

# LUDOLITERACY ALS INSTITUS

DISSENY DE PROJECTE SOBRE EDUCACIÓ MEDIÀTICA PELS  
ALUMNES DE QUART D'ESO.

Treball Final de Màster 2018-2019

Autor: Alex Agramunt Gomez

Tutors: Mònica Figueras i Oliver Pérez



# LUDOLITERACY ALS INSTITUTS

per Alex Agramunt Gomez

Tutors: Mònica Figueras i Oliver Pérez

Aquest treball té com a motivació principal fer arribar l'anomenada *ludoliteracy* a les aules dels instituts. Per a aprendre i educar sobre el videojoc cal tenir una formació en diferents contextos d'aquest, i el projecte intenta recollir-los tots i crear i crear un espai per a l'aprenentatge i l'educació mediàtica dels joves estudiants. És important saber veure que aprendre sobre jocs no és fàcil, com veurem a continuació, però és una motivació personal fer arribar aquests coneixements a un públic jove, cada vegada més interessat en una indústria creixent del videojoc a Espanya.

PARAULES CLAU: VIDEOJOC, LUDOLITERACY, EDUCACIÓ, JOVES, INSTITUTS, ESO

## Sumari

Introducció.....	3
Capítol 1: Marc Teòric .....	5
Capítol 2: Metodologia.....	16
Capítol 3: Anàlisi de l'entorn: els videojocs a l'institut. ....	21
Capítol 4: Primer Prototip: La Setmana del Videojoc .....	23
Capítol 5: Recull de Feedback i Avaluació del Prototip .....	27
Capítol 6: Disseny de Projecte Final: Crèdit de Síntesi sobre el videojoc .....	29
Síntesi i Comentaris.....	33
Bibliografia.....	33

## Introducció

En l'actualitat, activitats pròpies de la cultura mediàtica com veure la televisió, navegar per Internet, comprar, escoltar música, escoltar la radio, anar al cine, assistir a concerts i llegir diaris, revistes i còmics ocupen gran part de la vida de les persones. El videojoc, també és un dels mitjans que moltes persones utilitzen durant una part important de la seva vida. De fet, segons dades del 2017 de la Interactive Software Federation of Europe (ISFE) un 54% de la població europea entre 6 i 64 anys consumeix videojocs, d'aquests, el 48% són dones.

La idea d'un treball sobre educació mediàtica en l'àmbit del videojoc neix d'una motivació personal que ha anat *in crescendo* durant anys. Sempre he separat l'oci de la vida acadèmica, però com a autoanomenat "fan" dels videojocs des de ben petit sempre he tingut una mirada limitada sobre aquests. Durant el màster he tingut el temps i l'oportunitat d'adonar-me que els videojocs van més enllà de ser una eina d'oci i cultura potents sinó que hi ha tot un món a estudiar, reflexionar i entendre sobre ells. Hi ha una oportunitat d'aprenentatge personal important alhora de reunir la meua activitat d'oci preferida amb la vida acadèmica i aquest treball final és una bona oportunitat per fer-ho.

Més enllà d'aquesta motivació fortament personal, m'interessa començar a seguir aquest camí, el de l'educació mediàtica i molt possiblement el de l'ús del videojoc en entorns educatius, sobretot formals, a l'institut, però també no-formals i informals. Considero, però, que un primer pas per a assolir l'objectiu de fer servir videojocs (ja creats o crear un específic per l'objectiu) per a l'educació formal és reflexionar sobre els mateixos i aprendre a veure'ls crítica i reflexivament. José P. Zagal, serà un autor clau per aquest treball ja que amb la seva recerca i publicacions defineix molts conceptes necessaris pel que ens interessa. La "Ludoliteracy", entendre i definir l'educació en els videojocs i la seva extensiva recerca i aportacions en el sector seran centrals per al marc teòric següent. Zagal (2010) es pregunta "What does it mean to understand games? And how can we support learners in developing that understanding?" (Zagal, 2010). Parla sobre analitzar els jocs d'una manera significativa, de saber per què els jocs ajuden a crear certes experiències i generar certes emocions, com els jocs poden ser utilitzats

com a mitjà d'expressió i tenir una discussió informada sobre els mèrits (o la falta d'aquests) d'un joc en particular.

*“For the last year, video games have been considered a fully-fledged cultural industry in Spain, in a recognition that could undoubtedly be considered somewhat belated, since video games have become one of the most important expressions of creativity in contemporary culture over their three decades of history. Observing and understanding the many communication practices emerging from video games would therefore be an ambitious task that would justify all investments of resources in research, as everyone would agree that a study of one of the primary vectors in cultural innovation is absolutely essential.”*(Aranda, D. Sánchez-Navarro, J., 2014)

La feina de Sánchez-Navarro i el grup d'investigació GAME de La Universitat Oberta de Catalunya també seran un pilar central d'aquest marc teòric i han aportat diverses publicacions i han dut a terme extensiva recerca sobre educació mediàtica i videojocs.

En un context on els videojocs es troben en creixement i s'han arribat a convertir en un àmbit de gran importància cultural i econòmica, cal preguntar-se què vol dir entendre els videojocs i com fer-ho per estudiar-los des d'un punt de vista crític i reflexiu, alhora de descobrir les potencialitats educatives dels videojocs en un entorn escolar, en el cas d'aquest treball, dins una aula d'ESO.

Partint de la base que un gran nombre de joves són usuaris de videojocs, un 85% dels joves espanyols entre 9 i 16 anys eren usuaris de videojocs segons Aloqueo i Rehbein (Alonqueo Boudon & Rehbein Felmer, 2008) citant les dades aportades per Diez, Terrón, García, Rojo, Rufino i Blanco (2004). Aquest treball té com a objectiu principal desenvolupar un projecte educatiu sobre educació mediàtica i obrir la porta de la reflexió crítica i a nous coneixements sobre videojocs tant als professors com a l'alumnat dels instituts (ESO) més enllà de la seva habilitat per jugar-los o el seu ús com a eina d'oci.

Umberto Eco deia *“if you want to use television to teach somebody, you must first teach them how to use television”* (Eco, U., 1979). Buckingham i Burn (2007) molt encertadament comenten que aquesta mateixa frase pot ser actualment extrapolada als videojocs. Argumenten que l'educació sobre el mitjà hauria de ser vista com a

prerequisit indispensable per a l'educació a través del mateix. *“if we want to use computer games or the internet or other digital media to teach, we need to equip students to understand and to critique these media: we cannot regard them simply as neutral means of delivering information, and we should not use them in a merely functional or instrumental way.”* (Buckingham & Burn, 2007).

En resum, la finalitat d'aquest treball és entendre els videojocs com a objectes culturals que requereixen una educació mediàtica prèvia al seu ús com a tal i proposar un projecte per a l'educació mediàtica d'aquest popular mitjà. Fer veure que primer cal aprendre a entendre els videojocs per posteriorment educar amb ells i les dinàmiques derivades d'aquests. Ja que, parteixo de la ferma creença que educar amb les dinàmiques i l'ús dels videojocs pot ser altament motivador i una peça clau en el futur educatiu dels joves, sobretot amb la popular “Gamificació” que actualment es tema de conversa entre els aspirants a professors de secundària.

Per a assolir els objectius faré una recerca prèvia sobre *ludoliteracy* amb la qual redactaré el marc teòric següent. A part, requerirem informació sobre el centre educatiu on posaria en pràctica el projecte del treball, per a fer-ho parlaré amb diferents alumnes i professorat del centre i observaré la situació inicial de la qual parteixo. Amb aquesta, i seguint la metodologia “Design Based” redactaré un primer prototip, un primer disseny participatiu amb la col·laboració dels alumnes i professorat que després sotmetre a avaluació i feedback, depenent del resultat d'aquesta primera presentació del prototip canviaré el disseny i presentaré una proposta final de projecte.

## Capítol 1: Marc Teòric

Aquest apartat té la intenció d'emmarcar el projecte dins els “game-studies” i exposar quin és l'estat d'aquests. Començaré per aportar una definició de “joc” per després parlar, d'una manera molt general i senzilla, sobre les aproximacions històriques i actuals de l'estudi dels jocs. A més de fer una definició sobre que vol dir entendre i aprendre sobre els videojocs i els reptes per als educadors i estudiants. Seguidament parlaré sobre la cultura pop a les escoles i del seu ús com a eina comunitària que pot ser

aprofitada per a l'educació i la "Critical Media Literacy", una educació mediàtica basada en la reflexió crítica sobre el mitjà.

