

A LA GAMEJAM VIRTUAL !

UN TALLER DE DEFINICIÓ DE PRODUCTE
TURÍSTIC CULTURAL
ENFOCAT A FAMÍLIES AMB INFANTS

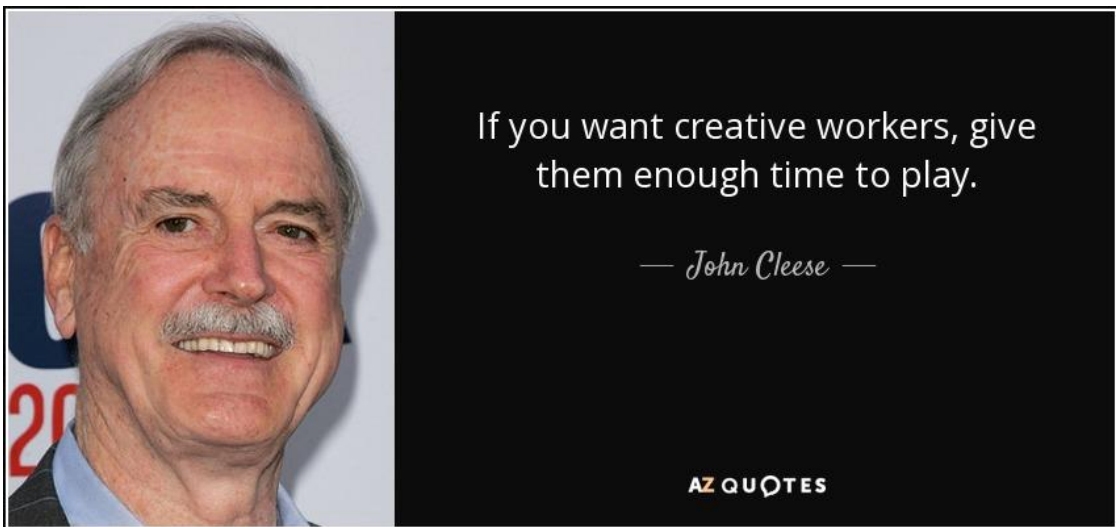


turístic
en família



MAIG DE 2021





Com diu aquest integrant dels Monty Python:

“Si desitges tenir col·laboradors/es creatius, ofereix-los suficient temps per jugar”



turístic
en família



LES **FAMÍLIES** AMB INFANTS

DEMANEN UN **CANVI** EN EL PRODUCTE

DE CAIRE **TURÍSTIC CULTURAL**

CONNECTAT AMB LA NOVA **REALITAT**

TECNOLÒGICA SENSE DESCUIDAR

LA **PSICOLOGIA** “DE SEMPRE”

I DES DE LA **EMPATIA** PELS SEUS INTERESSOS...



P Q? CURIOSITA
T NOVETAT EQUIP USUARI/A EXPERIÈNCIA

Perquè desitgem treballar des de la curiositat pel canvi, la innovació i la novetat del format. Desitgem fer-ho en equips interdisciplinaris i diversos i atenent als usuaris/es finals que són les famílies amb infants. Tot plegat des de l'experiència és a dir, des del parlar i fer.

4 EIXOS EQUILIBRI DIVERSIÓ TRANSFORMAR OPCIONS INSPIRACIÓ

El disseny de producte turístic cultural familiar es pot sustentar en 4 eixos bàsics: psicològic, narratiu, estàtic i tecnològic. Tots són importants i cal treballar-ne l'equilibri per a garantir una transformació adequada. Del que fèiem al que farem. Permetent que els participants disposin d'opcions adaptades i fent que la diversió sigui la que ens inspiri.

PER DISSENYAR “DIFERENT”

PER APRENDRE EL QUE ÉS LA “GAMIFICACIÓ”

PER EMPRAR EINES DIVERSES

PER INNOVAR

TOT TREBALLANT EN EQUIP I DELEGANT

ESCOLTANT-NOS, OBRINT-NOS A NOVES SITUACIONS

PER CRÈIXER



El projecte europeu JAMTODAY (2013-2016) va permetre validar la metodologia del disseny participatiu: a la Game Jam sumem coneixements, perfils i rols per a co-crear prototipus i dissenys de nous serveis, p.e. turístics culturals i basats en les lleis dels “jocs aplicats”

LET'S PLAY!

