulos *et al.*, 2010), «*virtual city*» (Schuler, 2002), «*digital city*» (Cocchia, 2014; Couclelis, 2004) –, ma che ne identificano soltanto alcuni degli aspetti che la renderebbero tale.

Non vi è dubbio che un punto di riferimento importante per quanto concerne una prima selezione degli elementi costitutivi della *smart city* sia rivestito dal noto studio di Giffinger *et al.* (2007), che indaga la *smartness* (Iannone, 2018; Bolognini, 2017; Mezzapelle, 2016) attraverso i sei ambiti oramai noti di *smart people*, *smart governance*, *smart economy*, *smart mobility*, *smart environment* e *smart living*. Sei dimensioni che, nella loro molteplicità ed eterogeneità, sembrano confermare, da un lato, le difficoltà di elaborazione di una definizione chiara e, dall'altro, la necessità dell'adozione di approcci multidisciplinari in grado di cogliere tale polisemia (Crivello, 2014).

La molteplicità di significati cui si allude è ben evidente se si pensa, ad esempio, alla declinazione secondo cui l'aggettivo “*smart*”, nel campo urbano, è sinonimo di sviluppo della città connesso all'innovazione tecnologica (Mosannenzadeh and Vettorato, 2014; Dameri, 2017) e alle telecomunicazioni (Crivello, 2014; Castells, 1996), ma è anche impiegato per alludere al *social learning* e alle *learning communities* (Crivello, 2014; Coe,

Paquet e Roy, 2001) oppure, ancora, per riferirsi alla città come sfera caratterizzata dallo sviluppo di una sostenibilità di tipo ambientale e sociale (Crivello, 2014).

È, dunque, possibile affermare che la smart city allude a una rappresentazione dell'ambito urbano che ricomprende al proprio interno dimensioni e obiettivi plurimi (Albino, Berardi e Dangelico, 2014; Etezadzadeh, 2016; Giffinger e Lü, 2015). Basti pensare alla mobilità, alla sicurezza, all'efficienza energetica, all'innovazione – anche nell'ambito della pubblica amministrazione –, all'inclusione sociale. Temi, questi, che rientrano oramai tutti nel discorso della città intelligente. Un discorso che pone sempre più in evidenza la dimensione tecnologica come sfera attraverso la quale poter raggiungere con efficacia ed efficienza gli obiettivi enunciati. Non è un caso che nell'immaginario collettivo sia ricorrente l'idea della smart city come una città quasi fantascientifica, dotata di semafori, sensori e strisce pedonali rigorosamente intelligenti, quasi a voler significare che il senso più completo e più pieno della smart city possa essere inverato dal più sofisticato meccanismo tecnologico.

Da *key enabling factor*, ovvero da “fattore abilitante”, da strumento, la tecnologia si trasforma, così, nell'obiettivo primario da raggiungere, ottenuto il quale la città non potrà far altro che mutare pelle e divenire *automaticamente* intelligente.

Sono molteplici, dunque, le conseguenze che derivano da una mancata condivisione generale del senso della smart city e dalla rischiosa affermazione di un'interpretazione tecnologicista dello stesso. Tra queste, lo sviluppo di un meccanismo di selezione, di scelta relativamente agli obiettivi ai quali si decide di attribuire precedenza rispetto agli altri, ponendo in secondo piano o persino sacrificando alcuni di essi; la distorsione di senso (Gurashi e Iannuzzi, 2020) di alcune delle finalità della città intelligente – quali lo sviluppo culturale e l'inclusione sociale, solo per citarne alcune – e il ripensamento di queste stesse finalità attraverso il loro assoggettamento alla logica propria dell'efficienza tecnologica.

### **3. La gamification: il regno del gioco**

La letteratura sulla *gamification* è, al momento, eterogenea e non pienamente codificata (Vanolo, 2019). Si compone, per lo più, di atti di conferenze e paper di ricerca (Vanolo, 2018). Così come per la smart city, non esiste, dunque, una definizione precisa, ma, nell'accezione che la comunità scientifica attualmente condivide, con il termine *gamification* si intende far riferimento all'utilizzo del gioco in tutti quei contesti non propriamente di gioco (Deterding *et al.*, 2011). Ci si riferisce, nello specifico, al gioco non soltanto come oggetto, ma anche e soprattutto come *processo*, il quale implica il coinvolgimento simultaneo di più elementi e, in particolare, il dispiegarsi di una specifica logica di funzionamento.

A lungo, il gioco è stato considerato, in ambito sociologico, un elemento di carattere marginale, quasi a voler affermare, più o meno esplicitamente, che occuparsi dello studio del gioco sia esso stesso un gioco, ritenendo che questa dimensione non sia in grado di aggiungere nulla di realmente significativo per la teoria sociologica (Mongardini, 1993b). Spesso, inoltre, non prestandosi a una facilità di definizione, la dimensione del gioco è stata considerata come una categoria “residuale”, nella quale far confluire tutti quei processi che non possono essere fissati «in forma unilineare» (Mongardini, 1993b, p. 19) nelle loro componenti.

Che esista uno stretto rapporto tra società e gioco – anche solo in termini di valori che il gioco può veicolare e di modalità di strutturazione delle relazioni fra i soggetti – sembra oramai indiscusso e già Simmel lo aveva evidenziato nel 1917 (1983). Nel presente elaborato il gioco non verrà analizzato in relazione ai suoi effetti psicologici – il gioco come “oasi della gioia” (Fink, 1987; Colozzi, Landuzzi e Panebianco, 2017) –, pedagogici o politici, ma sarà discusso nella sua veste di concetto e fenomeno sociale. Il gioco si lega, quindi, all'organizzazione della società (Huizinga, 1964), al punto di poter affermare che «esiste un parallelismo tra strutture ludiche e funzioni sociali» (Russo, 2014, p. 17; Caillois 2000)<sup>2</sup>. Da questo punto di vista, la ridotta considerazione del gioco come categoria

---

<sup>2</sup> Aspetto, questo, oggetto di estremizzazioni nell'opera *Homo ludens* di Huizinga (1964), nella quale egli afferma la totale derivazione della cultura dal gioco. Il gioco non è distinto da Huizinga nelle sue plurime dimensioni – ad esempio, da un lato, il gioco come regola, come «fatto istituzionale» e, dall'altro, come «giocare» (Mongardini, 1993b, p. 40), come processo che si dispiega prima e dopo l'affermazione della regola – ed è utilizzato per alludere alla «zona di indistinzione e di indeterminazione» (Mongardini, 1993b, p. 40) dell'azione umana, non prendendo in

specifica dell'analisi sociologica – che possiede una sua autonomia e che può rivelarsi utile per una «teoria dei processi sociali» (Mongardini, 1993b, p. 19) – appare tanto più anomala quanto più il gioco rompe i confini stessi del gioco, entro i quali si è ritenuto a lungo che potesse rimanere, e si impone, con la sua specificità, in tutte le sfere del sociale, come accade ai nostri giorni.

Sempre più frequentemente, infatti, il termine *gamification* si diffonde e si espande, divenendo un vero e proprio imperativo sociale, che intacca progressivamente sempre più ambiti, dall'educazione sino all'economia, alla finanza – che diventa “creativa” e si configura come il “gioco” della Borsa (Colozzi, Landuzzi e Panebianco, 2017) –, e persino al lavoro.

A ben vedere, però – ed è ciò che ci si propone di fare nel presente elaborato –, la ludicizzazione del sociale non sembra rappresentare soltanto una semplice moda, come tale transeunte seppur ricorrente, ma appare piuttosto come un processo sorto lungo il solco tracciato dalla logica economicistica ed efficientistica imperante nella società contemporanea e che di “giocosità”, nell'accezione che spontaneamente ed istintivamente per prima tutti noi attribuiamo al termine, sembra non avere nulla.

