



# INNOVACIÓ TURÍSTICA I CULTURAL

A LA COSTA DAURADA  
I LES TERRES DE L'EBRE

Experiències immersives

GAMIFICACIÓ D'ESPÀIS  
Dr. Oscar García Pañella



**turístic**  
en família





**La idea del taller era que  
coneguéssiu el protocol de  
Gamificació  
Desmitificar certes creences  
enfront la tecnologia i els  
videojocs  
Dotar-vos d'exemples i  
RECURSOS!**

**COMENCEM!**







**MÒNICA ESPADA**

**DIRECTORA  
COOKIE BOX SPORTS,  
LEISURE & TOURISM**



**OSCAR GARCÍA**

**SOCIO COOKIE BOX Y  
DIRECTOR DE  
GAMIFICACIÓN**



**ALEXANDRA ESTRUCH**

**GESTIÓN DE PROYECTOS  
EN COOKIEBOX**





## MÒNICA ESPADA

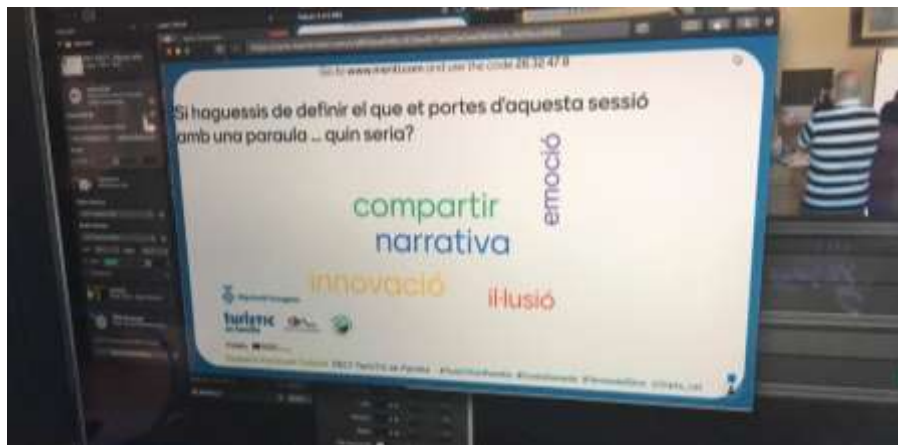
---

DIRECTORA  
COOKIE BOX SPORTS,  
LEISURE & TOURISM

**MÒNICA ESPADA**  
**Directora Cookie Box Sports & Leisure**  
**monica.espada@cookiebox.es**  
**+34630922777**  
**+34 935 314 104**  
**+34 935 314 105**  
**cookiebox.es**







**Moments**







**Equip Vermell**



Equip Blau



**Equip Groc**



Equip Verd



**ATENCIÓ! NO VA  
DE TECNOLOGIA!**

En només una estoneta...varem:

- Conéixer eines, metodologies, persones...
- Entrenar-nos en la disciplina de la Gamificació aplicada
- Compartir amb la resta els pensaments, dissenys, conclusions...

**Tot cocreant, reflexionant, entenent, aplicant, ...**





Diputació Tarragona



COOKIE  
BOX

# Escape Cuarentena

- *Consigue salir a por el pan* •



Estado de alarma en el país. No se puede salir de casa, estamos todos reclusos en nuestros hogares pero por sorprendente que parezca hay algo que no podemos evitar hacer... Salir a por el pan.




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

[info@cookebox.es](mailto:info@cookebox.es)

¿Conseguirás hacerlo?

## BEACONING SOLUTION

Breaking the barriers to gamified learning by empowering educators to create their own playful lesson plans. Using narratives and minigames, learning contents are turned into an adventure.

