

Game Addiction Score

Un problema che merita attenzione

Meccanismi psicologici

Trigger

Impatto per età

Soluzioni possibili

Il nostro sistema a punteggio

INTRODUZIONE

I videogiochi rappresentano una forma d'arte e di intrattenimento consolidata, capace di offrire notevoli benefici cognitivi, sociali ed emotivi ma non il mercato non è esente da problemi.

Questa guida si focalizza su un aspetto specifico e talvolta problematico del panorama videoludico attuale: le tecniche di monetizzazione e i meccanismi psicologici impiegati nei giochi per smartphone.

Lungi dal voler demonizzare l'intero settore, il nostro obiettivo è fare luce su pratiche, note come "dark pattern", e sull'uso di meccanismi intenzionalmente progettati per creare coinvolgimento profondo, che possono sfociare in dipendenza.

Esistono pratiche diffuse che possono mettere a rischio il benessere psicologico ed economico degli utenti, specialmente dei più giovani, e in alcuni casi avvicinare gli individui a dinamiche preoccupantemente simili a quelle della ludopatia.

Il mondo dei giochi mobile si distingue nettamente per meccaniche di monetizzazione da quello dei videogiochi tradizionali per console o PC.

Le differenze risiedono non solo nella piattaforma, ma soprattutto nei modelli di business adottati e nelle meccaniche di gioco implementate, spesso ottimizzate per massimizzare il tempo di gioco e la spesa, talvolta a scapito dell'esperienza ludica stessa e del benessere dell'utente.

Esploreremo come queste strategie funzionano, quale impatto hanno e quali soluzioni possono essere adottate per navigare questo complesso ecosistema in modo più consapevole.

Oltre l'intrattenimento: Riflessioni sul mercato mobile

Parte 1 - Il Problema: Anatomia dei Meccanismi Mobile

- 1.1 - Due Mondi a Confronto: Mobile vs. Console/PC
- 1.2 - Le "Balene": Sostenitori Involontari di un Sistema
- 1.3 - Decostruire il Gioco: I Meccanismi Chiave
- 1.4 - L'Arte Oscura del Design: I Dark Pattern
- 1.5 - La Psicologia dell'Aggancio: Perché Siamo Vulnerabili
- 1.6 - Uno Sguardo al Mercato Globale

Parte 2 - L'Impatto su cervello, comportamento e vita

- 2.1 - Gli Effetti Comuni: Un Filo Rosso
- 2.2 - Impatto Differenziato: Le Vulnerabilità delle Diverse Età

Parte 3 - Le soluzioni per un ecosistema di gioco più sano

- 3.1 Illuminare le Ombre: Il Game Addiction Score (GAS)
- 3.2 Riscoprire il Gioco Autentico: Le Alternative Positive
- 3.3 Un Approccio Multilivello: Strategie di Mitigazione Concrete
- 3.4 Cercare Aiuto: Risorse di Supporto Psicologico
- 3.5 Piattaforme Differenti, Filosofie Differenti?

Conclusione: verso un gioco consapevole

Approfondimenti: studi e risorse rilevanti di settore

Parte 1

Il Problema: anatomia dei meccanismi psicologici dei giochi Mobile

1.1 Due mondi a confronto: Mobile vs. Console/PC

Per comprendere appieno le specificità del gaming mobile, è utile confrontarlo con l'esperienza più tradizionale offerta da console e PC.

Su queste piattaforme, il modello economico prevalente è ancora l'acquisto iniziale del gioco (premium). Sebbene le microtransazioni esistano, tendono ad essere accessorie o focalizzate su elementi cosmetici, inserendosi in un contesto dove il giocatore ha già fatto un investimento iniziale consapevole.

Il design di questi giochi è generalmente orientato a offrire un'esperienza completa, basata sull'abilità, l'esplorazione o la narrazione. La spesa, di conseguenza, è più distribuita tra i giocatori e avviene in modo più ponderato; in Europa, ad esempio, la spesa media mensile si attesta tra i 9 e i 15 euro. Un esempio emblematico è *The Legend of Zelda*, che offre un vasto mondo e una storia avvincente accessibili interamente dopo l'acquisto iniziale.

Il panorama mobile è dominato invece dal modello "free-to-play" (F2P), dove il gioco è scaricabile gratuitamente ma i ricavi derivano dagli acquisti in-app (IAP). Questa differenza fondamentale plasma l'intero design: i giochi mobile sono spesso ottimizzati per creare cicli di gioco brevi e ripetuti, elargendo ricompense frequenti ma introducendo anche barriere artificiali (come timer, vite limitate o energia) che possono essere superate pagando.

L'esperienza è progettata per massimizzare la *retention* (mantenere il giocatore attivo) e la *monetizzazione*. Prendiamo *Candy Crush Saga*: limita le vite, propone livelli strategicamente frustranti per incentivare l'acquisto di aiuti, e invia continue notifiche e offerte a tempo.

