

RESUMO EXPANDIDO

A GAMIFICAÇÃO NO TURISMO COMO ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Thalita Stephanie Teixeira

Universidade Federal de Ouro Preto-UFOP
thalita.stephanie@aluno.ufop.edu.br

Lorena Trindade Gomes

Universidade Federal de Ouro Preto-UFOP
lorena.trindade@aluno.ufop.edu.br

Solano de Souza Braga

Universidade Federal de Ouro Preto-UFOP
solano@ufop.edu.br

Palavras-Chave: Gamificação; Turismo; Sustentabilidade; Inovação; Conscientização Ambiental.

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS):

8 - Trabalho decente e desenvolvimento econômico

9 - Indústria, inovação e infraestrutura

11- Cidades e comunidades sustentáveis

1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DE PESQUISA

O turismo é um dos setores mais dinâmicos da economia global, impulsionando o desenvolvimento social, cultural e econômico de diversas regiões. Apesar de suas potencialidades o crescimento desenfreado da atividade gera impactos negativos e por isso enfrenta desafios de sustentabilidade. Nesse contexto, a gamificação, integrando elementos de jogos, surge como estratégia promissora para melhorar a experiência do turista e minimizar esses impactos. Ao incentivar comportamentos positivos e influenciar atitudes dos visitantes, ela se torna uma ferramenta valiosa na preservação de recursos naturais e culturais. O setor turístico, cada vez mais receptivo à inovação, reconhece a necessidade de abordar desafios por meio de práticas sustentáveis. A gamificação, como expressão dessa inovação, pode abranger desde práticas de gestão até experiências turísticas e tecnologias aplicadas. Através de atividades gamificadas, busca-se

sensibilizar os turistas sobre a importância da sustentabilidade, estimulando mudanças de comportamento em direção a práticas mais responsáveis durante suas viagens. Essa abordagem não apenas torna a experiência do turista mais envolvente, mas também contribui para a preservação de destinos turísticos e o bem-estar das comunidades locais.

2 OBJETIVO(S)

Como objetivo principal, o artigo busca compreender os possíveis diálogos entre a gamificação e o turismo, analisando as potencialidades da gamificação para uma atividade mais sustentável e propor aplicações para utilização dessa ferramenta em Ouro Preto, Minas Gerais. Para alcançá-lo, traçamos os objetivos específicos: (1) investigar a literatura existente sobre gamificação e sua aplicação em diferentes contextos; (2) identificar possíveis desafios e obstáculos na implementação de iniciativas de gamificação em Ouro Preto, Minas Gerais; e (3) propor reflexões sobre potencial da gamificação para promover comportamentos sustentáveis no turismo local.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O avanço tecnológico e a crescente adoção de inovações têm revolucionado o setor do turismo, proporcionando experiências mais personalizadas e envolventes para os viajantes. A integração de novas tecnologias, como aplicativos móveis, realidade virtual, realidade aumentada e outras ferramentas inovadoras, tem permitido aos turistas explorarem destinos de maneiras inéditas, interagir com a cultura local e vivenciar experiências únicas (Barbosa & Medaglia, 2019; Buhalis, 2019; Soares et al., 2022). Essas tecnologias também têm impactado positivamente a gestão do turismo, gerando uma quantidade significativa de dados que podem ser analisados para obter insights valiosos sobre o comportamento do turista e as tendências do mercado (Firjan, 2022).

Nesse contexto, a gamificação surge como uma ferramenta inovadora para potencializar a experiência turística, envolvendo e motivando os participantes por meio de elementos de jogos, como recompensas, desafios e competições (Deterding *et al.*, 2011; Kapp, 2012). A gamificação no turismo não apenas torna a experiência mais memorável, mas também promove práticas de turismo responsável e sustentável,

aumentando a conscientização sobre questões culturais, ambientais e sociais (Hamari *et al.*, 2014). Ao proporcionar experiências marcantes e inovadoras, a gamificação no turismo não só atrai mais turistas, mas também promove o desenvolvimento econômico e sustentável dos destinos turísticos (Paixão & Cordeiro, 2021). Assim, ao adotar estratégias de gamificação, o setor do turismo pode alavancar o uso das novas tecnologias para oferecer experiências turísticas mais dinâmicas, interativas e marcantes, satisfazendo as expectativas dos turistas e impulsionando o crescimento da indústria do turismo.

