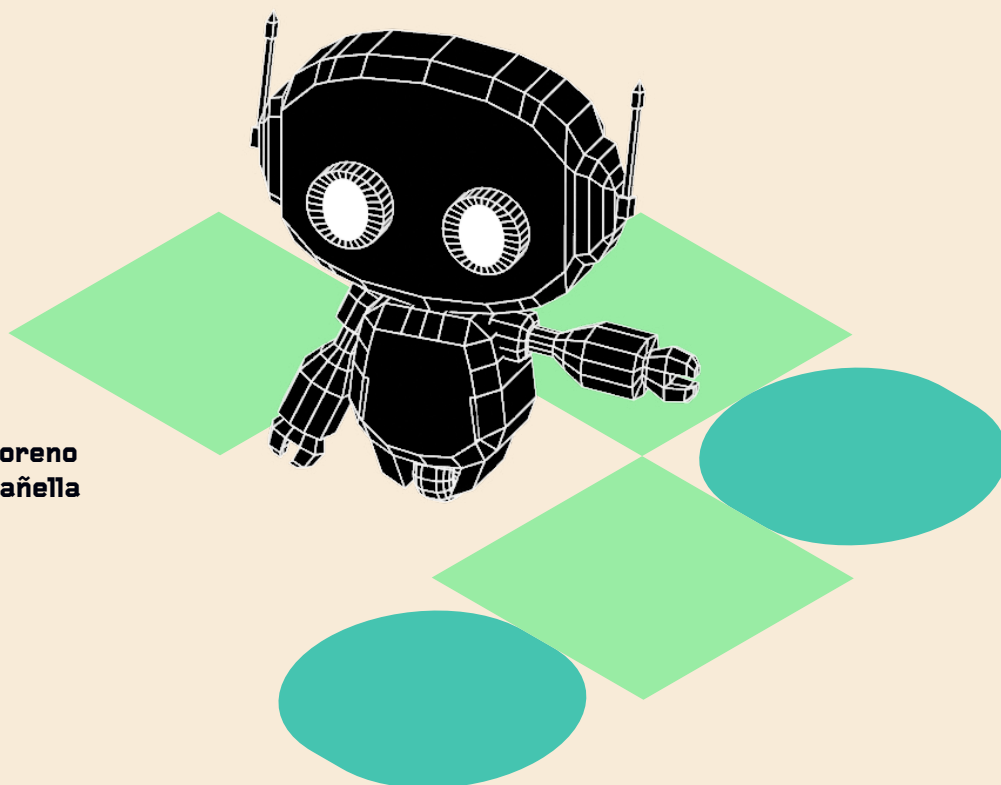


GUIA D'APLICACIÓ DE BONES PRÀCTIQUES DE GAMIFICACIÓ



Maig 2024
Joan Arnedo Moreno
Oscar García Pañella



**Generalitat
de Catalunya**

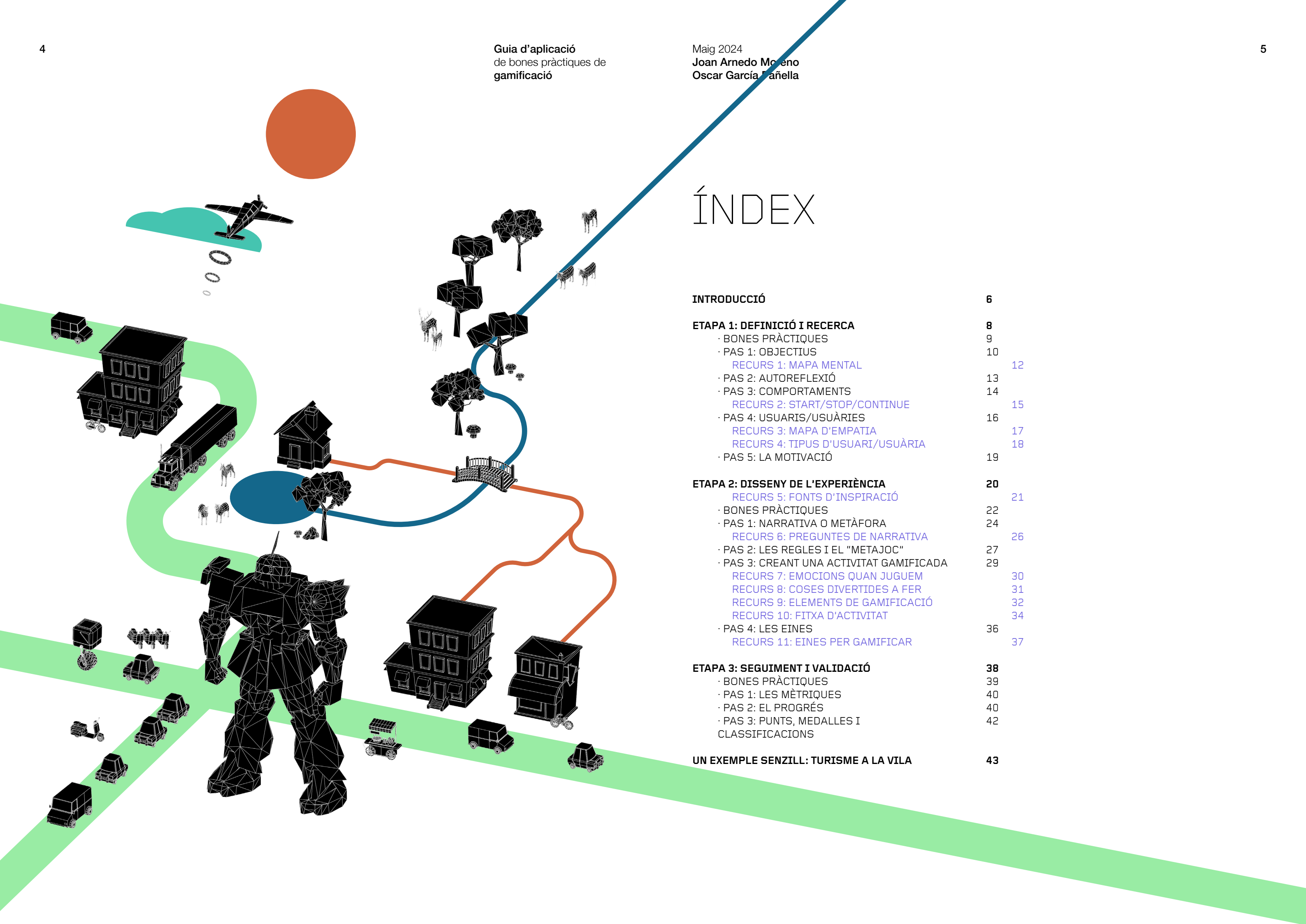
GUIA D'APLICACIÓ DE BONES PRÀCTIQUES DE GAMIFICACIÓ

Maig 2024

Joan Arnedo Moreno
Oscar García Pañella



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
**Direcció General d'Innovació
i Cultura Digital**



ÍNDEX

INTRODUCCIÓ	6
ETAPA 1: DEFINICIÓ I RECERCA	8
· BONES PRÀCTIQUES	9
· PAS 1: OBJECTIUS	10
RECURS 1: MAPA MENTAL	12
· PAS 2: AUTOREFLEXIÓ	13
· PAS 3: COMPORTAMENTS	14
RECURS 2: START/STOP/CONTINUE	15
· PAS 4: USUARIS/USUÀRIES	16
RECURS 3: MAPA D'EMPATIA	17
RECURS 4: TIPUS D'USUARI/USUÀRIA	18
· PAS 5: LA MOTIVACIÓ	19
ETAPA 2: DISSENY DE L'EXPERIÈNCIA	20
RECURS 5: FONTS D'INSPIRACIÓ	21
· BONES PRÀCTIQUES	22
· PAS 1: NARRATIVA O METÀFORA	24
RECURS 6: PREGUNTES DE NARRATIVA	26
· PAS 2: LES REGLES I EL "METAJOC"	27
· PAS 3: CREANT UNA ACTIVITAT GAMIFICADA	29
RECURS 7: EMOCIONS QUAN JUGUEM	30
RECURS 8: COSES DIVERTIDES A FER	31
RECURS 9: ELEMENTS DE GAMIFICACIÓ	32
RECURS 10: FITXA D'ACTIVITAT	34
· PAS 4: LES EINES	36
RECURS 11: EINES PER GAMIFICAR	37
ETAPA 3: SEGUIMENT I VALIDACIÓ	38
· BONES PRÀCTIQUES	39
· PAS 1: LES MÈTRIQUES	40
· PAS 2: EL PROGRÉS	40
· PAS 3: PUNTS, MEDALLES I CLASSIFICACIONS	42
UN EXEMPLE SENZILL: TURISME A LA VILA	43

INTRODUCCIÓ

Aquest recurs ofereix una metodologia senzilla per aplicar la gamificació a qualsevol context. Es basa en una anàlisi prèvia de bones pràctiques a la indústria catalana.

Sempre cal tenir present que:

- Hi ha diferents maneres de gamificar. Aquí es presenta una proposta iniciàtica per aprendre'n.
- Gamificar és un procés metodològic que garanteix que es tenen presents tots els aspectes clau.
- Gamificar també és un procés creatiu i no es pot resoldre amb una fórmula. Caldrà imaginació i provar.
- En aquesta proposta es recopilen alguns recursos útils. La llista no és en absolut exhaustiva.
- Per inspirar-nos, caldrà estudiar altres casos d'aplicació. I sobretot... jugar (a tota mena de jocs!).

Juguem perquè...

- Ho decidim
- Les fites són clares des de bon principi
- Hi ha algun conflicte a resoldre mitjançant uns reptes
- Entenem les regles i ens semblen justes
- Per guanyar (tot i que podem perdre)
- Per interactuar
- Per motivar-nos
- Perquè és divertit!

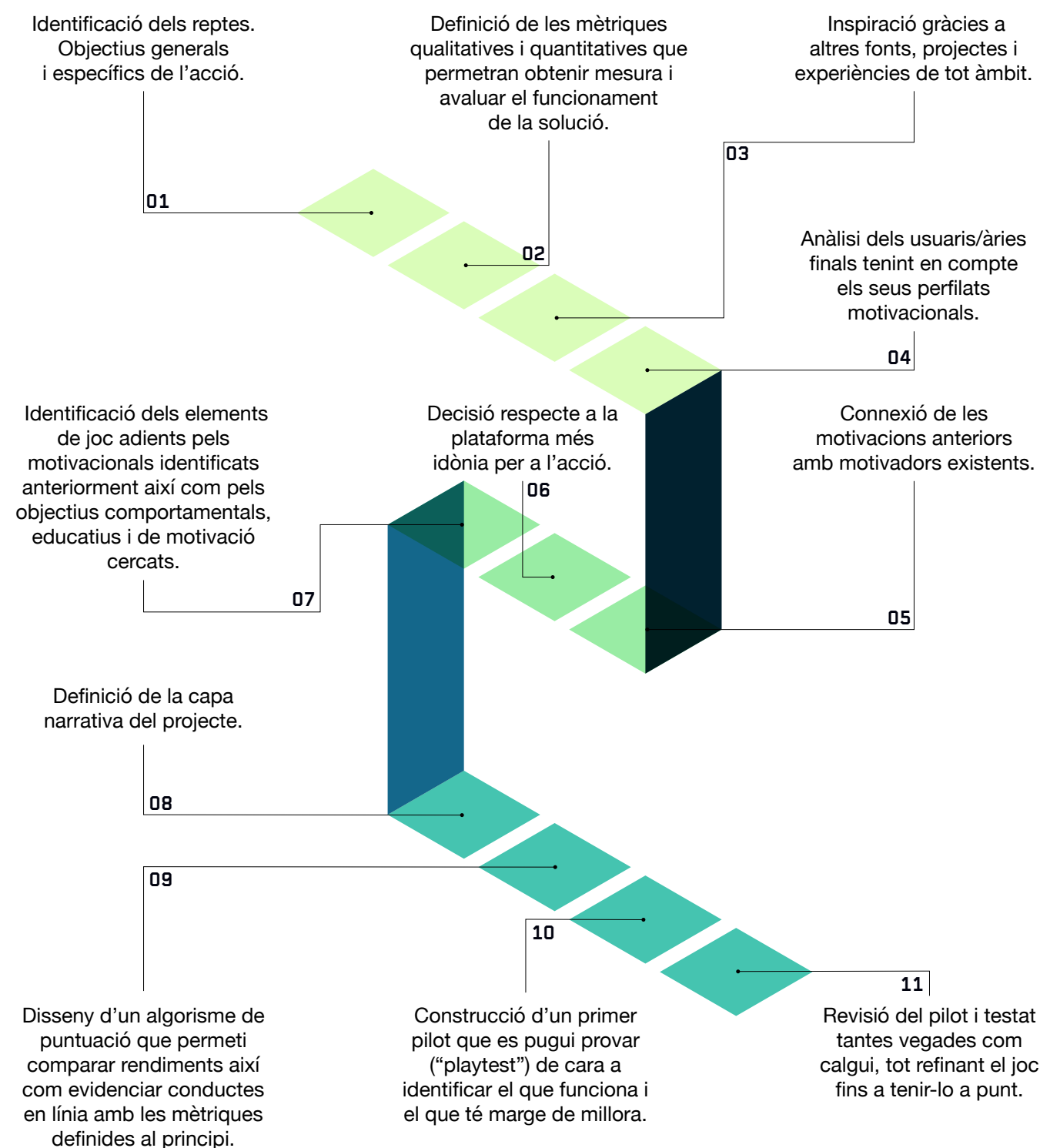
I llavors...