Questo modello porta a una polarizzazione estrema della spesa: la stragrande maggioranza degli utenti non paga nulla, mentre una piccolissima percentuale (meno del 2%) genera quasi tutti i ricavi, arrivando a spendere cifre considerevoli (l'ARPPU, ricavo medio per utente pagante, può superare i 100 dollari annui in giochi come *Clash of Clans* e arrivare a oltre 500 in titoli come *Game of War*).

1.2 Le "Balene": sostenitori involontari di un sistema

Questa dinamica ha dato origine al termine "balene" (whales) per descrivere quella minoranza di giocatori che spende cifre eccezionalmente alte, sostenendo di fatto l'intero modello economico F2P, specialmente nei giochi con meccaniche "gacha" (sistemi di ottenimento casuale di oggetti o personaggi).

Parliamo di un 2-5% di utenti che possono generare oltre il 50% dei ricavi totali. In giochi popolari come *Genshin Impact*, le spese individuali possono variare da mille a decine di migliaia di dollari all'anno, con casi documentati che superano i 100.000 dollari.

È interessante notare come questa spesa avvenga spesso tramite micro-transazioni frequenti, apparentemente innocue se prese singolarmente (sotto i 50 dollari), ma che si accumulano nel tempo fino a raggiungere somme ingenti, talvolta senza che il giocatore ne abbia piena percezione.

Le motivazioni dietro queste spese sono complesse: dal desiderio di completare collezioni o massimizzare la potenza dei personaggi, alla soddisfazione personale derivante dall'ottenere oggetti rari, fino alle esigenze di content creator o al semplice impulso collezionistico. Questo

fenomeno, sebbene redditizio per gli sviluppatori, evidenzia i rischi intrinseci del modello mobile, che può portare i giocatori più vulnerabili a spese compulsive con gravi conseguenze economiche personali.

1.3 Modello di business e meccanismi chiave

Per raggiungere i loro obiettivi di coinvolgimento e monetizzazione, i giochi mobile impiegano un arsenale di meccanismi psicologici ben studiati, che possiamo raggruppare per funzione:

- **Attivazione**

Il primo passo è trasformare chi scarica l'app in un giocatore attivo. Questo avviene attraverso un *onboarding* rapido e gratificante, dove le prime vittorie sono facilitate (spesso contro avversari controllati dall'IA non dichiarati, come in *Clash Royale*), le ricompense iniziali sono generose e viene subito offerta la possibilità di personalizzare qualcosa, creando un legame emotivo precoce.

- **Retention**

Una volta attivato, il giocatore va trattenuto nel tempo. A questo servono le *ricompense giornaliere* e le missioni periodiche, che instaurano un'abitudine. I *sistemi di energia o stamina*, che si rigenerano lentamente, incentivano accessi multipli durante la giornata per non "sprecare" risorse (la "resina" in *Genshin Impact* ne è un esempio). Gli *eventi a tempo limitato* creano un senso di urgenza (FOMO), mentre le meccaniche sociali come le gilde introducono una responsabilità verso altri giocatori. Il tutto è supportato da *notifiche push* strategiche che ricordano al giocatore di tornare.

- **Monetizzazione**

L'obiettivo finale è convertire i giocatori in clienti paganti. Le *valute duali* (una guadagnabile giocando, l'altra acquistabile con denaro

reale, spesso con tassi di cambio poco chiari) mascherano il costo reale. I sistemi *Gacha* o *Loot Box*, come il meccanismo "Wish" di *Genshin Impact*, offrono ricompense casuali con probabilità molto basse per gli oggetti più desiderati, simulando dinamiche d'azzardo e sfruttando meccanismi di "pietà" (garanzia dopo N tentativi) per incentivare ulteriori spese. I *Battle Pass* offrono ricompense migliori a chi paga un abbonamento stagionale, mentre le *offerte a tempo* spingono ad acquisti impulsivi. Spesso, si paga semplicemente per rimuovere *limitazioni artificiali* (vite, tempo, energia) o per ottenere *vantaggi competitivi* (il cosiddetto pay-to-win).

- **Dipendenza**

Alcuni meccanismi sono specificamente progettati per creare un coinvolgimento profondo che può diventare compulsivo. Il *rinforzo a intermittenza variabile*, dove le ricompense sono imprevedibili, è noto per essere estremamente efficace nel creare abitudini (simile alle slot machine). I sistemi di *progressione infinita* fanno sì che ci sia sempre un nuovo obiettivo, sempre più difficile da raggiungere. La *fallacia del costo irrecuperabile* (sunk cost fallacy) viene sfruttata evidenziando quanto tempo e denaro sono già stati investiti, rendendo psicologicamente difficile abbandonare il gioco. Il *FOMO*, la paura di perdersi qualcosa, è un motore potente, così come i *compulsion loops*, cicli ripetitivi di azione-ricompensa-nuova azione (come lanciare i dadi in *Monopoly Go*, finché non finiscono e si è tentati di acquistarne altri). Infine, il *confronto sociale* tramite classifiche e statistiche stimola la competizione e l'investimento.