E se è vero che non è possibile affermare che il gioco non ha altro senso che se stesso – come sostenuto, invece, da Caillois (2000) – poiché tale asserzione può valere per il gioco inteso come istituzione, ma non è valida per il gioco come «forma della socialità» (Mongardini, 1993b, p. 72) –, se è vero, quindi, che il gioco, oltre che essere un *fine*, può divenire un *mezzo* per raggiungere finalità ben differenti dal puro diletto, è altrettanto vero che è fondamentale comprendere verso quali obiettivi viene convogliato il gioco come strumento. Le finalità ultime appaiono oggi ben lontane dalla valorizzazione della sfera sociale propriamente intesa. Cresce, dunque, la significatività del gioco all'interno della società attuale, ma mutano il «significato e la funzione socioculturale» (Colozzi, Landuzzi e Panebianco, 2017, p. 9) da esso posseduti.

---

considerazione la molteplicità di forze che contraddistinguono la sfera stessa del gioco.

Si tratta, infatti, di mettere in luce processi che impiegano lo svago, il divertimento e la ricreazione piegando la dimensione costitutiva di senso di tali ambiti, riconducendoli a un sistema logico economicistico, dotato di specifiche dinamiche di funzionamento.

In questo senso, si ritiene che la relazione tra smart city e utilizzo del gioco, che in essa è inteso come modalità attraverso la quale poter più facilmente raggiungere gli obiettivi intelligenti, possa rappresentare un interessante campo d'indagine per la riflessione sociologica, per via della rilevanza sempre più crescente – sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo – assunta dal processo di ludicizzazione in questione nell'ambito urbano, con il conseguente portato di opportunità e rischi che ne derivano.

#### **4. Il binomio smart city – gamification**

##### *4.1 Perché analizzare il gioco nell'ambito urbano*

Il discorso sulla smart city si presenta oramai ricco di prospettive che si interrogano su quali possano essere le misure e gli strumenti più adatti per inverare forme di smart city in città nuove e per realizzare il mutamento dei contesti urbani già esistenti in ottica *smart*. Criteri imperniati sull'utilizzo del digitale come mezzi per implementare la condivisione e la partecipazione dei cittadini – attraverso l'idea del web come sistema valoriale del “fai da noi” (Degli Esposti, 2015) – si affiancano a parametri basati sul ruolo della comunicazione come sfera in grado di trasformare la conoscenza dei problemi – sociali, ambientali e così via – in una vera e propria coscienza dei problemi stessi. Vi sono, ad esempio, noti studi che evidenziano come la comunicazione, per essere maggiormente efficace debba puntare non sul meccanismo della rinuncia e del sacrificio, ma su quello del potenziale guadagno (Belloc, 2012) –, oppure studi che sanciscono la maggiore efficacia ed importanza, per il singolo, del coinvolgimento sociale – puntando sul senso di identità sociale, sul bisogno di approvazione sociale, sul desiderio di impegno (Abrahamse e Steg, 2011) – piuttosto che degli incentivi economici – che pure vengono proposti come soluzione all'attivazione di



comportamenti virtuosi (Berry *et al.*, 2014). Vi sono, inoltre, analisi che ritengono centrale la sfera dell'educazione e della formazione, come settori in grado di attivare cambiamenti nelle condotte, mirando, ad esempio, all'implementazione del ruolo di figure professionali specifiche.

Intendendo portare a sintesi quanto detto sinora, è possibile affermare che le misure pensate o adottate per il raggiungimento degli obiettivi *smart* afferiscano in ultima istanza a tre differenti modalità di interpretare e analizzare la società. Ci si riferisce, cioè, in primo luogo, ai due paradigmi dell'olismo e dell'individualismo metodologico – laddove, nel primo caso, si ritenga che l'efficacia della *smart city* è rimessa unicamente al ruolo delle variabili strutturali del sistema-città e, nel secondo caso, che tale efficacia dipenda esclusivamente dalla capacità del singolo, senza considerazione degli ostacoli sistemici che pure possono esistere – e, in secondo luogo, al paradigma relazionale, che vede nelle relazioni sociali il vero focus dell'intelligenza della città.

Si tratta di lenti attraverso cui esaminare la *smart city* che, assolutizzate, tendono inevitabilmente all'estremizzazione. Nel caso della città intelligente appare più opportuno sforzarsi di non adottare nessun orientamento che possa rivelarsi assolutizzante, giacché è ben evidente come, nella vita della città, tra gli elementi strutturali, individuali e relazionali vi sia una costante e reciproca interdipendenza.

Il primo motivo per cui in tale lavoro si sceglie di riservare attenzione alla dimensione del gioco fa capo, dunque, ad una scelta metodologica: il concetto di gioco, infatti, appare particolarmente utile come categoria analitica sociologica adatta a una comprensione della città che tenga conto dell'interdipendenza tra i «margini di libertà» (Mongardini, 1993b, p. 19) a disposizione dell'attore sociale, i condizionamenti strutturali ai quali egli è sottoposto e il contesto relazionale nel quale si situa.

In particolare, il gioco rileva, in questo senso, a tre differenti livelli:

1. al livello pre-sociale di «sociabilità» (Mongardini, 1993b, p. 21), ovvero in termini di distanza/vicinanza della personalità dell'attore sociale rispetto alla relazione posta in essere;

2. a livello sociale, ossia il livello rappresentato dalle regole (sulle regole del gioco si vedano Bateson, 1996; Goffman, 2003) che costituiscono la cornice entro la quale si svolge il gioco e che determinano il gioco «tra le regole» – i margini di libertà/influenza che l'attore sociale sperimenta – e il gioco «con le regole» (Mongardini, 1993b, p. 22), la continua ridiscussione della loro validità nelle pratiche quotidiane della vita;
3. al livello, infine, del «gioco come istituzione» (Mongardini, 1993b, p. 22), cioè del gioco inteso come una «rappresentazione» artificiale della vita e della società.

Il secondo motivo ha a che fare, invece, con la traduzione fenomenologica del concetto di gioco e, cioè, con l'evidenza di una rapida diffusione dei processi di gioco, di *gamification*, all'interno del contesto sociale attuale. Elemento, questo, che si rinviene sempre più frequentemente in particolare nell'ambito urbano e nei tentativi più recenti – e per nulla privi di rischiose implicazioni – di *smartificazione* di quest'ultimo. A differenza di quanto sostenuto da Gehlen nella sua affermazione sul gioco, il quale non rientrerebbe «nella dimensione della 'serietà'» (1983, p. 241), si ritiene, invece, che il gioco non sia affatto una dimensione inutile ai fini dell'indagine sociologica e che gli effetti prodotti dall'attuale processo di ludicizzazione delle città siano di rilievo tutt'altro che superficiale. Il gioco permette, così, di dischiudere un'inedita prospettiva: proprio poiché consente di riflettere sul mondo reale, esso illumina il processo in atto, in base al quale il mondo reale sembra trasformarsi progressivamente in un gioco (Pecchinenda, 2010).

#### 4.2 Il gioco come opportunità?

Tra le tecniche utilizzate per incrementare la *smartness* delle città risulta sempre più assiduo il ricorso a momenti di gioco. I cosiddetti *serious games* (Aldrich, 2009; Cavada e Rogers, 2019) sono spesso impiegati in questo senso, con l'obiettivo di coinvolgere i partecipanti all'interno di giochi che, attraverso lo strumento del divertimento, mirano a

sviluppare e consolidare specifiche capacità. Non a caso, si parla ripetutamente dell'utilizzo del gioco come mezzo per generare, sviluppare e potenziare determinate condotte.

Numerosi studi, infatti, ritengono che il gioco, sfruttando il desiderio ludico dei soggetti, sia in grado di insegnare ed impegnare attraverso i meccanismi dell'incentivazione e della persuasione. Questa idea sembra non aver affatto faticato a penetrare nell'ambito del discorso urbano, in particolare per quanto concerne il potenziale *smart* che essa racchiuderebbe. Diversi Paesi in Europa e nel mondo intero hanno concentrato la loro attenzione sull'impiego di meccanismi di gioco rivolti al raggiungimento di alcuni degli obiettivi che la smart city si prefigge. Si registrano, così, analisi sul potenziale del gioco in numerosi campi: nella topografica digitale della smart city (Olszewski *et al.*, 2020); nella mobilità urbana sostenibile (a titolo esemplificativo si vedano Kazhamiakin *et al.*, 2015; Gabrielli *et al.*, 2014); nel risparmio energetico (Cowley *et al.*, 2011). Analisi che si sforzano, nella maggior parte dei casi, di evidenziare quanto sia "successful" (Kazhamiakin *et al.*, 2015) il processo di *gamification*.