-  Beaconing is playable on desktop and mobile devices
-  Beaconing contextualize the use of gamified approaches
-  Beaconing provides access to creation

AUTHORING PIPELINE • METAGAME • MINIGAMES • GLP • ACCESSABAR



<https://beaconing.eu/results/>  
[info@cookebox.es](mailto:info@cookebox.es)



HORROR  
BOX



# HORRORLAND

SCREAM PARK



COMPRAR  
ENTRADAS

<http://www.horrorlandpark.com/>

# Pueblo Maldito

JUEGO EN VIVO QUE MEZCLA MULTI-AVENTURA CON TEATRO INTERACTIVO.  
BASADO EN LA LLAMADA DE CTHULHU Y OTROS RELATOS DE LOVECRAFT.

COMPRA ENTRADAS

¿QUÉ ES?

PRÓXIMO EVENTO



LAS NORMAS

EPISODIOS ANTERIORES

<http://pueblomaldito.com/>

## ¿QUÉ ES PUEBLO MALDITO?



**FIND THE FUTURE** (2011). 500 authors. 1 night. 1 book.



My role: Creative director. Developed with Kiyash Monsef and Natron Baxter for the New York Public Library.

<https://janemcgonigal.com/play-me/>

- *So what really happened? Here's the inside story...* or check out this [player's report](#).
- Bonus: You can download a PDF of the book written by our players, [100WaysToMakeHistory](#).



La sala audiovisual, ara amb [immersió](#).

GRÀCIES A ISIDRO NAVARRO DE...

**labs4**  
*Reality*



Visita amb tablet. [Realitat augmentada.](#)

GRÀCIES A ISIDRO NAVARRO DE...

labs4  
*Reality*



Miradors de Realitat Virtual: [Timescope](#)

GRÀCIES A ISIDRO NAVARRO DE... **labs**  
*Real*

 PLAYSTATION VR  
R E Q U I R E D



*The*  
Chantry



### The Chantry

- Complex character!
- Feeding human blood to plants!
- Experimenting on children
- Shared his discovery
- Friends with Napoleon!
- European PlayStation Store
- 45 Euros



Diputació Tarragona



COOKIE  
BOX

iWOPi

QUÉ ES CÓMO FUNCIONA BLOG PREGUNTAS FRECUENTES CONTACTO ES EN

## DONA TUS KILÓMETROS CAMBIA EL MUNDO

iWOPi es la mayor comunidad de personas  
que se mueven para mejorar su vida  
y generar cambios sociales en el mundo

ENTRAR

REGÍSTRATE GRATIS

28.859.760 KILÓMETROS  
DONADOS

149 CAUSAS  
LANZADAS

<https://www.iwopi.org/>





## Your T-shirt is a game



### EASY, NOTHING TO INSTALL

Friends use their phones to scan your T-shirt. **there is nothing to install.** All you need is your phone and web browser.



### CELEBRATIONS

Rock the celebration with some interactive games. you can even give some as a gift!



### PARTY

The party becomes more original than ever when people's clothing becomes the gameboard!



### GATHERINGS

Wherever you are, a game can begin at any time. Surprise family and friends.



### AUGMENTED FUN

Experiences include QR-games, **Augmented reality games** and fun designs.



### CORPORATE

An **original gift for corporate** events and personal gatherings. An interactive gift for an interactive age.

20% DISCOUNT ON AR TSHIRTS (DANCER/TIGER) / COUPON: JOY2019 / LIMITED TIME OFFER



AUGMENTED REALITY DANCER GAME



AUGMENTED REALITY TIGER / UNISEX



INTERACTIVE DARTS GAME



# Underwater Gardens

THEME PARKS

01.

Scuba Diving

02.

Seabed  
regeneration

03.

Education and  
Culture

04.

Leisure and  
Sport

05.

Health and  
Wellness

06.

Awareness

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



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



## Storytelling



This is A.I.M.A, an artificial-intelligence which acts as a mentor and lead teenagers through their adventure.



But A.I.M.A is not alone in this process. She has selected humans who had gone through the same vocational process before finding their own passionate jobs.