1.4 L'arte oscura della progettazione: i dark pattern

Oltre ai meccanismi intrinseci al gameplay, molti giochi mobile utilizzano i "dark pattern": tecniche di design dell'interfaccia utente

deliberatamente ingannevoli. Il loro scopo è spingere l'utente verso azioni che altrimenti non compirebbe, come spendere denaro o rimanere più a lungo nel gioco. Esempi includono la *confusione valutaria* (usare valute virtuali con tassi di cambio complessi, come i *Robux* in *Roblox*), creare *false urgenze* con timer per offerte che in realtà si ripetono, introdurre picchi di difficoltà improvvisi (*grinding forzato*) superabili solo pagando, promettere qualcosa e poi cambiarlo (*bait and switch*), progettare interfacce che facilitano *acquisti accidentali*, o usare una *pressione sociale* artificiale mostrando notifiche esagerate sulle attività degli amici.

1.5 La psicologia dell'aggancio: perché siamo vulnerabili

L'efficacia di tutti questi meccanismi risiede nel modo in cui sfruttano principi psicologici e neurobiologici profondamente radicati nel nostro cervello:

- Il sistema della dopamina gioca un ruolo cruciale. Contrariamente a quanto si pensa, non è il neurotrasmettitore del piacere in sé, ma piuttosto dell'anticipazione della ricompensa e della motivazione a cercarla. I giochi mobile, con le loro ricompense frequenti e soprattutto imprevedibili (*rinforzo variabile*), mantengono questo sistema costantemente attivato, creando un potente ciclo di desiderio e azione, come si osserva negli effetti quasi ipnotici delle ricompense casuali in *Candy Crush Saga*.
- L'effetto Zeigarnik descrive la nostra tendenza a ricordare meglio i compiti lasciati incompleti. I giochi sfruttano questa tensione psicologica creando continuamente obiettivi non terminati: casse che richiedono ore per aprirsi (*Clash Royale*), barre di progresso da riempire, collezioni da completare. Questi compiti "in sospeso" rimangono nella mente del giocatore, spingendolo a tornare per risolverli.

- Il Compulsion Loop è il motore fondamentale di molti giochi: un ciclo continuo di sfida, azione, ricompensa, e nuova sfida. Questo ciclo è intrinsecamente gratificante, ma nei giochi mobile viene spesso interrotto artificialmente da ostacoli (energia, timer, difficoltà) che possono essere rimossi pagando, trasformando un ciclo di gioco in un potenziale ciclo di spesa (come nel caso dei dadi limitati in *Monopoly Go*).
- Il FOMO (Fear Of Missing Out) fa leva sulla nostra avversione alla perdita, un bias cognitivo per cui il dolore di perdere qualcosa è più forte del piacere di guadagnare qualcosa di valore equivalente. Eventi a tempo limitato, oggetti esclusivi, offerte irripetibili: tutto concorre a creare l'ansia di "perdersi qualcosa", spingendo al gioco e all'acquisto (come per le skin stagionali nei Battle Royale).
- La Fallacia del Costo Irrecuperabile (Sunk Cost Fallacy) ci porta a persistere in un'attività solo perché vi abbiamo già investito molto (tempo, denaro, sforzo), anche quando non è più razionale farlo. I giochi mobile rendono molto visibili questi investimenti (livelli raggiunti, collezioni, tempo di gioco) per creare una barriera psicologica all'abbandono (pensiamo ai villaggi costruiti in anni nei giochi di strategia).
- Il Modello Hook di Nir Eyal riassume elegantemente come questi elementi si combinano per creare abitudini: un *Trigger* (interno come la noia, o esterno come una notifica) porta a un'*Azione* (aprire il gioco), seguita da una *Ricompensa Variabile* (imprevedibile e quindi più potente), che a sua volta richiede un *Investimento* (tempo, progressi, denaro), il quale carica il prossimo trigger, rendendo il ciclo sempre più forte.
- Un esempio illuminante viene dall'aneddoto della professoressa Zoe Chance, esperta di marketing, che sviluppò una vera e propria compulsione verso il suo Fitbit, arrivando a camminare inutilmente a tarda notte pur di raggiungere l'obiettivo di passi giornaliero.

Questo dimostra come meccanismi simili (feedback immediato, obiettivi, progressione visibile, confronto sociale) possano creare dipendenza anche in contesti non ludici e in persone consapevoli.

1.6 Uno Sguardo al Mercato Globale

Le pressioni economiche che spingono all'adozione di queste tecniche diventano chiare analizzando le dimensioni e le tendenze del mercato dei giochi mobile.