Poiché da tali lavori emergono le difficoltà operative legate all'effettiva possibilità di impiantare, a partire da zero, veri e propri modelli di gioco – basti pensare, ad esempio, alla questione connessa ai costi che tale operazione implica –, alcuni studi si stanno orientando verso l'elaborazione di applicazioni in grado di "gamificare" in maniera rapida, semplice e più economica (Kazhamiakin *et al.*, 2015) e verso la costruzione di piattaforme e linguaggi di modellazione – ad esempio il GaML, acronimo di *Gamification Modeling Language* (Herzig *et al.*, 2013) – che possano facilitare la definizione dei giochi.

Tra le modalità ludiche alle quali si ricorre negli ultimi tempi, stanno vivendo un'espansione sempre più crescente i cosiddetti *urban games*, che riconoscono proprio nella città il loro ambiente ideale di svolgimento. Si tratta di giochi collettivi, nati in Inghilterra agli inizi degli anni 2000 e poi rapidamente diffusi a livello globale. A differenza dei LARP (i *Royal Live Action Role Playing*), negli *urban games* i partecipanti non possiedono nessun tipo di copione, ma interagiscono in maniera totalmente spontanea per fronteggiare situazioni impreviste.

Nonostante l'obiettivo dichiarato sia generalmente quello di attivare il coinvolgimento dei cittadini per generare una conoscenza maggiore e migliore del territorio e della comunità di riferimento, questi giochi rappresentano spesso «nuovi ambienti di comunicazione» e, soprattutto, «di marketing» (Russo, 2014, p. 16), nati per rispondere ai mutamenti sociali derivanti da una società sempre più individualizzata (Bauman, 2001). In questo senso, essi non agiscono nell'ottica di una risoluzione – o, quantomeno, di un ridimensionamento – dei problemi concernenti, ad esempio, la coesione del tessuto sociale, ma operano sovente assecondando la prosecuzione di tali problematicità. Ci si riferisce al fatto che, attraverso le temporanee dinamiche di gioco, si pensa possano attenuarsi, tra gli altri, i problemi connessi alle forme di disuguaglianza sociale esistenti tra gli abitanti di una città o le questioni legate all'inclusione sociale, come se per la risoluzione di tali criticità sia possibile mettere in campo lo stesso identico approccio che si utilizza per impiantare un sensore o un semaforo intelligente.

In questo senso, ci si chiede come e quanto giochi ideati per rispondere agli obiettivi *smart* della mobilità urbana sostenibile, dell'efficienza energetica o della riduzione del traffico cittadino possano incidere efficacemente sulla risoluzione di problematiche connesse alla compattezza del tessuto sociale.

Utilizzare processi di gioco significa attivare una serie di elementi e di dinamiche che contraddistinguono il funzionamento del gioco stesso. Si tratta, in particolare, di impiegare la logica di *punti, livelli, ricompense, distintivi, classifiche, badge, sfide e missioni*. Tramite tali elementi si ritiene di poter suscitare un coinvolgimento degli attori maggiore rispetto a quanto non avvenga avvalendosi di programmi basati sulla trasmissione di informazioni – ad esempio tecnologie, quali *smart metering*, in grado di fornire resoconti sull'energia domestica, per quanto riguarda il campo dell'efficienza energetica all'interno delle case – o di programmi di educazione e formazione. Puntando sulla *gamification*, si escludono, quindi, quegli approcci imperniati sull'idea di proibizione e, più in generale, quelli basati sulla regolamentazione normativa. Allo stesso modo, si tenta una strada differente dal meccanismo del mero incentivo economico, ma che, però, come si avrà modo di evidenziare, rischia di ricadere nel medesimo sistema logico.

Non priva di conseguenze è la declinazione che il processo di *gamification* sembra attualmente assumere in relazione alla città, sfera in cui tale processo è particolarmente incisivo. Ci si riferisce all'impiego strumentale del gioco e della sua logica e alla sua trasformazione in un mezzo per realizzare vere e proprie forme di *nudging*<sup>3</sup> (Thaler e Sunstein, 2014). Si pensi, ad esempio, a tutti quei giochi che incentivano uno stile di vita più sano attraverso la spinta verso una corretta alimentazione, la rinuncia al fumo o la scelta di utilizzare le scale al posto delle scale mobili o dell'ascensore.

Se, dunque, il gioco in sé e per sé può di fatto rappresentare una reale opportunità, in particolare per il suo concreto potenziale educativo, tale assunto non può essere traslato in maniera acritica all'interno del contesto urbano, caratterizzato da un intenso e continuo processo di ludicizzazione che assume dei connotati specifici e risponde a precise esigenze, su cui si ritiene valga la pena di soffermarsi, giacché si tratta di esigenze e connotati che appaiono ancora lontani dal perseguimento integrato e sistemico degli obiettivi della smart city e sembrano in prevalenza rispondenti a sistemi logici differenti, che interpretano l'“intelligenza” secondo una – e una soltanto – specifica accezione, quella efficientistica.

### *4.3 Un gioco rischioso*

Ogni gioco si muove entro il suo ambito, il quale [...] è delimitato in anticipo [...]. L'arena, il tavolino da gioco, il cerchio magico, il tempio, la scena, lo schermo cinematografico [...], tutti sono per forma e funzione dei luoghi di gioco, cioè spazio delimitato, luoghi segregati, cinti, consacrati sui quali valgono proprie e speciali regole. Sono dei mondi provvisori entro il mondo ordinario, destinati a compiere un'azione conclusa in sé (Huizinga, 1964, pp. 29-30).

---

<sup>3</sup> Tale strategia, traducibile in italiano con l'espressione “spinta gentile”, si sostanzia, come oramai noto, nell'incentivazione o nella disincentivazione – utilizzabile da qualsiasi soggetto, ma generalmente attuata dalle istituzioni che possiedono un elevato potere di controllo, prima fra tutte lo Stato – di condotte che vengono considerate benefiche, da un lato, o dannose, dall'altro. Il beneficio e il danno si riferiscono formalmente agli effetti sul soggetto – dunque, nell'ottica di una sua tutela –, ma sono spesso valutati soprattutto nelle loro conseguenze in termini di costi, non esclusivamente sociali.

La concezione del gioco elaborata da Huizinga pone, con evidenza, l'accento sulla dimensione di sospensione, di separatezza che il gioco genera in coloro che lo vivono rispetto all'ambiente circostante. L'espressione "cerchio magico" (Sakamoto e Nakajima, 2014) – *magic circle* – è sovente impiegata per alludere a quel confine, «reale o metaforico» (Russo, 2014, p. 17), superato il quale le regole del gioco prendono «il sopravvento sui significati ordinari delle cose» (Russo, 2014, p. 17). È la presenza di quel «qualcosa di realmente magico» che «accade nel momento in cui il giocatore entra in gioco» (Salen e Zimmerman, 2004), attraverso cui si accantona «temporaneamente il mondo reale» (Russo, 2014, p. 17).

Nelle città attuali appare sempre più palese la rottura del cerchio magico della teoria di Huizinga: il gioco urbano non si connette più a spazi «limitati e dedicati» (Russo, 2014, p. 18), ma può svolgersi all'interno di spazi non specifici e trasformare, in questo modo, ogni spazio in potenziale "spazio di gioco". Il contesto urbano si presta, quindi, particolarmente a meccanismi di ludicizzazione caratterizzati da una sempre maggiore pervasività, ma anche, è opportuno aggiungere, da una sempre maggiore persuasività. Pervasività e persuasività sono caratteristiche proprie di quei giochi capaci di espandere il cerchio magico spazialmente, temporalmente e socialmente (Montola, Stenros e Waern, 2007).

