



La gamification come strumento per promuovere l'attività fisica

La gamification (rendere gioco) è una strategia efficace per promuovere l'attività fisica nelle scuole, rendendo il movimento divertente, coinvolgente e stimolante per i bambini. L'uso di elementi ludici come sfide, ricompense e lavoro di squadra nell'attività fisica incoraggia la partecipazione e riduce l'esitazione nel fare esercizio fisico. Attività come i giochi di ricerca e le competizioni basate su un sistema a punti creano un senso di successo e di connessione sociale. L'introduzione della gamification nell'educazione fisica e nei momenti di ricreazione attiva, permette alle scuole di incrementare la motivazione, di promuovere un rapporto positivo con il movimento fisico e sostenere il benessere fisico generale dei bambini.

-Revisione sistematica sulla gamification nell'educazione fisica-

<https://www.mdpi.com/2227-7102/12/8/540>

- La gamification applica elementi di game design all'istruzione per aumentare la motivazione e il coinvolgimento. I giochi educativi efficaci bilanciano questi elementi per ottimizzare la ritenzione dell'apprendimento: https://www.researchgate.net/publication/343806186_Designing_Engaging_Games_for_Education_A_Systematic_Literature_Review_on_Game_Motivators_and_Design_Principles
- Questa strategia propone l'uso di un'applicazione mobile gamificata per migliorare il riconoscimento delle emozioni e la gestione della rabbia nei bambini in età prescolare (4-6 anni). L'app, chiamata Kids Stress Relief, è stata progettata come intervento di prevenzione dello stress e formazione alla regolazione delle emozioni per la prima infanzia: https://www.researchgate.net/publication/357325004_A_gamified_app_on_emotion_recognition_and_anger_management_for_pre-school_children



Cofinanziato
dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili.
[Pr. number: 2023-1-SE01-K220-SCH-000159394]