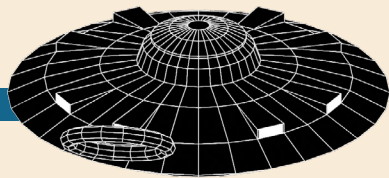
- Entenem coses
- N'aprenem de noves
- Experimentem i descobrim
- Ens il·luminem
- I ens comportem diferent!

Vegeu també:

Anàlisi de bones pràctiques de gamificació a Catalunya, 2022-23
> https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2023/07/bones_practiques_gamificacio.pdf

VISIÓ GENERAL DEL PROCÉS (RESUM)





ETAPA 1

DEFINICIÓ I RECERCA

En aquesta etapa estructurarem les nostres idees i establim l'estratègia a seguir per crear l'experiència basada en joc.

Cal respondre les preguntes bàsiques de qualsevol projecte:

- QUÈ volem gamificar. Quin producte, servei o acció.
- Per a QUI ho farem. Quina és la nostra audiència específica.
- QUAN s'executa el projecte. Temps del que disposem per a fer-ho.
- COM volem (i podem) fer-ho i, per tant, restriccions i recursos disponibles.
- PER QUÈ hem decidit aplicar aquesta metodologia.

Aquesta etapa és indispensable per l'èxit del projecte.

BONES PRÀCTIQUES A CONSIDERAR EN AQUESTA ETAPA



BP1 [C]
Preguntar-se sempre, i abans de començar, si la gamificació és l'eina adient.



BP2 [C]
Valorar quines són les problemàtiques específiques a solucionar per a determinar els moments concrets d'aplicació de la solució gamificada.



BP4 [C]
Fer estudis de mercat previs, comparatius amb altres projectes, observació.



BP10 [P]
Cal entendre que als usuaris/àries tenen motivacions diferents. En aquest sentit, val la pena cocrear-hi i preguntar. Podem ser molt empàtics/es, però l'encertarem millor si definim el necessari a partir de la veu dels/les usuaris/àries finals.



BP11 [P]
No podem esperar que el que ens agrada i motiva a nosaltres, ho faci de la mateixa manera a la resta de persones. Som singulars pel que fa a les preferències, i és fonamental personalitzar les experiències.



BP12 [P]
Cal establir clarament quins són els comportaments desitjats per part de les persones participants.

[C] CONEIXEMENT
[L] Lògica
[P] Psicologia
[M] Mesura
[I] Interacció

PAS 1 OBJECTIUS

QUIN ÉS EL PROBLEMA A RESOLDRE, O ASPECTE A MILLORAR?

- En aquest punt, la definició del problema pot ser general o abstracta.
- Tot i que es parla de “problema”, la situació inicial pot ser ja satisfactòria, però es vol millorar.

ENUMERACIÓ D'OBJECTIUS:

- Reflexionar: què cal que es compleixi perquè el problema es consideri resolt?
- Fer una llista breu, però detallada i concreta, de què es vol assolir.
- Establir primer els objectius generals, i els més específics després, si aplica.
- Establir exactament com s'avaluarà posteriorment el seu compliment (mètrica o criteri).
- Si l'objectiu està ben definit, com avaluar-lo hauria de ser evident.

Recordem que gamificar suposa un esforç i ha de valer la pena fer-ho!

PER ENDREÇAR LES NOSTRES IDEES, POT SER ÚTIL USAR UN MAPA MENTAL

- Deixem anar idees en un full.
- Les connectem si s'escau, amb línies i/o fletxes.
- Obtindrem un diagrama, on també poden marcar-se prioritats amb colors o tipografies, per exemple.

EINES I RECURSOS

MAPA MENTAL (MIND MAP)

Diagrama que s'utilitza per a representar les paraules, idees, tasques o altres conceptes lligats i disposats radialment al voltant d'una paraula clau o d'una idea central.

UN MAPA MENTAL

- Pot fer-se també gràcies a una sessió en grup.
- S'esbossa en un full, pissarra, taula interactiva o aplicació digital.
- Es pot complementar amb una explicació breu dels diferents termes, elements, connexions, etc.

Eines interessants a tenir en compte són Gliffy, Miro, Drawio o els mateixos editors de dibuix o de diagrames dels programes d'ofimàtica.

Eines:

GLIFFY

> <https://www.gliffy.com>

MIRO

> <https://miro.com>

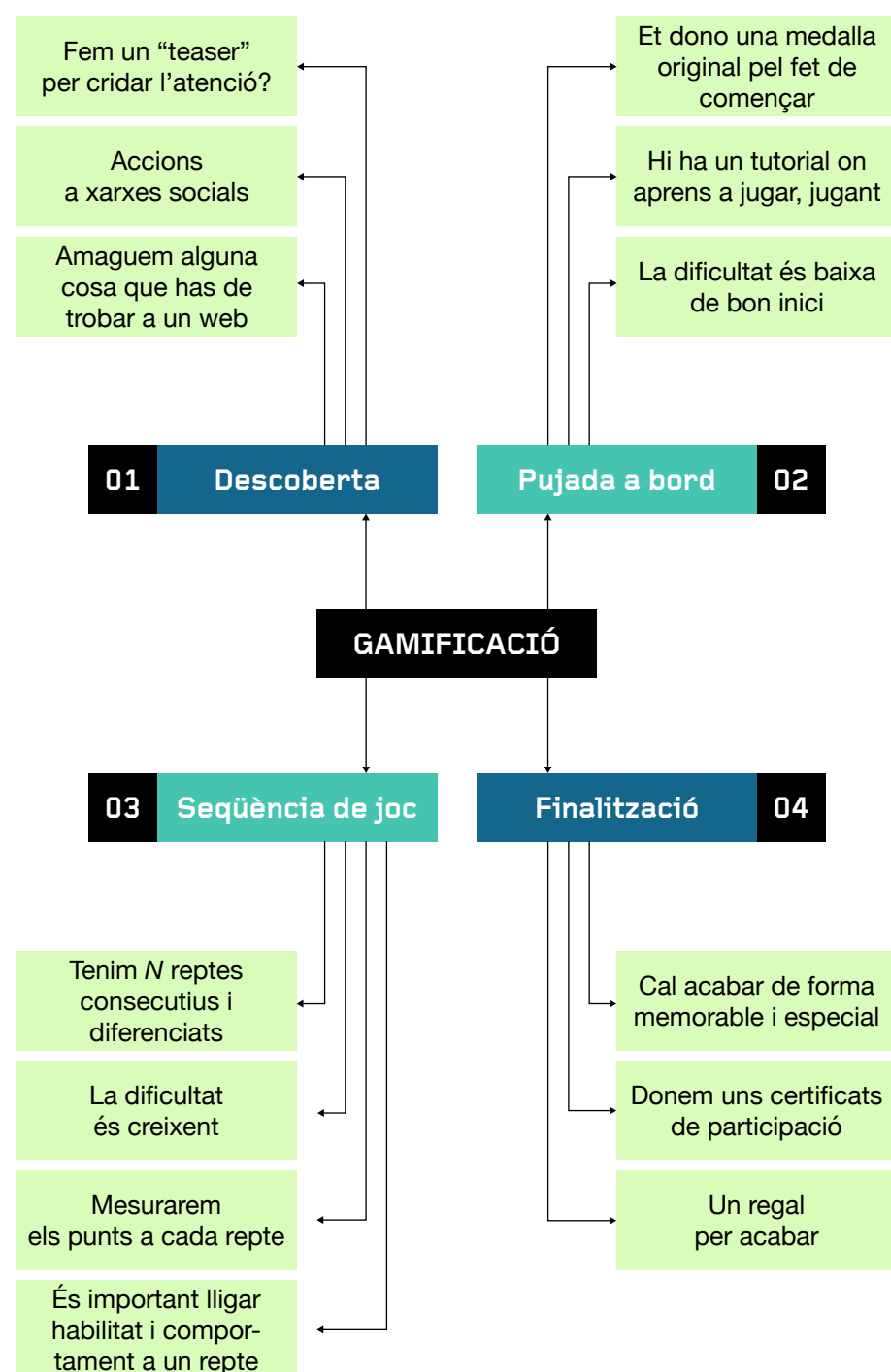
DRAWIO

> <https://www.drawio.com>

ALGUNES PREGUNTES D'INTERÈS I AJUT A FER-NOS ABANS, SÓN:

- Quines carències i necessitats tenen realment les persones per a les quals dissenyem?
- Què desitgem que sentin?
- Per a quin tipus de gent dissenyem?
- Per a quanta gent ho estem fent?
- Quin volem que sigui el concepte? La història a explicar?
- Quina duració tindrà l'experiència gamificada?
- On volem què tingui lloc?
- Disposem de contingut adequat per a poder farcir el projecte?
- Com recompensarem?
- Quines paraules clau creiem que descriuen l'experiència gamificada?

RECURS 1: MAPA MENTAL



PAS 2 AUTO-REFLEXIÓ

ÉS LA GAMIFICACIÓ UNA SOLUCIÓ ADIENT PER A AQUEST CAS?

- Idealment, el problema a resoldre i els objectius establerts han de tenir una base motivacional.
- Han de versar sobre els hàbits dels implicats/des. Hi ha alguna cosa que no està passant i seria desitjable que sí que tingués lloc: "Haurien (o no) de fer X, però no és així".
La gamificació no pot solucionar directament: uns materials incomplets, un currículum mal dissenyat, la dificultat intrínseca d'una matèria, el desgast físic d'una marató, una interfície o aplicatiu deficients, una situació que es percep com injusta, etc.
La gamificació pot ajudar a solucionar: l'assistència o participació a classe, el comportament cívica, dedicar temps a la pràctica, l'estudi o l'entrenament, crear bons hàbits nutricionals, encaminar el flux turístic, esforçar-se tot i les dificultats, millorar l'adherència a un tractament mèdic, fomentar el "networking" en un esdeveniment, etc.
- És molt important ser conscient de les limitacions de la gamificació.
- Es gamifica quan l'eina és adient i no per "moda" o pel fet de tractar sobre jocs.

PAS 3 COMPOR- TAMENTS

ESTABLIR LA LLISTA DE COMPORTAMENTS O HÀBITS ESPERATS

- Quines accions concretes espero que facin els usuaris/àries per poder assolir els objectius?
- Fer una llista concreta d'aquestes accions.

“Quan passa X, vull que l'usuari faci Y.”

TOTES LES ACCIONS DESCRITES HAN DE SER VOLITIVES. O SIGUI...

- Accions que l'usuari pot dur a terme de manera conscient i a voluntat en un moment donat.
- Aquesta propietat és independent de si, per la seva competència, les pot fer millor o pitjor (ja millorarà).

Volitiu: estudiar, practicar, anar al llit, posar el despertador, fer exercici, menjar saludablement, estalviar.

No volitiu: aprendre, treure bona nota, dormir, matinar, estar en forma, aprimar-se, tenir diners.

Fixar-se que els resultats de la segona llista són en part conseqüència d'accions volitives a la primera llista.

UN EXERCICI DE REFLEXIÓ INTERESSANT PER AQUESTA LLISTA ÉS APLICAR EL PRINCIPI DE “STOP/GO/CONTINUE” (ATURAR/COMENÇAR/CONTINUAR).

- “Start” seran els nous comportaments a incorporar.
- “Stop” seran els comportaments a limitar.
- “Continue” són els comportaments actuals a mantenir.

Tots ells són adequats de cara al fet que l'usuari/ària del servei millori personal i professionalment, tot aprenent i escollint sempre des de la seva autonomia, és a dir, per voluntat i en positiu. Sense obligacions.

EINES I RECURSOS

ATURAR/COMENÇAR/CONTINUAR (START/STOP/CONTINUE)

Diagrama que s'utilitza per representar les paraules, idees, tasques, o altres conceptes lligats i disposats radialment al voltant d'una paraula clau o d'una idea central.

RECURS 2: START/STOP/CONTINUE

Es classifiquen els comportaments dels usuaris en tres llistes:



START

Aquells que no s'estan donant i cal incorporar, ja que ens ajudaran.



STOP

Aquells que convé eliminar perquè no ajuden a anar en la direcció adequada.



CONTINUE

Aquells que ja s'estaven donant i convé mantenir.

És més fàcil pensar en els comportaments si es classifiquen així, ja que ajuda a no deixar-nos-en cap ni un. De vegades es fan dues llistes, pensant en comportaments dins (mentre juguem) o fora (el que volem que s'apregui pel món real) de l'experiència que estem creant.