Humans who speak same language than the audience, therefore they'll connect emotionally by motivating and engaging them.



# Transmedia Plan

16 ACTIVITIES

## 5 PLANETS

Each of them focuses in a stage of the self-development process.



KNOW  
YOURSELF



DREAM



EXPLORE



TRANSFORM



SHARE



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

# EXPERIENCIA EDUCATIVA ONLINE

Para promover la creación de videojuegos para la adquisición de habilidades personales y profesionales en entornos VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)

27-30 de ABRIL de 2020

Inscripciones



<https://gamejamsummit.com/>





Diputació Tarragona



**COOKIE  
BOX**

# 1





**La Tecnologia no ho és tot...  
...les tecnologies immersives  
existeixen  
de fa molt temps...reduim-ne la  
dependència**



Diputació Tarragona

Introducing . . .

# sensorama

The Revolutionary Motion Picture System  
that takes you into another world  
with

- 3-D
- WIDE VISION
- MOTION
- COLOR
- STEREO-SOUND
- AROMAS
- WIND
- VIBRATIONS



○ PATENTED

SENSORAMA, INC., 855 GALLOWAY ST., PACIFIC PALISADES, CALIF. 90272

TEL. (213) 459-2162



Diputació Tarragona



**COOKIE  
BOX**

2



**Toca dissenyar**  
**EXPERIÈNCIES**  
**TOTALS**  
**A on TOTHOM ha de**  
**GAUDIR**



Diputació Tarragona



COOKIE  
BOX

Disney · PIXAR  
**TOY**  
STORY  
MANIA!



# ENTERTAINMENT ENGINEERING



JOHN W. WESNER

1. It's the "total entertainment experience" ("total guest experience") that determines success.

- "complete immersion"

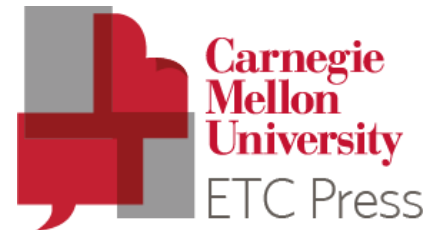
"The more a guest feels immersed in an experience, the better that experience seems to be. We know that the immersion is achieved by various art forms all coming together to tell one story. The background music, the landscaping, the texture of the ground we walk on, etc., all contribute to the total guest experience."  
(Alec Scribner, personal communication)

- "detail"

"The more detail, the more immersive the experience. But the detail does not have to be completely realistic to a period or time or place."

- "complete sensory experience"

Another Imagineer offered that "the basic definition of 'total guest experience' is the complete sensory experience that is provided by any particular purposefully created environment, ... completely enveloping a human into its environment."



3



**Com podem generar  
ENTUSIASME en la nostra  
audiència?**

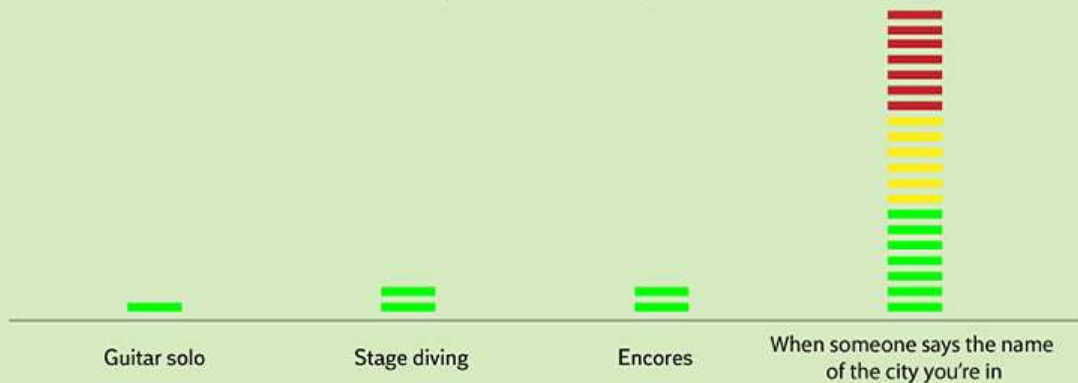
**Com EMPATITZAR amb ella?**





## ENTHUSIASM AT CONCERTS

(measured in decibels)



truthfacts.com

4

**Sempre mana**  
**La NARRATIVA**  
**Els essers humans**  
**Estem fets d'històries**  
**Xerràvem al voltant del foc...**