Destaco dos autors centrals: Zagal i Sánchez-Navarro amb el seu grup d'investigació de la UOC. Zagal és actualment professor associat de la universitat de Utah i doctorat en enginyeria informàtica, és un referent en quant a Ludoliteracy i té una extensa recerca i publicacions sobre el tema, el seu llibre "Ludoliteracy, defining, understanding, and supporting games education" és una obra clau per a l'elaboració d'aquest treball juntament amb la publicació del grup de recerca GAME de la UOC "Ludoliteracy: The unfinished business of media literacy" de Sánchez-Navarro i Aranda. Dos referents de gran importància en el sector de l'educació mediàtica dels videojocs. A part d'aquestes dues obres centrals, faré ús de diversos articles i publicacions sobre les diferents temàtiques a tractar en aquest marc teòric com ara les publicacions de David Buckingham, Tristan Donovan o articles de la SAGE Journal.

## **2.1 Game-Studies: aproximacions**

*Què és un joc?*

*"A game is a rule-based formal system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels attached to the outcome, and the consequences of the activity are optional and negotiable." (Juul, J., 2003)*

Encara existeix un fort debat sobre la definició de joc, ara bé, la descripció que fa Juul es presenta amb una flexibilitat interessant del que és i no és un joc. És important reflexionar sobre aquesta en el marc de la creació i l'ús de jocs però tampoc un factor imprescindible en aquest projecte. De tota manera és important partir d'una definició del concepte sobre el qual treballarem durant tot el treball, en aquest cas els jocs, més concretament en entorn digital, els videojocs.

*On ens trobem dins els "game-studies"?*

Zagal (2010) exposa que quan parlem de l'estudi dels jocs, parlem de què abans de finals del segle XX, l'estudi acadèmic dels jocs era molt limitat als camps de la història i

l'antropologia. Amb l'aparició i l'increment dels videojocs als anys 80, també va créixer l'interès acadèmic per ells. Actualment els estudis sobre jocs poden ser caracteritzats no només com a multidisciplinaris sinó com a interdisciplinaris. Durant els darrers anys, els diferents camps i disciplines han demostrat un interès en els videojocs i el seu estudi. Les aproximacions, Zagal les caracteritza de tres maneres diferents:

- Aproximació de les Ciències Socials: l'estudi dels efectes dels jocs en la gent. Que fan els jocs a les persones? Com creen i negocien els jocs?
- Aproximació Humanística: l'estudi del significat i el context dels jocs i l'estudi dels jocs com a artefactes i objectes culturals com a tal.
- Aproximació Industrial i d'Enginyeria: entendre el disseny i el desenvolupament dels jocs i veure els jocs com a motor de la innovació tecnològica. (Zagal, 2010)

Hi ha una gran riquesa d'aproximacions i amb aquestes, diferents mètodes i eines per a dur a terme les investigacions. Un gran nombre d'investigadors utilitzen mitjans quantitatius i d'altres qualitius. L'aproximació de la indústria és més pràctic i menys preocupat amb la teoria que els altres dos. També és cert que les aproximacions no són exclusives mútuament i una part significativa dels estudis de jocs investiga barreges entre elles. (Zagal, 2010)

### *Estat dels game-studies*

Amb el creixent interès en els jocs, el 2001 apareix per primera vegada una revista acadèmica dedicada als videojocs, la "Game Studies: The International Journal of Computer Research", sent Espen Aarseth (2001) el seu editor en cap. Per primera vegada es parla dels Game-Studies com a un camp d'investigació viable a nivell internacional i el 2005 es comença a presentar la idea de la necessitat de crear una disciplina acadèmica dedicada als jocs. L'argumentació de la presidenta de la Game Research Association, Frans Mäyrä (2005), era que els jocs tenen les seves pròpies característiques distintives que no es troben compartides amb altres formes d'expressió cultural. És important tenir una disciplina reconeguda com a camp d'investigació acadèmica amb identitat pròpia perquè aquesta és la millor manera de servir als estudiants més joves i investigadors que estan esperant la seva oportunitat per a



especialitzar-se en els jocs, contribuint en el pensament crític i intentant impulsar la seva investigació en el futur. Comenta també, que el gran repte dels jocs es troba en què no són una espècie de cinema o literatura, però ja hi ha hagut intents de colonitzar el camp d'estudi dels jocs per part seva.

Trobem doncs, que els game-studies es troben en un estat on els investigadors de diverses disciplines contribueixen a la recerca en jocs com a un camp molt més ampli. I així està desenvolupant-se com una extensió i reforma de camps ja creats. És important notar que potser la major victòria del sector és la de reivindicar la legitimitat del sector dels videojocs com a objectes d'estudi com a tal, més enllà de ser "colonitzats" per altres sectors culturals com la narrativa o el cinema. I obren la porta a preguntes sobre definir els jocs, la seva forma i els seus límits entre jocs i altres expressions culturals. (Zagal, 2010). Però tot aquest capital cultural acadèmic ens fa veure com els videojocs i els jocs digitals són actualment mitjans privilegiats els quals una gran part de la societat millora les seves habilitats digitals i les competències necessàries per a l'actual societat digital, la seva "digital literacy" (Aranda, D. Sánchez-Navarro, J., 2014)

Podem aprofundir molt més sobre l'estat dels estudis sobre jocs però formaria part d'un altre tipus de treball, sabent les aproximacions existents en l'actualitat i quines eren històricament podem situar-nos en un moment d'interès creixent en els estudis sobre aquest camp en múltiples disciplines, que presenten diferències importants, però també observem intencions de barrejar-les.

En la proposta de treball redactada més endavant podem observar com el tipus de projecte dissenyat pretén recollir totes les dimensions possibles i les aproximacions definides anteriorment. Val a dir que les aproximacions social i humanística es troben més buides de contingut degut a la falta d'estudis sobre aquestes enfront les vessants tecnològica i industrial, les quals es troben molt més estudiades i amb un nombre molt més gran de publicacions i recerca, a més de ser més presents alhora de parlar sobre els videojocs.

**REVISAR SI POSAR AQUI PETITA HISTORIA SOBRE ELS VIDEOJOCS I LA SEVA RIQUESA CULTURAL (TRISTAN DONOVAN)**

## 2.2 La “Game Literacy” aprendre a entendre els videojocs.

*Què vol dir entendre els videojocs?*

Per altra banda, que vol dir entendre els videojocs i les seves dinàmiques? Zagal defineix l’habilitat d’entendre els jocs com l’habilitat d’explicar, discutir, descriure, emmarcar, situar, interpretar i posicionar els jocs en quatre punts diferents:

- “1. In the **context of human culture** (games as a cultural artifacts),*
- 2. in the **context of other games** (comparing games to other games, genres),*
- 3. in the **context of the technological platform** on which they are executed,*
- 4. and by **deconstructing them and understanding their components**, how they interact, and how they facilitate certain experiences in players.”* (Zagal, 2010)

El punt ideal per a poder entendre els videojocs des del punt de vista de la Ludoliteracy, sent aquest el seu objectiu final, seria que els estudiants siguin capaços de poder iniciar un debat sobre tots els contextos descrits per Zagal, que exposa que aquests 4 aspectes generalment cobreixen tot l’espectre que s’ensenya en tots els cursos de game-studies. Dins aquests àmbits descrits per Zagal, trobo necessari afegir la dimensió social del videojoc com a punt afegit per a entendre’ls completament i poder reflexionar de manera òptima. Com comentava anteriorment, les aproximacions socials per a l’estudi dels jocs, entendre quins efectes tenen els jocs sobre la gent, o per exemple, com es negocien els jocs, també ho considero com a una part important per a obtenir el coneixement suficient per considerar la definició de que vol dir entendre els videojocs com a un objectiu complert.

Per sintetitzar una mica. Els requeriments bàsics per a entendre un videojoc i obtenir una mirada diferent i poder utilitzar-los com a eina educativa serien quatre punts clau descrits per Zagal (2010) i un cinquè que recull la dimensió social:

- Entendre els jocs com a artefactes culturals i el que això implica, juntament amb entendre el context en el qual són creats i utilitzats i els diferents videojocs que existeixen. L’autor parla sobre veure els videojocs i contextualitzar-los dins la resta d’expressions culturals, un joc té components que provenen d’altres àmbits i cal entendre la seva relació i quins significats s’hi poden extreure d’aquesta.