- Els podem llistar classificats en 3 llistes START, STOP i CONTINUE; llavors els numerem per importància des del 0 (nul·la) fins al 5 (molta).
- Els prioritzem per numeració.
- Començant pels millors puntuats, decidim quants n'escollim del total de disponibles per a treballar en el nostre joc aplicat.
- Els connectem a les activitats o reptes que formaran part del “metajoc” per a “treballar-los”.



START

Comportament 1 (X punts)
Comportament 2 (Y punts)
Comportament 3 (Z punts)
...



STOP

Comportament 1 (X punts)
Comportament 2 (Y punts)
Comportament 3 (Z punts)
...



CONTINUE

Comportament 1 (X punts)
Comportament 2 (Y punts)
Comportament 3 (Z punts)
...

PAS 4 USUARIS/ ÀRIES

ARA CAL DESCRIBRE ELS NOSTRES USUARIS/ÀRIES
FINALS.
No podem dissenyar de manera adequada per a
persones que no coneixem!

- ASPECTE CLAU:
QUÈ ELS MOTIVA O DESMOTIVA?
- Cada persona és diferent.
 - No s'hauria d'establir de manera teòrica. Hem de fer
recerca i preguntar-los-ho!
 - Hi ha models amb arquetips que els tipifiquen.

EINES I RECURSOS

MAPA D'EMPATIA

Un mapa d'empatia és una visualització
centrada en la persona que s'utilitza per
a determinar i descriure les diferents
dimensions d'aquesta i conèixer-la millor
tot "empatitzant" amb ella.

TIPUS D'USUARIS/ÀRIES
(O TIPUS DE JUGADORS/ES
EN GAMIFICACIÓ)

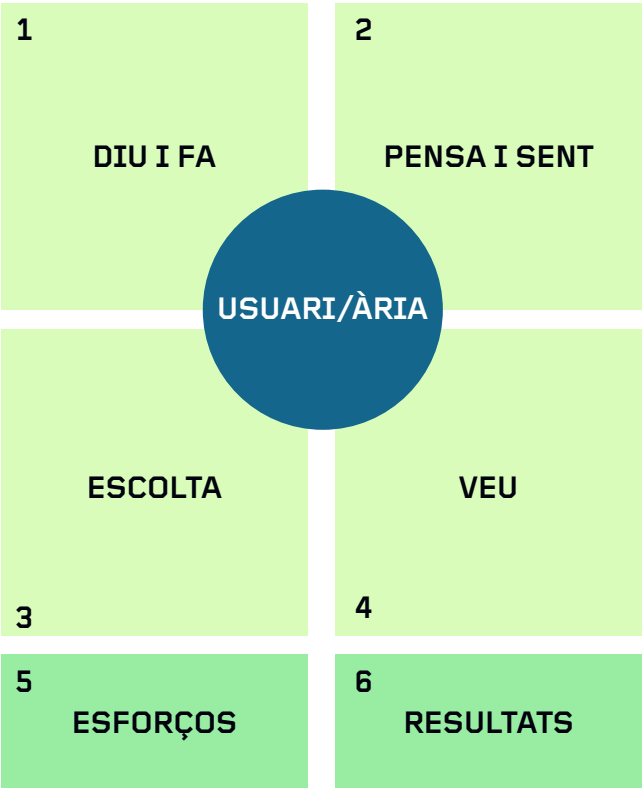
Model basat en una enquesta per entendre
els tipus de persones que utilitzen sistemes
de joc. Representen diferents tipus de
motivacions i estils d'interacció dels usuaris/
àries. Es dissenya diferent per a cadascun/a.

RECURS 3: MAPA D'EMPATIA

Ens ajuda a entendre com és l'usuari/ària per a qui
s'adreça l'experiència que volem crear.

1. Com es comporta amb els altres, en públic?
2. Quines inquietuds i aspiracions reals té?
3. Què diuen els seus companys/es?
4. Com és i què veu en el seu entorn?
5. Quines frustracions o obstacles troba?
6. Què li agradaria assolir?

Enllaç:
[DESCRIPCIÓ DETALLADA \[en català\]](https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/mapa-dempatia/)
> [https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/](https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/mapa-dempatia/)
[mapa-dempatia/](https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/mapa-dempatia/)



QUI ÉS?

QUÈ DIU I FA?

QUÈ VEU?

QUÈ ESCOLTA?

QUÈ LA MOTIVA?

QUÈ PENSA?

QUIN ÉS EL SEU NIVELL DE COMPETÈNCIA DIGITAL?

RECURS 4: TIPUS D'USUARI/ÀRIA

Proposta d'Andrzej Marczewski. Intenta classificar els usuaris segons la seva motivació.

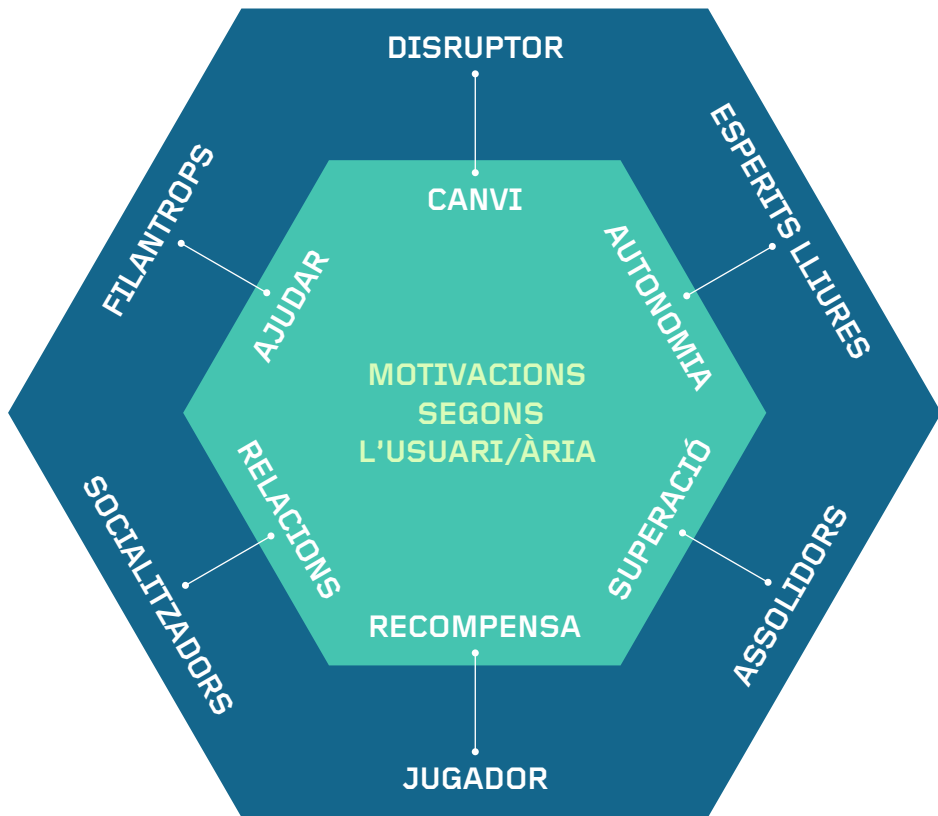
- Els perfils *Jugadors* volen recompenses.
- Els *Esperits Lliures* volen autonomia i poder expressar-se.
- Els *Assolidors* volen superació i la millora personal.
- Els *Filàntrops* volen ajudar als altres i fer un món millor.
- Els *Socialitzadors* volen interactuar amb altres persones.
- Els *Disruptors* volen canviar l'“statu quo”.



Alerta! Ningú és 100% un, som de tot una mica.

Enllaços

[MÉS INFORMACIÓ \[en anglès\]](https://www.gamified.uk/user-types/)
> <https://www.gamified.uk/user-types/>
[TEST EN LÍNIA \[diversos idiomes\]](https://www.gamified.uk/UserTypeTest2023/user-type-test.php)
> <https://www.gamified.uk/UserTypeTest2023/user-type-test.php>



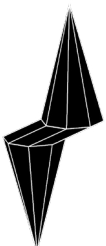
Adaptació de © Andrzej Marczewski 2016

PAS 5 LA MOTIVACIÓ

MOTIVACIONS UNIVERSALS

Existeixen un seguit de motivadors primaris que sempre val la pena valorar.

- Que no es compleixin sol tenir un impacte negatiu en la motivació de les persones.
- Són els anomenats “íntrínsecs”, atès que venen “de dins” i no esperonats per premis o reforços externs, sinó amb il·lusions pures i interiors.
- Els motivadors també poden treballar-se en el mapa d'empatia de cada tipus d'usuari/ària.



SPARC

Sentit

Les accions estan alineades amb els objectius establerts, no són arbitràries.

Propòsit

Les accions tenen un objectiu final establert, clar i assolible.

Autonomia

Podem triar quines accions dur a terme i com, sense imposicions. Ens podem autogestionar.

Relació

Les nostres accions tenen un impacte sobre els altres o generen un sentiment de pertinença a un grup.

Competència

Ens veiem capaços de dur a terme l'acció, sigui immediatament o potencialment per mitjà de la millora. No es veuen totalment inassolibles.

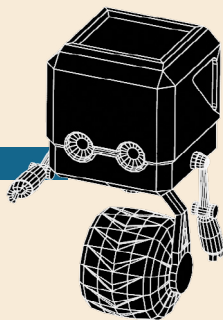
En definitiva, les persones gaudim d'experiències en les quals podem decidir, ajudar, guanyar amb esforç i compartir després.

Una recomanació és basar-se en les anomenades “estètiques” del model acadèmic “MDA”, que permeten decidir respecte a l'experiència i en clau de motivació intrínseca.

Hauriem de dissenyar atenent a aquestes 8 motivacions intrínseques, tot fugint del premi “perquè sí” i cercant les raons que ens motiven de manera genuïna a les persones.

En concret, dissenyar experiències...

- Alimentant els sentits
- Permetent que es visquin fantasies
- Escoltant i explicant bones històries
- Pertanyent a una comunitat
- Aprenent habilitats, gràcies als reptes
- Descobrint novetats
- Expressant-nos lliurement
- I, en definitiva, sentint-nos immersos/es en un cercle màgic experiencial



ETAPA 2

DISSENY DE L'EXPERIÈNCIA

En aquesta etapa escollim els elements de joc adients i construïm activitats amb ells. És a dir, l'experiència de joc connectada amb els objectius de partida.

Es tracta d'un procés CREATIU i FORMAL alhora.

Quan partim de zero, val la pena inspirar-se en casos ja existents.

EINES I RECURSOS

FONTS D'INSPIRACIÓ

Recull d'aplicacions actuals basades en la gamificació per fomentar tota mena d'hàbits i canvis comportamentals.

RECURS 5: FONTS D'INSPIRACIÓ

Existeixen MOLTES aplicacions de la gamificació ja en marxa. Algunes interessants, per extreure idees:



AGENCY OF SECRETS
Visita turística a indrets clau de Vilanova i la Geltrú, presentada com un misteri que has de resoldre, amb un fort component narratiu transmèdia.

CAT >>



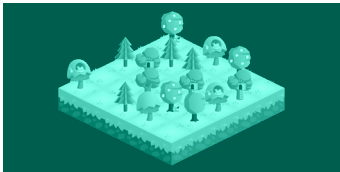
DUOLINGO
L'aplicació més famosa per aprendre idiomes. Basada en un sistema senzill de puntuacions, medalles i competicions entre els jugadors.

CAS >>



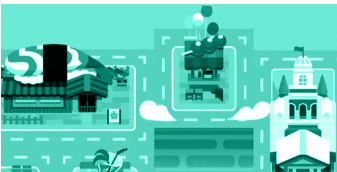
FINCH
Aplicació de benestar personal basada en la metàfora de tenir cura d'una mascota, que pots personalitzar i enviar d'aventures.

ENG >>



FOREST
Aplicació per mantenir el focus i no usar el mòbil, usant la metàfora de fer créixer un arbre i crear el teu petit bosc personal.

ENG >>



FORTUNE CITY
La gestió de les despeses personals presentada com una ciutat que cal fer créixer, amb diferents edificis i habitants.

ENG >>



HABITICA
Llista de tasques presentada com una aventura de fantasia medieval, on pots personalitzar el teu avatar, unir-te a gremis, o criar mascotes.

ENG >>



LA TORRE DE SalfUMAN
Gamificació de l'aula, que es converteix en un castell que cal explorar, i una història amb tota mena de pobladors fantàstics.

CAS >>



PARCS "JUGABLES"
Aconseguir que les persones més grans gaudeixin de fer exercici tot socialitzant i sortint al carrer, connectant també amb els més petits/es.

CAS >>



PROGRAMMING HERO
Duolingo per aprendre a programar, a través de la metàfora d'un viatge espacial.

ENG >>



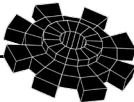
ZOMBIES, RUN!
La rutina d'anar a córrer i fer esport s'emmarca dins una història en una apocalipsi zombi, on has de rescatar supervivents i crear el teu refugi.