Il tema della relazione pervasività-persuasività diviene, in questo senso, centrale nel binomio *smartificazione-gamification*: si offrono esperienze ludiche – non è casuale la scelta dell'utilizzo del termine "esperienze" – attuate negli ambienti urbani e che rappresentano un banco di prova per lo sviluppo e l'implementazione di modelli di *affordance* digitale – ovvero strumenti, oggetti, in grado di incorporare qualità che suggeriscono all'utente azioni, condotte, coerenti e in linea con le qualità in questione – sempre più pervasivi e persuasivi. Si parla, infatti, di una «*persuasive digital affordance*» (Sakamoto e Nakajima, 2015, p. 1515) che fonda la sua efficacia su due principali modelli – *PARhetoric Model* e *PAValue Model* – mediante i quali condurre l'attore sociale verso una specifica attribuzione di senso. Si tratta, in altri termini, di meccanismi in grado di fare perno sul desiderio dell'attore sociale di riconoscere e assegnare un senso e un significato alla realtà che lo circonda, sfruttando dinamiche e concetti propri dei giochi digitali.

Meccanismi, quindi, volti ad accrescere la significatività di determinati elementi e capaci di orientare verso uno specifico senso piuttosto che un altro.

In particolare, il *PARhetoric Model* si fonda sull'attitudine dei meccanismi di retorica – nelle sue aggettivazioni di “curiosa”, “narrativa”, “collettiva”, “socialmente orientata” ed “economicamente orientata” (Sakamoto e Nakajima, 2015) – presenti nei giochi digitali a persuadere gli attori sociali verso precise “significazioni” del mondo, mentre il *PAValue Model* si focalizza sull'efficacia persuasiva del concetto di “valore” (Sakamoto, Nakajima e Alexandrova, 2014) aggettivato come “informativo”, “estetico”, “empatico”, “autentico”, “positivo” ed “ideologico” (Sakamoto e Nakajima, 2015). In entrambi i casi si punta sulla proficuità dell'elemento semiotico.

Le conseguenze sociali, in termini di controllo sociale, privacy, sicurezza, ma anche di capacità critica dei soggetti e di definizione della realtà – solo per citarne alcune – che possono derivare dall'applicazione di tali modelli sono estremamente rischiose.

Si ritiene opportuno, dunque, evidenziare quanto e in che termini sia rilevante questa specifica declinazione del processo di *gamification* che connota l'ambito della smart city. Si tratta, cioè, di una declinazione che sembra rispondere a un'esigenza ben precisa: assegnare un significato alla città. Tema, questo, che affiora in maniera sempre più evidente, ad esempio, attraverso i concetti di “partecipazione attiva” dei cittadini, di “co-creazione” – ma chi crea le regole del gioco? Sono anch'esse co-create? – di “costruzione condivisa” e così via. Il rapporto soggetto-spazio urbano viene a fondarsi sempre più sull'idea di un *place-making* – è il soggetto che crea lo spazio – piuttosto che sull'idea di un *emplacement*, secondo cui è lo spazio che “fa” il soggetto (Chiesi, 2010). Ciò sta conducendo all'affermazione di un modello urbano caratterizzato sempre più dal «primato del significato sulla funzionalità della forma» (Chiesi, 2010, p. 31).

La città muta da spazio razionale, tecnicamente organizzato e impersonale in un «luogo del significato» (Chiesi, 2010, p. 31), un luogo da personalizzare e destandardizzare, così come avviene con una casa. La città intelligente sembra voler offrire ai suoi abitanti un archetipo materno, come fosse una “casa placenta” (Barbera, 2009), ovvero un sistema capace di percepire e anticipare le necessità di chi la abita – è entrata nell'uso comune,

infatti, anche l'espressione *sentient city* (Shepard, 2011) proprio per indicare la sensibilità della città rispetto a questo elemento –, un sistema, cioè, in grado di rendere qualsiasi variabile prevedibile, dando vita a uno spazio costantemente sottoposto a controllo. È quanto la città intelligente tenta di fare attraverso l'acronimo che la contraddistingue e che richiama le caratteristiche di un obiettivo ben definito (Drucker, 1954): *Specific* (specifico), *Measurable* (misurabile), *Achievable* (raggiungibile/realizzabile), *Realistic* (realistico) e *Time-based* (temporizzabile).

Non è un caso che tale acronimo sia mutuato dalla sfera economica, all'interno della quale era originariamente impiegato. Si tratta, come emerge, di una logica difficilmente applicabile al funzionamento del contesto della città, a meno di non ridurre la complessità urbana a un insieme di variabili che devono necessariamente essere contenute all'interno di una dimensione di prevedibilità e di predeterminazione, al pari di pedine di un gioco rispetto al quale si conoscono in anticipo tutte le possibili azioni che i giocatori possono effettuare.

Ecco, quindi, che la *gamification* così intesa altro non è che il tentativo di estendere alla città la teoria dei giochi (Burger, 1963; Smith, 1982; von Neumann e Morgenstern, 1994) e non già una «teoria del gioco» (Mongardini, 1993b, p. 86). È il tentativo, in altre parole, di ridurre il comportamento dell'attore sociale alla componente dell'azione razionale rispetto allo scopo, rinchiudendolo nei confini di uno «schema conoscitivo» (Mongardini, 1993b, p. 86) basato sul comportamento economicistico, disconoscendo, in tal modo, quello «spazio di libertà che la personalità si riserva al di là di qualunque vincolo» (Mongardini, 1993b, p. 87), che pure costituisce l'attività del gioco.

Rendere *smart* attraverso questa specifica declinazione del gioco significa, pertanto, distorcere il senso stesso del gioco, che non è dato soltanto dalla volontà di massimizzare il proprio obiettivo, ma anche dal desiderio, proprio dell'attore sociale, di “alleggerire” il peso della realtà e di riappropriarsi della realtà stessa. A modelli matematici ritenuti oggettivi è rimesso il compito di interpretare – azione questa che, come noto, mal si concilia con l'aggettivo “oggettivo” – i dati generati mediante algoritmi. «Valori soggettivi, [...] norme e [...] relazioni di potere» sono trasformati in «codici software» (Niger, 2012, p. 3) a partire dai quali i modelli agiscono, decidono e discriminano (De Waal, 2011).



Il discorso su quanto e come le città possano divenire più intelligenti assume le vesti di un discorso su quanto e come le tecnologie *smart* possano condurre a un vero e proprio ripensamento dei «concetti base» (Buongiovanni, 2016, p. 14) attraverso i quali l'attore sociale definisce la vita urbana. Operazione che in sé potrebbe ritenersi da più parti auspicabile, ma che non può non essere sottoposta a riflessione critica per quanto concerne la ratio che la governa, le modalità attuative che la caratterizzano e le conseguenze sociali che essa comporta.

Basti pensare a quanto la dimensione del gioco così inteso sia lontana da quella veste di ricreatività e di assenza di conseguenze sul mondo reale – di sospensione rispetto alla realtà – a cui nell'immaginario collettivo viene immediatamente ricollegato.

Se il gioco è di per sé strumento di «adattamento» e, al contempo, di «superamento» (Mongardini, 1993b, p. 51), se «attiva l'innovazione e crea le premesse per una nuova forma culturale» (Mongardini, 1993b, p. 51), se permette, inoltre, di definire i ruoli e di ridefinire le regole che presiedono alla vita collettiva consentendo un «mutamento senza conflitto» (Mongardini, 1993b, p. 71), il suo utilizzo nel contesto urbano, secondo la declinazione che si è voluto mettere in luce, appare annullare tutto il potenziale insito nella dimensione ludica. Il “diritto alla città” come diritto, lefebvrianamente inteso, di mutare le relazioni sociali, economiche e politiche del tessuto urbano e non come mero accesso alle risorse della città (Lefebvre, 1970), si dissolve a favore di una significatività della dimensione urbana appiattita sul modello economico-efficientistico.

