

SCIENZE

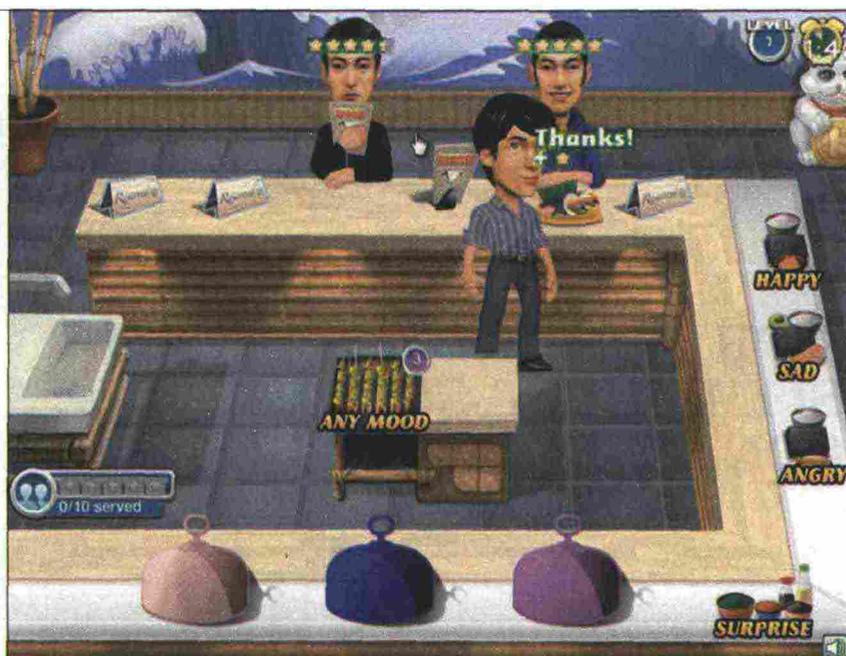
# LAVORO, STUDIO O FISIOTERAPIA, TUTTO DIVENTA UN VIDEOGAME

di Giuliano Aluffi

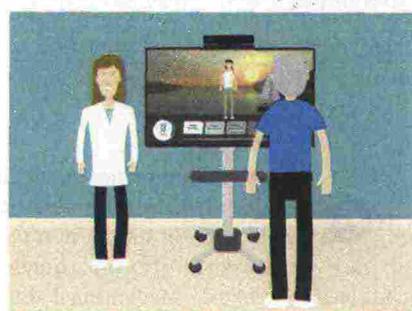
Si chiama **gamification**. Trasforma attività utili (ma ad alto tasso di noia) in sfide divertenti. E in certe aziende serve anche a scegliere chi assumere

**S**ul web c'è un sito che insegna l'inglese in modo piuttosto originale: si può sfidare un altro studente a chi traduce meglio, quando si termina un brano si guadagnano lingotti, a ogni errore si perde un «cuoricino» e, finiti i cuoricini in dotazione, bisogna ricominciare da capo. È solo un gioco? «Non proprio, sfrutta dinamiche tipiche del design dei videogiochi, come livelli, classifiche e punteggi, per far imparare una lingua in modo stimolante e divertente, sul computer di casa o con un'app mobile, in qualsiasi momento della giornata e gratis. Si chiama *Duolingo.com*, e uno studio della City University di New York dice che in sole 34 ore si possono trasmettere le competenze su una lingua straniera che normalmente uno studente acquista in un semestre» ci spiega Vincenzo Petrucci, esperto di didattica multimediale e autore del saggio *Il potere della gamification: usare il gioco per cambiare i comportamenti e le performance individuali* (Franco Angeli, pp. 112, euro 18).

Con *gamification* si intende la tendenza a introdurre logiche proprie del gioco in contesti tipicamente seri o ad alto rischio di noia, come la formazione a distanza, la riabilitazione fisica, il reclutamento aziendale, la mobilità. Ed è una tendenza in rapida espansione: la società Gartner prevede che entro il 2015 la metà delle aziende avrà inserito elementi ludici nei processi di innovazione. Se ne è cominciato a parlare nel 2010, quando in Svezia sono comparsi contenitori per il riciclo del vetro che ricom-



SOPRA, WASABI WAITER, APP CHE SIMULA IL LAVORO IN UN RISTORANTE. A SINISTRA, IL SAGGIO **IL POTERE DELLA GAMIFICATION** DI VINCENZO PETRUZZI. A DESTRA, UN'IMMAGINE DELLE ISTRUZIONI PER IL SOFTWARE RESPOND WELL, CHE AIUTA NELLA RIABILITAZIONE



pensavano chi depositava bottiglie usate con effetti luminosi e sonori da videogioco. Oggi la *gamification* è molto più sofisticata: «Pensiamo a un anziano che, dopo la rottura di un femore, rinuncia a portare a termine la fisioterapia che gli ha prescritto il medico. Oggi può essere aiutato da Respond Well, un software che visualizza sullo schermo del pc un personaggio che mostra come muoversi correttamente. Il paziente deve ripetere i movimenti suggeriti, sotto l'occhio attento della webcam: il software li analizza rilevando i problemi posturali e li segnala subito al paziente, che così è motivato ad autocorreggersi» spiega Petrucci. «Il motto dell'app di Respond Well è "La salute non è un gioco, ma restare in forma potrebbe diventarlo" e infatti chi la usa si vede proporre obiettivi di difficoltà crescente, e può sfidare amici e parenti nel riprodurre i movi-

menti suggeriti dall'assistente virtuale». Trasformando le azioni importanti in piccole sfide si facilita la formazione di nuove abitudini: «Spesso il gioco digitale è stigmatizzato come un'evasione dalla realtà» osserva Petrucci. «La *gamification*, al contrario, innesta un circolo virtuoso per cui il gioco non solo interseca la realtà, ma, incidendo sui comportamenti, può cambiarla in positivo». Ad esempio facilitando le assunzioni: «I responsabili delle risorse umane di alberghi e ristoranti possono aiutarsi nella scelta del personale con app come Wasabi Waiter, un simulatore di ristorante in grado di misurare il grado di empatia verso i clienti del candidato, la sua estroversione, la capacità di mantenere la calma. Del resto la catena Marriott già dal 2011 assume usando My Marriott Hotel, un social game che simula un hotel».