ENG >>

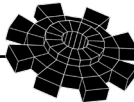
BONES PRÀCTIQUES A CONSIDERAR EN AQUESTA ETAPA



BP3 [C]
Definir un objectiu, connectar-lo a un comportament determinat i lligar-lo amb activitats que el duguin a terme des de la motivació de la participant. La diversió ha d'existir com a eina i no pas com a propòsit únic.



BP5 [L]
Usar una metodologia contrastada, o marc de disseny, que estableixi les passes a seguir. En tot cas, no improvisar, i si s'utilitzen eines fetes a mida, que sigui des del rigor. És millor recolzar-se en mètodes contrastats si no es tenen els coneixements adequats.



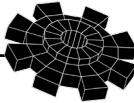
BP6 [L]
És important ensenyar a jugar “jugant”. Les regles escrites no les llegeix gairebé ningú i, tot i que han d'estar, han de recolzar-se en un bon tutorial pràctic d'inici.observació



BP7 [L]
Creativitat i ment oberta. No tancar-se a cap restricció en el procés de disseny.



BP8 [L]
No cal usar tots els elements de jocs possibles. N'hi ha prou amb els adequats en funció dels perfils motivacionals pels quals dissenyem, els comportaments esperats i els objectius de negoci que s'hagin especificat.



BP9 [L]
Alerta amb les solucions genèriques o simplistes (p.ex. PBL, és a dir punts, medalles i rànquings). Cal personalitzar cada cas.



BP17 [M]
Cal dissenyar pensant sobre una base del respecte, honestedat i la transparència cap als usuaris/àries, i no per crear una eina de manipulació.



BP18 [I]
Manen les històries d'ençà que les persones som éssers humans. És fonamental integrar una narrativa (*l'storytelling*) que donarà una temàtica consistent a tota l'experiència i la farà intel·ligible. Una aproximació purament mecànica o de només regles és racional però poc emocional.



BP20 [I]
L'estètica ha de lligar amb el corporatiu de client, però també amb l'interès de les persones que participen de l'experiència. No es dissenya per l'interlocutor/a de la banda client, sinó pels usuaris/àries finals que representa.



BP21 [I]
Els continguts han de ser adequats en format. Tenim edats, nivells de competència digital, preferències motivacionals, bagatges culturals, coneixements previs, perfils, etc. diferents i hem d'adaptar-nos-hi. El rigor no depèn d'un canvi de format. No tinguem por a modificar-lo per a fer-lo més digerible i fàcil d'entendre per les persones.



BP22 [I]
“Apostar no és jugar.” Es juga des de l'autonomia i la lliure elecció. Gaudint de l'experiència i de l'aprenentatge de nous hàbits i del mateix joc, i no només dels premis, que poden ser-hi, però racionalment.



BP13 [P]
Cal oferir recompenses creatives de caràcter intrínsec, com pujades d'estatus, accessos especials i desbloquejos de continguts addicionals. El poder de fer coses que abans teníem vetades i, sempre, des de la sorpresa. És una bona pràctica cocrear les sorpreses amb una bona porció de col·lectiu referent i/o ambaixador que representi als usuaris/es finals.

PAS 1

NARRATIVA O METÀFORA

Una història és la millor manera de fer una experiència memorable. Els serveis gamificats ho són en eixos diversos: estètic per l'aparença i sonoritat; psicològic pel que fa als elements de joc i motivació; tecnològic de cara a la plataforma i també narratiu, atès que hi ha missatges a fer entendre i aquests garanteixen la transformació.

La narrativa mostra i ensenya, tot generant “epifanies” en les persones i per tant entesa que fa transformar. A més d'això, aquesta serveix per visualitzar la progressió dins del joc.

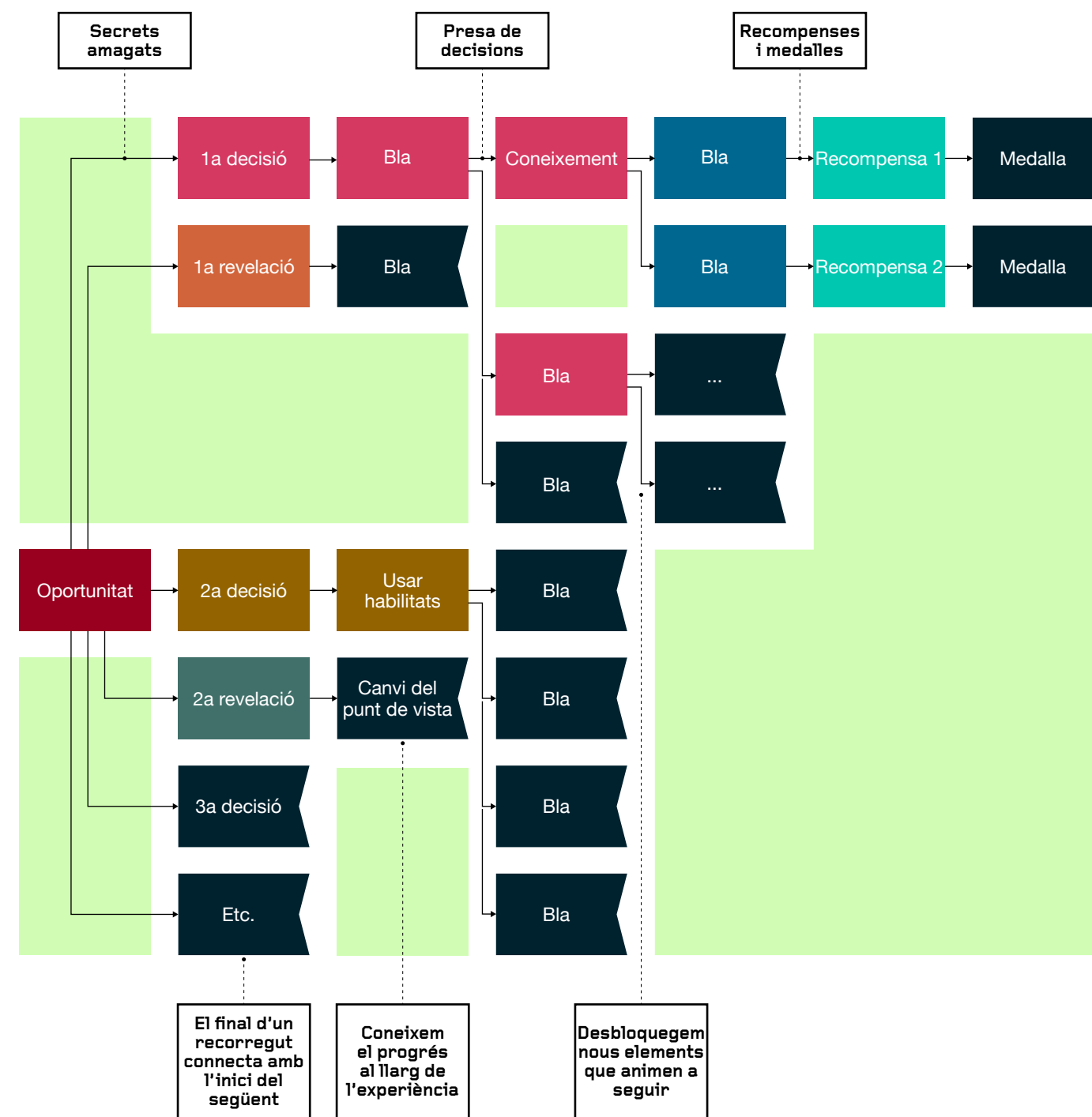
- [Més complex] Un relat complet i profund que avança al llarg de l'experiència.
- [Més simple] Un avenç en un mapa que mostra parts de l'experiència.

EINES I RECURSOS

INICIACIÓ A LA NARRATIVA TRANSMÈDIA

Un recull de qüestions interessants a fer-nos de la mà de l'autor Robert Pratten.

EXEMPLE DE NARRATIVA EN FORMA D'ARBRE



RECURS 6: PREGUNTES DE NARRATIVA

Proposta d'en Robert Pratten.

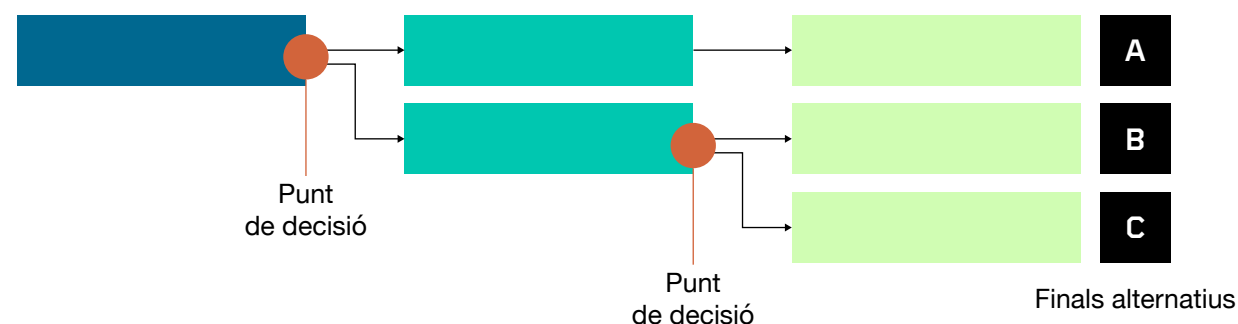
- Quina història volem explicar?
- Com la presentarem?
- Quina participació necessito per part dels usuaris/àries?
- Com afectarà la participació dels usuaris/àries a la història al llarg del temps?
- Quina part de la història és real i quina ficció?
- Quina estructura desitgem per la història? Per exemple:
 - Lineal
 - Amb branques



HISTÒRIA LINEAL



AMB BRANQUES



PAS 2 LES REGLES I EL "METAJOC"

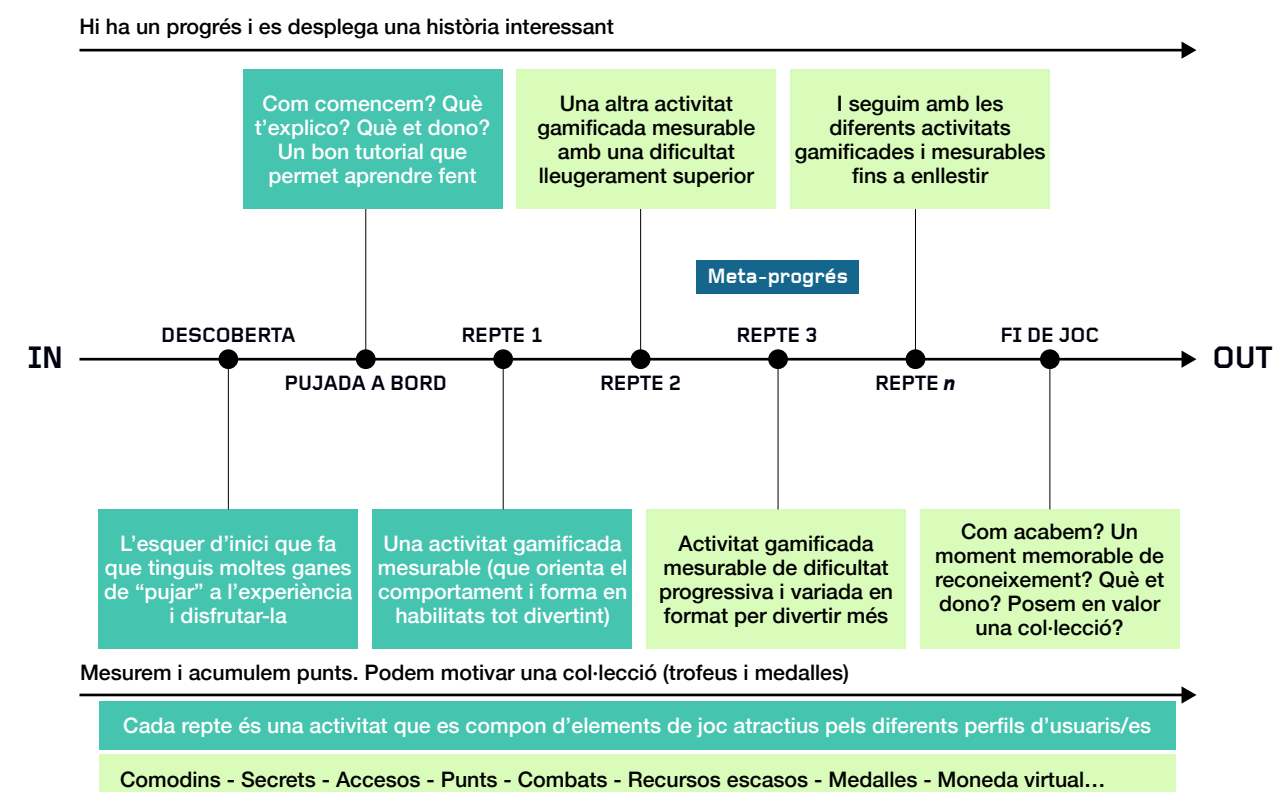
L'experiència final és la unió d'activitats menors autocontingudes (o "reptes"), basades en joc.