Sempre più preponderante è, in questo senso, il ruolo delle *emozioni*. La città intelligente assume, agli occhi dei suoi abitanti, tanto più significato quanto più essa è in grado di coinvolgerli emotivamente. Non si tratta di una sfera nuova per la vita della città. Basti pensare a come certe architetture siano state progettate e realizzate più per le emozioni – stupore, paura, ammirazione e così via – che avrebbero dovuto suscitare che per la loro dimensione funzionale. Il «castello turrato» di epoca medievale o «le chiese ed i palazzi barocchi» (Amendola, 2015, p. 7) ben esemplificano lo spessore emotivo cui ci si intende riferire. Non si tratta, quindi, di una sfera inedita, ma di una sfera che, nella tradizione

illuministica occidentale, è stata relegata in una posizione secondaria, condizionata dall'affermazione del primato della ragione (Amendola, 2015).

Sempre più frequente, in particolare da parte di amministratori cittadini e progettisti (Amendola, 2015), è, dunque, il ricorso alla componente emotiva. La novità, nel processo in questione, è la scoperta delle potenzialità che le emozioni sono in grado di generare se considerate non più come fonte di turbamento del progresso e dell'ordine sociale – come avveniva nella città moderno-industriale di simmeliana memoria –, ma nella loro veste di «asset» (Amendola, 2015, p. 10). Emozioni da scoprire – o riscoprire –, emozioni da vivere, emozioni da vendere. Per questo, con assiduità si ricorre a pratiche di «emotional city marketing» (Amendola, 2015, p. 10), capaci di rendere emotivamente accattivanti anche i moderni edifici di città considerate scarsamente emozionanti<sup>4</sup>.

La capacità della *gamification* di trovare applicazione nei contesti urbani riposa strettamente sulla crescente richiesta, da parte degli attori sociali, di sperimentare, testare, provare esperienze sempre più emotivamente coinvolgenti. Il rapporto stesso tra soggetto e città riemerge come questione irrisolta, giacché nella città non vi sarebbero, in questo senso, elementi che possiedono qualità loro intrinseche, ma soltanto elementi considerati sulla base del loro «effetto emozionante» (Amendola, 2015, p. 12). Lo stesso avviene nel meccanismo di vendita di un prodotto: non è il prodotto in sé che attualmente viene venduto, ma l'esperienza che esso offre, la narrazione che comunica, il messaggio che veicola. In questo senso, l'accessibilità a pratiche altrimenti sconosciute e l'illusione di una vita infinita – la possibilità di accedere al *new game* quante volte si vuole – rendono il gioco una realtà nella quale è sempre più emozionante potersi rifugiare.

Mentre la personalità individuale si ritrae sempre più dalle forme della razionalizzazione della vita collettiva e questa tende ad estendersi sempre di più, quasi come una forma di militarizzazione della vita, fino a regolare i più minuti meccanismi del privato, la ricerca di spazi di gioco è di nuovo una rivendicazione di libertà, una dimostrazione che la nostra è solo una forma storica di razionalizzazione, che gli spazi di

---

<sup>4</sup> Come nel caso della città di Stoccolma, i cui palazzi più moderni di sera si illuminano di diversi colori a seconda delle emozioni che i passanti provano e comunicano al proprio smartphone (Amendola, 2015; <http://www.emotionalcities.com/beta/>).

realizzazione dell'individualità nella vita sociale sono sempre più ristretti e compressi (Mongardini, 1993b, pp. 83-84).

È l'*entertainment* che diviene l'attuale «tessuto connettivo della società globale» (Russo, 2014, p. 15), il divertimento come mezzo per esprimere la propria libertà all'interno di una «società 'razionalizzata'» (Mongardini, 1993b, p. 83). Ma di quale libertà si tratta?

Il gioco urbano trasforma lo spazio della città in «ambient advertising» (Russo, 2014, p. 20), ovvero in un ambiente impiegato come strumento per comunicare messaggi di brand (Russo, 2014). È il caso, ad esempio, dell'evento «Vodafone loves Bologna», un progetto del 2011 nel quale Vodafone ha proposto iniziative per la città di Bologna, sostenendo eventi sportivi, sociali e culturali importanti per il territorio bolognese (Russo, 2014); o della campagna «Red Bull Stash», degli anni 2012-2013: una caccia al tesoro 2.0 con l'obiettivo di trovare un pacco di lattine di Redbull e il relativo codice, attraverso indizi diffusi sull'intero territorio nazionale (Russo, 2014).

La *smartificazione* attraverso la pratica ludica degli *urban games* nella declinazione che si è voluta evidenziare rischia di rivelarsi come un meccanismo di stampo economicistico ed orientato all'efficienza come obiettivo ultimo. La ricerca di spazi di gioco, infatti, può divenire – ed è ciò che sta avvenendo – un vero e proprio *mercato* (Mongardini, 1993b). La smart city, in questo senso, può rappresentare un valido esempio di ciò che è definito come *corporate storytelling* (Bria e Morozov, 2018), ovvero una «narrazione aziendale», priva di «ogni accezione politica e apparato critico» (Degli Esposti, 2019, p. 173), che considera gli spazi in virtù della loro capacità di originare opportunità di tipo economico.

Si ritiene, dunque, sia necessario prestare una particolare attenzione a quelle teorie in base alle quali la *gamification* è intesa come processo che enfatizza il ruolo dell'attore sociale (Olszewski, Pałka e Turek, 2018) che, in quanto tale, è automaticamente considerato un processo auspicabile, senza sottoporre ad analisi critica quali siano i margini di libertà che l'attore ha realmente a propria disposizione e quale sia l'effettiva logica che sottintende al processo in questione.

Le dinamiche in atto nella società attuale mettono in luce, infatti, come non sia più possibile considerare il gioco un'attività «essenzialmente sterile», come la intendeva Caillois (1967, p. VII), nell'affermare che il gioco «non produce nulla: né beni, né opere» (p. VII).

La logica del gioco che, tra le altre sfere, invade anche quella del lavoro, sconfessa questo convincimento: basti pensare alla “electronic whip”, la “frusta elettronica”, così ribattezzata dai lavoratori dei sotterranei del Disneyland Resort Hotel, in California. Un tabellone digitale riporta il lavoro degli addetti alla lavanderia, misurandone costantemente la produttività e assumendo colori differenti in base alla velocità con cui la biancheria viene lavata, asciugata e ripiegata. I supervisori fissano gli obiettivi e se si è in linea con essi il proprio colore appare verde, altrimenti diventa giallo o rosso a seconda di quanto la produttività si allontana dal target prefissato (Signorelli, 2019). Al di là delle dichiarazioni di principio, secondo le quali questa modalità “giocosa” renderebbe il lavoro più divertente, è evidente come non siano sottovalutabili le conseguenze individuali e sociali derivanti dall'impiego di questo meccanismo. Tra queste, si sviluppa, ad esempio, una competitività alla quale i lavoratori non riescono, pur volendo, a sottrarsi e tutto ciò comporta inevitabili ripercussioni anche per quanto concerne lo spirito di collaborazione dell'ambiente lavorativo, senza contare l'aumento del numero degli infortuni sul lavoro (Gabrielle, 2018).

Un altro esempio della trasformazione del gioco da attività improduttiva e senza scopo ad attività produttiva e finalizzata a scopi economici è quanto avviene nelle gelaterie di Cold Stone Creamery, in cui i lavoratori sono incentivati, al di fuori dell'orario lavorativo, ad utilizzare un'applicazione che insegna loro come fare le palline di gelato della giusta dimensione e mostra quanto guadagno fanno perdere al negozio se confezionano delle palline troppo grandi (Signorelli, 2019).

Si tratta, naturalmente, soltanto di alcuni esempi, ma che consentono di riflettere sul portato di conseguenze che la distorsione della logica del gioco può generare. In questo senso, l'ambito lavorativo rappresenta uno degli spazi all'interno dei quali questa stortura può prendere il sopravvento, così come sta avvenendo nell'ambito della dimensione territoriale cittadina.

Può, dunque, questa concezione del gioco apportare realmente soluzioni alle principali problematiche del contesto urbano?