INVITATION

JamToday+
The future of gamification

REGISTER
HERE!

Come and join us to learn about what JamToday provides, discuss the future of gamification and get involved in the next phase of JamToday.

Over the last 3 years, the JamToday network has developed methods and tools to run game jams for applied games across Europe, as well as in Canada and Tunisia. We have facilitated activities bringing together gamification experts and stakeholders from various fields of application. In total more than 800 participants joined one of the 35 game jams run in the context of JamToday and more than 150 game prototypes were developed on one of the following themes:

- ✦ Improving ICT skills
- ✦ Adopting healthier lifestyles
- ✦ Supporting the learning of mathematics

We want to continue further and build on our success. The JamToday+ Launch event will feature presentations of the main achievements of the JamToday Network, what we have learned and the impact of our activities, discussions around the future of gamification and launching the next phase of JamToday.

We hope to see you in Brussels!

April 5th, 2017
14.30 – 17.00

Location:
ENoLL
European Network of Living Labs
Boulevard de la Plaine 9, 1050
Brussels, Belgium

Registration:
www.jamtoday.eu/jamtoday-launch-event

JAM
TO
DAY

LEARNING
TO
CHANGE
LEARNING

info@jamtoday.eu
www.jamtoday.eu



This project is partially funded under the ICT Policy Support Programme (ICT PSP) as part of the Competitiveness and Innovation Framework Programme by the European Community.



Com diria l'Einstein:

“Només aconseguiràs resultats diferents si fas coses distintes”

Toca desplaçar-se una mica de la zona de confort i arribar a situacions de tensió creativa amb d'altres persones de l'equip que no pensin igual que nosaltres. De desbloquejar-les sorgirà el producte diferencial i innovador.

Innovació en producte turístic =
(%Intuició + %Experiència +
%Coneixement + %Metodologia)
x Factor Disrupció - Por

La metodologia de co-creació connecta les intuïcions i els coneixements i experiències prèvies amb la disrupció necessària per a innovar. Oblidem la por que ens pot frenar!

GRACIES A LA GAMIFICACIO:

- MILLOREM LES HABILITATS DELS NOSTRES PARTICIPANTS.
- GARANTIM LA MOTIVACIÓ, LA DIVERSIÓ I L'ADHERÈNCIA.
- GESTIONEM ELS CANVIS COMPORTAMENTALS EN POSITIU.

Seguim...

CONSELLS EN RELACIÓ AL DISSENY GAMIFICAT:

- ELS JOCS NO TENEN PERQUÈ SER [VIDEO]JOCS.
- GAMIFICAR “NO VA” DE POSAR PUNTS O REGALAR MEDALLES NOMÉS. HI HA MÉS ELEMENTS DE JOC.
- MOLT DE COMPTE AMB ELS RANQUINGS DONCS MOTIVEN A UNS POCS/ES I FRUSTREN A LA MAJORIA.

Seguim...

CONSELLS EN RELACIÓ AL DISSENY GAMIFICAT:

- NO ENS AGRADA EL MATEIX. EL GUST TAMBÉ VARÍA PEL QUE FA AL JOC. AIXÍ HI HA PERFILS MOTIVACIONALS.
 - UN PARTICIPANT CONTENT HA DE DISPOSAR D'AUTONOMIA PER A DECIDIR I DEL CONTROL DE LA EXPERIÈNCIA
- 4 MOTIVADORS FONAMENTALS: *DEIXEM ACONSEGUIR, AJUDAR, ESCOLLIR I COMPARTIR.*

Seguim...

CONSELLS EN RELACIÓ AL DISSENY GAMIFICAT:

- LES RECOMPENSES NO TENEN PERQUÈ SER COSES. ÉS MILLOR FOCALITZAR-LES EN MILLORES D'ESTATUS.
- EVITAREM LA FRUSTRACIÓ EN USAR UN PRODUCTE SI PER CADA ACCIÓ ES PREVEU UNA REACCIÓ IMMEDIATA.
- LA NARRATIVA I LES BONES HISTÒRIES, TAMBÉ DE FICCIÓ, SÓN FONAMENTALS.
 - DIVERTIT ÉS EL CONTRARI D'AVORRIT I NO PAS DE SERIÓS.