- Molt important també saber observar els components que formen el videojoc, les interaccions i com aquestes generen diferents experiències és un punt essencial, així com observar les influències dels jocs tradicionals com els escacs, els jocs de cartes, etc. Sobre els videojocs.
- Entendre la plataforma on s'executen aquests jocs, sobretot nocions bàsiques per al bon funcionament de la plataforma a l'hora de fer-los servir com a eina educativa. Tot i que Zagal parla d'un coneixement tecnològic més profund, pels objectius plantejats no serà necessari arribar tan lluny, encara que sempre és positiu aprofundir i és un àmbit el qual es troba força avançat i treballat dins les aules d'ESO.
- Finalment la dimensió social dels videojocs, no ens referim tant al videojoc com a objecte en si, sinó a quins efectes sobre la societat genera. Els aprenentatges que poden derivar d'aquests i el tipus de forma d'aprenentatge que es duu a terme, Buckingham (1994) ens parla sobre la cultura pop a les escoles com a formes de debat i reflexió en comunitat, els videojocs no són una excepció.

#### *Els reptes per a aprendre i educar sobre videojocs*

Com tot a la vida, els videojocs no són la fórmula màgica per aprendre. En un projecte que pretén educar i fer reflexionar sobre el videojoc tant a alumnes com a professorat dins de diferents àmbits d'aquest, és evident que ens trobarem amb diversos problemes per a crear un entorn d'aprenentatge interessant dins l'aula d'ESO. Aprendre i educar sobre videojocs en si ja presenta nombrosos reptes que Zagal (2010) exposa i sumaritza en cinc importants:

1. Els antecedents dels estudiants, els alumnes que estan interessats a aprendre sobre videojocs no sempre comparteixen els mateixos objectius i els professors tenen dificultats per establir un nivell de discussió comú.
2. Les experiències prèvies amb els videojocs dels estudiants. Hi ha dificultats d'abandonar el seu rol com a "fans" o "gamers", creant així problemes per a l'anàlisi crític i parlar de diferents punts de vista. A més, els estudiants tenen dificultats per acceptar noves idees sobre els jocs quan hi ha certes idees preconcebudes sobre gèneres de jocs o jocs en particular. Finalment els estudiants ja es consideren experts en videojocs a causa de la seva experiència

prèvia, no tenen la sensació que puguin aprendre res nou sobre alguns jocs i veuen els aprenentatges proposats com a eines per aprendre a crear videojocs i no com a eines per la seva anàlisi.

3. Experiència en la pràctica a l'hora de jugar. Els alumnes habitualment confonen saber jugar amb entendre en profunditat els videojocs i confonen el seu anàlisi amb una descripció de les seves característiques. Existeixen dificultats a l'hora d'expressar idees sobre les seves experiències durant el joc i els falta vocabulari acadèmic i discurs crític al parlar de videojocs. De la mateixa manera que troben dificultats d'aprendre noves maneres de jugar dedicades a estudiar i analitzar.
4. Les característiques i particularitats del mitjà. Veure tot el que un joc pot oferir requereix saber com jugar-hi. Hi pot haver problemes d'accessibilitat a l'hora de tenir una completa experiència. Jugar consumeix molt de temps i parlar sobre experiències no sempre és possible perquè no tothom ha jugat al mateix ni durant el mateix temps. A més, la tecnologia avança tan ràpidament que els jocs més antics són difícils d'analitzar en contextos més moderns i la nostàlgia cap als "clàssics" pot intoxicar l'anàlisi.
5. L'estat dels "game-studies". Encara no hi ha un consens establert entre professors sobre quines són les parts "fonamentals" sobre l'aprenentatge per a l'anàlisi dels videojocs i existeix una falta de cànon al que agafar-se.

Tots aquests reptes, evidentment són per aquells que ja tenen una experiència prèvia en videojocs, tot i que avui dia és difícil trobar algú sense cap mena d'experiència en jocs digitals, també és necessari que per al seu ús educatiu tothom tingui una educació mínima en el mitjà, un altre repte a afegir en el seu aprenentatge és el fet que no tothom i juga i, com marca el punt 4, jugar consumeix temps, i aquest és possiblement un dels majors reptes que enfronta educar a algun individu sense o amb molt poca experiència prèvia, aquest projecte intentarà englobar a totes les persones, tenint en consideració que no tothom juga o no tothom té tant de temps com desitjaria per fer-ho.

Amb totes aquestes, un dels majors reptes per a l'ús del videojoc com a eina educativa i com a objecte d'estudi, és el fet que el videojoc no motiva per si sol, les seves dinàmiques poden ser extremadament motivadores en certs entorns, però no només

amb aquestes tots els alumnes trobaran en el videojoc una font de motivació inesgotable.

*“However, it is dangerous to assume that learning will be easy, fun, or happen felicitously simply because the subject matter is games. Research has shown that when using commercial games for educational purposes, motivation and fun only go so far” (Zagal, 2010) citant a (Squire, 2005).*

En un àmbit escolar no tothom es “fan” dels videojocs, per tant és important utilitzar les dinàmiques d’aquests i els estils adients per no marginar a certs grups de persones que podrien no presentar interès en el tema, de la mateixa manera que és important motivar en l’educació, és important motivar en aprendre sobre els videojocs i els seus usos i consums, amb una mirada analítica i crítica.

### **2.3 La cultura pop a les escoles, joves amb capacitat crítica i “Critical Media Literacy”**

*“Apart from the figures that reflect the enormous vitality of video games as the engine behind the communication industry for leisure, there is another sign of their growing importance. For the last year, video games have been considered a fully-fledged cultural industry in Spain, in a recognition that could undoubtedly be considered somewhat belated, since video games have become one of the most important expressions of creativity in contemporary culture over their three decades of history.” (Aranda, D. Sánchez-Navarro, J., 2014)*

La importància creixent del videojoc reflectida en aquesta cita d’Aranda i Sánchez-Navarro i la seva gran influència com a indústria cultural cada cop més gran i amb uns ingressos en augment cada any que passa, ens porten a analitzar els videojocs com a una part fonamental de la cultura popular sobre la qual reflexionar i tenir una opinió crítica són parts centrals per a entendre els videojocs.

*La cultura popular com a activitat col·lectiva a les aules.*

La cultura popular després es trasllada a les aules en forma de comentaris i converses entre alumnes. En la seva recerca David Buckingham observa que el visionament de televisió i la lectura de textos o còmics són actes socials. El visionament televisiu, per exemple en família o compartir informació i fer lectura compartida de revistes concretes, són activitats que a primera vista poden considerar-se individuals, però acaba convertint-se, com ells indiquen, en un “social reading”, que extrapolat a altres formes de cultura podem veure com aquesta cultura que inicialment no requereix un ús col·lectiu obligatori, un cop arribat a l’aula es converteix en una activitat discutida i realitzada col·lectivament. (Buckingham, D., 1994).

Amb l’observació personal recent, he pogut veure com aquestes activitats són extrapolables als videojocs, per exemple, amb el nou fenomen que ha estat present en molts centres escolars, el joc online Fortnite, és un joc que no requereix cap interacció ni acció social amb gent propera. Observem, però, que és un tema de conversació recurrent, els alumnes parlen sobre moments que van viure durant el joc, com ho volen fer d’ara endavant i de quina manera poden reunir-se per a seguir participant d’aquesta activitat, fins i tot entrant en debats sobre la qualitat del joc i les preferències a l’hora de jugar de cadascun. Un dels alumnes entrevistats, comenta que és molt habitual que entre el seu grup de “gaming”, com ell anomena, comentin durant les pauses i hores del pati a l’institut les jugades i decideixin jugar en tornar a casa, fins i tot prioritant-ho a sortir al carrer i trobar-se físicament, ho veu com una activitat social més profunda que senzillament jugar sol o sortir al carrer sense objectiu més enllà de la companyia. “Per què és necessari sortir sense cap pla pensat, si podem quedar tots des de casa per jugar i parlar de la mateixa manera?” es pregunta.

Buckingham també recull aquesta sensació de col·lectivitat en els videojocs, parla sobre com els alumnes comparen les plataformes on jugar, els diferents nous productes relacionats, a més de parlar de les revistes de videojocs (Buckingham, D., 1994), que potser actualment poden ser substituïdes per articles llegits a internet o vídeos de la plataforma Youtube amb informacions sobre videojocs o activitats relacionades.

