

## GAMIFICAÇÃO E TURISMO: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA NA BASE DE DADOS SCOPUS

### INTRODUÇÃO:

Gamificação são atividades ou técnicas com características dos jogos aplicados em contextos que não são jogos (DETERDING *et al.*, 2011). Por sua vez, o turismo é o setor econômico que envolve a atividade de deslocamento de pessoas de um lugar para o outro (UNWTO, 2012). O turismo vem introduzindo a gamificação para mudar o comportamento do turista em direção à sustentabilidade e melhores resultados (YOO *et al.*, 2017). A gamificação do turismo pode contribuir para interações mais gratificantes e maior nível de satisfação, além de aumentar o reconhecimento da marca e a lealdade ao destino. Identifica elementos de *design* de jogos que podem contribuir para uma gamificação significativa (XU *et al.*, 2017). Desta forma, o objetivo do estudo foi investigar artigos científicos, periódicos e pesquisadores que relacionam aos temas gamificação e turismo.

### DESENVOLVIMENTO:

O método quantitativo abordou uma análise bibliométrica na base de dados Scopus com artigos científicos entre os anos de 2009 e 2019 (ARAÚJO, 2006). No mês de dezembro de 2019 foi realizada uma busca por meio dos termos “*gamification*” (gamificação) e “*tourism*” (turismo) na base de dados *Scopus*, com filtros por artigos científicos no idioma inglês, em todas as áreas de pesquisa. Foram encontrados no total 26 artigos em 19 periódicos com 78 autores referente ao período desde janeiro de 2009 até dezembro de 2019. Utilizaram-se apenas artigos científicos com estes termos descritos no título, resumo ou palavras-chave. As publicações começaram em 2015 e se intensificaram a partir de 2017 com destaque para pesquisadores europeus e asiáticos. *Sites* e aplicativos gamificados foram usados nos segmentos que compreendem o turismo. O periódico “Sustainability Switzerland”, foi o que obteve a maior quantidade de publicações de artigos na área com 4 artigos científicos. Os autores D. Buhalis, M. Sigala, J. Swacha, J. Weber e F. Xu foram os que participaram de mais artigos com 2 publicações cada. O artigo mais citado foi “Be a Superhost: The importance of badge systems for peer-to-peer rental accommodations” de Liang *et al.* (2017) com 66 citações. O foco deste estudo esteve no *design* da gamificação desenvolvida pelo site “Airbnb” para a avaliação das acomodações pelos hóspedes. O segundo artigo mais citado foi “Can we trace back hotel online reviews characteristics using gamification features?” de Moro *et al.* (2019) com 41 citações. Este artigo pesquisou como a plataforma de análise *on-line* de turismo e hospitalidade “TripAdvisor” está se aproveitando para atrair viajantes e motivá-los a contribuir com seu site. O estudo apresenta a eficácia com que o comportamento dos usuários está mudando por meio dos recursos de gamificação desta plataforma. Verificou-se que os turistas (clientes), profissionais do turismo e estudantes do turismo formam o público-alvo das pesquisas.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A bibliometria viabiliza perceber a relevância e as métricas das publicações em determinadas áreas de pesquisa. Nesse estudo foi usado apenas uma base de dados, o que limitou os resultados. Como possibilidade de estudos futuros pode-se considerar uma pesquisa empírica para um estudo de caso qualitativo ou um questionário voltado para um público de turistas.

### REFERÊNCIAS:

- ARAÚJO, C. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em questão**, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.
- DETERDING, S. *et al.* From game design elements to gamefulness: defining gamification. In: **Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments**. ACM, p. 9-15, 2011.
- UNWTO. **UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition**. 2012.
- XU, F.; BUHALIS, D.; WEBER, J. Serious games and the gamification of tourism. **Tourism Management**, v. 60, p. 244-256, 2017.
- YOO, C. *etal.* Factors affecting the adoption of gamified smart tourism applications: An integrative approach. **Sustainability**, v. 9, n. 12, p. 2162, 2017.