A L'ESTUDI PREVI QUE S'HA FET DES DE LA DIPUTACIÓ S'HA DETECTAT QUE ELS INFANTS DEMANEN, SOBRETOT:

"Fer coses"

Ser actius

Descobrir més

Disposar de bon "feedback"





















Obtenir recompenses

Jugar a contrarellotge

Divertir-se molt

Més sorpreses

**QUE SÓN ATRIBUTS
EN TOTS ELS BONS VIDEOJOCOS
I QUE LA GAMIFICACIÓ TÉ EN COMPTE
PER A QUALSEVOL EXPERIÈNCIA (MEMORABLE)**

	A	B	C	D
1				
2				
3				
4				
5				

SI US DEMANEM
 ESCOLLIR UN DELS
 JOCS DE LA TAULA ...
 CREIEU QUE TOTS/ES
 SELECCIONAREU EL
 MATEIX? SEGUR QUE
 NO. **ENS AGRADEN
 COSES DIFERENTS.**

Tots i totes som “players” però de coses diferents

Disney's Aladdin:**First Steps Toward Storytelling in Virtual Reality**Randy Pausch¹, Jon Snoddy², Robert Taylor², Scott Watson², Eric Haseltine²¹University of Virginia²Walt Disney Imagineering

Our major finding is that in a high fidelity VR experience, men and women of all ages suspend disbelief and accept the illusion that they are in a different place. We have found that in VR, as in all media, content matters. Novices are unimpressed with the technology for its own sake; they care about what there is to do in the virtual world. We can improve the experience by telling a pre-immersion “background story” and by giving the guest a concrete goal to perform in the virtual environment. Our eventual goal is to develop the lexicon for this new storytelling medium: the set of communication techniques shared between directors and the audience. We conclude with a discussion of our second version of the Aladdin project, which contains a large number of synthetic characters and a narrative story line.

**Al 1996...**

Em motiven els universos, els personatges, els diàlegs...i no tant el cas de Realitat Virtual a on se'm mostra

DISNEY JA
DEMOSTRAVA FA 25
ANYS QUE ALS
USUARIS/ES ELS
IMPORTA EL
CONTINGUT I LES
BONES HISTÒRIES
PER SOBRE DE LES
TECNOLOGIES

RECORDEM AQUELL ANUNCI DE LA TV EN EL QUE UN NEN ESTAVA MOLT CONTENT PERQUÈ ELS REIS MAGS LI HAVIEN PORTAT ... UN PAL! I ÉS QUE NO CAL MÉS PER DIVERTIR-SE QUE LA PRÒPIA IMAGINACIÓ!