- In Occidente (Europa e Nord America), il mercato è maturo e in continua crescita. L'Italia segue questo trend, con un fatturato superiore ai 2,2 miliardi di euro nel 2023 e una vasta popolazione di giocatori mobile (62% tra 16-64 anni), prevalentemente su titoli F2P. La spesa media per chi paga è di circa 15 euro al mese. L'Europa nel suo complesso vale oltre 15 miliardi di euro, con una regolamentazione generalmente più attenta alla tutela dei consumatori, spingendo verso modelli come abbonamenti e acquisti cosmetici. Gli Stati Uniti, il mercato occidentale più grande (oltre 25 miliardi di dollari), mostrano una maggiore propensione alla spesa pro capite e spesso anticipano le tendenze europee, come il recente spostamento da loot box a battle pass più trasparenti in alcuni generi.
- Il mercato Asiatico (Cina, Giappone, Corea del Sud) rappresenta la fetta più grande della torta globale (oltre il 60%), fungendo da vero e proprio laboratorio per l'innovazione nella monetizzazione. La Cina, nonostante le severe normative statali (limiti di gioco per minori, approvazione governativa dei titoli), rimane il mercato singolo più grande al mondo, dominato da giganti come Tencent e NetEase e caratterizzato da un ecosistema di app store frammentato. Il Giappone si distingue per la spesa pro capite più alta al mondo e la predominanza assoluta delle meccaniche Gacha,

spesso legate a franchise popolari di anime e manga. La Corea del Sud, con la sua avanzata infrastruttura tecnologica e una forte cultura del gaming competitivo (eSports mobile), predilige MMO e giochi PvP, sperimentando sistemi di potenziamento rischiosi e abbonamenti a più livelli.

- Confrontando i due macro-mercati, emergono differenze culturali: in Asia c'è generalmente una maggiore accettazione per meccaniche pay-to-win e una preferenza per esperienze intensamente sociali e competitive, che si riflette in modelli di monetizzazione più aggressivi. Tuttavia, si osserva una graduale convergenza, con publisher globali che adattano i loro giochi ai diversi mercati, talvolta creando versioni significativamente diverse dello stesso titolo.
- Le tendenze future indicano un consolidamento del mercato, una maggiore integrazione tra piattaforme (cross-play), l'ascesa dei contenuti generati dagli utenti (UGC), e una continua dialettica tra innovazione nei modelli di monetizzazione e la crescente pressione normativa a livello globale, che sfida gli sviluppatori a trovare un equilibrio sostenibile tra profitti ed esperienza utente.

Parte 2

Conseguenze su cervello, comportamento e vita

2.1 Gli Effetti Comuni: Un Filo Rosso

L'esposizione prolungata e intensa ai meccanismi descritti può avere una serie di conseguenze negative trasversali a tutte le età.

Si osservano frequentemente alterazioni dei pattern di sonno, dovute sia all'uso serale dei dispositivi che all'eccitazione mentale indotta dal gioco.

La continua esposizione a stimoli rapidi e ricompense immediate può portare a una riduzione della capacità di attenzione sostenuta, rendendo più difficile concentrarsi su attività come lo studio o la lettura.

Sul piano sociale, l'uso eccessivo può condurre all'isolamento, sostituendo interazioni reali significative con scambi virtuali più superficiali. Non vanno sottovalutati i problemi di gestione finanziaria, poiché le microtransazioni, apparentemente piccole, possono accumularsi fino a cifre considerevoli, inducendo spese impulsive e, nei casi più gravi, indebitamento. Infine, il nucleo del problema risiede nello sviluppo di comportamenti compulsivi: i cicli di rinforzo variabile possono instaurare pattern di gioco difficili da controllare, che talvolta si estendono ad altri ambiti della vita.

Un esempio concreto è come il FOMO generato da eventi a tempo limitato nei giochi Battle Royale possa spingere i giovani a sacrificare pasti, sonno o compiti scolastici.

2.2 Impatto Differenziato: Le Vulnerabilità delle Diverse Età

Gli effetti di questi meccanismi non sono uniformi, ma variano significativamente in base alla fase di sviluppo cerebrale e psicosociale dell'individuo.

- **Bambini sotto i 12 anni**

Questa fascia d'età è particolarmente vulnerabile. Il loro cervello è in una fase di elevata plasticità, il che significa che le esperienze ripetute plasmano rapidamente le connessioni neurali; l'esposizione a cicli di ricompensa intensa può quindi "allenare" il cervello verso la compulsività. La corteccia prefrontale, responsabile dell'autocontrollo e del pensiero critico, è ancora immatura, rendendoli meno capaci di resistere agli impulsi. Il loro sistema dopaminergico è inoltre particolarmente sensibile, rendendo le ricompense del gioco estremamente gratificanti. Comportamentalmente, ciò si traduce in difficoltà di autoregolazione (scoppi di rabbia se interrotti), possibili ritardi nello sviluppo di competenze sociali a causa del minor tempo dedicato alle interazioni reali, problemi di sonno e difficoltà a mantenere l'attenzione prolungata, con ovvie ripercussioni scolastiche. Piattaforme come *Roblox*, pur offrendo spazi creativi, implementano molti meccanismi addittivi che possono portare i bambini a mostrare segni di dipendenza.