Entenem el *metajoc* com la unió de totes aquestes activitats, de manera coherent.

- Com es realimenten entre si i les seves dependències.
- Com cada activitat aporta individualment a la sensació de progressió general.
- Com s'integren o impacten dins la narrativa o metàfora proposada.

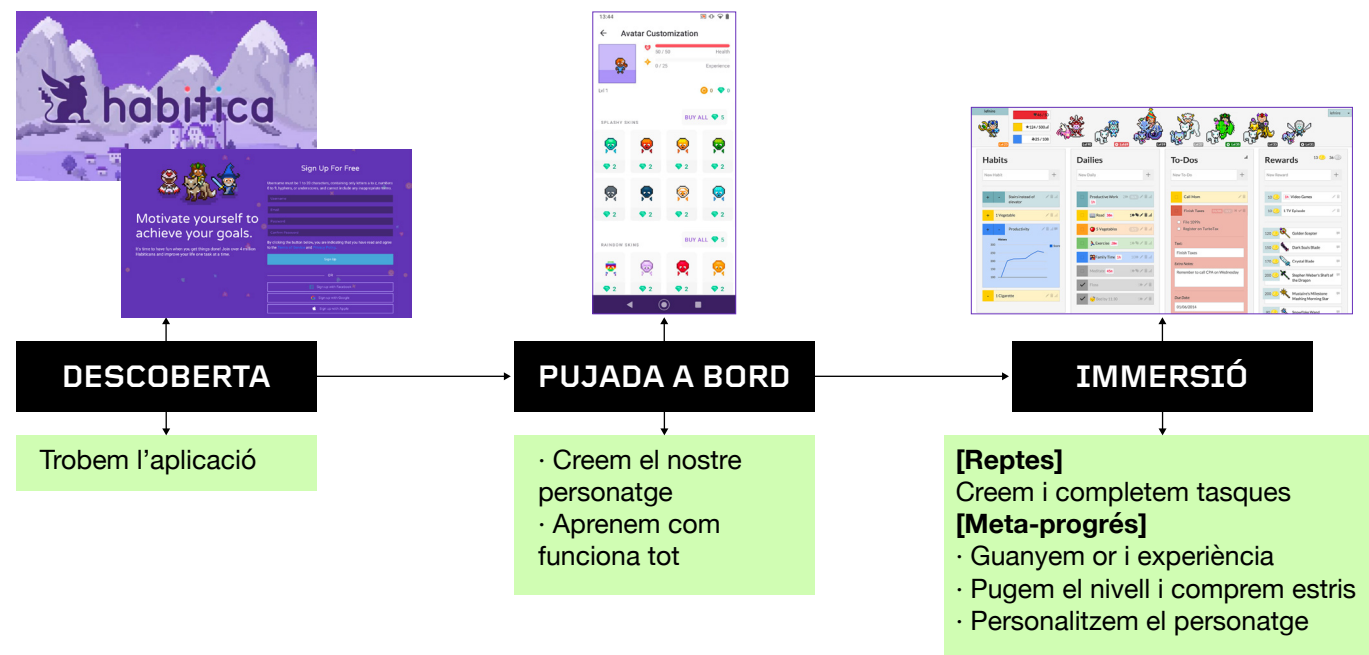
Se sol dividir en 4 fases:

- *DISCOVERY* (descoberta): és a dir, la presentació de l'experiència general, convidant a participar.
- *ON-BOARDING* (pujada a bord): les primeres fases, que fan de tutorial per aprendre com funciona.
- *MIDGAME* o *IMMERSE* (immersió): el conjunt de reptes principals de l'experiència. El gruix del joc.
- *ENDGAME* (fi de joc): el repte final, que integra tota la progressió assolida fins al moment. Un esdeveniment de tancament especial.

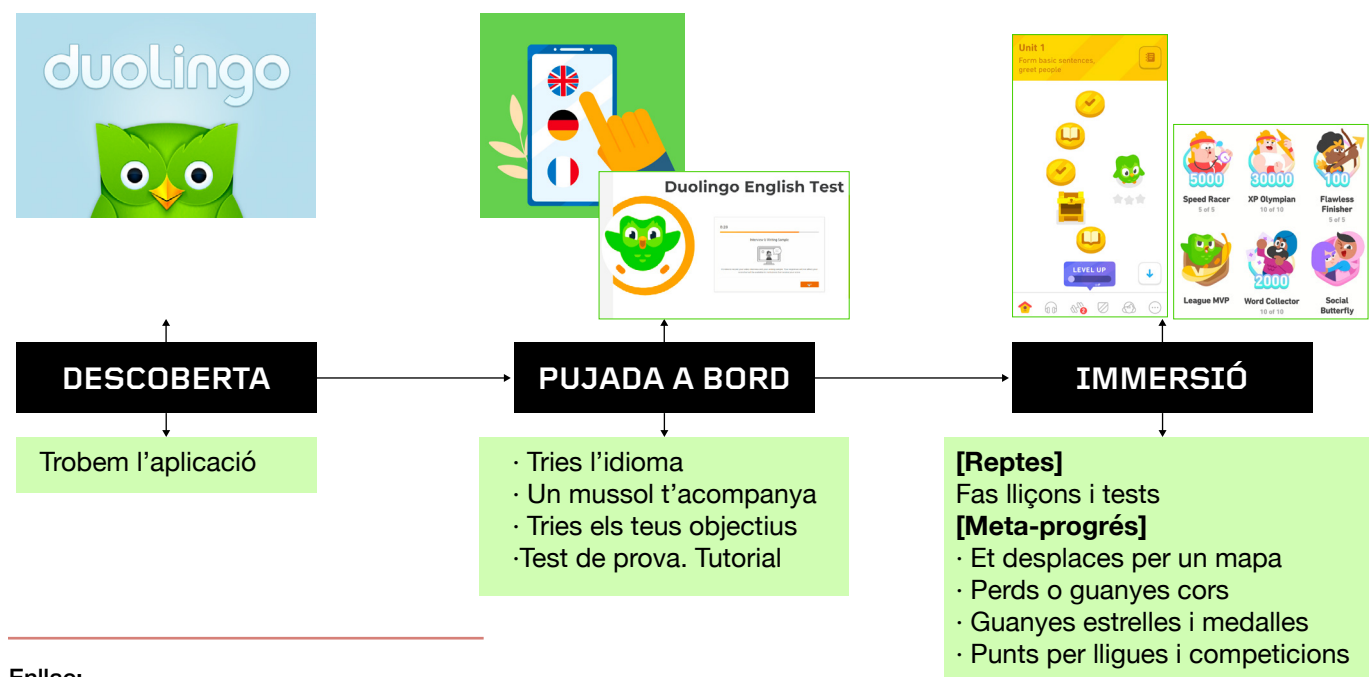


LES FONTS D'INSPIRACIÓ MENCIONADES (RECURS 5)
PROPORCIONEN EXEMPLES D'AQUEST "METAJOC":

HABITICA: GAMIFICA LES TEVES TASQUES



DUOLINGO: LLIÇONS DE LLENGÜES



Enllaç:

ANÀLISI DETALLADA DE COM DUOLINGO
FA LA 'PUJADA A BORD' [en anglès]
> <https://www.useronboard.com/how-duolingo-onboards-new-users/>

PAS 3 CREANT UNA ACTIVITAT GAMIFICADA

Per a generar cada "repte", és a dir, una activitat, partim d'una idea general inspirada en joc:

- La nostra elecció ha d'estar alineada amb els usuaris, tal com els hem identificat abans (pas 1d).
- Existeixen diverses estratègies per començar el procés creatiu.
- Per principiants, es recomana partir de "coses divertides a fer" com a font d'inspiració.

EINES I RECURSOS

EMOCIONS QUAN JUGUEM

Per idear un disseny, podem partir de quina mena d'emoció volem generar en els usuaris.

COSES DIVERTIDES A FER

Tenir una llista de coses que la gent, en general, considera divertides és una bona font d'inspiració.

Recomanat per a principiants!

ELEMENTS DE GAMIFICACIÓ

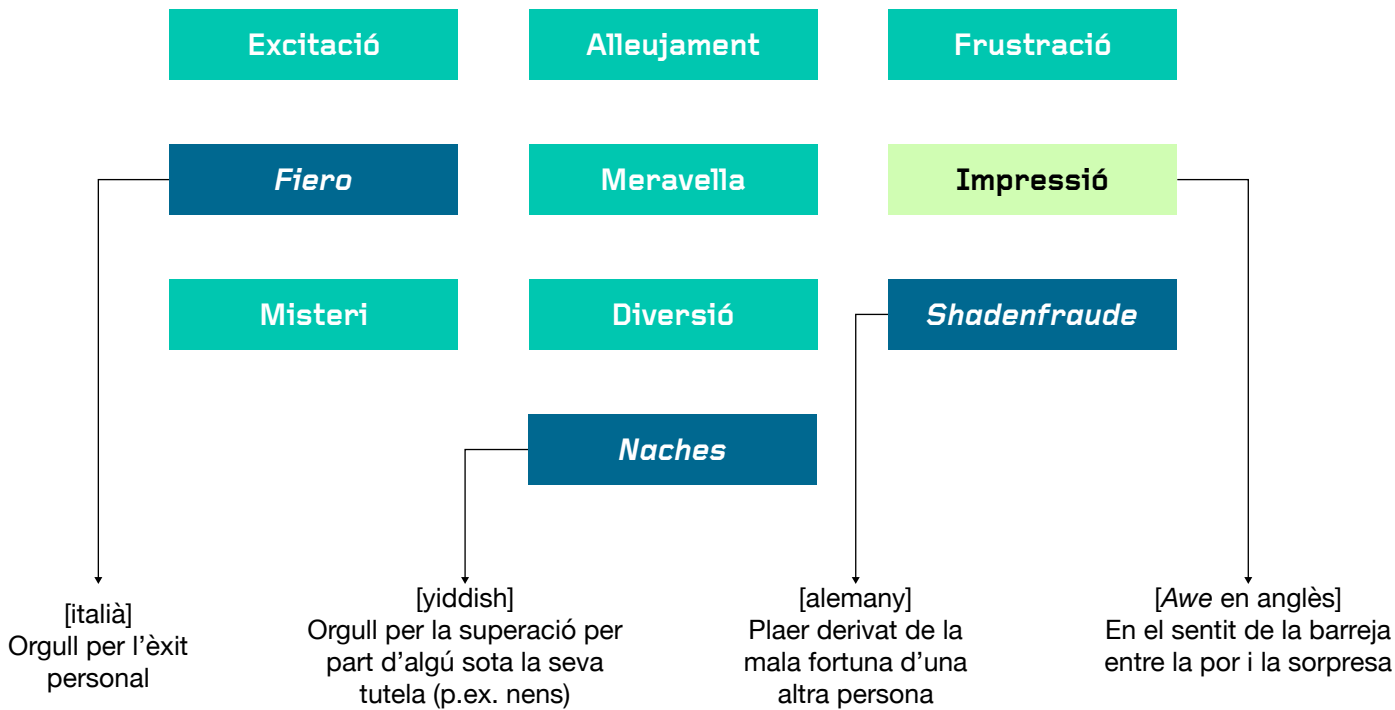
Es poden analitzar els elements dels jocs des d'una visió més mecànica, com una caixa d'eines i peces.

RECURS 7: EMOCIONS QUAN JUGUEM

Nicole Lazzaro va estudiar les emocions quan la gent juga a videojocs, i va identificar-ne les més rellevants.



Les emocions identificades, sempre en el context saludable del joc, van ser:



Enllaç:
[ESTUDI COMPLET \[en anglès\]
> http://www.xeodesign.com/
whyweplaygames/xeodesign_
whyweplaygames.pdf](http://www.xeodesign.com/whyweplaygames/xeodesign_whyweplaygames.pdf)

RECURS 8: COSES DIVERTIDES A FER

Jon Radoff fa una proposta de 42 coses divertides a fer.



Tot i ser a molt alt nivell, podem usar aquesta llista com a punt de partida per inspirar-nos.

- #1: Reconèixer patrons
- #2: Col·leccionar
- #3: Troballa d'un tresor inesperat
- #4: Aconseguir un sentiment de finalització
- #5: Aconseguir reconeixement pels èxits
- #6: Crear ordre des del caos
- #7: Personalització dels mons virtuals
- #8: Recollida de coneixements
- #9: Organització de grups de persones
- #10: Anotació de referències internes
- #11: Esdevenir el centre d'atenció
- #12: Experimentar la bellesa i la cultura
- #13: Romanç
- #14: Intercanvi de regals
- #15: Ser un heroi
- #16: Ser un bandit
- #17: Ser un vell savi
- #18: Ser un rebel
- #19: Ser el cap
- #20: Fingir viure en un lloc màgic
- #21: Escoltar una història
- #22: Explicar històries
- #23: Predicció del futur
- #24: Competició
- #25: Psicoanàlisi
- #26: Misteri
- #27: Dominar una habilitat
- #28: Exigir justícia i venjança
- #29: Nodrir
- #30: Emoció
- #31: Triomf sobre el conflicte
- #32: Relaxació
- #33: Experimentar allò estrany o friqui
- #34: Fer el ximple
- #35: Riure
- #36: Tenir por
- #37: Enfortir una relació familiar
- #38: Millorar la salut
- #39: Imaginar una connexió amb el passat
- #40: Explorar un món
- #41: Millorar la la societat
- #42: La il·luminació

**Proposa força
activitats basades a
interpretar un rol:**

- #15: Ser un heroi
- #16: Ser un bandit
- #17: Ser un vell savi

- #1: Reconèixer patrons
- #2: Col·leccionar
- ...