4 METODOLOGIA

A pesquisa adota uma abordagem exploratória/descritiva, flexível e abrangente, conforme definido por Dencker (1998). Para atingir todos os objetivos, utilizamos ferramentas de pesquisa bibliográfica, análise de casos de aplicação da gamificação no turismo e realizamos entrevistas semiestruturadas para coletar dados qualitativos. A pesquisa qualitativa explora valores, crenças e opiniões, enquanto as entrevistas permitem diálogos profissionais e a troca de informações. De acordo com Gibbs (2009, p.17), a análise qualitativa envolve duas etapas: primeiro, desenvolve a compreensão dos dados que podem ser examinados e explicados, e segundo, elabora atividades práticas adequadas aos tipos de dados. Os entrevistados foram estrategicamente selecionados com base nos objetivos da pesquisa, ocupando posições-chave no setor público de inovação e turismo. A escolha foi feita com base nos cargos ocupados pelos representantes, sendo eles o diretor de Ciência, Inovação e Tecnologia, e a turismóloga lotada na Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia. Ao unir essas abordagens metodológicas, foi possível realizar uma análise abrangente das dinâmicas e possibilidades da aplicação da gamificação no território.

5 RESULTADOS PRELIMINARES OU ESPERADOS

A pesquisa revela que a gamificação no turismo oferece uma abordagem inovadora, enriquecendo a experiência dos viajantes ao envolvê-los em atividades interativas e educativas que destacam os aspectos materiais e imateriais da cultura local. Exemplos como o Geocaching, que combina tecnologia GPS com exploração ao ar livre,

e iniciativas em museus, como o Museu do Amanhã no Rio de Janeiro emergem como potenciais aplicações. No contexto de Ouro Preto, uma cidade com um rico patrimônio histórico e cultural, a gamificação pode ser uma ferramenta eficaz para atrair turistas para além do centro histórico, explorando distritos periféricos e diversificando a oferta turística.

As ações da SMDEIT, Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia visam promover o turismo em toda a região, incluindo a criação de núcleos de inovação e a implementação de infraestrutura digital. Embora desafios específicos, como a preservação do patrimônio e a complexidade da cidade, exijam abordagens adaptadas, Ouro Preto investe em iniciativas como o HUB de Inovação e Tecnologia para impulsionar o desenvolvimento tecnológico e turístico de forma sustentável.

A descentralização do turismo e o uso da gamificação emergem como soluções para tal diversificação, enquanto esforços de transformação digital visam equilibrar modernização com preservação do patrimônio cultural.

6 CONSIDERAÇÕES SOBRE CONTRIBUIÇÕES E IMPACTOS

Considerando a crescente preocupação com a sustentabilidade no setor do turismo, é fundamental investigar como a gamificação pode ser uma ferramenta eficaz para abordar esses desafios. Ao analisar dados da literatura e entrevistas, esse estudo sugere uma aplicação prática da gamificação no turismo em Ouro Preto, proporcionando uma visão abrangente do potencial de mudança dessa estratégia. Embora reconhecida por sua herança cultural, a cidade enfrenta obstáculos para se estabelecer como um centro de inovação empresarial. Assim, por ações da SMDEIT, o município busca a diversificação econômica, a descentralização do turismo e a transformação digital equilibram modernização e preservação.

A pesquisa apresenta resultados parciais do projeto Gamificação do Programa de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação da UFOP- PIBITI/UFOP.

REFERÊNCIAS

- Barbosa, R. C., & Medaglia, M. (2019). O papel das tecnologias móveis no turismo: Uma revisão sistemática da literatura. *Turismo: Visão e Ação*, 21(1), 78-102.
- Buhalis, K. (2019). Smart tourism destinations: An exploratory study of enablers and inhibitors. *Journal of Hospitality Management*, 52, 185-196.
- Dencker, A. F. M. (1998). Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura.
- Deterding, S., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). Gamification: Toward a unifying classification of gamification research. In *Proceedings of the 15th International Conference on Entertainment Computing* (pp. 60-65). ACM.
- Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN). (2022). O impacto da tecnologia no turismo: Um estudo sobre as tendências e oportunidades para o Brasil. <https://www.firjan.com.br/viva-a-transformacao/como-prever-o-impacto-da-tecnologia-na-vida-das-pessoas-e-empresas-1.htm>
- Kapp, K. M. (2012). The gamification of learning and instruction: A practical guide to engage students, solve problems, and boost knowledge. John Wiley & Sons.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sääskilahti, A. (2014). This is not gamification: A process model for gamifying marketing and communication. *Futures*, 53, 21-36.
- Paixão, A. R., & Cordeiro, J. M. (2021). Gamificação no turismo: Uma revisão sistemática da literatura. *Turismo: Visão e Ação*, 23(3), 381-402.
- Soares, C. A., Silva, F. G., & Silva, M. A. (2022). O uso de tecnologias digitais no turismo: Uma análise das pesquisas publicadas em periódicos brasileiros. *Turismo: Visão e Ação*, 24(1), 1-24.