## Disney's Aladdin:

### First Steps Toward Storytelling in Virtual Reality

Randy Pausch<sup>1</sup>, Jon Snoddy<sup>2</sup>, Robert Taylor<sup>2</sup>, Scott Watson<sup>2</sup>, Eric Haseltine<sup>2</sup>

<sup>1</sup>University of Virginia

<sup>2</sup>Walt Disney Imagineering

AI 1996...



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.

AI 2018...



Nicolás Alcalá [Follow](#)

I created @el\_cosmonauta and @lighthousevr. My tribes: @singularityu, @globalshapers, @sandbox, @burningman  
Jan 17 · 9 min read

## VR is dying. How do we fix this?

"The VR industry is dead". Yes, that happened.

What else? Oh yeah, THE MOST IMPORTANT THING.

Content.

I'll say that again: Content.

**I'll say that 44 more times:** Content. Content. Content. Content. Content.  
Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content.  
Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content.  
Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content.  
Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content.  
Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content. Content.



Diputació Tarragona



**COOKIE  
BOX**

5



**Estiguem**  
**ATENTS/ES**  
**a les noves**  
**TENDÈNCIES!**



# Definition: Market Disruption

*"A situation where markets cease to function in a regular manner."*

1. Travel Redefined
2. Easternisation
3. Local Travel Redefined
4. Location, Location, Protection
5. March of the Robots
6. Artificial Intelligence
7. Education
8. Up, Up and Away
9. Speed Building
10. Have You Seen Graphene?
11. Demographics Don't Lie
12. Midorexia
13. New Environments
14. Parallel Experiences
15. Transactions Transformed
16. Reinventing Retail
17. It's All About Me
18. Back to Reality
19. We All Want a Holiday
20. Get Real
21. It's About the Experience
22. Role Playing for All Ages
23. In House Shopping Consultant
24. The Five P's



**TEA** THEMED  
ENTERTAINMENT  
ASSOCIATION

representing creators of compelling places and experiences worldwide

6



**Hi ha molts llocs a on  
fer que passin coses  
Ampliem el nostre concepte  
de plataforma!  
Fem que passi a on hi és la gent**



[https://verne.elpais.com/verne/2020/05/09/articulo/1589030665\\_930801.html](https://verne.elpais.com/verne/2020/05/09/articulo/1589030665_930801.html)

LAURA ROMERALES - 12 MAY 2020 - 09:53 CEST

Este iba a ser mi año de festivales. El *Madrid Reggaeton Festival* o el *Granada Sound* son solo algunos para los que ya tenía entrada y estaba contando los días para disfrutarlos. Pero 2020 no iba a dejar que esto pasase: muchos de los festivales previstos para el verano han cancelado o aplazado sus fechas debido a la pandemia de Covid-19. Aunque me haya quedado sin estos planes, el confinamiento me ha dado la opción de descubrir otros nuevos que no tenía en mi radar. Estas semanas de aislamiento he sumado cientos de horas con la *Play 4* y, más concretamente, con el *Fortnite*. Lo que no imaginaba es que, además de pegar tiros, este juego también me iba a permitir ver conciertos en vivo.