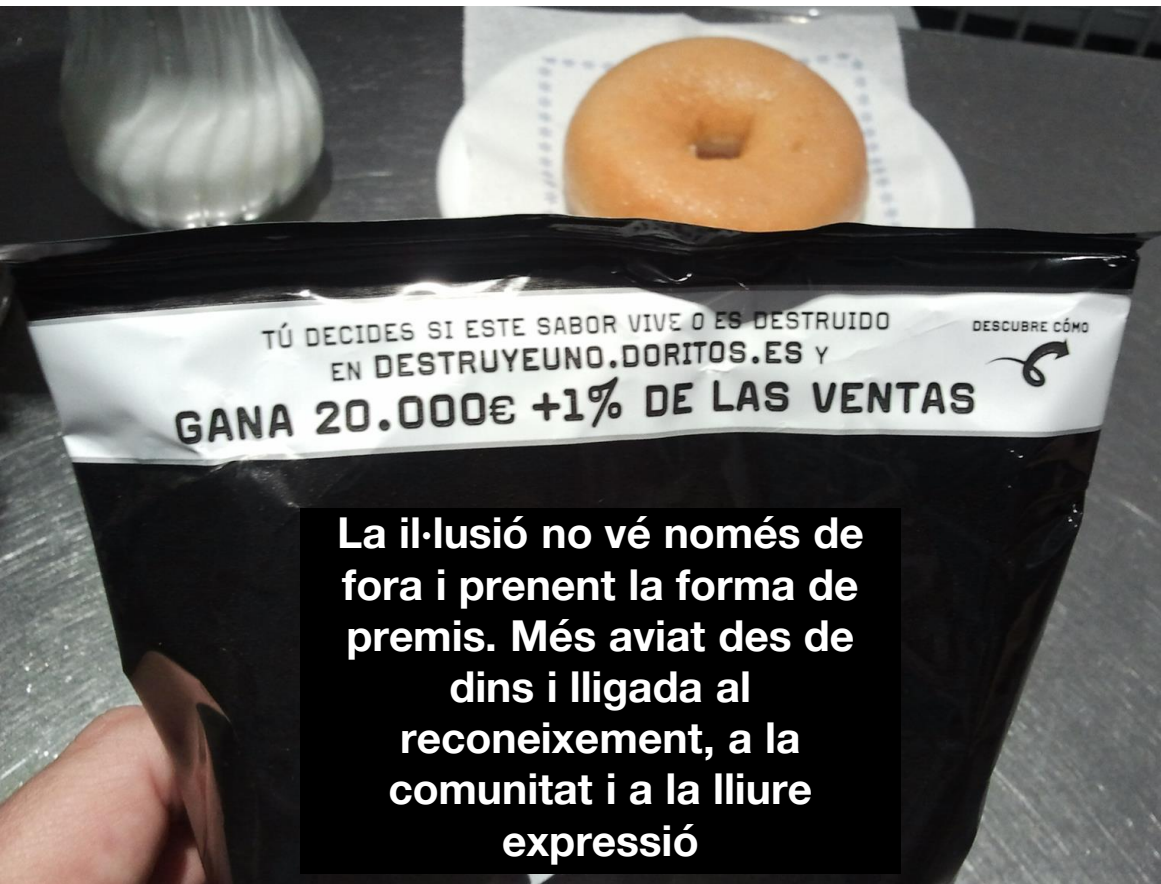
**Diversió =
Plaer + Sorpresa**

(Jesse Schell)



Experiència Memorable =
“Una galeta per a cadascú”

SI LA SAFATA TÉ
GALETES DE TOTS
COLORS I SABORS,
TOTHOM ESTARÀ
CONTENT QUAN LI
N’OFERIM UNA. **QUÈ
PASSARIA SI NOMÉS
LES TINGUÉSSIM D’UN
TIPUS? QUE NO
HAURÍEM “DISSENYAT”
PER A TOTHOM.**



La il·lusió no vé només de fora i prenent la forma de premis. Més aviat des de dins i lligada al reconeixement, a la comunitat i a la lliure expressió

EN UNA BOSSA D'APERITIU ENS OFEREIXEN DECIDIR SI EL SABOR DEL PRODUCTE ENS AGRADA O NO. I COMPARTIR-HO I AJUDAR-LOS A FER UN ESTUDI DE MERCAT. DE PAS PODEM OPTAR A UN PREMI EN METÀL·LIC. **QUE ENS DEMANIN LA OPINIÓ ÉS UN PREMI INTRÍNSEC. QUE ENS OFEREIXIN UNS DINERS ÉS EXTRÍNSEC.** IL·LUSIÓ DES DE DINS I DES DE FORA. AMBDÓS TIPUS SÓN NECESSARIS.

“GAMIFICAR BÉ” NO ÉS AMAGAR EL BRÒQUIL QUE L’INFANT NO VOL MENJAR SOTA UNA CAPA DE XOCOLATA!



SINÓ EXPLICAR-LI AMB UNA BONA HISTÒRIA EL P Q DE LA NECESSITAT DE MENJAR-LO I GAUDIR-NE :)



IDEA FORÇA



Un Joc de paper: autonomia i control

RECORDEU ELS LLIBRES DE TRIA LA TEVA PRÒPIA AVENTURA? **TU** N'ERES LA **PROTAGONISTA**, ESCOLLIES EL QUE VOLÍES FER I ARRIBAVES A UN O ALTRE FINAL. MOLTS DE POSSIBLES I RELECTURA GARANTIDA! AIXÍ SÓN **ELS BONS JOCS**: HISTÒRIES MEMORABLES REPETIBLES I REJUGABLES A ON TU ETS QUI ESCULL!



Diputació Tarragona

turístic
en família



NO OBLIDAR

QUE LA GAMIFICACIÓ ÉS FONAMENTALMENT

PSICOLOGIA

I NO PAS TECNOLOGIA

MAIG DE 2021



turístic
en família