- ...
- #41: Millorar la societat
- #42: La il·luminació

RECURS 9: ELEMENTS DE GAMIFICACIÓ

Marczewski proposa una “taula periòdica” en la qual classifica (no exhaustivament) possibles elements de gamificació.

Enllaç:

[DESCRIPCIÓ \[en anglès\]](#)

> <https://www.useronboard.com/how-duolingo-onboards-new-users/>



01 Ra Recompenses aleatòries											02 Rf Recompensa fixa	03 Dt Dependent del temps
04 In Incorporació	05 S Senyalització	06 Ap Aversió a la pèrdua	07 Iv Inversió					08 Pf Progrés / Feedback	09 T Tema	10 N Narrativa	11 Cu Curiositat	
12 Pt Pressió del temps	13 E Escassetat	14 Es Estratègia	15 F Flux	16 Co Conseqüències	17 Ge Gremis / Equips	18 Xs Xarxa social	19 Po Posició social	20 Ds Descoberta social	21 Ps Pressió social	22 Cm Competició		
23 D Desafiaments	24 Ce Certificats	25 A Aprentatge	26 M Missions	27 Np Nivells / Progrèssió	28 Bc Batalles de caps	29 Ex Exploració	30 Or Opcions de ramificació	31 Op Ous de Pasqua	32 De Desbloque- jables	33 Ec Eines de creativitat		
34 P Personalització	35 Pa Propòsit altruista	36 Tc Tenir cura	37 Ac Accés	38 C Col·lecció	39 Rc Regalar / Compartir	40 Cc Compartir Coneixement	41 Pu Punts	42 Pr Premis	43 Td Taulers de classificació	44 I Insígnies		
		45 Ev Economia virtual	46 L Loteria	47 Pi Plataforma d'Innovació	48 V Votació	49 Ed Eines per a desenvolupar	50 An Anonimat	51 Tl Tacte lleuger	52 Aq Anarquia			

Calendari de recompenses	General	TIPOLOGIA D'USUARI/A	Socialitzador	Assolidor	Esperit lliure	Filantrop	Jugador	Disruptor
-----------------------------	---------	-------------------------	---------------	-----------	-------------------	-----------	---------	-----------

Els colors indiquen quins són
idonis segons el tipus d’usuari/ària

Adaptació pròpia.
© Original d’Andrzej Marczewski

ARA TOCA CONCRETAR

I DEFINIR LA FITXA D'ACTIVITAT

- Quins elements de joc inclou i per quines raons són idonis pels usuaris/àries i la seva motivació.
- Quins comportaments ajuda a promoure.
- Quines habilitats forma i, per tant, quin aprenentatge possibilita.
- Com es descriu i en què consisteix.
- A quina plataforma té lloc.
- Quins elements necessita per a dur-la a terme.
- Quins són els seus paràmetres de temps, nombre d'intents, dificultat, individual o en equip, etc.
- Com es mesura i quines recompenses desbloqueja.

Les fitxes d'activitat són petits documents de disseny de joc. Podem usar-les com a planteta per a descriure les activitats que formaran part de la seqüència gamificada i es componen d'elements de joc i de tot tipus de paràmetres.

Una activitat és una missió. Un o més reptes.

Diverses missions poden formar part d'una campanya llarga en el temps.

EINES I RECURSOS

FITXA D'ACTIVITAT

La fitxa descriu un repte. Aquest es llença, s'executa, s'avalua, s'informa i es recompensa si és precís. Finalment s'ofereix l'opció de compartir-lo a l'usuari/ària.

RECURS 10: FITXA D'ACTIVITAT

Els paràmetres poden ser:

ID repte, títol repte, paraules clau, objectius (que assoleix), comportaments (que permet treballar), habilitats (en que forma), descripció (del joc), dificultat, regles, paràmetres (vides, duració, intents, pistes, comodins, condició de finalització, etc.), punts (rúbrica de nivells en base a rendiment), medalla associada, col·leccionable associat, “Fun Stuff” associat, “player type(s)” associat, ...

Exemple de diagrama funcional de joc

Aquesta fitxa és un “mini” document de disseny o petit GDD

REPTE N: TÍTOL

NIVELL DE DIFICULTAT: X

Número de repte (identificador):

Paraules clau (que el descriuen):

Descripció:

Funcionament:

Tasques divertides (que implementa):

Tipus de jugadors/es:

Comportaments (que motiva):

Punts	Medalles	Recompenses
-------	----------	-------------

GDD [“Game Design Document”]:
planteta d'activitat gamificada, missió o repte,
amb una proposta de paràmetres de l'Oscar
García Pañella

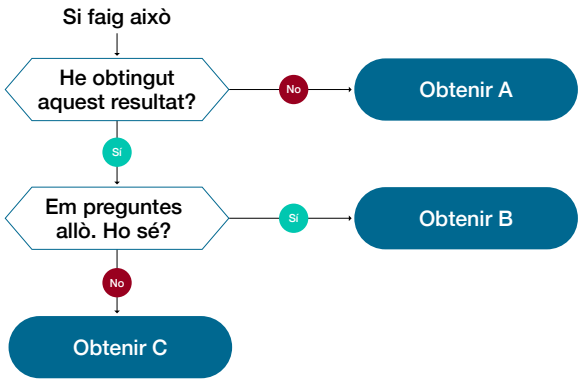
Informació general

Número d'activitat: [si n'hi ha diverses]
Nom de l'activitat: [títol descriptiu]
Data: [calendari]
Tags: [llista de paraules claus descriptives]
Target: [audiència/es a qui es dirigeix]
Objectius: [quin és l'objectiu]
Descripció general: [de què es tracta]
Nivell de dificultat: [baix, mitjà, alt o extrem]
Localització de l'activitat: [ubicació geogràfica o digital]
Continguts: [que es tracten internament, pel que fa a aprenentatge]
Certificats: [què s'ofereix en cas de completar-la]
Quantitat de persones: [que la gaudeixen a la vegada, amb els seus rols específics]
Duració: [temporalitat]

Informació sobre l'experiència

“Pre” experiència: [el que passa abans]
Experiència: [el que passa mentrestant]
“Post” experiència: [el que passa després]
PBL: [disseny de punts, medalles i rànking]
Sistema de recompensa: [poden associar-se a fites o medalles]
Anàlisi dels elements: [habilitats a treballar], [elements motivadors a considerar], [elements de joc presents]
Material de suport: [per a la logística de l'experiència gamificada]
Monetització: [en el cas de moneda/tenda virtual]
Taula de paràmetres denl'activitat: [variables a considerar]
Flux: [diagrama de seqüència de joc, si es considera]

Imatge explicativa: pot ser un concepte, un diagrama, un funcional, un fluxe, un “collage”



Paràmetres: Número d'intents · Duració · Pistes · Comodins · Condició de finalització · Temps · Etc

UNA EXPERIÈNCIA GAMIFICADA QUE DISPOSA
DIVERSES ACTIVITATS, POT TENIR FORMATS
DIVERSOS PEL QUE FA A LA SEVA ESTRUCTURA
GLOBAL O DE “METAJOC”.

Se'n mostren alguns a continuació:

Reptes relacionats amb categories diferents i dosificats en temporalitats diferents (dia, setmana, mes...). La dificultat serà creixent.	Col·leccionable de “cromos” que funcionen com a èxits que es personalitzen per usuari/ària i que ofereixen <i>feedback</i> visual i estètic a més d'estatus diferenciat.	Hi ha secrets amagats a l'entorn. Es tracta d'un “metajoc” col·laboratiu en què com més en trobem, millors coses “passen”. Poden connectar-se recompenses.	Col·leccionem medalles que connecten amb el rendiment i actitud individuals. Amb valors fins i tot. Amb competències. Amb “soft skills”. Es treballa l'estatus com als “cinturons de les arts marcial”.
--	--	--	---

RECOMPENSES

Pel que fa a les recompenses, unes recomanacions a continuació:

- Les de caràcter intrínsec, com els motivadors mostrats amb anterioritat, funcionen a llarg termini i connecten amb els valors, la bona voluntat i l'altruisme. Solen ser intangibles.
- Les extrínseques, que venen de fora i són més aviat premis, es recomanen a curt termini i tenen més a veure amb un interès immediat i quelcom tangible.
- Una recompensa inesperada genera més sorpresa que una d'esperada.
- No és necessari regalar sempre coses. Podem valorar oferir accessos a materials, informacions o eines que siguin de molta utilitat per a algú i que funcionaran també com a recompenses.
- Fer confiança i empoderar són les anomenades recompenses de poder. Il·lusionen molt, atès que augmenten l'autoconfiança i generen vincle.

PAS 4 LES EINES

Un cop hem acabat el disseny, com l'implementem?:

- Des del realisme i la possibilitat.
- Una proposta que no es pot implementar no resulta útil.
- No té per què ser una “app” per al mòbil o la tauleta sempre.
- També hi ha solucions no electròniques: paper o cartolina, colors, segells, adhesius, disfresses, etc.

Existeixen eines que ens poden facilitar aquesta tasca.

I moltes són gratuïtes o disposen de llicències d'ús de prova o demostració per aprendre'n.

EINES I RECURSOS

EINES PER GAMIFICAR

Recull d'eines que se solen usar en experiències de gamificació. Ja siguin eines específiques per crear solucions gamificades, com eines digitals per la creació de recursos amb una clara component lúdica.

RECURS 11: EINES PER GAMIFICAR

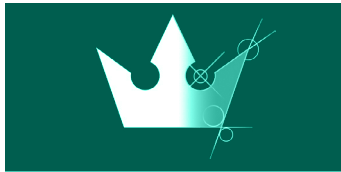
Existeixen algunes eines “preuinades” que simplifiquen el procés de gamificar. Es tracta de solucions molt concretes, però personalitzables amb imaginació.



ADVENTURIQ

Plataforma per generar aventures en línia o geolocalitzades al mòbil. Estructurades en missions i reptes.

CAS >>



GAMIPRESS

Connector de WordPress que permet afegir elements de gamificació al nostre lloc web, com poden ser punts, medalles o rangs.

ENG >>



GAMETIZE

Plataforma similar a AdventuriQ, amb un aspecte i algunes funcionalitats diferents.

ENG >>



GENIALLY

Plataforma per crear narratives interactives, fàcil d'usar.

CAS >>



MENTIMETER

Plataforma per interactuar amb grups de persones usant plataformes de mobilitat i formats senzills.

CAS >>



PLAYVISIT

Plataforma per generar aventures geolocalitzades al mòbil. Estructurades en missions i reptes.

CAS >>



SEPPO

Plataforma per generar aventures gamificades partint de missions i reptes.

ENG >>

ETAPA 3

SEGUIMENT I VALIDACIÓ



En aquesta etapa establím si l'experiència ha estat exitosa i actuem en conseqüència.

De fet, podem retocar coses en funció de si observem que estan funcionant millor o pitjor. És a dir, que operem "en temps real".

Al principi hauríem de determinar com sabrem si cada repte està funcionant o no. Podem fer-ho establint indicadors (mètriques).

Els indicadors poden ser fets qualitius (observacions, textos, imatges, etc.) i quantitius (números generats a partir de dades obtingudes).

Els sistemes de punts poden servir per a generar valors quantitius que ens informen de com va tot.

És interessant valorar el rendiment però també l'actitud de l'usuari/ària.

BONES PRÀCTIQUES A CONSIDERAR EN AQUESTA ETAPA

BP9 [I]

Els sistemes de punts han de servir per a mesurar abans que per a premiar. Cal informar-ne amb cura i detall, sense promoure la competència tòxica entre les persones.



BP14 [P]

No ha de ser un problema variar una estratègia que no funciona o eliminar un repte que no agrada. L'important és fer un bon seguiment dels i de les participants; oferir-los el que esperen i connectar amb els objectius comportamentals.



BP15 [M]

Mai s'encerta a la primera. Cal integrar dins el procés la creació de prototipus, fer tests continus i iterar. Un joc es millora jugant-hi.



BP16 [M]

Mesurar i evidenciar. I és que res mesura més que un joc, atès que hi ha una reacció per cada acció. És fonamental saber el que està passant en tot moment i decidir en conseqüència.



[C] CONEIXEMENT
[L] Lògica
[P] Psicologia
[M] Mesura
[I] Interacció

PAS 1 LES MÈTRIQUES

Poden ser formulacions quantitatives o conceptes qualitius i permeten evidenciar el que està passant i redissenyar si és necessari.