Así viví el festival de música electrónica de *Fortnite* desde dentro

# EDUCACIÓN 3.0

LÍDER INFORMATIVO EN INNOVACIÓN EDUCATIVA

## Fortnite es literatura y así se lo puedes demostrar a los estudiantes

Después de descubrir que el origen del videojuego Fortnite se encuentra en una novela llamada 'Battle Royale' encontré la excusa perfecta para explicar la literatura distópica en clase y practicar el texto distópico a través de él.

Por **Cristian Olivé** - 05/07/2019

La respuesta de los alumnos es sorprendente. De hecho, aquellos que no siempre están dispuestos a dedicarle unas horas a la faena de clase adoptan el liderazgo en los grupos de trabajo. Imagino que, después de todo, no pueden permitirse fracasar en un trabajo que habla de Fortnite.





Diputació Tarragona



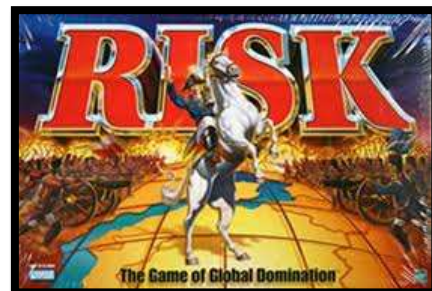
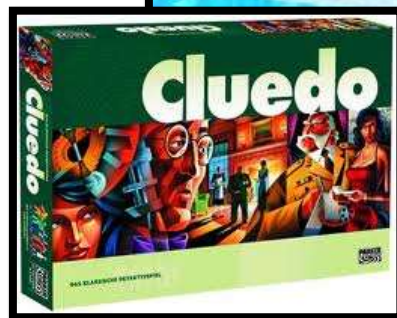
**COOKIE  
BOX**

7



**Tots som PLAYERS  
i ens agraden coses  
DIFERENTS!**

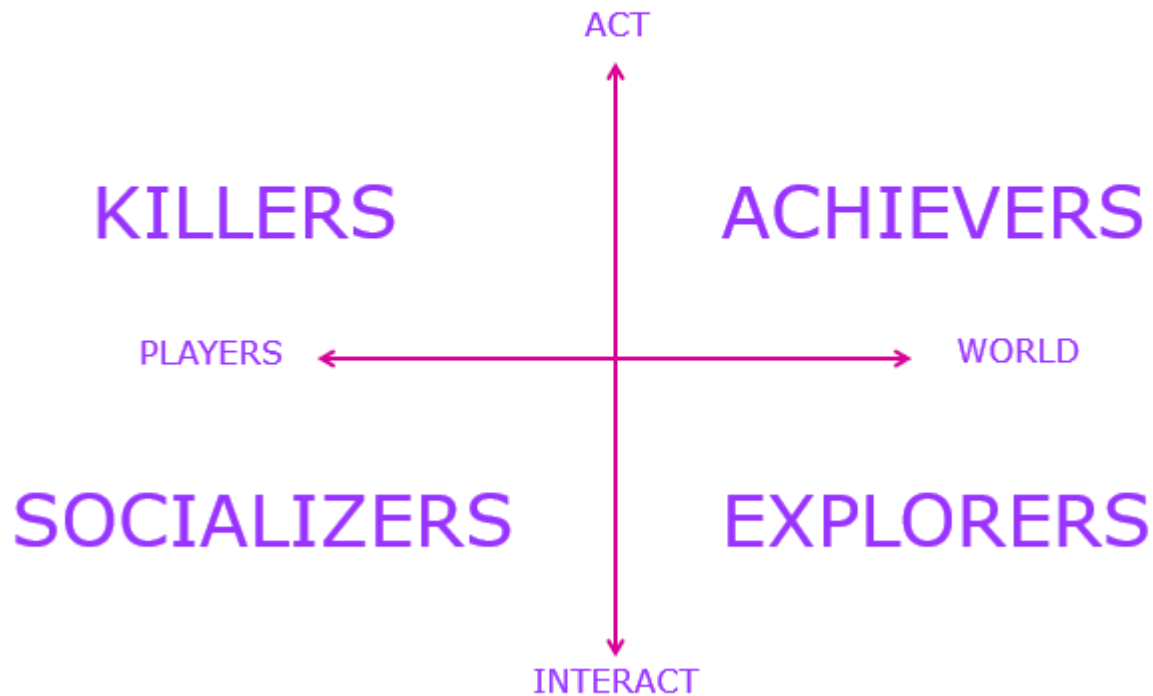
**No juguem al mateix, no riem del  
mateix, no ens agrada el mateix  
color...**