#### 4. Conclusioni

Nel presente elaborato ci si è sforzati di mettere in evidenza il portato di elementi che caratterizzano la relazione *smart city-gamification*. Si tratta, naturalmente, di temi che richiamano a loro volta, nelle singole specificità, questioni e problemi che, per ragioni di sintesi, non è stato possibile analizzare in questa sede. Si è scelto, quindi, di focalizzare l'attenzione non sulla *smart city* e la *gamification* in sé – al di là delle pure necessarie premesse concettuali che sono state elaborate e che si ritiene siano indispensabili ad inquadrare i temi in questione –, quanto, piuttosto, in maniera specifica, sul rapporto tra le due sfere. Un rapporto che, a parere di chi scrive, alla luce di un consolidamento sempre più evidente e sempre più intenso, genera una serie di conseguenze e di effetti – opportunità e criticità – rispetto ai quali la riflessione sociologica non può sottrarsi.

Come si è tentato di sottolineare, la *gamification* sta divenendo una parte importante del processo di *smartificazione* delle città che, non a caso, recentemente vengono spesso qualificate come *playful* (Alfrink, 2014). A partire dalla constatazione secondo la quale parte della letteratura sul tema ritiene che la ludicizzazione dei contesti urbani possa condurre a un maggiore coinvolgimento degli abitanti nella sfera pubblica e all'incremento dei comportamenti ritenuti virtuosi (Deterding *et al.*, 2011), ovvero possa di fatto produrre effetti nella sfera reale e non rimanere soltanto sul piano del gioco come momento di separazione rispetto alla realtà, si ritiene opportuno soffermarsi adeguatamente – fornire, quantomeno, qualche spunto di riflessione – sui rischi connessi al processo in oggetto. Se gli effetti considerati “positivi” possono essere reali, altrettanto reali possono essere le conseguenze, anche in termini di ingiustizia sociale, capaci di derivarne. Questo aspetto evidenzia come il gioco inteso come istituzione – ovvero astratto dalla vita e temporalmente e spazialmente circoscritto – riposi attualmente su basi molto fragili.

La ludicizzazione della città, da questo punto di vista, intacca fortemente i livelli del gioco che sono stati esplicitati all'inizio del presente lavoro: al livello pre-sociale genera una distanza sempre più piccola tra la personalità del soggetto e la relazione sociale in cui è inserito tramite il gioco; al livello sociale implica una diminuzione del margine di libertà entro il quale l'attore sociale si muove nel gioco, tra le regole, che sono stabilite a monte e sulle quali egli non ha spazio di intervento.

Uno dei rischi maggiori che la ludicizzazione nelle città può comportare risiede nella sua azione di riduzione della complessità che, sebbene a un primo sguardo possa sembrare in sé auspicabile, da un punto di vista critico si rivela pericolosa se ciò si traduce nella classificazione degli attori sociali attraverso le categorie del gioco: “buoni” e “cattivi” sulla base di condotte “appropriate” e “inappropriate”. “Buoni” coloro che ottengono *punti*, che accumulano *bonus*, che superano con agilità i vari *livelli* e le *sfide* che il gioco propone, che si pongono in cima alla *classifica*. “Cattivi” tutti coloro che non guadagnano i medesimi risultati. È una dicotomia che, lungi dal rimanere confinata nell'ambito del gioco, rischia di dar vita a nuove forme di esclusione<sup>5</sup> e di stigma sociale, nonché di rappresentare una nuova insidiosa forma di controllo sociale (Vanolo, 2018; Harvey 1973; 1992), capace di incidere sulla privacy e sulla libertà, ma anche sul proprio status e i propri diritti.

La Cina con i suoi *social credit systems* sembra rappresentare un valido esempio per quanto concerne i rischi delineati. Si tratta, infatti, come noto, di sistemi che assegnano un punteggio sulla base dei comportamenti degli attori sociali (Liang *et al.*, 2018) dispiegati, tra gli altri, nella sfera dei social media, nel settore degli acquisti e del consumo. Che gli effetti prodotti siano reali lo dimostra il fatto che alcune aziende cinesi, ad esempio, non richiedono depositi cauzionali per il prestito di macchine, appartamenti e così via a quei giocatori che raggiungono punteggi elevati, poiché considerati affidabili dal punto di vista finanziario (Vanolo, 2018). In questo caso si tratta di sottoporre a vaglio non soltanto i comportamenti dei cittadini/giocatori, ma anche la rete familiare e amicale di ciascuno di essi. Il punteggio dei propri familiari ed amici, cioè, può incidere attivamente sul proprio

---

<sup>5</sup> A tal proposito vi è chi ritiene che si formerà una classe sociale nuova sulla base della possibilità o meno di accedere alle nuove tecnologie (Colding e Barthel, 2017 vedi Battarra *et al.*).

punteggio, determinando, così, l'entità degli sconti e delle agevolazioni di cui si potrà godere ed evitando la messa in atto di punizioni.

Alla luce di quanto affermato sinora, se i meccanismi connessi al gioco riescono proficuamente a far presa sui soggetti è evidente che ciò comporta la necessità di indagare la relazione *smart city-gamification* nell'ambito di un'analisi incentrata sulle caratteristiche dell'assetto sociale attuale – sempre più connotato dal predominio della mentalità economicistica e dalla logica della performance – e, dunque, sulle mutate modalità che caratterizzano il rapporto tra il soggetto e la società. È per tale motivazione che la teoria dei giochi non può rappresentare la chiave di lettura più consona ai mutamenti sociali in atto, mentre una teoria del gioco – che non riduce l'attività del gioco all'accumulo di punteggi ottenuti sulla base di condotte orientate all'efficienza – può efficacemente porre tali mutamenti sotto una lente critica, mettendo in luce come la crescente ricerca del gioco possa tradursi in un «mercato» (Mongardini, 1993b, p. 84) dello stesso, rivolto a un pubblico sempre più «affamato di esperienze urbane emozionanti» (Amendola, 2015, p. 10). Un pubblico che diventa l'emblema dell'affermazione del nuovo tipo umano definito come «homo game» (Pecchinenda, 2010), su cui si ritiene necessario continuare a riflettere con uno sguardo critico.

«Non ha forse scritto Nietzsche che “tutto ciò che è profondo ama la maschera?”» (Mongardini, 1993b, p. 57). Lungi dall'essere un'attività futile per la riflessione sociologica, il gioco continua a rappresentare, a tutti gli effetti, una delle modalità fondamentali attraverso cui «costituire società» (Mongardini, 1993b, p. 57). Le forme che tale costituzione può assumere, però, come si è cercato di mettere in luce, possono essere anche molto differenti tra loro e ben distanti dal “gioco” come inteso nel senso comune.

Più che riuscire a trasformare la semplice città in una smart city – la quale appare, più che altro, come un innesto ap problematico di fattori tecnologici in contesti urbani spesso impreparati a farne fronte, divenendo, così, una mera «sovrastruttura» (Battarra *et al.*, 2018, p. 31), un'«etichetta» dotata di una forte «capacità connotativa ed evocativa» (Battarra *et al.*, 2018, p. 30) – sembra, dunque, plausibile affermare che il gioco nella città, secondo la



declinazione che si è voluta evidenziare, rischia di essere, di fatto, la nuova «tecnomagia» (Susca e De Kerckhove, 2009, p. 1) dei nostri giorni.

«La ragione per cui l'uomo moderno è un animale più razionale del suo antenato primitivo consiste forse nel fatto che egli vive in una città, dove la maggior parte degli interessi e dei valori della vita sono stati razionalizzati, ridotti a unità misurabili e perfino fatti oggetto di baratto e di vendita» (Park, 1967, p. 117). Proprio nella città, «espressione della razionalizzazione della vita» (Mongardini, 1993a, p. 45), il magico sembra attecchire ulteriormente.

In questo senso, il gioco nella città appare sempre più come un «totem» (Russo, 2014, p. 23), intorno al quale si riunisce l'attuale attore sociale, nella sua veste di cittadino-giocatore-consumatore (Russo, 2014). Un'interpretazione, in ultima istanza, che riconduce il binomio *smart city-gamification* alla logica dell'efficienza, che conduce le molteplici realtà urbane a un «modello unificante e standardizzato» (Battarra *et al.*, 2018, p. 29) e nega le specificità dei singoli contesti.