Una mètrica o indicador qualitatiu és, per exemple, una resposta en un camp obert de text.

Un exemple de quantitatiu és moure una barra de desplaçament lateral, vertical o horitzontal, a un determinat valor numèric tot avaluant qualsevol concepte.

Saber quantes vegades es juga al dia, a quines hores es fa, quines decisions es prenen i en quin ordre o quines recompenses i secrets s'han aconseguit també són exemples d'informacions rellevants que poden tractar-se com a indicadors per a evidenciar el que toqui.

Res mesura més que un joc! I és que per a cada acció hi ha una reacció!

PAS 2 EL PROGRÉS

És important saber en tot moment a on som pel que fa a l'experiència.

El que portem enllestit.

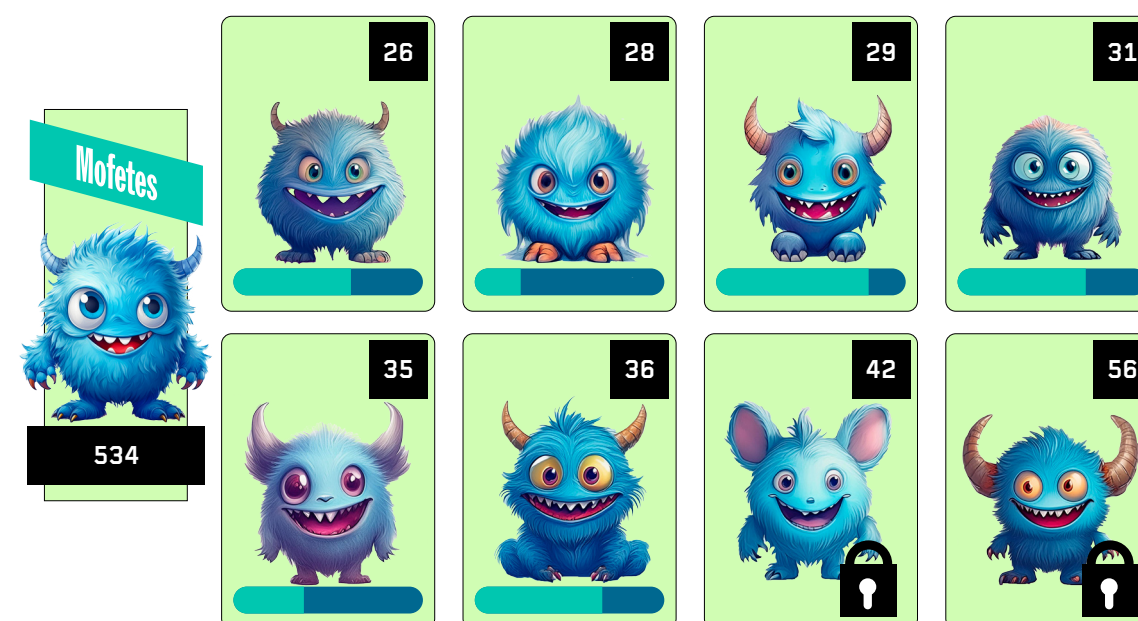
El que encara ens queda per fer.

El que hem aconseguit, inclús a manera d'inventari si hem anat recollint elements d'utilitat per l'experiència de joc.

Una visualització gràfica pot ajudar molt!

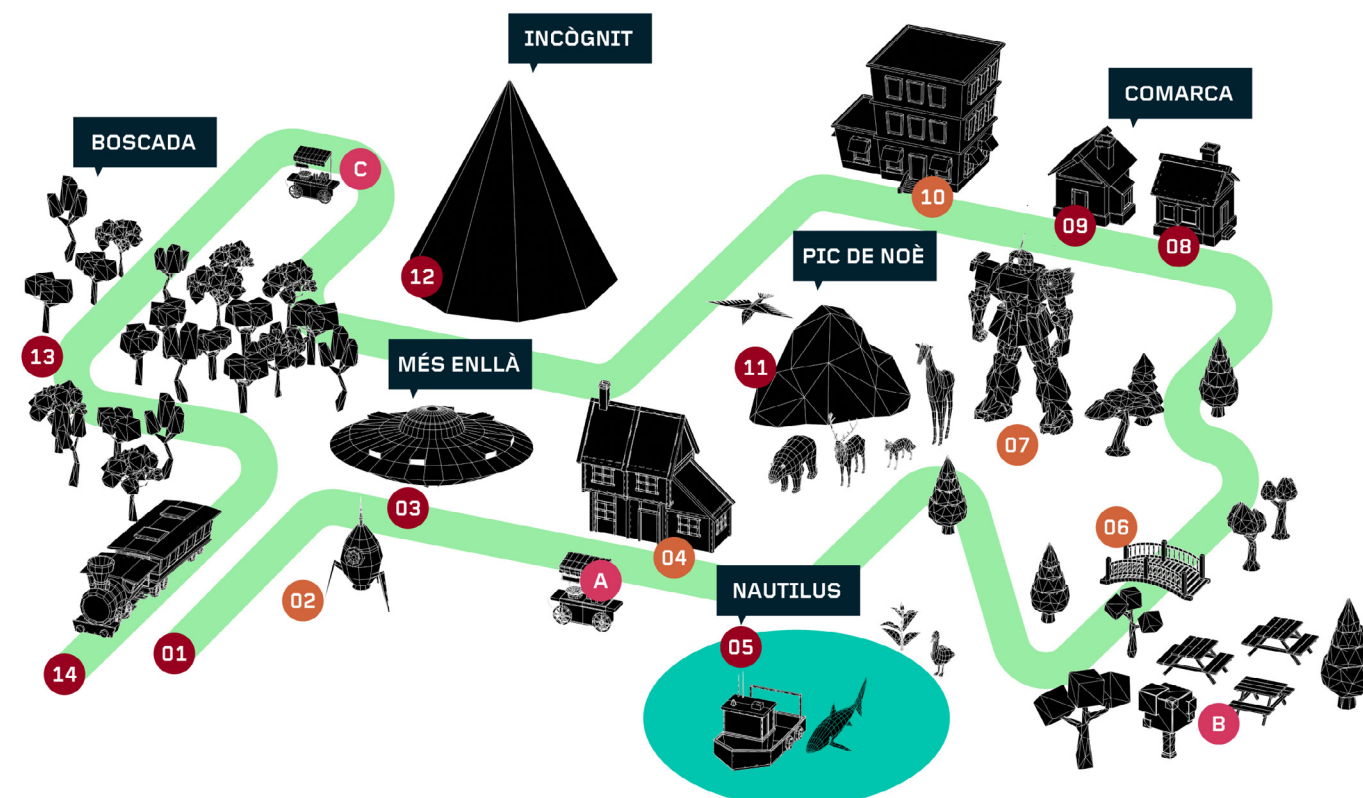
PROGRÉS AL LLARG DELS NIVELLS

Adaptació pròpia generada a partir de la idea de progrés dels nivells al videojoc *Angry Birds*.



PROGRÉS I FITES

Adaptació pròpia generada a partir de la idea de progrés i fites de la visita a un parc temàtic com Portaventura.



PAS 3 PUNTS, MEDALLES I CLASSIFICACIONS

ELS PUNTS

- Mantenen un marcador
- Defineixen qui guanya
- Connecten amb recompenses
- Ofereixen “feedback”
- Mostren progrés
- Són dades quantitatives tractables
- Permeten comparar entre usuaris/àries diversos/es

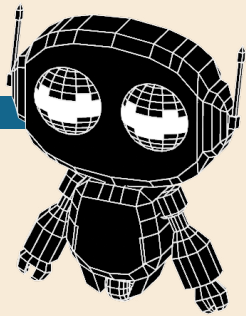
LES MEDALLES

- Representen una virtuositat
- Poden associar-se a un guany o premi
- Són flexibles i permeten representar coses
- Motiven i ofereixen una mostra visual i estètica potent
- Donen importància i estatus
- Poden veure's com diplomes i certificats
- Es poden col·leccionar
- Es poden tractar com a micro certificacions

LES CLASSIFICACIONS:

- Permeten prioritzar i ordenar usuaris/àries en funció del seu rendiment i actitud a l'experiència
- S'empren força en contextos competitiu, sobretot si es mostren públicament
- Els clàssics de competició poden ser absoluts o relatius, tenint en compte habilitats diferents per separat
- Es poden fer a partir de punts

UN EXEMPLE SENZILL TURISME A LA VILA



LA MILLOR MANERA D'ENTENDRE LES FASES ÉS AMB UN EXEMPLE.

QUÈ volem gamificar. Quin producte, servei o acció.
Volem que una visita turística al centre del poble sigui divertida pel jovent.

Per a QUI ho farem. Quina és la nostra audiència específica.
El jovent adolescent, és a dir, noies i nois entre 14 i 16 anys.

QUAN s'executa el projecte. Temps del que disposem per a fer-ho.
Dependria de cada cas en concret. De totes maneres, pel que fa a la duració de l'experiència, suposarem que és una visita d'una hora de duració.

COM volem (i podem) fer-ho i, per tant restriccions i recursos disponibles.
Imaginem que no tenim massa pressupost. De fet podria ser un projecte escolar, per exemple, i per tant haurem d'usar mitjans analògics i digitals gratuïts.

PER QUÈ hem decidit aplicar aquesta metodologia.
Perquè hem xerrat amb la classe i ens diuen que les visites al centre del poble són sempre molt avorrides i que no els interessen els formats actuals. Com podem millorar-ho?

Enumeració d’objectius:

- Aconseguir millorar l’ànim del jovent pel que fa a les visites turístiques.
- Millora l’aprenentatge de fets singulars relatius a la vila que es visita.
- Fer de la visita una experiència memorable per activa i experiencial.
- Generar recurrència i recomanació, pel que fa a la visita.
- Gamificar un actiu turístic que generarà flux i benefici comercial al poble.

Preguntes interessants a fer-nos:

- Quines carències i necessitats tenen realment les persones per a les quals dissenyem?
Volem que gaudeixin coneixent fets rellevants del seu poble.
- Què desitgem que sentin?
Il·lusió, curiositat, diversió, sorpresa...
- Per a quin tipus de gent dissenyem?
Perfil adolescent del poble.
- Per a quanta gent ho estem fent?
Grups de classe, per tant, de 25 a 35 persones.
- Quin volem que sigui el concepte? La història a explicar?
Una descoberta interessant guiada per personatges singulars i potents que ens acompanyaran al llarg de la visita.

Més preguntes interessants a fer-nos:

- Quina duració tindrà l’experiència gamificada?
Una hora màxim.
- On volem que tingui lloc?
Al centre històric de la vila.
- Disposem de contingut adequat per a poder farcir el projecte?
Sí. De fet, ja es fan aquestes visites, però en un format més clàssic que no acaba de convèncer el jovent.
- Com recompensarem?
Amb descomptes bescanviables als comerços del poble. Amb la possibilitat d’esdevenir ambaixadors/es del poble. Amb un concurs.
- Quines paraules clau creiem que descriuen l’experiència gamificada?
Turisme, història, gastronomia, costumari, festes, famílies, diversió, joc...

Comportaments:

- Parar (STOP):
Apatia, desinterès, inèrcia, sedentarisme...
- Motivar (GO):
Aprenentatge, diversió, connexió, socialització...
- Continuar (CONTINUE):
Orgull local, costumari, gastronomia...

MAPA D’EMPATIA (ADOLESCÈNCIA)

1. Com es comporta amb els altres, en públic?

Complicitat amb el seu grup, gelosia respecte les seves coses, aïllament de la resta de grups d’edat, tendència a avergonyir-se.

2. Quines inquietuds i aspiracions reals té?

Esdevenir popular, tenir un rol en el grup, destacar i aconseguir que la seva opinió importi, satisfer a la resta.

3. Què diuen els seus companys/es?

Dependria de cada cas en particular.

4. Com és i què veu en el seu entorn?

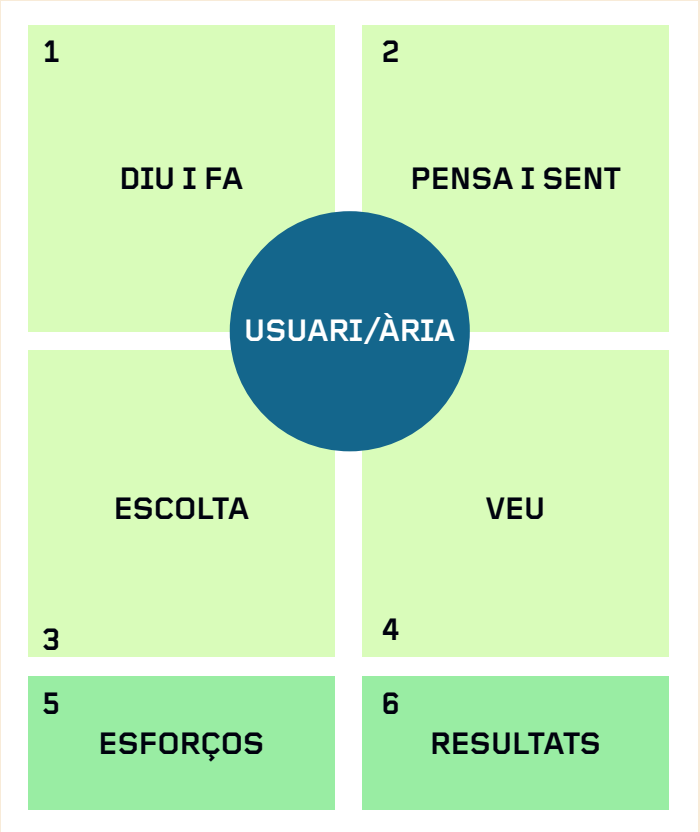
Experiències per viure, necessitat de diversió, voluntat de llibertat, ganes d’autonomia.

