

Edutainment.

Nuovi metodi e strumenti per la formazione

di Giusi Miccoli* e Jader Giraldi**

“Coloro che fanno distinzione fra intrattenimento e educazione forse non sanno che l'educazione deve essere divertente e il divertimento deve essere educativo”. Marshal McLuhan

Passato e futuro, le due “facce” del 2009

Il 2009 oltre ad essere conosciuto come l'anno della crisi mondiale è anche l'anno che l'Unione Europea ha dedicato alla Creatività e all'Innovazione. Quindi, da un lato crisi economica e del lavoro, dall'altro strategie volte a promuovere approcci creativi e innovativi in vari campi, tra cui quelli dell'istruzione e della formazione professionale.

L'immagine di Giano potrebbe ben rappresentare quest'anno: un momento della nostra società in cui vedere sia il passato che il futuro e riflettere su piani e azioni passate e future.

Il 2009 è un anno che su un versante esprime minacce al sistema economico, in termini di riduzione del fatturato, crisi delle aziende, soprattutto quelle di piccole dimensioni, perdita di posti di lavoro nell'industria e tra i giovani, principalmente precari. Anche se l'economia mostra i primi segnali di ripresa, l'OCSE nell'Employment Outlook 2009 indica che le prospettive per il lavoro a breve termine non sono positive ed invece è atteso un peggioramento nel 2010. La previsione in Europa è di 57 milioni di disoccupati (quasi il 10%) e in Italia di circa il 10,5%. I gruppi maggiormente a rischio sono i giovani, i lavoratori con contratti temporanei o atipici, quelli con bassa professionalità, gli immigrati, le minoranze.

Il 2009 è anche un anno che, su un altro versante, prospetta opportunità di sviluppo, indica nuove strade da percorrere e ricerca valori alternativi da proporre nella vita di tutti i giorni così come nei luoghi di lavoro. La strada della creatività e dell'innovazione indicata dall'Unione Europea è

* Formatore e progettista nell'ambito della formazione finanziata, docente al Master.Cor in Comunicazione e Organizzazione dell'Università “La Sapienza” di Roma, consigliere AIF Lazio. E-mail: giusi.miccoli@gmail.com

** Formatore, autore e regista di spettacoli di teatro d'impresa e format cross-mediali. E-mail jaderg@jadergiraldi.com

un percorso intrapreso già da anni, ma anche un'ulteriore opportunità per individuare strategie, approcci, metodologie inedite.

Ampliare e articolare ulteriormente il contesto socio-economico di riferimento ci aiuta a riflettere con maggiore dettaglio: le dinamiche mondiali, dalla globalizzazione dei mercati alla globalizzazione della crisi, dalla terziarizzazione all'esternalizzazione, dai sistemi interorganizzativi (reti esterne ed interne) alle integrazioni aziendali (acquisizioni, fusioni, partecipazioni), dalla deregulation alla pervasività della tecnologia e del web 2.0, confermano e accentuano il passaggio dalla società dell'informazione all'economia dell'apprendimento. Queste dimensioni spingono le aziende ad aumentare la propria capacità competitiva anche tramite strategie basate sull'apprendimento e quindi sul miglioramento e potenziamento delle competenze attraverso la formazione. Essa ha l'obiettivo di permettere l'accesso all'apprendimento durante l'intero ciclo di vita e offre il diritto alla qualificazione e all'arricchimento professionale. La formazione costituisce, inoltre, la palestra, attraverso la quale acquisire continuamente conoscenze, ma anche modi di pensare, modelli, capacità, motivazioni.

Education & Entertainment

La formazione sta reinterpretando il suo modo di essere, superando i classici schemi che fanno riferimento ad un approccio accademico ed eccessivamente teorico. L'obiettivo è individuare nuovi modelli e metodologie, attraverso i quali migliorare la fruibilità della formazione e incrementarne l'efficacia. In questo contesto si inserisce anche l'Edutainment e cioè la possibilità di apprendere attraverso il gioco e il divertimento. Si tratta di un metodo innovativo progettato per formare aziende e organizzazioni private e pubbliche. Il termine Edutainment, che nasce, infatti, dalla fusione delle parole educational (educativo) ed entertainment (divertimento), indica una forma di intrattenimento che ha il duplice scopo di educare e di divertire attraverso i programmi televisivi, i film, la musica, i video games, i comics, i siti web, i software.

Il copyright di questo termine è opera di due grandi personaggi del XX secolo: Marshal McLuhan, visionario sociologo della comunicazione, e Bob Heyman, documentarista per la National Geographic Society. Entrambi, negli anni '60, proposero l'edutainment come forma di comunicazione che utilizza il gioco con scopi didattici. In particolare, Marshal McLuhan affermò: "Coloro che fanno distinzione fra intrattenimento e educazione forse non sanno che l'educazione deve essere divertente e il divertimento deve essere educativo".

