

Gamification e biblioteche, un gioco o una cosa seria?

L'esperienza dell'Istituzione biblioteche di Roma

MASSIMO GRECO

Biblioteche di Roma
m.greco@bibliotechediroma.it

Il miglior modo per predire il futuro è crearlo.
Peter Drucker

Si può tradurre in italiano il termine inglese *gamification*? Wikipedia suggerisce *ludicizzazione*, e definisce il termine come “l'utilizzo di elementi mutuati dai giochi e delle tecniche di game design in contesti esterni ai giochi” (<https://it.wikipedia.org/wiki/Gamification>).

Da gennaio 2018 la gamification è stata applicata alla tessera di iscrizione degli utenti di Biblioteche di Roma (<https://www.bibliotechediroma.it/it/gamification-biblioteche-roma>).

Vediamo insieme di cosa si tratta: in sintesi, è stato creato un legame tra le azioni dell'utente e i punteggi, positivi o negativi, che si accumulano o sottraggono nel tempo nel corso di un anno solare.

Ogni volta che sono raggiunti gli obiettivi previsti nei diversi livelli del gioco, l'utente guadagna uno “stato” ovvero acquisisce un distintivo che contraddistingue il livello raggiunto; si comincia da *ApprendistaLettore*, il livello iniziale, diventando *Lettore*, *SpecialLettore* e via via si cresce con l'obiettivo di raggiungere lo stato di *BiblioYoda* (200.000 punti), che consente di ottenere la tessera *Bibliocard* gratis per l'anno successivo. Il 31 dicembre i punteggi sono azzerati e si ricomincia daccapo mantenendo memoria degli stati raggiunti negli anni precedenti.

Sono tante le azioni che l'utente può compiere per guadagnare (o perdere) punti ma attenzione a considerarlo “solo” un gioco perché gli obiettivi che ci siamo prefissati con questo progetto sono tutt'altro che ludici.

Quello che ci ha spinto a progettare questo nuovo servizio, oltre al desiderio di coinvolgere l'utente e di stimolare una maggiore interazione con i servizi online, peraltro già abbastanza utilizzati, è stata l'intenzione di provocare una più intensa attività cooperativa che comportasse la produzione di contenuti sia permanenti, come i commenti ai titoli, che di promozione, come le condivisioni sui canali social, da parte dei lettori.

Ma non finisce qui, ci siamo posti anche l'obiettivo sperimentale di verificare se un meccanismo di punteggi potesse incidere sui comportamenti degli utenti, come stimolo a rispettare le regole del sistema, per esempio i tempi di scadenza dei prestiti per la restituzione dei documenti.

Inutile dire che, a seguito della pubblicazione del servizio avvenuta a gennaio, eravamo molto ansiosi di vedere i dati relativi ai comportamenti degli iscritti nei primi mesi di attività, per confrontarli, ove possibile, con quelli relativi agli anni precedenti.

Le prime settimane ci hanno restituito importanti informazioni che ci hanno consentito di introdurre i correttivi necessari a stabilizzare il sistema, per questo motivo dopo i primi tre mesi sono stati modificati i punteggi assegnati alle varie azioni e si è provveduto



a rivalutare, sulla base delle nuove tabelle, i punteggi totalizzati da tutti gli utenti.

Questa esperienza, come nel caso degli open data, ci ha anche permesso di evidenziare alcuni casi di “errore” nel trattamento degli iscritti e procedere con necessarie le azioni correttive; per esempio, esaminando al termine del terzo mese di sperimentazione la testa e la coda della graduatoria dei punteggi, abbiamo rilevato quei casi di iscrizioni di classe che erano state erroneamente trattate come utente fisico che, per ovvi motivi, avevano monetizzato punteggi elevatissimi per via del grande numero di prestiti o bassissimi per via dei ritardi massivi.

Anche in questo caso abbiamo dovuto convenire sul fatto che, a volte, gli effetti collaterali restituiscono un primario e inatteso risultato.

Abbiamo voluto coinvolgere gli utenti associando a colorati avatar i livelli da raggiungere, per esempio al livello iniziale, ApprendistaLettore, corrisponde un pulcino rosso stilizzato, mentre l’avatar associato al livello massimo, BiblioYoda, si ispira ad un personaggio appartenente alla saga di Guerre Stellari.

Il dato che nei primi mesi di sperimentazione del servizio ci ha sorpreso positivamente, superando le nostre più rosee aspettative, è stata la risposta di partecipazione degli utenti che, anche in assenza di un lancio pubblicitario e di un premio da vincere al raggiungimento degli obiettivi di punteggio, si sono ugualmente impegnati in tutte le azioni premianti facendo impennare le statistiche rispetto al trend consolidato; per esempio, nei primi cinque mesi del 2018, abbiamo raccolto circa 1.000 commenti, il triplo rispetto ai 334 di tutto il 2017, mentre il dato in proiezione per l’intero anno è di 2.500 commenti, dato superiore alla raccolta totale complessiva degli anni precedenti, dal 2009 al 2017.