5. Quines frustracions o obstacles troba?

No té ingressos encara, vol ser adulta però encara és una nena, vol fer moltes coses que encara no té possibilitat, por de ser invisible en el seu grup d’amistats.

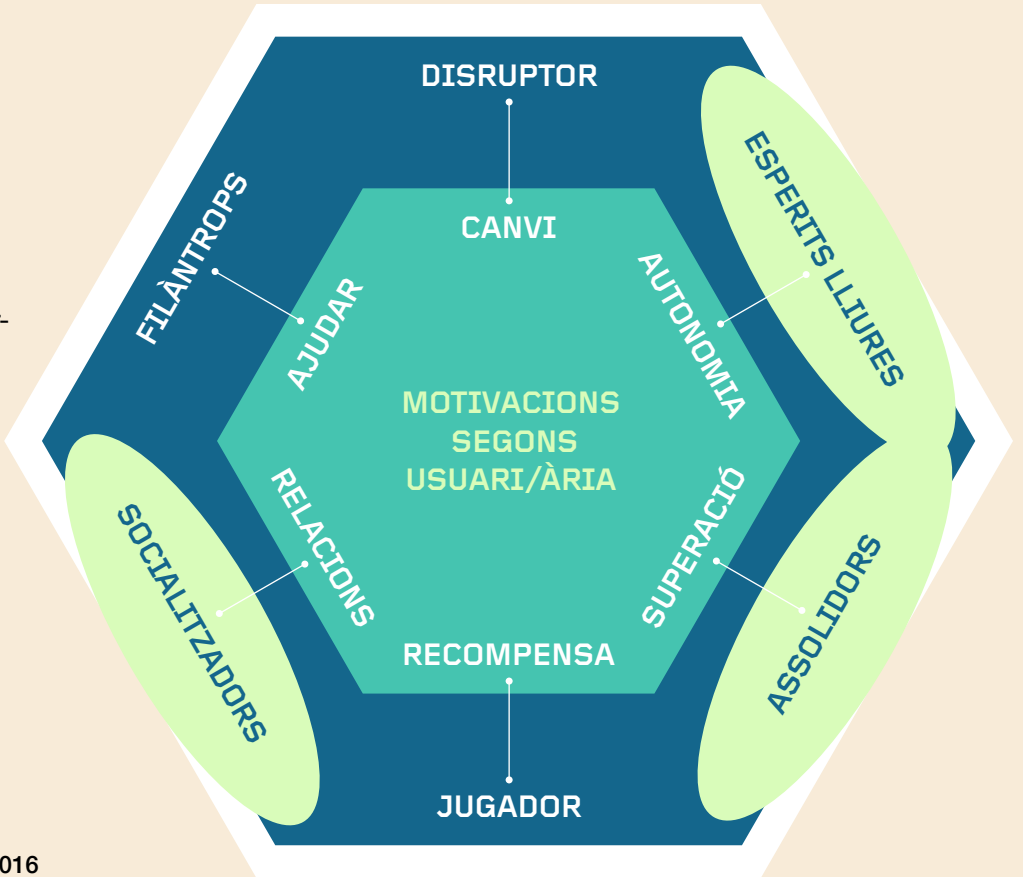
6. Què li agradaria assolir?

Treballar del que somia, divertir-se molt, estar ben integrada al grup.



PERFIL MOTIVACIONAL
O "PLAYER TYPE"
(ADOLESCÈNCIA):

- Els Esperits Lliures volen autonomia i poder expressar-se.
- Els Assolidors volen superar-se i la millora personal.
- Els Socialitzadors volen interactuar amb altres persones.



NARRATIVA:

- Quina història volem explicar?
Una de basada en fets històrics i populars que tingueren lloc a la vila.
- Com la presentarem?
Com una seqüència de reptes a resoldre.
- Quina participació necessito per part dels usuaris/àries?
Són els i les participants i han de resoldre els reptes en grup.
- Com afectarà la participació dels usuaris/es a la història al llarg del temps?
La narrativa està fixada doncs hi ha uns capítols que aniran coneixent seqüencialment.
- Quina part de la història és real i quina ficció?
La història és real però algun dels personatges que la presenten és inventat.
- Quina estructura desitgem per la història?
Lineal ja que caldrà passar per una serie de punts de control situats en espais concrets de la vila.

TASQUES DIVERTIDES O "FUN STUFF" QUE VOLEM
TENIR EN COMPTE PER AL DISSENY DE LES
ACTIVITATS:

- Col·leccionar
- Trobar tresors
- Completar coses
- Adquirir coneixement
- Viure una fantasia
- Escoltar històries
- Predir el futur
- Connectar-se al passat
- Competir
- Riure
- Explorar el món

ELEMENTS DE JOC A TENIR EN COMPTE:

- Recompenses fixes
- Dependència amb el temps
- Mecanismes d’indicació del progrés
- Estratègia
- Clans (equips)
- Competició
- Reptes
- Aprenentatge
- Nivells
- Combats
- Ous de pasqua (secrets)
- Eines de creativitat
- Col·lecció
- Punts
- Premis
- Medalles

EL FORMAT IDONI ÉS UNA SUMA DE FORMATS:

Reptes relacionats amb categories diferents i dosificats en temporalitats diferents (dia, setmana, mes...). La dificultat serà creixent.

[+]

Hi ha secrets amagats a l’entorn. Es tracta d’un “metajoc” col·laboratiu en què com més en trobem, millors coses “passen”. Poden connectar-se recompenses.

Col·leccionable de “cromos” que funcionen com a èxits que es personalitzen per usuari/ària i que ofereixen *feedback* visual i estètic a més d’estatus diferenciat.

[+]

Col·leccionem medalles que connecten amb el rendiment i actitud individuals. Amb valors fins i tot. Amb competències. Amb “soft skills”. Es treballa l’estatus com als “cinturons de les arts marcial”.

[=]

Reptes seqüencials que ofereixen premis en forma de cromos col·leccionables. D’entre els reptes la possibilitat d’esbrinar secrets i amagatalls i un seguiment del progrés amb segells que funcionen com medalles.

RECOMPENSES:

- Hi ha secrets que si es troben, desbloquegen descomptes bescanviables als comerços del poble.
- Els millors grups, resolent la visita turística gamificada, esdevindran ambaixadors/es del poble i tindran un rol especial a les festes populars de l’estiu.
- Es farà un concurs posterior per a valorar els coneixements adquirits gràcies a la experiència turística gamificada.

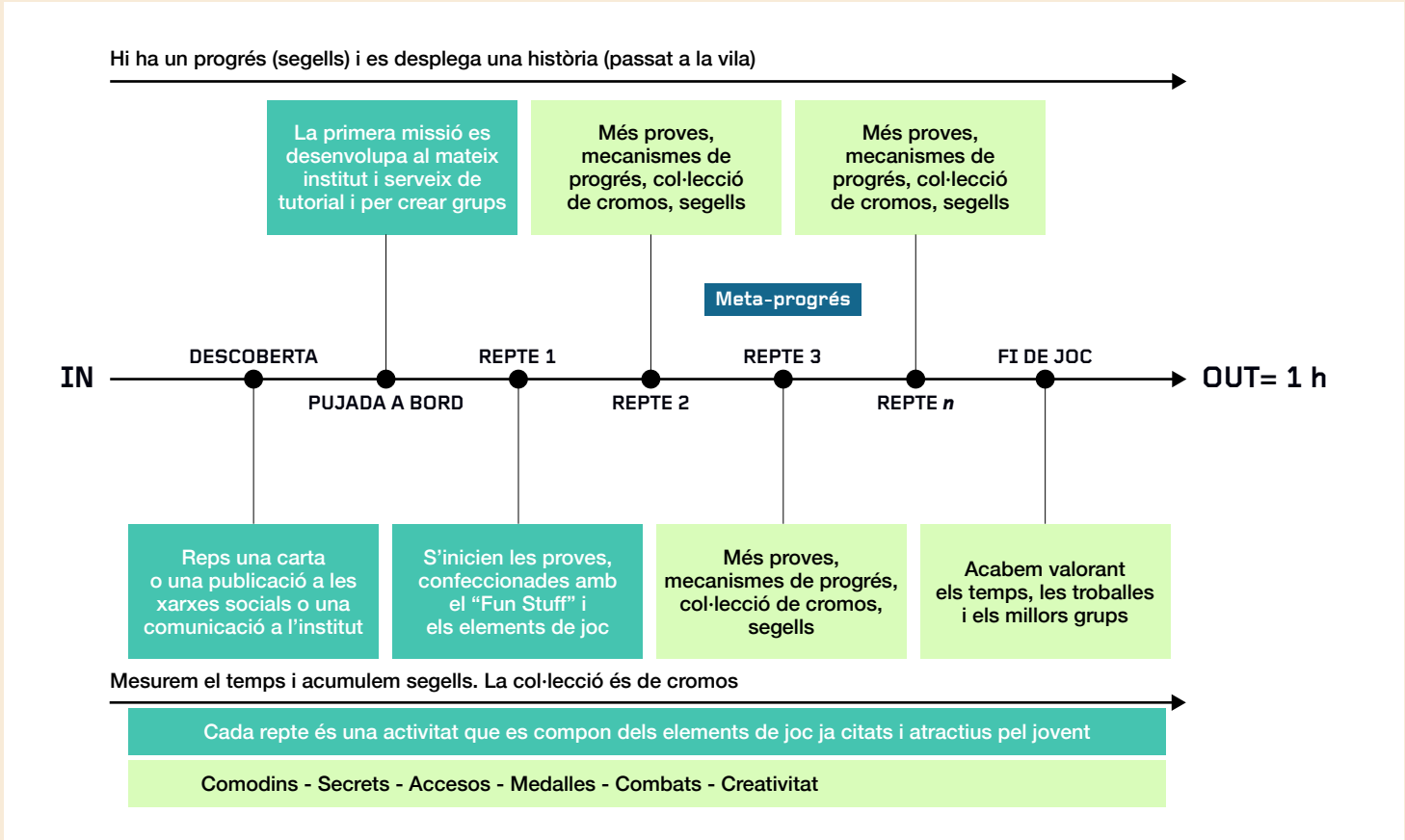
EL META JOC I LA SEVA CONNEXIÓ AMB LES TASQUES
DIVERTIDES:

- Ha de consistir en una seqüència de proves on es poden expressar, superar, aprendre i interactuar amb d’altres persones.
- Els i les participants col·leccionen cromos cada vegada que resolen un repte (troben un tresor).
- Completen un diari que els explica una història interessant que alhora conté espais en blanc que han de resoldre.
- Poden adquirir coneixement gràcies a les xarxes socials i usant alguns “hashtags” especials de l’esdeveniment.
- Viuen una fantasia, ja que se’ls transporta al poble, a molts anys abans, i troben jovent de la seva edat però d’aleshores.
- Escoltaran les històries que els expliquen i els ajudaran a predir i entendre el que acaba passant en el futur de la vila.
- Els diferents grups podran competir en el sentit de resoldre-ho en menys temps i trobar el màxim nombre de tresors (secrets i amagatalls).
- Per a fer-ho, hauran d’explorar força!

EL META JOC I LA SEVA CONNEXIÓ AMB ELS
ELEMENTS DE JOC:

- Hi ha recompenses fixes que són els cromos que es van col·leccionant a cada repte.
- Hi ha dependència amb el temps, ja que la duració total és d’una hora, hi ha reptes a resoldre en un temps marcat i es premiarà el grup que enllesteixi millor i abans.
- El mecanisme d’indicació del progrés és un diari on es van segellant les proves realitzades.
- L’estratègia de resolució la decidirà cada grup.
- Els clans (grups) competiran pel millor final en el menor temps.
- Hi ha reptes divertits que garanteixen un bon aprenentatge.
- Els reptes tenen dificultats i nivells diferents i alguns poden fer-se en format de combat a coneixement.
- Hi ha molts ous de pasqua (secrets) amagats pel poble i l’itinerari.
- L’activitat és una eina de creativitat en si mateixa.
- Es col·leccionen cromos, s’obtenen segells a mode de medalles i hi ha premis.

Un exemple senzill





Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

**Direcció General d'Innovació
i Cultura Digital**