El joc com a cultura i potenciador de les relacions socials ja és existent en diversos textos i es troben estretament relacionats:

“Dos objetivos fundamentales de la cultura de una sociedad son el de reportar placer y potenciar las relaciones sociales entre sus individuos. Sin juego, por consiguiente, no hay cultura, porque ésta no es únicamente una recopilación de textos, obras o imágenes (sin entrar en la discusión entre alta y popular) sino también todo un conjunto de procesos que nos permiten pensarnos, relacionarnos y, evidentemente, disfrutar. La cultura no puede desarrollarse sin un contexto lúdico porque “la cultura aparece [y se desarrolla] en forma de juego”, como afirma Huizinga (1994).” (Sánchez & Aranda, 2010)

Per tant, el videojoc és una base per a relacions socials i culturals, i aquestes són evidents dins els centres escolars que, alhora, poden convertir-se en una porta d'entrada per a l'educació mediàtica i donar fruit a un aprenentatge col·lectiu sobre el què aquest projecte pretén mostrar.

#### *Critical Media Literacy.*

“Research on print literacy clearly shows that literacy should not be seen as a set of disembodied cognitive skills, but as a set of social practices” (Heath, 1983; Street, 1995).

El coneixement i les pràctiques per assolir-ho es troben en contextos socials i dins les relacions socials. Aquesta visió dels aprenentatges implica que els individus no poden crear i entendre coses significatives en soledat, sinó que és a través de la seva implicació a les xarxes socials, o comunitats interpretatives, que promouen i valoren determinades formes d'aprenentatge. (Buckingham & Burn, 2007)

Aprofitant aquest caràcter social necessari per assolir significació i aprendre en profunditat sobre educació mediàtica i sobre el videojoc és necessari entrar en el fet que el videojoc i la cultura al seu voltant, i el videojoc com a objecte cultural per se, són també debatuts i comentats en col·lectiu, en els “social-readings” de l'era digital.

La Critical Media Literacy que aquest treball té la intenció de fer assolir tant a alumnes com a professors a través del projecte plantejat en les següents parts, és la que constitueix el coneixement necessari per a fer una crítica de les aproximacions i corrents de debat més habituals del videojoc. Això implica una perspectiva a diferents nivells

crítics sobre la influència de la cultura i la seva indústria i grans temàtiques com ara la classe social, raca, gènere, sexualitat, i poder, i promoure alternatives al discurs hegemònic sobre el mitjà. L'educació mediàtica pot ser una eina per apoderar a la gent que habitualment és troba més marginada o infrarepresentada a la "mainstream media" i rebre eines que els permetin tenir l'oportunitat d'expressar les seves preocupacions al respecte. (Kellner & Share, 2007). En l'àmbit acadèmic ja es tracten grans temes com la raca i el gènere en el videojoc i es promou la Critical Media Literacy, un exemple d'article de reflexió sobre el gènere és l'article "Stand by your man: an explanation of gender disparity in League of Legends" (Ratan, Taylor, Hogan, Kennedy, & Williams, 2015) un estudi sobre un dels jocs més populars del planeta, i el més potent quant a esport electrònic. L'article contempla la disparitat de gènere que existeix dins les comunitats de jugadors, on les dones són infravalorades i acostumen a tenir menys confiança en les seves habilitats per jugar quan juguen acompanyades d'un home.

També hi ha exemples d'altres àmbits, com per exemple la reflexió sobre les identitats "gamer" i els seus efectes dins la societat i entre les comunitats de jugadors, al llibre "Playful Identities" (Frissen & Lammes, 2015)

Hi ha una diversitat d'àmbits a treballar en els quals l'educació mediàtica entra en joc. Aconseguir que els joves estudiants d'ESO reflexionin sobre el videojoc i les seves temàtiques, no només pot ajudar al seu aprenentatge sobre el mitjà en si, sinó que pot més endavant extrapolar-se a gairebé tots els sectors de la societat i reivindicar problemàtiques i contradiccions dins els videojocs, per assolir societats més reflexives i no tan impulsives, no acceptar el paper de l'heroi i parlar de feminisme dins els videojocs, és només un dels exemples més bàsics els quals la Critical Media Literacy pot implicar-se. El més important, però, és que sigui el mateix jove que a través de les eines obtingudes a partir d'aquesta educació extregui ell mateix, a treves de la reflexió personal i col·lectiva, les conclusions refinades i debatudes en enriquidors debats amb coneixement del medi en el qual es parla.

*Joves amb capacitat crítica i un paper actiu.*

Partint de la base que aquest treball pretén crear un projecte d'educació mediàtica sobre el videojoc als instituts, més concretament a quart d'ESO, és evident que els



receptors del projecte seran majoritàriament els joves estudiants, tot i que també els professors, però principalment ens centrem en els joves.

Anteriorment hem parlat sobre com els estudiants es relacionen entre ells amb la cultura popular, com aquesta es transforma en activitats comunitàries i com aquestes són font d'aprenentatges i tenen potencialitats educatives importants.

Crec que educar sobre els mitjans és important “teaching about popular culture makes a difference, and this difference is worth making” (Buckingham, D., 1994).

Però els joves, segons Buckingham (1994), tradicionalment són vistos com a persones que simplement imiten el que veuen de la cultura popular, o que la consumeixen sense cap mena de profunditat o reflexió. Buckingham, en les seves conclusions sobre la seva recerca de la cultura popular a les escoles, entén una cosa molt diferent: Els joves fan un ús actiu de la cultura popular com a recursos simbòlics per a crear els seus mecanismes propis i les seves identitats. També s'observa que en molts casos es veu aquest ús dels joves de la cultura com a mètodes de resistència cap al sistema establert o una ideologia concreta, cosa que queda també qüestionada en l'obra de Buckingham, on explora i conclou la idea de què aquests usos actius de la cultura popular s'utilitzen tant per trencar amb el sistema o ideologia, com per reproduir-la. Aquesta significació ideològica, a més, ha de ser interpretada en el context social i interpersonal en les que es situen. Podríem tornar a parlar de l'article sobre identitats “Playful Identities” (Frissen & Lammes, 2015) de la SAGE Journal, on podem observar la creació de diferents identitats i com aquestes se situen al context social, i reproduïen o resisteixen patrons socials establerts.

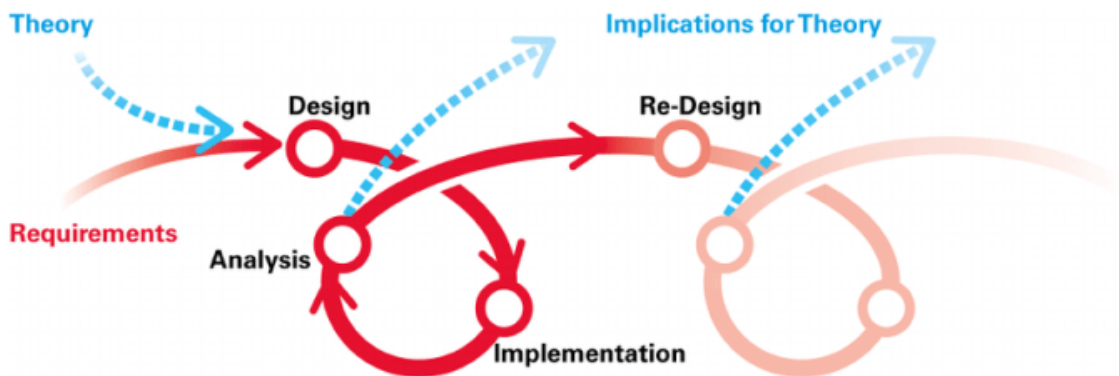
En resum, ens trobem davant de persones amb grans competències i capacitats crítiques, no són caps buits a omplir, senzillament s'ha de crear un ambient en el qual discutir sobre videojocs, sobre les diferents dimensions i aproximacions d'aquests, i aprendre a reflexionar sense cap mena de condicionants, entendre els seus components i efectes, d'on sorgeixen i en quin lloc es troben dins la cultura en general.