## **Bibliografia**

- Abrahamse W., Steg L. (2011). Factors Related to Household Energy Use and Intention to Reduce It: The Role of Psychological and Socio-Demographic Variables. *Human Ecology Review*, 18, 1: 30. Testo disponibile all'indirizzo web: <https://www.rug.nl/staff/e.m.steg/abrahamsesteghuman.pdf> (26/03/2021).
- Albino V., Berardi U., Dangelico R.M. (2015). Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives. *Journal of Urban Technology*, 22: 3. DOI: 10.1080/10630732.2014.942092.
- Aldrich C. (2009). *The Complete Guide to Simulations and Serious Games*. Hoboken: Pfeier/Wiley.
- Alfrink K. (2014). The gameful city. In Walz S.P., Detering S., a cura di, *The gameful world: Approaches, issues, applications*. London: The MIT Press.



- Amendola G. (2015). Le emozioni e la città: dalla Sindrome di Stendhal all' emotional city marketing. *Territorio*, 73: 7. DOI: 10.3280/TR2015-073001.
- Anthopoulos L., Fitsilis P. (2010). From digital to ubiquitous cities: defining a common architecture for urban development. *6th International IET International Conference on Intelligent Environments*, Kuala Lumpur. DOI: 10.1109/IE.2010.61.
- Barbera S. (2009). *La casa al tempo dell'Industrial Design*. Roma: Gangemi.
- Bateson G. (1996). *Questo è un gioco*. Milano: Raffaello Cortina.
- Battarra R., Gargiulo C., La Rocca R.A., Russo L. (2018). L'applicazione del paradigma *smart city* in Italia. Luci ed ombre delle sperimentazioni nelle città metropolitane. *Archivio di Studi Urbani e Regionali*, XLVIII, 123: 26. DOI: 10.3280/ASUR2018-123002.
- Batty M., Axhausen K.W., Giannotti F., Pozdnoukhov A., Bazzani A., Wachowicz M., Ouzounis G., Portugali Y. (2012). Smart cities of the future. *The European Physical Journal Special Topics*, 214: 481. DOI: 10.1140/epjst/e2012-01703-3.
- Bauman Z. (2001). *La solitudine del cittadino globale*. Milano: Feltrinelli.
- Belloc M. (2012). Economia comportamentale. *Dizionario di Economia e Finanza Treccani*. Testo disponibile all'indirizzo web: [http://www.treccani.it/enciclopedia/economia-comportamentale\\_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/economia-comportamentale_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/) (02/02/2020).
- Berry S., Whaley D., Davidson K., Saman W. (2014). Near zero energy homes - What do users think? *Energy Policy*, 73: 127. DOI: 10.1016/j.enpol.2014.05.011.
- Bolognini S. (2017). *Dalla smart city alla human smart city e oltre: profili epistemologici e giuspolitici nello sviluppo del paradigma smartness oriented*. Milano: Giuffrè.
- Bria F., Morozov E. (2018). *Ripensare la smart city*. Torino: Codice Edizioni.
- Buongiovanni C. (2016). We, the City. Intelligenze civiche nella smart city. In Bolici R., Mora L., a cura di, *Come costruire una Smart City. Esperienze a confronto e nuovi scenari di sviluppo*. Roma: Edizioni Forum PA. Testo disponibile all'indirizzo web: <https://re.public.polimi.it/retrieve/handle/11311/1006948/162753/Come%20costruire%20una%20SMART%20CITY.pdf> (02/02/2020).

- Burger E. (1963). *Introduction to the Theory of Games*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc.
- Caillois R. (1967). Prefazione a Caillois R., a cura di, *Jeux et sports. Encyclopédie de la Pléiade*. Paris: Gallimard.
- Caillois R. (2000). *I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine*. Milano: Bompiani.
- Castells M. (1996). *Rise of the Network Society: The Information Age*. Cambridge: Blackwell.
- Cavada M., Rogers C.D.F. (2019). Serious gaming as a means of facilitating truly smart cities: a narrative review. *Behaviour & Information Technology*, 39, 6: 695. DOI: 10.1080/0144929X.2019.1677775.
- Chiesi L. (2010). *Il doppio spazio dell'architettura. Ricerca sociologica e progettazione*. Napoli: Liguori.
- Città di Firenze (2018). *Arriva 'Firenze Game', la app per scoprire la storia di Firenze*. Testo disponibile all'indirizzo web: <https://www.comune.fi.it/comunicati-stampa/arriva-firenze-game-la-app-scoprire-la-storia-di-firenze> (02/02/2020).
- Cocchia A. (2014). Smart and Digital City: A Systematic Literature Review. In Dameri R.P., Rosenthal-Sabroux C., a cura di, *Smart City*. Basel: Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-319-06160-3\_2.
- Coe A., Paquet G., Roy J. (2001). E-Governance and Smart Communities. A Social Learning Challenge. *Social Science Computer Review*, 19, 1: 80. DOI: 10.1177/089443930101900107.
- Colding J., Barthel S. (2017). An urban ecology critique on the “Smart City” model. *Journal of Cleaner Production*, 164: 95. DOI: 10.1016/j.jclepro.2017.06.191.
- Colozzi I., Landuzzi C., Panebianco D. (2017). *“Se mi togliete il gioco divento matto”*. Una ricerca sul gioco d'azzardo a Bologna. Milano: FrancoAngeli.
- Couclelis H. (2004). The construction of the digital city. *Planning and Design*, 31, 1: 5. DOI: 10.1068/b1299.

- Cowley B., Moutinho J., Bateman C., Oliveira A. (2011). Learning Principles and Interaction Design for 'Green My Place': A Massively Multiplayer Serious Game. *Entertainment Computing*, 2, 2: 103. DOI: 10.1016/j.entcom.2011.01.001.
- Crivello S. (2014). Torino smart city. Circolazione, riproduzione e adattamento di un'idea di città. *Archivio di Studi Urbani e Regionali*, XLV, 111: 32.
- Dameri R.P. (2017). *Smart City Implementation. Creating Economic and Public Value in Innovative Urban Systems*. Dordrecht: Springer International Publishing. DOI 10.1007/978-3-319-45766-6\_3.
- De Kerckhove D., Susca V. (2009). *Transpolitica. Nuovi rapporti di potere e di sapere*. Milano: Apogeo Education.
- De Waal M. (2011). The urban culture of sentient cities: from an internet of things to a public sphere of things. In Shepard M., a cura di, *Sentient city. Ubiquitous computing, architecture, and the future of urban space*. Cambridge: MIT Press.
- Degli Esposti P. (2015). *Essere prosumer nella società digitale: produzione e consumo tra atomi e bit*. Milano: FrancoAngeli.
- Degli Esposti P. (2019). I confini ibridi della smart city nel processo di urbanizzazione della tecnologia. *Sociologia urbana e rurale*, 118: 161. DOI: 10.3280/SUR2019-118012.
- Deterding S., Nixon D., Khaled R., Nacke L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In Lugmayr A., Franssila H., Safran C., Hammouda I., a cura di, *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. New York: Association for Computing Machinery.
- Drucker P.F. (1954). *The practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Etezadzadeh C. (2016). *Smart City - Future City?: Smart City 2.0 as a Livable City and Future Market*. Berlin: Springer.
- Fink E. (1987). *Oasi della gioia. Per una antologia del gioco*. Salerno: Edizioni 10/17.
- Fischer G.-N. (1994). *I concetti fondamentali della psicologia sociale*. Roma: Borla.