- **Adolescenti (12-18 anni)**

L'adolescenza è un altro periodo critico. Il cervello subisce importanti rimaneggiamenti: il sistema limbico, legato alle emozioni e alla ricerca di gratificazioni immediate, matura prima della corteccia prefrontale, creando uno squilibrio che favorisce comportamenti impulsivi e la ricerca di sensazioni forti. Gli adolescenti sono anche ipersensibili alle ricompense sociali e al

giudizio dei pari, rendendo meccanismi come classifiche, achievement pubblici e dinamiche di gruppo estremamente efficaci. L'uso intensivo di giochi addittivi può influenzare il processo di "potatura sinaptica", rafforzando i circuiti neurali legati al gioco a scapito di altri. A livello comportamentale, sono molto sensibili al FOMO e alla pressione del gruppo. I giochi diventano importanti spazi per la costruzione dell'identità, rendendo status symbol virtuali (come le skin di *Fortnite*) particolarmente potenti. L'uso problematico è correlato a cali nel rendimento scolastico e a gravi disturbi del sonno, con conseguenze sull'umore e le capacità cognitive.

- **Giovani Adulti (18-25 anni)**

In questa fase, l'individuo raggiunge l'indipendenza economica ma il cervello non ha ancora completato la sua maturazione. La corteccia prefrontale si sta ancora finalizzando (completa lo sviluppo intorno ai 25 anni), il che significa che possono persistere difficoltà nel controllo degli impulsi e nella valutazione dei rischi a lungo termine, specialmente in ambito finanziario. Hanno accesso a strumenti di pagamento ma spesso poca esperienza nella gestione del denaro, rendendoli un target ideale per microtransazioni cumulative e sistemi gacha. L'uso problematico può impattare negativamente su percorsi accademici o professionali in una fase cruciale della vita. Inoltre, meccanismi come loot box e gacha possono contribuire a normalizzare comportamenti simili al gioco d'azzardo. *Genshin Impact*, con il suo sofisticato sistema gacha, è un esempio di gioco che attrae fortemente questa fascia demografica, portando talvolta a spese ingenti.

- **Adulti (25-35 anni)**

Con un cervello generalmente maturo, gli adulti possiedono maggiori capacità di autoregolazione. Tuttavia, rimangono suscettibili ai meccanismi di rinforzo variabile e spesso utilizzano i

giochi mobile come meccanismo di *coping* per sfuggire allo stress lavorativo o alle responsabilità quotidiane. Questo li rende vulnerabili a meccanismi che offrono gratificazione immediata. L'uso problematico può creare conflitti nelle relazioni familiari e sociali, avere conseguenze finanziarie (spesso hanno maggiori capacità di spesa ma anche maggiori responsabilità) e interferire con sonno e produttività lavorativa. *Candy Crush Saga* è emblematico di come un gioco apparentemente innocuo, usato per brevi pause, possa portare a sessioni prolungate e spese dettate dalla frustrazione.

- **Adulti oltre i 35 anni**

In questa fascia d'età, le motivazioni per giocare possono cambiare, includendo la ricerca di stimolazione cognitiva o il mantenimento delle funzioni mentali. Sono generalmente meno influenzati dalla pressione sociale dei pari ma rimangono sensibili a meccanismi basati sulla routine e sulla fallacia del costo irrecuperabile. Sebbene tendano ad avere maggiore consapevolezza finanziaria, possono sviluppare un uso problematico come meccanismo compensativo per affrontare cambiamenti di vita, solitudine o stress. Anche giochi meno aggressivi nella monetizzazione, come quelli di parole tipo *Wordfeud*, possono indurre comportamenti di controllo compulsivo dell'app e richiedere un'attenzione frammentata durante la giornata.

In sintesi, sebbene la vulnerabilità neurobiologica sia massima nelle fasi giovanili, i rischi associati ai meccanismi addittivi persistono e si trasformano lungo tutto l'arco della vita, assumendo connotazioni diverse legate alle sfide e alle responsabilità di ciascuna età.

Parte 3

Soluzioni per un sistema di Gioco più Sano

Affrontare le complessità legate ai meccanismi addittivi nei giochi mobile richiede un impegno collettivo e strategie integrate che operino su diversi livelli: individuale, familiare, industriale e normativo.

3.1 Illuminare le Ombre: Il Game Addiction Score (GAS)

Un passo fondamentale verso una maggiore consapevolezza è dotare i consumatori di strumenti per valutare i rischi potenziali. Si propone l'introduzione del Game Addiction Score (GAS), un sistema di etichettatura trasparente, ispirato al Nutriscore usato per gli alimenti.