L'edutainment rappresenta una delle nuove frontiere della formazione: combinare le esigenze e le tecniche di apprendimento in un sistema in cui divertimento, relax e intrattenimento rappresentano lo scenario del percorso formativo. L'obiettivo è accelerare la crescita professionale e personale degli individui e delle loro organizzazioni di riferimento, aggiungendo valore con l'intrattenimento. L'uso di metodologie e strumenti che provengono dal teatro e da altre arti figurative può alimentare l'apprendimento delle competenze necessarie per la gestione di processi formativi e di consulenza in azienda e nelle organizzazioni in genere.

In questo ambito i professionisti che si occupano di edutainment devono essere in grado di ideare, progettare e organizzare azioni formative e di consulenza, che prevedono diverse attività: teatro d'impresa, e-learning, outdoor, learning game, simulazioni, giochi di ruolo, produzione e uso di video. Soprattutto devono conoscere le metodologie attualmente esistenti e saperle utilizzare, proponendo nuovi percorsi di crescita e sviluppo. In questo modo possono operare nella formazione degli adulti, nell'animazione sociale e nella comunicazione interna e istituzionale di aziende e organizzazioni. E inoltre devono essere in grado di operare in team di lavoro composti da molteplici figure professionali: registi, sceneggiatori, illustratori, montatori, tecnici, autori, attori, danzatori, musicisti, chef.

L'edutainment consiste quindi in nuove modalità di insegnamento e di apprendimento che si basano sulla sinergia fra il processo formativo e il gioco. L'edutainment parte da quelli che sono i fabbisogni formativi utilizzando metodologie innovative e soprattutto valorizzando i vantaggi dell'interattività, della connettività e della multimedialità.

Imparare giocando

Le principali esperienze di edutainment sono rintracciabili nell'istruzione primaria. Studiosi e esperti di educazione analizzano queste esperienze per studiarne le caratteristiche e le opportunità. Allo stesso tempo le imprese rivolgono la loro attenzione per comprenderne i meccanismi e le potenzialità di sviluppo.

Utilizzando il gioco e soprattutto il computer, internet e il dvd bambini e ragazzi imparano materie tradizionali come la geografia, la storia, la matematica e le lingue. Non si tratta di semplice apprendimento tramite la tecnologia. Bambini e ragazzi giocano con strumenti multimediali e interattivi, caratterizzati da suoni, immagini, animazioni e video. Inoltre,

imparano velocemente ad utilizzare le nuove tecnologie. Quindi, il vero edutainment: mix di educazione e intrattenimento.

Nel Regno Unito la scuola elementare Redeemer Church of England è oggetto di attenzione di studiosi di pedagogia e addirittura della Apple, che ha iniziato a collaborare con questa scuola per realizzare un centro di prova in cui testare i prodotti tramite gli allievi. Alla Redeemer Church of England i programmi scolastici non prevedono materie tradizionali, come storia, letteratura o geografia, ma insegnamenti come “conoscenza e comprensione del mondo”. Inoltre, vengono stimulate le capacità artistiche, la creatività e l’inventiva. I bambini utilizzano i dispositivi portatili, l’iPod e i videogiochi, oltre che naturalmente il computer. Ma soprattutto, la Redeemer Church è stata valutata la migliore scuola ICT nel Paese ed ha ispirato un nuovo progetto di riforma scolastica, che prevede l’inserimento nella programmazione nella scuola primaria di corsi di social network, blogging, podcast.

Altro esempio di edutainment è un recente progetto del National Geographic. Nel 2008 la National Geographic Society ha fondato National Geographic Games (NGG), una nuova divisione che si occupa di intrattenimento videoludico. Attraverso questa divisione si vuole utilizzare l’intrattenimento in forma digitale per divulgare i temi di carattere geografico e ambientale.

Un ulteriore esempio di edutainment sono gli exhibit interattivi, come per esempio la Cite des Sciences et de l’Industrie di Parigi, lo Science Museum di Londra, l’Exploratorium di San Francisco, la Città dei Bambini di Genova. Si tratta di spazi ludico-educativi, dove bambini e ragazzi possono sperimentare fenomeni naturali come per esempio l’eruzione di un vulcano, oppure entrare in spazi espositivi per vedere da vicino un computer, l’elica del dna, il corpo umano o una navicella spaziale. In altri casi, possono mettersi alla prova con macchinari che “inseguono” leggi della fisica, della chimica, della medicina.