Comportamenti che dimostrano come la teoria alla base di questa iniziativa fosse valida, ovvero che il semplice fatto di essere coinvolti in un sistema competitivo/premiante potesse scatenare azioni partecipative, a

prescindere dalla presenza o meno di premi in palio. Solo dopo alcuni mesi ci è pervenuta la prima richiesta di chiarimenti, attraverso un accesso al servizio “chiedi alla biblioteca”, per sapere cosa si sarebbe potuto vincere con i punti raccolti; solo allora abbiamo deciso di assegnare in premio la bibliocard per l’anno successivo, a tutti coloro che avessero raggiunto il livello BiblioYoda entro il 31 dicembre.

Interessante sorpresa: a giugno abbiamo già un utente Yoda, nonostante il livello richieda di collezionare ben 200.000 punti!

Altro aspetto correlato al gioco, proprio della gamification, è costituito dai badge, le medagliette che si guadagnano a seguito di specifiche azioni e che contraddistinguono l’utente in base alle proprie abitudini e preferenze.

Per esempio, se si decide di scaricare e utilizzare la APP BiblioTu sul proprio smartphone, si diventa hAPPy e compare nel proprio spazio utente dedicato alla gamification il badge verde con il simbolo del telefono, se invece si è portati a condividere i commenti ai titoli allora si guadagna il titolo di commentatore e il badge con un fumetto azzurro.

I badge non si azzerano alla fine dell’anno così l’utente potrà collezionarli nel tempo; naturalmente da parte nostra saremo costretti a inventarne sempre di nuovi.

Altra azione di semplice esecuzione con un buon risultato in termini di partecipazione e arricchimento del catalogo, è apporre il rapido giudizio di gradimento a un titolo attraverso le stelline.

Il punteggio in stelline è uno strumento a cui siamo abituati sulla rete, sia nelle piattaforme di vendita che di altro genere.

Per quanto riguarda le stelline, abbiamo avuto 2.746 azioni dalla pubblicazione della gamification al 15 maggio, il dato parziale ci fa sperare di poter superare le 6000 stelline (giudizi di merito) entro la fine dell’anno. Evidentemente agli amanti della lettura piace esprimere un giudizio e condividerlo con gli altri ed il no-

stro gioco ha solo offerto una motivazione aggiuntiva, per rompere il ghiaccio ed iniziare a collaborare con il portale delle Biblioteche di Roma.

Se consideriamo lo strumento di ricerca nel catalogo anche come uno strumento di promozione della lettura, tutte le informazioni aggiuntive a corredo della “fredda” scheda catalografica, come la copertina, l’abstract e sicuramente i giudizi degli altri lettori, costituiscono un aiuto, per i lettori indecisi, a effettuare la loro scelta.

Il primo mese si sono dovuti rifiutare 114 commenti giudicati inopportuni, cancellando il relativo punteggio acquisito dall’utente.

Si trattava di azioni miranti solo a guadagnare punti, facendo uso del copia-incolla dello stesso commento su diversi titoli, postando commenti generici di una parola o addirittura di un solo carattere; l’intervento di rifiuto del commento da parte del bibliotecario ha immediatamente segnalato ai “furbetti” come il servizio fosse ben presidiato e i comportamenti si sono immediatamente normalizzati.

Qualche commento cancellato dallo stesso autore è la conseguenza dell’intervento del bibliotecario, che ha convinto chi cercava una scorciatoia per guadagnare punti a soppesare meglio il valore e la forma del proprio contributo.

Per favorire ulteriormente la qualità degli interventi degli utenti, sono state sviluppate delle pagine informative, inserite nel portale, che guidano e consigliano gli utenti anche su come realizzare un commento valido (<https://www.bibliotechediroma.it/it/consigli-come-scrivere-commento>).

Altra azione interessante, ai fini delle politiche di comunicazione, è la condivisione sulle piattaforme social di titoli, commenti e news.

In questo caso non abbiamo dati storici rilevati negli anni precedenti con cui confrontare quelli attuali ma ci troviamo comunque di fronte a 498 condivisioni sempre nel periodo 1 gennaio/15 maggio.

Lo strumento motivazionale (punti e premi) potrebbe essere incrementato nei prossimi anni, assegnando, ad esempio, premi specifici, biglietti di teatro o buoni acquisto per libri, connessi a specifiche campagne di comunicazione concentrate in brevi e definiti periodi di tempo.

Gli aspetti legati alla comunicazione pubblicitaria delle attività delle biblioteche e alla loro interazione con la gamification dovranno essere certamente approfonditi in futuro con specifici focus che potranno

produrre ulteriori proposte evolutive.

Di seguito la tabella con le azioni, rilevate nel periodo 1_gennaio/15_maggio 2018:

AZIONE	ATTIVITA	DESCRIZIONE
App	2.819	Primo utilizzo app da attivazione gamification
Stars	2.746	Giudizio stelline
Comment	998	Commenti
Comment-unsuitable	114	Commenti rifiutati da RMB
Comment_useful	675	Commenti giudicati utili da altri utenti
Share	498	Condivisioni social
Comment delete	16	Commenti cancellati dall'utente stesso

Se, sulla base dei risultati misurati in questo primo semestre, il sistema sembra dare buoni frutti nell’incrementare le azioni positive, come l’aggiunta di commenti, le stelline o le condivisioni social, siamo ancora in attesa di capire se avrà effetto correttivo o educativo sui comportamenti e le abitudini “sbagliate”, come la restituzione in ritardo dei prestiti.