Il sistema a punteggio classificherebbe i giochi per smartphone su una scala semplice (ad esempio da A a E) basandosi sull'analisi della presenza e dell'intensità di 12 meccanismi manipolativi noti, tra cui loot box/gacha, uso di valute multiple complesse, acquisti percepiti come necessari per progredire, ricompense giornaliere pressanti, eventi a tempo limitato (FOMO), sistemi di progressione infinita, ricompense imprevedibili, enfasi sul costo irrecuperabile, pressione sociale, notifiche intrusive e design che ostacola punti di stop naturali.

La valutazione considererebbe non solo se un meccanismo è presente, ma anche quanto è pervasivo nel gioco, applicando un "peso" diverso a seconda della sua potenziale pericolosità. Il punteggio finale collocherebbe il gioco in una fascia di rischio chiara: da "SANO"

(praticamente privo di meccanismi problematici) a "PERICOLOSAMENTE DOPAMINICO" (design predatorio con rischio significativo per la salute mentale).

Un sistema come il GAS, se adottato volontariamente dall'industria, imposto per legge, valutato da enti indipendenti o integrato direttamente negli app store, fornirebbe a genitori, educatori e giocatori stessi uno strumento immediato per compiere scelte più informate riguardo al download, al tempo da dedicare e ai limiti di spesa da impostare.

3.2 Riscoprire il Gioco Autentico: Le Alternative Positive

Parallelamente alla valutazione dei rischi, è cruciale promuovere alternative di gioco che offrano esperienze ricche e benefiche senza ricorrere a meccanismi manipolativi. I giochi da tavolo e i giochi di ruolo come Dungeons & Dragons rappresentano eccellenti esempi.

I Giochi da tavolo favoriscono un'interazione sociale autentica, diretta, che sviluppa empatia, comunicazione e collaborazione in un modo che le interazioni mediate digitalmente raramente eguagliano.

Stimolano inoltre uno sviluppo cognitivo equilibrato, allenando il pensiero strategico, la pianificazione a lungo termine e il problem-solving senza la sovrastimolazione e i cicli di ricompensa rapidi e artificiali tipici del mobile.

In questi giochi, la gratificazione deriva spesso da motivazioni intrinseche – il piacere della sfida intellettuale, il divertimento della compagnia, la soddisfazione di costruire qualcosa insieme – piuttosto che da ricompense estrinseche come punti o valute virtuali.

Fondamentalmente, offrono un'esperienza con un inizio e una fine definiti. Una partita o una sessione ha una durata limitata, fornendo un

senso di completamento che contrasta con la progressione potenzialmente infinita dei giochi mobile, aiutando i giocatori a disconnettersi mentalmente. Non sorprende che queste forme di gioco vengano sempre più utilizzate anche in contesti terapeutici per sviluppare competenze sociali ed emotive.

3.3 Un Approccio Multilivello: Strategie di Mitigazione Concrete

Oltre agli strumenti di consapevolezza e alla promozione di alternative, sono necessarie azioni concrete a vari livelli:

- **A livello Normativo**

Il panorama attuale è disomogeneo. L'Unione Europea possiede direttive generali sulla protezione dei consumatori e dei dati (GDPR), ma manca una normativa specifica sui meccanismi addittivi nei giochi. Alcuni stati membri (come Belgio e Paesi Bassi) hanno agito autonomamente, classificando le loot box come gioco d'azzardo. L'Italia, pur disponendo del Codice del Consumo contro le pratiche scorrette, non ha ancora una legislazione dedicata. Al contrario, paesi asiatici come la Cina hanno implementato regole molto severe su limiti di tempo e spesa per i minori e sulla trasparenza delle probabilità. L'industria ha risposto con misure di autoregolamentazione (etichette PEGI/ESRB, maggiore trasparenza richiesta dagli store, controlli parentali), spesso giudicate però insufficienti. Il futuro vedrà probabilmente una maggiore armonizzazione normativa, con un focus sulla protezione dei minori e sulla trasparenza, magari adottando un approccio basato sul rischio effettivo dei diversi meccanismi.

- **A livello Educativo**

È fondamentale promuovere l'alfabetizzazione digitale fin dalla scuola, insegnando ai ragazzi a riconoscere i meccanismi psicologici

utilizzati dai media digitali. Parallelamente, occorre fornire formazione e strumenti ai genitori per comprendere e gestire l'uso dei videogiochi da parte dei figli. Campagne di sensibilizzazione pubblica, simili a quelle sul gioco d'azzardo responsabile, possono aumentare la consapevolezza generale sui rischi.

- **A livello Tecnologico**

Gli strumenti di controllo parentale (come Apple Screen Time o Google Benessere Digitale) dovrebbero evolvere per considerare non solo il tempo e i contenuti, ma anche la presenza di meccanismi addittivi (potenzialmente integrando dati dal GAS). Bisogna inoltre incoraggiare e sostenere gli sviluppatori che adottano principi di design etico, dimostrando che è possibile creare giochi di successo senza ricorrere a pratiche manipolative.