Questi tre esempi ci dicono che nuovi percorsi di istruzione possono consentire a bambini e ragazzi di imparare materie scolastiche tramite un metodo ludico, che facilita e rende più efficace l’apprendimento.

Edutainment in azienda

Da un punto di vista operativo come si inserisce l’edutainment nei processi di formazione e consulenza nelle aziende? Quali sono le opportunità? E quali i punti di forza da valorizzare nei piani di marketing, comunicazione e formazione?

In primo luogo, la capacità commerciale e di penetrazione di un'istituzione, di un'azienda e di un individuo è direttamente connessa con la sua capacità di raccontarsi e presentarsi all'interno e all'esterno dei propri contesti di riferimento.

In secondo luogo, le persone che lavorano in una organizzazione sono innanzi tutto individui e poi professionisti, con un evoluto senso estetico. Questo induce a riflettere sulle "forme" del loro coinvolgimento e su come valorizzare il loro contributo.

Inoltre, gli uomini e le donne d'azienda non sono soggetti passivi. Sono consapevoli delle loro possibilità di evolvere e apprendere e per questo motivo spesso cercano di essere gli attori del proprio cambiamento. Anche per questo motivo le imprese coinvolgono sempre di più le molteplici risorse professionali interne per determinare effetti positivi e innovare processi e prodotti, valorizzando il patrimonio aziendale.

La fabbrica dell'edutainment

Finora abbiamo descritto gli elementi di contesto dei processi formativi e le implicazioni dell'introduzione dell'edutainment in azienda. Vediamo ora quali sono concretamente i format che è possibile inventare, sviluppare e produrre. L'edutainment, in quanto forma di intrattenimento finalizzata ad educare e a divertire insieme, si basa sull'ideazione, sviluppo e produzione di nuovi format video per i media generalisti e le corporate tv, produzioni audiovisive per istituzioni ed editoria, format per eventi, teatro d'impresa, spettacoli teatrali, percorsi sensoriali. Tutte nuove metodologie che favoriscono un apprendimento alternativo.

Teatro d'impresa

Uno dei principali e noti format di edutainment è il teatro d'impresa: attraverso le tecniche di formazione dell'attore vengono sviluppate competenze, valori, performance di individui e organizzazioni. L'esperienza teatrale unita alla pratica organizzativa consente di realizzare progetti personalizzati con il giusto equilibrio fra entertainment e trasferibilità, creatività e apprendimento. In particolare, vengono utilizzate le tecniche di formazione dell'attore (immedesimazione, concentrazione, ascolto) per sviluppare competenze manageriali e professionali come leadership, team work, sense making, public speaking, tecniche di vendita, formazione formatori, customer satisfaction, diversity management. Lo spazio teatrale e cinematografico è il luogo dove l'azione e il gesto dell'individuo e del gruppo sono sempre sotto i riflettori, davanti ad un pubblico. La partecipazione attiva è

un'esperienza che accelera le dinamiche di integrazione di un gruppo, favorendo la comprensione e l'elaborazione dei blocchi e delle potenzialità dei singoli e della squadra.

Digital Storytelling

L'edutainment si basa anche sull'utilizzo dei format evoluti del *Digital Storytelling*. La fiction, il montaggio, la finzione del racconto sono lo strumento attraverso il quale creare valori e professionalità. Raccontare storie mette le persone nella situazione di riconoscersi o negarsi.

In particolare, le *produzioni audiovisive* per l'edutainment consistono in moderni format multimediali per i canali broadcast o aziendali. Si tratta di sit-com, docu-fiction, talk show per target specifici con obiettivi didattici o di puro entertainment. Lo strumento di distribuzione può essere anche un messaggio mms, una trasmissione in pod casting da scaricare nell'iPod o una video-newsletter che arriva direttamente nel cellulare o nel computer del dipendente, del collaboratore, del fornitore.

Un altro format sono i *video virali*, che vengono utilizzati negli eventi e consentono di affrontare anche campagne di viral marketing. Per realizzare questo format è necessario creare un gruppo in cui lavorano registi, montatori e autori.

I *simulatori relazionali*, giochi e fiction interattive, sono vere e proprie palestre virtuali dove allenare competenze aziendali. I simulatori danno la possibilità di sviluppare una competenza relazionale attraverso l'interazione con un cliente, un collega, un fornitore simulato all'interno di una fiction interattiva.

Un altro format è la *motion graphics*, che realizza con le moderne tecniche di computer grafica loghi animati, spot e sigle per eventi e siti internet. Anche in questo caso è necessario creare un gruppo di autori e creativi, che si interfaccia con i più moderni software di elaborazione in 3d.