# BARTLE (90's)



8





# Un protocol de Gamificació

## El model hamburguesa de Cookie Box

# STORYTELLING

TRANSMEDIA PLAN



AESTHETICS

GAMIFICATION



MEMORABLE  
REGISTERS

TRANSFERABLE  
REFLECTS

MEASURABLE  
CHANGES

BEHAVIORAL ACTIVATION



# RESUM!

- 1- Compte amb la tecnologia
- 2- Experiències "TOTAL GUEST"
- 3- Empatía i emoció!
- 4- Qui mana és la narrativa
- 5- Val la pena estar a l'aguait de les tendències
- 6- Nous espais "transmèdia"
- 7- Ens agraden coses diferents
- 8- Hamburguesa SEMPRE!





# INNOVACIÓ TURÍSTICA I CULTURAL

A LA COSTA DAURADA  
I LES TERRES DE L'EBRE

Experiències immersives

TALLER GAMIFICACIÓ  
Equip Cookie Box



**turístic**  
en família





# Varem jugar a Game Scope

20 preguntes en 20 minuts

Projecte EU <http://www.jamtoday.eu/>







1- Considereu que la creativitat està suficientment present en el disseny turístic actual?

2- Enteneu el concepte "*experiència d'usuari/ària total*"?



3- Té sentit ajudar a formar en habilitats relacionals, emocionals i socials mentre es fa turisme?

4- Hi ha alguna diferència entre "*tecnologia immersiva*" i "*gamificació*" en el context turístic?



5- Té sentit oferir una experiència turística "*family fun*" de manera dual, tant en format presencial com digital?

6- Hi ha "*fractura*", per exemple digital, entre qui dissenya les experiències turístiques i qui les gaudeix?



7- Es mesura adequadament i de forma diferenciada segons "*target*", la satisfacció en l'experiència turística de les famílies?

8- Necessitem una evolució en el producte/experiència de cara a les famílies en aquest context de pandèmia/postpandèmia?



9- En el disseny de la "*family fun*" va primer la psicologia que la tecnologia?

10- La gamificació pot ser un instrument per contribuir a la repetició de la visita de les famílies?

**11-** El disseny d'experiències gamificades pot ser un mecanisme per superar la barrera idiomàtica?

**12-** És possible introduir tècniques de cocreació en el disseny d'experiències turístiques familiars incorporant l'opinió de les famílies, especialment la dels més petits?



13- La incorporació d'activitats autònomes i gamificades pot solucionar la problemàtica de l'oferta d'una programació familiar estable durant tot l'any?

14- Joc, diversió, aprenentatge i cultura són compatibles ?



15- És possible organitzar una activitat participativa de forma intergeneracional?

16- La innovació es troba en el disseny de la història, més enllà de la tecnologia utilitzada?





17- La incorporació de la tecnologia i la gamificació pot ajudar a atraure el públic familiar als equipaments culturals?

18- Una activitat educativa i divertida pot contribuir a fer que els nens demanin als pares escollir les nostres instal·lacions?



19- Incloure el joc i l'emoció en el disseny de l'experiència turística familiar pot generar records memorables que contribueixin a la fidelització dels grups familiars?

20- Pensant en la situació actual, és possible dissenyar experiències de joc en família sense contacte?



# Recordeu els Story Cubes!

<https://www.storycubes.com/es/>