- **A livello Individuale e Familiare**

La prima linea di difesa risiede nelle abitudini quotidiane. È utile stabilire regole chiare e condivise sull'uso dei dispositivi, con limiti di tempo e spesa ben definiti. Creare zone e orari "device-free" (come durante i pasti o prima di andare a letto) aiuta a stabilire confini sani. È importante offrire attivamente alternative coinvolgenti (sport, hobby, giochi da tavolo). Infine, mantenere una comunicazione aperta e non giudicante sui giochi è cruciale, incoraggiando bambini e adolescenti a riflettere criticamente sui meccanismi che incontrano e sulle sensazioni che provano.

3.4 Cercare Aiuto: Risorse di Supporto Psicologico

Quando l'uso dei videogiochi sfugge di mano e diventa una fonte di disagio o compromette la vita quotidiana, è essenziale sapere che esistono risorse di supporto. In Italia, servizi come Telefono Azzurro (1.96.96) offrono ascolto e consulenza a bambini, adolescenti e genitori anche riguardo ai rischi del mondo digitale. Per problematiche più

radicate, è consigliabile rivolgersi a professionisti della salute mentale (psicologi, psicoterapeuti) con esperienza nelle dipendenze comportamentali.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità riconosce infatti il "Gaming Disorder" come una condizione clinica. Nei casi più severi, esistono centri specializzati o percorsi terapeutici specifici, simili a quelli per la ludopatia. Il primo passo è parlarne con il proprio medico di base o cercare informazioni presso i servizi sanitari locali.

3.5 Piattaforme Differenti, Filosofie Differenti?

Vale la pena notare che non tutto il mondo videoludico opera secondo le logiche pervasive del F2P mobile. Le console tradizionali, avendo spesso un modello economico basato sull'acquisto iniziale del gioco, tendono a favorire esperienze diverse.

Nintendo è frequentemente associata a un approccio considerato più "sano": molti dei suoi titoli di punta sono esperienze complete, con un forte accento sul divertimento intrinseco e sul gioco locale condiviso, specialmente con la console Switch. Sebbene anche sull'eShop Nintendo esistano microtransazioni e DLC, la filosofia generale dei suoi franchise principali appare meno focalizzata su meccanismi di monetizzazione aggressivi o potenzialmente addittivi rispetto a gran parte del mercato mobile.

Questa è ovviamente una generalizzazione, e anche su console esistono pratiche discutibili, ma evidenzia come scelte di design e di modello economico differenti possano plasmare ecosistemi di gioco con implicazioni diverse per gli utenti.

Verso un Gioco Consapevole

I giochi per smartphone sono una realtà potente e coinvolgente nel panorama dell'intrattenimento moderno. Tuttavia, il predominio del modello free-to-play ha incentivato l'adozione diffusa di meccanismi di design e monetizzazione che, pur essendo efficaci dal punto di vista commerciale, possono comportare rischi significativi per il benessere psicologico ed economico degli utenti.

Riconoscere questi meccanismi, comprendere la psicologia che sfruttano e diventare consapevoli del loro impatto differenziato sulle varie fasce d'età è fondamentale per navigare questo mondo digitale con maggiore discernimento.

Un approccio combinato, che includa strumenti di trasparenza come il Game Addiction Score, la valorizzazione di alternative di gioco più autentiche, una regolamentazione ponderata, un'educazione digitale efficace e strategie consapevoli a livello individuale e familiare, può guidarci verso un ecosistema di gioco più equilibrato e responsabile.

L'obiettivo è permettere a tutti di godere dei numerosi aspetti positivi del gioco, minimizzando al contempo i potenziali danni derivanti dalle pratiche più manipolative.

Approfondimenti

Studi e Risorse Rilevanti di Settore

Per chi desidera esplorare ulteriormente le tematiche affrontate in questa guida, di seguito è presentata una selezione di ricerche, rapporti e articoli provenienti da fonti autorevoli nel campo accademico, istituzionale e dell'analisi di mercato.

Questi materiali forniscono dati e analisi a sostegno delle discussioni sui meccanismi di monetizzazione, l'impatto psicologico e le tendenze di mercato dei giochi mobile.

LOOT BOXES IN ONLINE GAMES AND THEIR EFFECT ON CONSUMERS, IN PARTICULAR YOUNG CONSUMERS

- Autore/Organizzazione: Commissione dal Parlamento Europeo (realizzato da ricercatori dell'Università di Amburgo e altri).
- Pubblicazione: Studio del Dipartimento Politiche Strutturali e di Coesione del Parlamento Europeo (2020).
- Rilevanza: Analizza in profondità le meccaniche delle loot box, il loro legame con il gioco d'azzardo, l'impatto sui consumatori (specialmente i giovani) e le possibili opzioni normative a livello europeo. Supporta la discussione sulla regolamentazione e sui rischi associati a questi meccanismi.
- *(Nota: Ricercabile sul sito del Parlamento Europeo)*

DARK PATTERNS IN UX: HOW DESIGNERS USE DECEPTIVE TECHNIQUES TO GET USERS TO DO THINGS THEY DON'T WANT TO DO

- Autore/Organizzazione: Harry Brignull (ricercatore UX, creatore di darkpatterns.org), ma il concetto è ampiamente studiato da gruppi come il Nielsen Norman Group.
- Pubblicazione: Articoli e ricerche varie (consultare darkpatterns.org e nngroup.com).
- Rilevanza: Fornisce definizioni, categorizzazioni ed esempi concreti di dark pattern utilizzati nelle interfacce digitali, inclusi i giochi mobile. Supporta la sezione dedicata alle tecniche di design ingannevoli.