## Capítol 2: Metodologia

Per a la realització d'aquest treball, seguiré la metodologia del "design based". La definició amb la qual treballaré l'anomenat "desing based" és extreta de Arthur Bakker i Dolly van Eerde (2014) on la defineixen com:

"Educational design-based research (DBR) can be characterized as research in which the design of educational materials (e.g., computer tools, learning activities, or a professional development program) is a crucial part of the research. That is, the design of learning environments is interwoven with the testing or developing of theory. The theoretical yield distinguishes DBR from studies that aim solely at designing educational materials through iterative cycles of testing and improving prototypes." (Bakker & Eerde, 2014)

Per a visualitzar-ho en forma d'esquema, la "design based methodology" tindria la forma següent:



(Barab, S. A. 2014)

De la investigació i recollida de dades inicial, apareix un disseny, del qual se'n fa un prototip o implementació, a partir d'aquí es rep el feedback dels usuaris o altres participants de la investigació i es fa una anàlisi per així tornar a dissenyar el projecte i tornar a iniciar el cicle de feedback.

Un dels punts forts d'aquesta metodologia és el fet que les idees educacionals pels estudiants o professors són formulades al disseny, però podran ser ajustades durant la prova empírica de les idees (Bakker & Eerde, 2014), o en el meu cas, en l'exposició del prototip ideat.

La decisió per aquesta metodologia neix de la voluntat de fer del procés de creació del projecte un acte participatiu. Durant el Màster hem remarcat la necessitat de la participació dels joves per als projectes pensats per als joves, per tant em sembla una metodologia que clarament considera aquests valors participatius i els pot posar en pràctica de manera efectiva en un projecte educatiu com aquest.

A causa del limitat temps per a la realització d'aquest treball final, he de posar en coneixement la meua intenció de realitzar una recerca més extensiva sobre la temàtica, ampliar el nombre d'entrevistats i de cicles d'avaluació i feedback per a un resultat més interessant i amb més participació.

Un total de 3 professors: de tecnologia, de filosofia i de ciències socials, de dos instituts diferents, i 7 alumnes de 3 instituts diferents, seran els entrevistats i consultats per al disseny i la presentació del primer prototip del projecte.

Parlaré i exposaré els comentaris i els resultats de les entrevistes i reunions amb els diferents participants d'aquest projecte en els següents capítols, mentre que en aquest apartat em limitaré a comentar a grans trets el que he pogut extreure de cada reunió en concret i el nombre de trobades realitzades i amb qui.

Per a entendre els perfils diferents d'alumne i professor cal categoritzar-los per tenir una visió més clara dels participants. És important tenir en compte que els noms dels alumnes i els professors seran noms inventats expressament per aquest projecte i mantenir l'anonimat de les persones entrevistades i reunides. Recullo els perfils en la taula següent:

Anna (P1)	Professora de Filosofia	Molt poca experiència amb videojocs
Clara (P2)	Professora de Socials	Alguna experiència amb videojocs
Toni (P3)	Professor de Tecnologia	Força experiència amb videojocs
Eva (A1)	Alumne de 4t d'ESO	Força experiència amb videojocs
Oriol (A2)	Alumne de 4t d'ESO	Força experiència amb videojocs
Eric (A3)	Alumne de 4t d'ESO	Alguna experiència amb videojocs
Cristina (A4)	Alumne de 4t d'ESO	Alguna experiència amb videojocs
Marc (A5)	Alumne de 4t d'ESO	Molt poca experiència amb videojocs
Paula (A6)	Alumne de 4t d'ESO	Molt poca experiència amb videojocs
Laura (A4)	Alumne de 4t d'ESO	Alguna experiència amb videojocs

Les entrevistes han sigut realitzades sense guió, en forma de conversa i debat obert sense cap limitació i en cap moment he hagut d'intervenir per a retornar al tema d'interès per al treball. Els grups s'han format de forma semiespontània anant a buscar als joves dins l'espai de l'institut i anant a trobar-los als espais on sabia que podríem conversar una estona, i s'han unit de forma voluntària al debat, fins i tot a mitja conversació.

He realitzat un total de set trobades durant dues setmanes aproximadament.

Cal destacar que en tots els casos, tant els alumnes com els professors s'han mostrat oberts a parlar sobre els videojocs, que ho veuen, cadascú des d'una visió diferent, un projecte que val la pena dur a terme i que podria resultar en una experiència positiva d'aprenentatge i de tractar noves temàtiques escolars.

Diferencio les diferents entrevistes i reunions realitzades en dues fases:

- Entrevistes per recollir informació sobre el centre, alumnes i professorat i idees inicials per a la creació d'un primer prototip. (Fase 1)
- Entrevistes per posar a prova el disseny i poder avaluar-lo posteriorment, per al seu replantejament. (Fase 2)

### *Fase 1*

El procediment seguit ha sigut el de realitzar dues entrevistes amb un alumne i el professor de manera conjunta i una tercera petita trobada amb una professora:

- La primera reunió (**P1 + A1**) va ser un primer contacte amb el centre educatiu per parlar sobre el projecte i l'estat actual de l'educació mediàtica, i introduir per primera vegada la idea a la professora, tot contrastant-ho amb les opinions i experiències de l'alumne present. Principalment va ser útil per traçar línies bàsiques a més d'introduir el debat dins el centre, el recull de comentaris i feedback serà utilitzat més endavant per al disseny del primer prototip.
- Una segona reunió (**P2 + A1 + A2**) amb tres participants, ajuda a concretar la calendarització del projecte, traçar les línies bàsiques i els objectius a assolir més enllà dels de l'objectiu principal del treball, el recull de comentaris i propostes d'aquesta segona reunió em seran de gran ajuda per a la creació del primer prototip.
- Un tercer contacte (**P2**), per aclarir certs detalls sobre el disseny del primer prototip, sobretot relacionats amb el contingut de la classe en concret, barrejar diverses opcions i debatre del punt on ens trobem.

## *Fase 2*

Una vegada redactat un primer disseny de projecte, l'obro a debat amb diferents professors i alumnes:

- Una primera trobada (**P3 + A1 + A2**), d'alumnes participants dels debats de converses inicials amb el professor de tecnologia, el qual té força experiència amb videojocs i mostra especial interès en el projecte. El debat sobre el primer prototip em porta a qüestionar el format complet, principalment de la mà de la professora de tecnologia, acabo per introduir les seves noves idees en el debat sobre el prototip.
- Una segona trobada amb únicament alumnes (**A1 + A3 + A4 + A5**), Exposo el prototip per saber quina reacció i comentaris puc extreure. També afavorir el debat i comentaris entre ells mateixos, com a companys de classe sobre quins temes els interessa més tractar i la seva visió sobre el videojoc, que esperen d'aquesta activitat i com poder fer-la més motivadora. Alhora introduixo les noves idees extretes de l'anterior trobada per seguir-les refinant amb l'alumnat sense la presència del professor.

- Una tercera reunió **(P1 + A1)**, fent un retorn al grup inicial on vam debatre les bases del projecte per a replantejar-nos el que ja vam parlar i refinar les noves idees per a la fabricació del producte final. De nou, un grup format pel professor i l'alumne i veure aquest contrast d'opinió i comentaris.
- Una reunió final **(P2 + A3 + A7)**, introdueix algunes discrepàncies de cara al disseny final que em serviran per adequar el projecte el millor possible a totes les opinions, tant de cara ajustar-se al currículum del centre, com a l'hora de fer créixer la motivació dels estudiants.

Amb totes les dades recollides dels estudiants i professors, avaluo la proposta inicial i redacto una nova proposta amb noves idees i deixo constància feedback rebut per tancar un cicle de la metodologia "Design Based". De nou, per falta de temps i ser un moment difícil per a professors i alumnat (final de curs) ajustaré els cicles d'avaluació a senzillament un, tot i que els comentaris rebuts enriqueixen molt el primer prototip fins a gairebé transformar-ho en un projecte totalment diferent, és possible segur i refinar cada vegada més, aprofundint en aspecte més importants o que resultin més interessants als participants.

### Capítol 3: Anàlisi de l'entorn: els videojocs a l'institut.

Abans d'iniciar el disseny del prototip, cal veure quina és la realitat del centre educatiu on s'ha d'implantar aquest projecte. Per a fer-ho em reuneixo amb Anna, la professora de filosofia del centre.

Sobre l'estat de l'ús del videojoc al centre únicament em comenta que s'utilitza en l'àmbit tecnològic, on utilitzen el videojoc per a aprendre a programar. També parla del Kahoot com a exemple d'ús del videojoc. L'educació mediàtica no hi és present en gairebé cap mitjà, exposa que alguna vegada s'ha fet un taller sobre "ús i abús" de les xarxes socials.

