

e-Learning e gamification: cosa è possibile imparare dai videogiochi?

Chi inizia a lavorare in un fast food si aspetta di essere formato guardando un necessario (seppur noioso) video di formazione. Ma per i nuovi cuochi di KFC, il rito d'iniziazione è decisamente più originale. In che cosa consiste?

La formazione può acquisire maggiore efficienza se viene strutturata utilizzando le nuove tecnologie e le potenzialità offerte dalla digitalizzazione. I giochi, grazie all'attività ludica e al coinvolgimento che li caratterizza, rappresentano un ottimo strumento di apprendimento. Imparare giocando è possibile: questo metodo è meglio identificato con il termine **gamification**.

Il termine si riferisce all'applicazione dei concetti generali usati anche nei videogiochi (giochi di ruolo, classifiche, guadagnare punti, problem solving incorporato in una narrativa, ecc.), ma anche a moduli che non interessano i videogiochi.

La studiosa Michelle Miller ha identificato diversi pro e contro dell'e-learning nel suo testo *"Insegnare in modo efficace con la tecnologia"*. Tra gli svantaggi identificati troviamo la distanza fisica tra docente e discente e l'incapacità di personalizzare il processo educativo.

Applicando la logica ludica dei videogiochi, i **corsi e-learning possono superare questi ostacoli diventando estremamente coinvolgenti e personalizzati** (tenendo sempre conto delle azioni dello studente).

Da KFC (*Kentucky Fried Chicken*, nota catena statunitense di fast food specializzata nel pollo fritto), ad esempio, i neoassunti ricevono un visore Oculus Rift VR da indossare. Cosa dovranno fare? Un gioco molto semplice, descritto come una folle escape room in realtà virtuale dove è possibile avanzare verso l'uscita solo riproducendo i cinque step del processo di cottura KFC. E' il colonnello Sanders in persona (la faccia stilizzata riprodotta nel logo KFC) a controllare l'operato di ogni dipendente durante il processo.

Il nuovo sistema potrebbe sembrare una trovata pubblicitaria davvero strana, ma KFC afferma che occorrono mediamente 10 minuti per finire il gioco, mentre il metodo di insegnamento precedente richiedeva 25 minuti.

Nessuno da KFC si aspetta che il gioco prenda il posto della realtà: *"Il gioco ha lo scopo di integrare l'attuale programma Chicken Mastery, non di sostituirlo"*, ha detto un portavoce di KFC attraverso un comunicato stampa.

I metodi di KFC potranno sembrare bizzarri, ma fanno parte della crescente tendenza di inserire la gamification nell'e-learning. KFC non è l'unica catena di fast food che forma i suoi dipendenti con moduli e-learning "ludici": anche McDonald's accompagna i nuovi dipendenti attraverso un gioco online (anche se appare decisamente meno interessante del gioco di KFC) cercando di rendere il processo di apprendimento il più coinvolgente possibile. Si pensi che la compagnia non ha reso obbligatorio il gioco per i nuovi dipendenti, eppure l'85% dei nuovi dipendenti di McDonald's non solo ha giocato al gioco, ma ha detto che li ha aiutati ad apprendere le proprie mansioni.

La professoressa Michele Dickey ha sottolineato i **benefici della combinazione delle logiche ludiche con l'e-learning**: i giochi di ruolo online possono motivare gli utenti, gli scenari di avventura possono essere utili strumenti di apprendimento e, soprattutto, la gamification nell'e-learning è molto coinvolgente.

[Leggi l'articolo completo...](#)