BEHAVIORAL ADDICTION IN THE DSM-5 (INCLUDE IL DIBATTITO SUL GAMING DISORDER)

- Autore/Organizzazione: American Psychiatric Association (APA) e ricercatori nel campo delle dipendenze comportamentali.
- Pubblicazione: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th Edition (DSM-5) e articoli accademici correlati su riviste come *Addiction*.
- Rilevanza: Anche se il DSM-5 include formalmente solo il disturbo da gioco d'azzardo tra le dipendenze comportamentali, riconosce l'"Internet Gaming Disorder" come condizione meritevole di ulteriori studi. La ricerca associata esplora i criteri diagnostici, la neurobiologia e la sovrapposizione con altre dipendenze, supportando la discussione sull'impatto sulla salute mentale.

STATE OF MOBILE (REPORT ANNUALE)

- Autore/Organizzazione: Data.ai (precedentemente App Annie) o report simili da Sensor Tower, Newzoo.
- Pubblicazione: Report annuali di analisi di mercato.
- Rilevanza: Fornisce dati quantitativi essenziali su download, ricavi, tempo di utilizzo, spesa per utente (ARPPU), tendenze per genere e regione nel mercato globale dei giochi mobile. Supporta le sezioni dedicate alle dimensioni e alle tendenze del mercato occidentale e asiatico.
- *(Nota: Generalmente disponibili sui siti web delle rispettive società di analisi)*

THE NEUROBIOLOGY OF INTERNET GAMING DISORDER: A SYSTEMATIC REVIEW

- Autore/Organizzazione: Ricercatori nel campo delle neuroscienze e della psichiatria (numerosi studi pubblicati).
- Pubblicazione: Riviste scientifiche peer-review come *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, *Translational Psychiatry*, etc.
- Rilevanza: Esamina le evidenze neurobiologiche (studi fMRI, PET) relative al disturbo da gioco su Internet, evidenziando le alterazioni nei circuiti cerebrali legati alla ricompensa, al controllo degli impulsi e alla decisione, simili a quelli osservati nelle dipendenze da sostanze. Supporta la discussione sull'impatto a livello cerebrale, specialmente per adolescenti e giovani adulti.

YOUNG PEOPLE AND GAMBLING (REPORT PERIODICI)

- Autore/Organizzazione: Gambling Commission (Regno Unito) o enti regolatori simili in altri paesi.
- Pubblicazione: Rapporti periodici basati su sondaggi e ricerche.
- Rilevanza: Monitorano l'esposizione dei giovani al gioco d'azzardo e a meccaniche "gambling-like" come le loot box, fornendo dati sulla prevalenza, sui fattori di rischio e sulla percezione di questi meccanismi tra i minori. Utili per comprendere la necessità di protezione specifica per questa fascia d'età.
- *(Nota: Disponibili sui siti web delle commissioni nazionali sul gioco d'azzardo)*

HOOKED: HOW TO BUILD HABIT-FORMING PRODUCTS E IRRESISTIBLE: THE RISE OF ADDICTIVE TECHNOLOGY

- Autore/Organizzazione: Nir Eyal e Adam Alter (rispettivamente).
- Pubblicazione: Libri (2014 e 2017).
- Rilevanza: Anche se non sono "studi" nel senso accademico stretto, questi libri di autori influenti nel campo della tecnologia e della psicologia comportamentale sono fondamentali per comprendere i meccanismi psicologici (Modello Hook, rinforzo variabile, FOMO, etc.) usati per creare prodotti digitali "appiccicosi" e potenzialmente addittivi, come descritto ampiamente nella guida.

RAPPORTO ANNUALE SUL MERCATO DEI VIDEOGIOCHI IN ITALIA

- Autore/Organizzazione: IIDEA (Italian Interactive Digital Entertainment Association).
- Pubblicazione: Report annuale.
- Rilevanza: Fornisce dati specifici sul mercato italiano, inclusa la penetrazione del mobile gaming, le abitudini di spesa, i dati demografici dei giocatori italiani e le tendenze locali, supportando la sezione dedicata al mercato italiano.
- *(Nota: Disponibile sul sito web di IIDEA)*

Questa lista rappresenta solo un punto di partenza, data la vastità della ricerca in questo campo in rapida evoluzione.

Queste risorse possono fornire una base solida per approfondire la comprensione scientifica, di mercato e normativa dei complessi temi trattati nella guida.