Sembla que el videojoc queda rellevat a uns professors molt concrets que comparteixen ja una passió pel videojoc o que el veuen com una eina educativa molt potent, però no s'ha plantejat la pregunta de parlar sobre el videojoc com a tal, sempre és una eina.

Indagant més sobre l'educació mediàtica pregunto, per exemple, pel cinema. La professora parla sobre l'ús de pel·lícules a les seves classes de filosofia per a reflexionar sobre diversos temes filosòfics que apareixen dins aquestes. Fins a la meua explicació sobre l'educació mediàtica, tant l'alumna com la professora entenien que parlàvem de fer ús de la tecnologia per a ensenyar, i no d'aprendre sobre la tecnologia en si mateixa.

De videojocs en concret i relacionat amb l'obra de (Buckingham, D., 1994), la cultura audiovisual també es veu representada als instituts, tal com es comenta al llibre. Els nois i noies, segons l'alumna entrevistada en la primera reunió, parlen sobre el *Fortnite* o *League of Legends*, els jocs que tenen en els seus smartphone, en la recentment acabada sèrie d'HBO *Game Of Thrones* o *Black Mirror*.

M'interessa sobretot el fet que aquestes activitats que és fan de manera individual generalment, després es traslladen a l'aula i generen diferents interaccions que acaben formant una comunitat al voltant. En paraules de l'alumna: "Els nois *montan un jaleo* cada cop que parlen del *LOL* o del *Fortnite* i després queden per jugar després de classes".

Els alumnes creen comunitat i grups de debat. "Jo no jugo al *Fortnite* però sí que m'interessen altres jocs, sobretot la part artística i els gràfics [...] amb el meu grup d'amigues ens agrada parlar sobre les escenes dels jocs o els dibuixos [...] sobre l'estil de *Kingdom Hearts* hem parlat molt perquè ens agrada molt l'estètica disney". Però també exposa que existeixen altres debats i comentaris al voltant de diferents videojocs, com ara la violència a *God of War 3* o els partits i jugadors del *Fifa*.

Per tant reafirmo la meua convicció de crear aquest tipus de projecte, per aprendre sobre tots els aspectes del videojoc i poder-lo observar com a un artefacte cultural per si mateix, i aprendre a deconstruir-lo i reflexionar sobre el que això implica i quina és l'experiència que aquests busquen crear i quins efectes tenen sobre les persones. L'educació mediàtica del videojoc és inexistent a l'aula però hi ha un interès entre l'alumnat i els professors per aprendre que em va sorprendre, i és important aprofitar-ho.

Per tant ens trobem amb alguns reptes a superar per a l'educació sobre el videojoc i aquest projecte:

- Hi ha una nul·la presència de l'educació mediàtica i a l'introduir la temàtica del treball es confon amb utilitzar el videojoc per a educar o per a altres finalitats sense reflexionar sobre ell mateix.
- Hi ha gran disparitat de visions del videojoc: els grans fans del videojoc, els que juguen de manera moderada i els que tenen poca o gens experiència. Això crea diferents visions, per una banda els fans poden veure, com diu Zagal (2010), una visió de fan que l'impedeix analitzar el videojoc completament, mentre que a l'altra banda de l'espectre podem trobar desmotivació en la temàtica.
- La calendarització es fa complicada, molts professors poden no estar disposats a cedir hores lectives per a dedicar-les a altres activitats.
- Tot i que no tan gran com fa uns anys, encara trobem un fort estigma sobre el videojoc, on jugar és vist com una activitat buida de contingut i de pèrdua de temps. Aquesta idea pot afectar a la manera de veure aquesta proposta de jornada d'educació mediàtica.
- Interessos diferents, he pogut observar com hi ha alumnes interessats en l'oci, altres en la part més tècnica i d'altres interessats en la part visual. Això pot crear desmotivació a l'hora d'aprendre sobre tots els aspectes del videojoc i afectar a la seva predisposició a l'aprenentatge.

## Capítol 4: Primer Prototip: La Setmana del Videojoc

Una primera proposta va ser la realització d'unes jornades d'educació mediàtica. La idea de fer més enllà d'un simple taller un dia és el fet que aquests no queden gravats a les ments dels alumnes. Si fas un taller senzill, i al dia següent ningú parla del tema, tota aquesta informació es perd.

El cas del videojoc, que té diverses dimensions per aprendre, encara dóna més motius per a evitar fer un taller d'un dia. Per tant la meva proposta inicial va ser la de fer "la setmana del videojoc" a l'institut.

Durant aquesta setmana, a més a més de fer classes de forma habitual, s'utilitzaran una o dues classes al dia per a realitzar activitats relacionades amb l'educació mediàtica sobre el videojoc. En el cas del prototip inicial es van escollir les següents assignatures i



horaris, extrets de l'horari de l'institut on vaig realitzar les entrevistes, corresponent a una de les classes de 4t d'ESO:

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
8:00 - 9:00		Castellà			
9:00 - 10:00	Català				
10:00 - 11:00	Ètica i Valors				Ciències Socials
11:25 - 12:25					
12:25 - 13:25			Filosofia	Tutoria	
13:40 - 14:40				Tecnologia	

#### Altres Assignatures

Per tant, dilluns a classe de català no es faria català, sinó una activitat relacionada amb el videojoc, de la mateixa manera amb ètica i valors, Castellà, Filosofia, etc.

La idea principal és la de recollir tots els grans temes i contextos d'aprenentatge del videojoc i treballar-los relacionant-se amb l'assignatura, i tenir cada peça del què forma un videojoc dividida en les diferents classes, per acabar fent una cloenda divendres, el dia de ciències socials.

Amb l'ajut de la professora de Ciències Socials vam ajustar la calendarització i el nombre de sessions:

“És interessant tractar el videojoc des de perspectives tan diverses perquè els pares veuen el videojoc com únicament lúdic. Abans el vici era el cinema o els llibres, ara també el videojoc, darrere d'aquest hi ha molta feina i és important que els alumnes ho sàpiguen veure”.

També va remarcar la importància de no saturar l'alumnat amb un mateix tema, cal fer una setmana però no més de dues hores al dia o podrien perdre la motivació. L'horari és fruit del feedback de la professora i va destacar la necessitat de fer activitats diferents per a cada assignatura i tot i que jo he acabat per descartar-ho, ella va remarcar la possible necessitat d'abordar el videojoc també des de l'assignatura de les matemàtiques. En aquest cas englobo tota la part tècnica i tecnològica dins l'assignatura

de tecnologia, però és interessant veure com hi ha diverses visions sobre com aproximar el projecte als alumnes.

La distribució del temps per al prototip inicial és la següent:

- **Una setmana** dedicada a tractar l'educació mediàtica en els videojocs
- **Cada dia s'utilitzaran una o dues hores** d'assignatures per a realitzar activitats per aprendre sobre la temàtica que ens interessa, hauran de ser sobre els diferents contextos que Zagal (2010) considera que cal treballar per a poder entendre els videojocs, i depenent de l'assignatura es tractaran de manera diferent.
- Divendres a l'hora de ciències socials es farà una activitat de cloenda i reflexió general sobre tot el que s'ha après durant la setmana.

Per motius de falta de temps, em dedicaré senzillament a una de les assignatures en més profunditat. La resta d'assignatures han de ser omplertes també amb els continguts adients, però amb el limitat temps del que dispo per a realitzar aquest treball em limitaré senzillament a parlar sobre el prototip de l'assignatura de cloenda, la de ciències socials de divendres.

És cert que a l'assignatura de ciències socials es tracta la història Contemporània del món, però, en paraules de la professora "No és necessari que el projecte segueixi o estigui estrictament relacionat amb el que són les ciències socials de 4t d'ESO, es tracta de reflexionar i observar i per això sempre hi haurà un espai dins d'aquesta classe".