Al momento, da una prima lettura sul breve periodo preso in esame, l’applicazione “punitiva” di sottrazione dei punteggi non sembra avere inciso particolarmente sull’andamento, rilevato a livello statistico, delle restituzioni nei limiti della scadenza.

Solo gli utenti che erano già attenti a rispettare le regole prima dell’introduzione della gamification sembrano aver reagito positivamente, avendo trovato in questo strumento un ulteriore stimolo a perfezionare il proprio comportamento.

Del resto già da qualche anno applichiamo la sospensione dal prestito per gli utenti ritardatari nella restituzione ma nonostante ciò il fenomeno, benché si sia ridotto nei numeri, non si è azzerato.

In effetti, sembra avere avuto più successo la mail di cortesia che avvisa l’utente il giorno prima della scadenza.

Nel complesso sembra essere molto più efficace nel motivare gli utenti lo strumento premiante.

La nuova versione della app BiblioTu è stata pubblicata i primi giorni del mese di luglio 2017 e tutti gli utenti che si erano abituati a utilizzare la precedente versione hanno provveduto ad aggiornare i propri smartphone nel corso della scorsa estate, ciò nonostante abbiamo avuto 2.819 download e primi utilizzi da gennaio a maggio, segno che anche in questo caso lo stimolo del gioco ha avuto effetto positivo.

È giusto ricordare che la nuova app include e sostituisce la tessera fisica e la sua adozione contribuisce a completare il processo di dematerializzazione del rapporto con le Biblioteche di Roma.

Infatti è possibile iscriversi, sottoscrivere la Bibliocard pagando online, attivare la tessera scaricando la app gratuitamente e usufruire dei servizi come, per esempio, il prestito digitale, senza mai mettere piede fisicamente in biblioteca.

È anche vero che non ci auguriamo questo, speriamo anzi di facilitare l'accesso al servizio a tutti tramite gli strumenti informatici recuperando però l'empatia propria del rapporto umano che non può certamente essere surrogato dalle macchine.

Volendo riportare questo progetto a un unico filo conduttore, devo ricordare che già i primi anni di pubblicazione del portale BiblioTu avevamo constatato come l'utenza, specialmente quella online, fosse tendenzialmente portata ad annoverarci tra i servizi da tempo libero, vista la rilevanza degli accessi e delle richieste al "chiedi alla biblioteca" concentrati in orari inconsueti o di sabato e domenica.

Introdurre in questo contesto dinamiche e modalità ludiche affiancate ad attività di contenuto culturale o di servizio ha prodotto una contaminazione proficua ed evidentemente efficace anche sul piano dei risultati. Se proviamo a vedere i dati nel loro complesso, possiamo affermare come questo nuovo progetto, insieme alle altre azioni messe in campo nel corso degli ultimi dodici mesi, abbia contribuito a produrre un incremento di circa il 100% in tutti i principali indicatori legati alla fruizione del portale web.

Contemporaneamente, le politiche SEO applicate alle pagine del portale, hanno aumentato di circa il 40% la frequenza di visite esterne, di varia provenienza, fondamentalmente i motori di ricerca, significando l'in-

cremento di visibilità pubblica delle informazioni e delle pagine del nostro portale.

Complessivamente, questi risultati contribuiscono a valorizzare la reputazione del marchio Biblioteche di Roma sulla rete, obiettivo strategico di ogni azione applicata al portale.

In particolare, questo progetto ha prodotto un ulteriore incremento nell'utilizzo dei servizi pubblicati, della app, delle azioni collaborative, incidendo positivamente sui comportamenti della comunità già fidelizzata e quindi per noi di maggior valore assoluto, risultato rilevabile non solo dalla qualità dei contributi ma anche dalla continua crescita sia in valore percentuale che assoluto degli accessi ai servizi con uso delle credenziali.

Tramite lo stimolo delle azioni di condivisione verso le piattaforme social, comincia a crescere anche la diffusione del nostro marchio attraverso lo strumento pubblicitario più potente che esiste: il passaparola.

Come per tutte le esperienze precedenti, ritengo questo un inizio e non un punto di arrivo, e il risultato positivo è un incoraggiamento a ricercare sempre nuovi percorsi per migliorare il dialogo con i nostri utenti e la qualità del servizio che Biblioteche di Roma può e deve offrire ai cittadini.



Una schermata della app BiblioTu

ABSTRACT

The paper deals with the effects of gamification, after six months of experience, on the registrations and behaviours of the Roman libraries' users. Moreover, it describes the relationship between the users' actions and the positive or negative scores which gather or subtract during a solar year. It is possible to evaluate the reaction of the readers compared to this news through the first statistical data which reveal how the level of users' active participation has increased.

DOI: 10.3302/0392-8586-201807-025-1