- Gabrielle V. (2018). The dark side of the gamifying work. *Fast Company*, 1 ottobre. Testo disponibile all'indirizzo web: <https://www.fastcompany.com/90260703/the-dark-side-of-gamifying-work> (02/02/2020).
- Gabrielli S., Forbes P., Jylhä A., Wells S., Sirén M., Hemminki S., Nurmi P., Maimone R., Masthoff J., Jacucci G. (2014). Design Challenges in Motivating Change for Sustainable Urban Mobility. *Computers in Human Behavior*, 41: 416. DOI: 10.1016/j.chb.2014.05.026.
- Gehlen A. (1983). *L'uomo. La sua natura e il suo posto nel mondo*. Milano: Feltrinelli.
- Giffinger R., Fertner C., Kramar H., Kalasek R., Pichler-Milanovic N., Meijers E. (2007). *Smart cities. Ranking of European medium-sized cities*. Vienna: University of Technology. Testo disponibile all'indirizzo web: [http://www.smart-cities.eu/download/smart\\_cities\\_final\\_report.pdf](http://www.smart-cities.eu/download/smart_cities_final_report.pdf) (02/02/2020).
- Giffinger R., Lü H. (2015). *The Smart City perspective. A necessary change from technical to urban innovation*. Milano: Feltrinelli.
- Goffman E. (2003). *Espressione e identità. Gioco, ruoli, teatralità*. Bologna: il Mulino.
- Gurashi R., Iannuzzi I. (2020). La città alla prova dell'intelligenza. Smart city e possibili percorsi di senso. *Sicurezza e scienze sociali*, VIII, 1: 79. DOI: 10.3280/SISS2020-001008.
- Harvey D. (1973). *Social justice and the city*. London: Arnold.
- Harvey D. (1992). Social justice, postmodernism and the city. *International Journal of Urban and Regional Research*, 16, 4: 588. DOI: 10.1111/j.1468-2427.1992.tb00198.x.
- Herzig P., Jugel K., Momm C., Ameling M., Schill A. (2013). GaML-A Modeling Language for Gamification. In Institute of Electrical and Electronics Engineers, a cura di, *Proceedings of the 2013 IEEE/ACM 6th International Conference on Utility and Cloud Computing*. Washington: IEEE. DOI: 10.1109/UCC.2013.96.
- Hollands R.G. (2008). Will the real smart city please stand up? *City: Analysis of Urban Trend, Culture, Theory, Policy, Action*, 12, 3: 303. DOI: 10.1080/13604810802479126.
- Huizinga J. (1964). *Homo Ludens*. Milano: il Saggiatore.

- Iannone R. (2018). Smartness. The face of the integration in the new “performing” society. *Storiadelmondo*, 86: 1. Testo disponibile all’indirizzo web: <http://www.storiadelmondo.com/86/iannone.smartness.pdf> (26/03/2021).
- Kazhamiakin R., Marconi A., Perillo M., Pistore M., Valetto G., Piras L., Avesani F., Perri N. (2015). Using gamification to incentivize sustainable urban mobility. *2015 IEEE First International Smart Cities Conference (ISC2)*, Guadalajara: IEEE. DOI: 10.1109/ISC2.2015.7366196.
- Komninou N. (2002). *Intelligent Cities. Innovation, Knowledge Systems and Digital Spaces*. London: Spon Press.
- Komninou N. (2006). The architecture of intelligent cities: integrating human, collective and artificial intelligence to enhance knowledge and innovation. In Institution of Engineering and Technology, *The 2nd IET International Conference on Intelligent Environments. IE 06. 5-6 July 2006. National Technical University of Athens, Greece*. Stevenage: IET. DOI: 10.1049/cp:20060620.
- Lefebvre H. (1970). *Il diritto alla città*. Marsilio: Padova.
- Liang F., Das V., Kostyuk N., Hussain M.M. (2018). Constructing a data-driven society: China’s social credit system as a state surveillance infrastructure. *Policy & Internet*, 10, 4: 415. DOI: 10.1002/poi3.183.
- Mahizhnan A. (1999). Smart cities: The Singapore case. *Cities*, 16, 1: 13. DOI: 10.1016/S0264-2751(98)00050-X.
- Mezzapelle D. (2016). Smartness come «stile di vita». Approcci alla discussione. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XIII, IX: 489. DOI: 10.13128/bsgi.v9i3-4.483.
- Mongardini C. (1993a). *Il magico e il moderno*. Milano: FrancoAngeli.
- Mongardini C. (1993b). *Saggio sul gioco*. Milano: FrancoAngeli.
- Montola M., Stenros J., Waern A. (2009). *Pervasive Games. Theory and Design*. Burlington: Morgan Kaufmann.
- Mosannenzadeh F., Vettorato D. (2014). Defining Smart City. A Conceptual Framework Based on Keyword Analysis. *TeMA. Journal of Land Use, Mobility and Environment*, Special Issue: 683. DOI: 10.6092/1970-9870/2523.

- Niger S. (2012). La città del futuro: smart city, smart community, sentient city. *Astrid Rassegna*, 159, 10. Testo disponibile all'indirizzo web: [https://s3.amazonaws.com/PDS3/allegati/Niger\\_smart-city-articolo-1.pdf](https://s3.amazonaws.com/PDS3/allegati/Niger_smart-city-articolo-1.pdf) (02/02/2020).
- Olszewski R., Cegińska M., Szczepankowska U., Wesołowski J. (2020). Developing a Serious Game That Supports the Resolution of Social and Ecological Problems in the Toolset Environment of Cities: Skylines. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 9, 118: 1. DOI: 10.3390/ijgi9020118.
- Olszewski R., Pałka P., Turek A. (2018). Solving “Smart City” Transport Problems by Designing Carpooling Gamification Schemes with Multi-Agent Systems: The Case of the So-Called “Mordor of Warsaw”. *Sensors*, 18, 1: 141. DOI: 10.3390/s18010141.
- Papa R., Gargiulo C., Cristiano M, Di Francesco I., Tulisi A. (2015). Less smart more city. *TeMA. Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 8, 2: 159. DOI: 10.6092/1970-9870/3012.
- Park R. (1967). *La città*. Milano: Comunità.
- Pecchinenda G. (2010). *Videogiochi e cultura della simulazione. La nascita dell'“homo game”*. Roma-Bari: Laterza.
- Russo G. (2014). Gli Urban Game: pratica creativa della brand communication. *Sociologia della Comunicazione*, 47: 15. DOI: 10.3280/SC2014-047003.
- Sakamoto M, Nakajima T., Alexandrova T. (2014). Enhancing Values through Virtuality for Intelligent Artifacts that Influence Human Attitude and Behavior. *Multimedia Tools and Applications*, 74: 11537. DOI: 10.1007/s11042-014-2250-5.
- Sakamoto M., Nakajima T. (2015). Gamifying smart city services to flourish our society. In Association for Computing Machinery, *UbiComp/ISWC'15 Adjunct: Adjunct Proceedings of the 2015 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing and Proceedings of the 2015 ACM International Symposium on Wearable Computers*. New York: ACM. DOI: 10.1145/2800835.2801637.
- Salen K., Zimmerman E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge: MIT Press.



- Schuler D. (2002). Digital cities and digital citizens. In Tanabe M., van den Besselaar P., Ishida T., a cura di, *Digital cities II: computational and sociological approaches*. Berlin: Springer. DOI: 10.1007/3-540-45636-8\_6.
- Shepard M., a cura di (2011). *Sentient city. Ubiquitous computing, architecture, and the future of urban space*. Cambridge: MIT Press.
- Signorelli A.D. (2019). La gamification di quasi tutto. *Il Tascabile*, 29 ottobre. Testo disponibile all'indirizzo web: <https://www.iltascabile.com/scienze/gamification-vita-lavoro> (02/02/2020).
- Simmel G. (1983). *Forme e giochi di società. Problemi fondamentali della sociologia*. Milano: Feltrinelli.
- Smith J.M. (1982). *Evolution and the Theory of Games*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thaler R., Sunstein C.R. (2014). *Nudge. La spinta gentile*. Milano: Feltrinelli.
- Thorns D. (2002). *The Transformation of Cities: Urban Theory and Urban Life*. Basingstoke: Palgrave. DOI: 10.1007/978-1-4039-9031-0.
- Vanolo A. (2019). Playable urban citizenship: Social justice and the gamification of civic life. In Cardullo P., Di Felicianantonio C., Kitchin R., a cura di, *The Right to The Smart City*. Bingley: Emerald.
- Viola F., Idone Cassone V. (2016). Playable city: per una gamification urbana. In Thibault M., a cura di, *Gamification urbana. Letture e riscritture ludiche degli spazi cittadini*. Roma: Aracne.
- Von Neumann J., Morgenstern O. (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*. Princeton: Princeton University Press.