Primerament em vaig plantejar dues opcions per a fer la cloenda:

- La primera era la de fer que algun alumne exposi la seva última experiència amb un videojoc (també ens vam plantejar que escrivissin un petit blog sobre la seva experiència amb el videojoc durant la setmana), exposi quin joc era i que va passar durant la seva sessió de joc, i si ho va fer sol o amb companyia, tan online com físicament. A partir d'aquest i de tot el que s'ha après durant tota la setmana, hauríem d'aconseguir una reflexió sobre per què el videojoc ha

aconseguit crear certs ambients i sensacions, com ho ha fet, i quins elements participen d'aquest joc concret. En cas de jugar juntament amb altres companys, comentar com aquest joc aconsegueix que vingui de gust jugar en equip o fer una competència. Que pretén fer el videojoc? Com ho fa? Quines parts estan involucrades en crear aquesta sensació? Només és això? O hi ha moltes més capes a reflexionar per veure el perquè el videojoc crea les experiències com ho fa? Aprofitar també per deconstruir el joc i debatre sobre les seves parts i parlar d'aquest com a artefacte cultural i contextualitzar-lo amb altres jocs, per poder posar en pràctica tots els aprenentatges adquirits.

- La segona opció era la de jugar. Jugar col·lectivament durant uns 30 minuts a classe. El joc proposat era el senzill joc de navegador Agar.io. Després de jugar durant una estona, s'haurà de fer el mateix que es pretenia fer durant la primera opció, però aquesta vegada amb una experiència que tens assegurat que és compartida.

Al plantejar les dues opcions a la professora, aquesta va decantar-se per la segona opció. "Fer d'aquesta experiència un acte col·lectiu ajudarà molt més a la motivació de l'alumnat i la seva reflexió serà sobre un fet que tots han compartit i jugat de la mateixa manera, en el mateix espai [...] L'experiència d'un alumne en concret potser no genera l'interès suficient o l'empatia per entendre i reflexionar sobre el que t'interessa".

També semblaven estar-hi d'acord els alumnes presents durant la reunió de clendarització i disseny de prototip inicial:

"Ha de ser un joc senzill perquè la gent com la Paula que no juga mai a res pugui participar. No serà tan *tocho* si juguem tots junts i després en parlem, si explico les meves partides del *LOL* segur que a ningú l'interessa, a més, *viciar* a classe serà *algo* diferent." (A1)

Així doncs aquesta era la meva proposta inicial, una setmana. Ocupant una o dues hores al dia per parlar sobre el videojoc, dividint-ho en les diferents assignatures per acabar

fent una cloenda on tots els alumnes jugarien a un joc i després reflexionarien sobre la setmana i el que els videojocs i les experiències que creen impliquen.

Abans de tancar aquest capítol, voldria ressaltar certes frases que els alumnes van comentar, aquestes s'haurien de tenir en consideració a l'hora de dissenyar la resta de les assignatures i el plantejament de la jornada en general:

- “És una bona idea fer aquesta setmana, sobretot *malaria* que després no *deprecien tanto* els videojocs, que vegin que hi ha més coses que el *puro vicio*.” **(A2)**
- “Me parece bien enseñar a jugar i a entender lo que implica el videojuego, y esta *guay* utilizarlos dentro del *insti*”. **(A6)**
- “No acabo de entender porque hace falta aprender del videojuego, pero si jugamos todos juntos puede ser algo divertido, no hacer lo de siempre, a mí me motivaría” **(A3)**
- “Creo que sería importante no usar tecnicismos y entender que no todos jugamos a videojuegos.” **(A6)**

Són petites frases que han anat dient durant les entrevistes que em van cridar l'atenció, fins al punt que a un dels alumnes no li va semblar una bona idea aprendre sobre el videojoc, ell, com a jugador, ja en sap de videojoc segons el què ell m'explicava, però jugar amb els companys i fer activitats col·lectives sí que li semblava una bona idea, i aquesta, també és una de les parts del videojoc. Parlant amb ells observes el gran potencial d'aprenentatge sobre videojocs que hi ha, i els grans avantatges que posar-ho en pràctica poden originar.

## Capítol 5: Recull de Feedback i Avaluació del Prototip

Després de recollir feedback sobre el prototip i la implantació del projecte inicial, hi ha diversos punts importants a tenir en compte i que em fan canviar d'opinió a l'hora de continuar amb el cicle de disseny.

Al parlar amb la professora de tecnologia, ella troba diverses dificultats per a ocupar hores lectives:

“Hi ha molts professors que no estaran disposats a cedir hores lectives, aquest tipus de projecte ha de ser implantat en centres on valorin molt el treball per projectes o introduir nous debats a les aules, és molt complicat trobar instituts així [...] Aquest institut, depenent del professorat podria fer-se com dius, però veig que pot portar molts mals de cap [...] El problema és la falta de col·laboració entre els professors, tots volen seguir la línia que han marcat a inici de curs i no volen fer canvis”.

El que vam parlar seguidament va ser sobre condensar totes aquestes assignatures i només dedicar-nos a fer aquest projecte d'educació mediàtica durant una setmana sencera, com el treball de crèdit de síntesi que fan els alumnes, on durant una setmana es dediquen a treballar un tema i al final fan una presentació sobre aquest.

Aquesta idea de condensar i treballar-ho com a crèdit de síntesi soluciona molts problemes de distribució horària i d'adequació al currículum escolar i ens asseguràvem de què tots els alumnes estan centrats en el mateix sense distracció d'altres assignatures, cosa que provocaria experiències diferents durant les classes i tallers.

Dins el grup d'alumnes que també van participar de les trobades existia més disparitat d'idees entre fer-ho en una setmana en diferents assignatures com el prototip inicial o concentrar-ho tot. El comentari que ha aparegut en totes les intervencions ha sigut el de la motivació i el d'evitar que es faci pesat. Entre els alumnes “fans” del videojoc existeix una motivació molt més gran per a treballar sobre el videojoc, mentre que els alumnes sense experiència ho troben interessant fins a cert punt, potser com a curiositat més que per a fer un treball sobre el videojoc. De tota manera, tots han coincidit que la temàtica atrau molt més que qualsevol altre treball que puguin plantejar sobre el crèdit de síntesi que han realitzat aquest any.

Alguns arguments a favor de les jornades dividides en assignatures del prototip inicial:

- “Son millor les jornades per relaxar el dia a dia *amargado* de l'institut i afegir noves experiències” **(A7)**

- “Estaria bien hacer una semana solo del videojuego però esa semana ya hacemos otras salidas así que si podemos quitarnos clase de encima pues...” **(A3)**

Principalment hi pensen relacionant-ho amb la resta d'assignatures més que pel benefici del mateix projecte, de tota manera han sigut opinions a considerar tot i que finalment canviaria el format del prototip inicial.

Ara bé, a favor del crèdit de síntesi també hi ha diverses opinions interessants:

- “Concentrar tot en una setmana concreta pot ajudar a què les idees no se pierdan” **(A1)**
- “Si el que vols es aprendre, millor el crèdit de síntesi [...] si només estàs fent el crèdit estàs molt més centrat” **(A2)**
- “A ver, depende mucho del interes de la persona, osea a mi me da igual que sea del videojuego o de otra cosa pero si quieres aprender major solo dedicarte a eso” **(A3)**

Després de la trobada amb la professora de tecnologia i retrobar-me amb la de filosofia arribem a la mateixa conclusió. El format de crèdit de síntesi soluciona els problemes de compatibilitat amb les assignatures i és perfectament viable la seva realització.

També vam parlar sobre quines activitats realitzar. La gran innovació per al projecte final és la incorporació de la idea de crear un videojoc durant les jornades.

La professora de tecnologia comenta que és més senzill del que sembla i que seria completament viable crear un videojoc a mesura que s'aprèn sobre ell.

“Una bona manera d'aprendre quins són els seus components i la tecnologia que hi pot haver-hi darrere és crear un videojoc entre tots i parlar de les parts que el formen”.

És una idea interessant que afegiré al projecte i que pot aportar molts resultats d'aprenentatge interessants.

## Capítol 6: Disseny de Projecte Final: Crèdit de Síntesi sobre el videojoc

Una vegada analitzat to el feedback i els comentaris dels alumnes acabo per definir el calendari, durant una setmana realitzar el Crèdit de Síntesi sobre el videojoc, estructurat de la següent manera:

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
8:00 - 9:00	El Videojoc a la Cultura	Gèneres	Plataformes	Deconstrucció de components	Creació
9:00 - 10:00				Creació	
11:25 - 12:25	Components Culturals del VJ	Comparacions de VJ	Components Tecnològics	Creació	Presentació i Joc
12:25 - 13:25					
13:40 - 14:40	Síntesi	Síntesi	Síntesi	Creació	Síntesi i Cloenda

## **Dilluns**

### *El Videojoc a la Cultura*

Aprendre sobre el que he exposat de Zagal (2010) a l'inici del marc teòric, el videojoc com a artefacte cultural, la seva relació amb el món de la cultura i altres formes d'expressió cultural. Parlar sobre la història del videojoc i els seus orígens.