Tra i media format troviamo, infine, i *comics*. Il fumetto può essere uno strumento di formazione e comunicazione interna: per presentare un nuovo prodotto o per introdurre il programma di una convention, come striscia periodica di comunicazione o come supporto ad un percorso formativo. In questo tipo di format si integrano due figure professionali: il progettista di formazione, che deve avere la capacità di narrare storie, e il fumettista professionista, che deve mettere in campo la sua arte illustrativa.

Eventi

Anche gli eventi sono un possibile format di edutainment. Se le aziende e istituzioni sono stanche della solita convention organizzata con logiche statiche e top-down, l'evento può prendere la dimensione di un format interattivo che accelera lo scambio fra i singoli partecipanti e quindi accresce la fruizione del network, dei saperi e delle umanità presenti.

L'edutainment può contribuire a personalizzare un convegno, un road show, un workshop; inoltre, l'evento può essere innestato con la narrazione nella forma del teatro, dello spot, del racconto cinematografico o del format interattivo. Produzioni tutte originali che rendono l'evento significativo e memorabile.

Si tratta di format che si sviluppano con le stesse modalità del World Wide Web o Web 2: convention dinamiche e interattive, caratterizzate da maggiore condivisione delle risorse, interdipendenza, facilitazione di percorsi trasversali e sviluppo di logiche bottom-up.

Team building e Outdoor

Anche team building e outdoor possono essere progettati ricorrendo alle metodologie del teatro e del cinema, rispettando il giusto equilibrio fra esperienza e trasferibilità, fra sviluppo di competenze e *incentive*. Inoltre, l'outdoor sfocia nell'*incentive* con i "viaggi esperienza", che recuperano il valore didattico e formativo di un viaggio progettato per l'incontro con testimonianze e suggestioni in grado di espandere la professionalità e la motivazione di un gruppo di persone.

Percorsi sensoriali

Infine, tra i format dell'edutainment ci sono i percorsi sensoriali: viaggi percettivi per scoprire le enormi potenzialità di tutti i nostri sensi. Il tatto, il gusto, l'olfatto, tre dei cinque sensi spesso trascurati, sviluppano immaginazione, concentrazione e creatività. Un'immersione nelle percezioni più profonde consente di trattare temi strategici per l'individuo e le organizzazioni dalla sostenibilità, alle tendenze del pianeta, dall'ascolto all'integrazione fra culture diverse. Anche in questo caso il format viene realizzato con l'apporto e la guida di attori, danzatori, musicisti, chef.

"Regole" per la progettazione dell'edutainment

L'atto comunicativo (video, documento, aula di formazione) deve essere progettato e pensato per cittadini e lavoratori, evitando la banalizzazione dei media e dei contenuti utilizzati. Allo stesso tempo un prodotto di

edutainment deve piacere e generare benessere nel momento in cui viene sperimentato.

Questo tipo di strumenti consente alle persone di soddisfare il bisogno di fare, agire e costruire fisicamente, così come il fondamentale bisogno di partecipare, contribuire e ri-conoscersi umanamente in un progetto. Alvin Toffler ci direbbe che l'uomo è il *prosumer* del suo apprendimento: quello che "consuma" e soprattutto quello che "produce" il proprio sapere e le proprie competenze. Mentre Jeremy Rifkin sottolineerebbe la dimensione digitale dell'apprendimento. Non dimentichiamo, infatti, che l'uomo è sempre di più un essere digitale e visivo. E anche l'apprendimento deve farsi carico di queste abitudini e basarsi sull'utilizzo di metodologie coinvolgenti come quelle legate alla narrazione.

In un momento storico definito spesso con termini quali crisi, decrescita e rallentamento ma anche con parole quali accelerazione, trasformazione e innovazione, gli attori della formazione devono essere in grado di muoversi con fluidità e capacità. Devono interpretare la professione come un mestiere fatto di competenze, valori ed esperienza e allo stesso tempo di capacità di innovazione negli approcci e nei metodi. Il formatore è un mix di Paracelso, Sherlock Holmes e Luciano Berio. Paracelso è noto per essere stato un grande maestro, Sherlock Holmes un raffinato investigatore, Luciano Berio un importante compositore d'avanguardia. Il formatore deve essere in grado di svolgere il proprio mestiere che richiede capacità di insegnamento, di analisi e di innovazione, oltre che principi a cui fare riferimento per essere un buon maestro. Inoltre, deve essere in grado di "investigare" sui bisogni reali delle imprese e allo stesso tempo annusare le fonti del cambiamento e dell'innovazione. Infine, deve poter ampliare la sua visione e i suoi modelli ed essere un pioniere nella sua professione.