### *Components Culturals del VJ*

Saber distingir quins components culturals participen del videojoc, aprendre sobre aquesta suma de components i quina relació tenen amb el món cultural més enllà del videojoc.

### *Síntesi*

Petita sessió de resum i síntesi de coneixements, podem començar a pensar sobre quin tipus de joc ens interessaria crear, i contextualitzar-lo culturalment.

## **Dimarts**

### *Gèneres*

Aprendre sobre els diferents gèneres de videojocs, possiblement a través d'exemples i experiències de joc. Veure com dins del videojoc hi ha tot un món de diversitat a l'hora de la seva creació d'experiències i de missatges que es volen enviar.

### Comparacions de VJ

Posar en pràctica aquests coneixements comprant videojocs. Veure que tenen en comú i que diferencien diferents videojocs i quina relació tenen entre ells, observar l'evolució del videojoc amb una *timeline* de jocs que han definit etapes i gèneres. També és interessant jugar a diferents jocs durant aquesta sessió.

### Síntesi

Petita sessió de resum i síntesi de coneixements, creació de la *timeline* de forma visual i col·locació de diferents videojocs que els alumnes tinguin present i col·loquin dins aquest mapa de la història del videojoc per aplicar els coneixements adquirits durant el dia. Acabar de tancar quin gènere de joc es vol crear i on se situaria a la *timeline*.

## **Dimecres**

### Plataformes

Aprendre sobre quines plataformes s'executen els videojocs. Quines són les més utilitzades, quina és l'evolució d'aquestes i quina influència té la tecnologia en el videojoc.

### Components Tecnològics

Diferenciar els diferents components tecnològics que formen part dels jocs. Aprendre quines parts tenen influència de què i com l'evolució de la tecnologia en general ha afectat al món del videojoc i la seva creació.

### Síntesi

Petita sessió de resum i síntesi de coneixements, es pot parlar sobre a quina plataforma volen dedicar el videojoc i quines eines utilitzaran per a la creació d'aquest.

## **Dijous**

### Deconstrucció de components

Agafar diferents videojocs i dividir-los en tots els seus components per parlar-ne individualment de cadascun. Ja s'haurà parlat de molts components per tant serà un dia més senzill i de reflexió sobre que forma un videojoc i quines implicacions té.



### Creació

Inici de la creació del videojoc

### **Divendres**

#### Creació

Continuació de la creació del videojoc

#### Presentació i Joc

Finalització de la seva creació i joc en comunitat, reflexió col·lectiva sobre tot el que ha implicat crear el videojoc i on se situaria dins la cultura i la història general dels jocs.

#### Síntesi i Cloenda

Reflexió sobre el context social del videojoc, que ha creat aquest videojoc quant a relacions entre companys i sensacions generals, a l'estil de la segona opció de l'assignatura de ciències socials del prototip inicial de projecte.

Amb tot això els alumnes hauran de presentar un petit blog sobre els jocs que han jugat i els seus aprenentatges i reflexions. Aquesta seria l'avaluació del projecte i del crèdit de síntesi. Tots aquests comentaris del blog dels alumnes recolliran opinions i feedback per a millorar el projecte en un futur i pot ser interessant estudiar quines reaccions han tingut a cada videojoc, si han entès el que s'ha volgut transmetre i si aquests coneixements resulten interessants i útils per als joves.

Aquest blog serà la meua eina d'avaluació del projecte i plantejament de canvis en el futur.

Si bé és cert que aquest projecte és presentat de manera molt simplificada, en algun punt es podria recuperar i dissenyar en profunditat per a posar-ho en pràctica real.

## Síntesi i Comentaris

L'educació mediàtica no es troba gens present a les escoles. Aquest petit projecte pretén canviar les coses en aquest sentit, proposant unes activitats que, alhora de ser educatives, siguin divertides i motivadores per l'alumnat i professorat.

Amb la creixent importància del món del videojoc i la seva indústria, cal valorar quins efectes té aquesta sobre els joves, i entre tots aprendre a fer-ne un bon ús i a entendre-la en tots els seus sentits, per omplir de contingut una activitat que històricament, en el seu poc temps de vida, ha estat plena d'estigmatització i de valors negatius.

EL videojoc com a objecte cultural és una idea a reivindicar i s'ha de partir d'una educació mediàtica bàsica per a veure els diferents vessants que aquests exposen.

Un projecte com aquest, busca principalment passar-ho bé mentre aprens sobre la passió de molts alumnes, alhora que també ho fa la gent que mai ha pensat en els videojocs o experimentat totes les possibilitats que aquests ofereixen. Omplir les aules de cultura popular des d'un punt de vista reflexiu. Aquesta cultura que ja l'aporten els joves en el seu dia a dia en les seves converses i activitats lúdiques, cal veure-la com a objecte que ha de ser reflexionat i entès, però sens dubte, gaudit.

## Bibliografia

Aarseth, E (2001) *Computer Game Studies, Year One*. *Game Studies* 1(1) Citat de Zagal (2010)

Alonqueo Boudon, P., & Rehbein Felmer, L. (2008). Usuarios habituales de videojuegos: Una aproximación inicial. *Ultima década*, 16(29).  
<https://doi.org/10.4067/S0718-22362008000200002>

Aranda, D. Sánchez-Navarro, J. (2014). *LUDOLITERACY: THE UNFINISHED BUSINESS OF MEDIA LITERACY*. Recuperado de  
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/58365>

Bakker, A., & Van Eerde, H. A. A. (2014). An introduction to design-based research with an example from statistics education. In A. Bikner-Ahsbahr, C. Knipping, & N. Presmeg

(Eds.), *Doing qualitative research: methodology and methods in mathematics education*.  
New York: Springer

Barab, S. A. (2014). [Design-based research: a methodological toolkit for engineering change](#). In K. Sawyer (ed.) *Handbook of the Learning Sciences*, Vol 2, (pp. 233-270),  
Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Buckingham, D., & Burn, A. (2007). *Game literacy in theory and practice*.

Buckingham, D., S.-G., J. (1994). *Cultural studies goes to school: Reading and teaching popular media*. London: Taylor & Francis.

Diez, et Al. DIEZ, J. et al. (2004): *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*.  
Madrid: Instituto de la Mujer y Ministerio de Educación y Ciencia.

Eco, U. (1979). *Can television teach?*

Frissen, V., & Lammes, S. (2015). *Playful Identities*. 367.

Grupo de investigación GAME, UOC. (2015). LUDOLITERACY: Informe sobre la alfabetización mediática en el juego digital. Experiencias en Europa.  
Recuperado 11 de junio de 2019, de <http://hdl.handle.net/10609/40821>

Heath, S.B. (1983). *Ways with words*. Cambridge: Cambridge University Press.  
Recuperat de Buckingham (2007)

Huizinga, J. (1994). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza. Citat de Sánchez (2010)

ISFE, Interactive Software Federation of Europe (2017) recuperat de <https://www.isfe.eu/games-in-society/>

Juul, J. (2003). *The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness*.  
Level Up: Digital Games REsearch Conference Proceedings.

- Kellner, D., & Share, J. (2007). *Critical Media Literacy, Democracy, and the Reconstruction of Education*. 24.
- Mäyrä, F. (2005) *The Quiet Revolution: Three Theses for the Future of Game Studies*. DiGRA from <http://digra.org/hardcore/hc4> Citat de Zagal (2010)
- Ratan, R. A., Taylor, N., Hogan, J., Kennedy, T., & Williams, D. (2015). Stand by Your Man: An Examination of Gender Disparity in League of Legends. *Games and Culture*, 10(5), 438-462. <https://doi.org/10.1177/1555412014567228>
- Sánchez, J., & Aranda, D. (2010). *Un enfoque emergente en la investigación sobre comunicación: Los videojuegos como espacios para lo social*. 14.
- Street, B. (1995). *Social literacies*. London: Longman. Citat de Buckingham (2007)
- Squire, K. D. (2005). "Changing the game: What happens when videogames enter the classroom?" *Innovate* 6(1).
- Zagal, J. P. (2010). *Ludoliteracy: Defining, understanding, and supporting games education*. Pittsburgh, PA: ETC Press.