

Experiências Gamificadas no Ensino de Inovação e Turismo***Gamified Experiences in the Teaching of Innovation and Tourism***Lucas ANTOSZCZYSZYN¹Marcos Roberto PISARSKI JUNIOR²**Resumo**

O que acontece quando a inovação deixa de ser conteúdo e passa a ser experimentada em sala de aula? Durante a disciplina de Inovação e Turismo do Bacharelado em Turismo da Unicentro, estruturou-se uma virada metodológica que combinou bibliografia, dispositivos didáticos e aplicação de experiências gamificadas em sala ao longo do primeiro semestre de 2026. Os jogos serviram para a) discutir a inovação a partir de necessidades concretas; b) explorar as distinções entre descoberta, invenção e inovação; c) apoiar decisões estratégicas na gestão de destinos turísticos em cenários de crise; e d) conhecer tendências em meios de hospedagem. Os resultados evidenciam avanços na construção do pensamento sistêmico e na leitura crítica de problemas. Conclui-se enfatizando que essa iniciativa sinaliza possibilidades concretas para que metodologias ativas contribuam para ensinar inovação e para fazer da própria experiência educativa um exercício de aprender inovando e inovar aprendendo.

Palavras-chave: Ensino de Turismo. Inovação. Gamificação.

Abstract

What happens when innovation ceases to be merely theoretical and is instead put into practice in the classroom? As part of the 'Innovation and Tourism' module on Unicentro's Bachelor's degree in Tourism, a methodological shift was implemented during the first semester of 2026, combining literature review, teaching tools and the use of gamified activities in the classroom. The games served to: a) discuss innovation based on concrete needs; b) explore the distinctions between discovery, invention and innovation; c) support strategic decision-making in the management of tourist destinations in crisis scenarios; and d) identify trends in accommodation providers. The results demonstrate progress in the development of systems thinking and the critical analysis of problems. We conclude by emphasising that this initiative points to concrete possibilities for active methodologies to contribute to teaching innovation and to making the educational experience itself an exercise in learning through innovation and innovating through learning.

Keywords: Tourism Education. Innovation. Gamification.

¹ Doutorando em Educação (Unicentro). Professor do Departamento de Turismo da Unicentro. Bolsista Capes. E-mail: antoszczyszyn98@outlook.com

² Doutorando em Ciências para o Desenvolvimento, a Sustentabilidade e o Turismo pela Universidad de Guadalajara (UdeG, México). E-mail: marcos.pisarski@gmail.com

Introdução

Não poderíamos dar início neste escrito se não defendendo a importância das atividades práticas e da gamificação e de GBL (Game Based Learning) em sala de aula, tanto para a motivação e engajamento quanto para o processo de aprendizagem dos estudantes. Esse argumento não é em vão, é desenvolvido a partir das experiências empíricas em quatro momentos durante a disciplina de Inovação e Turismo, no bacharelado em Turismo da Unicentro. Esses quatro momentos envolveram jogos de alta replicabilidade e custo irrisório (apenas impressão de materiais e opcionalmente a plastificação), não envolveram materiais e métodos tecnológicos utópicos, apurados e inacessíveis, tiveram como objetivo central demonstrar de maneira lúdica e interativa conceitos relacionados à inovação no setor turístico, o que aproxima teoria e prática, mas mais do que isso: faz a inovação ser alvo de interação, de diálogo, portanto, faz a inovação ser sentida.

O objetivo geral do estudo consiste em apresentar as etapas de execução das atividades pedagógicas. Como objetivos específicos, busca-se estimular a utilização da gamificação e de GBL como estratégia didática em sala de aula; e contribuir na discussão sobre aprendizagem ativa em Turismo, integrando conteúdo acadêmico e prática educativa. Para atingir esse objetivo, os tópicos subsequentes envolvem a problemática e a relevância, as metodologias GBL e Gamificação, para por fim apresentar os resultados dessas práticas.

É consenso entre docentes que na contemporaneidade o cotidiano de estudantes dos diferentes níveis de ensino é cada vez mais inundado por experiências virtuais intensificadas por algoritmos e os efeitos práticos dessas interações diárias podem incluir o desinteresse e a desatenção constante. Envolvê-los em situações de aprendizagem efetiva não parece ser possível pelo que os modelos de ensino tradicional adotam, com foco em aulas expositivas, memorização, repetição e avaliações padronizadas. Diante dessas preocupações, nos destaca Bottentuit Junior (2020) que outros modelos estão paulatinamente adentrando nas relações formais de ensino-aprendizagem: “aprendizagem baseada em projetos, sala de aula invertida, aprendizagem por pares, métodos do caso, rotação por estação, aprendizagem baseada em jogos, gamificação, entre outros” (p. 286).

A experiência aqui relatada buscou reconhecer esse cenário e responder a uma demanda educacional, uma necessidade prática e teórica, uma vez que os processos de

ensino-aprendizagem se encontram envoltos nos desafios da contemporaneidade. Portanto, a relevância da experiência relatada encontra-se na replicação para outros cenários, outros temas e outros níveis de ensino no bojo do Turismo.

Gamificação em educação: fundamentos teórico-metodológicos

Bottentuit Junior (2020) discorre a respeito das mudanças e adaptações técnicas que envolvem o ensinar e o aprender nas últimas décadas. O autor explica que, com o surgimento das novas gerações, sobretudo as nativas digitais, houveram mudanças significativas em relação ao comportamento diante de informações, e a relação entre a informação e o tempo foi adquirindo disparidades. Se em outras gerações, a aquisição de informação era comum diante de segmentos mais longos, como aulas expositivas, com longas explicações, as novas gerações anseiam por alternativas mais ativas.

Essa dinâmica poderia ser justificada por fatores internos, como modernização dos ambientes escolares, a adoção de TDIC (Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação), mas também por fatores externos. O cotidiano de estudantes dos níveis básicos de ensino é cada vez mais inundado por experiências virtuais intensificadas por algoritmos e os efeitos práticos dessas interações diárias podem incluir o desinteresse e a desatenção constante. Envolvê-los em situações de aprendizagem efetiva não parece ser possível pelo que os modelos de ensino tradicional adotam, com foco em aulas expositivas, memorização, repetição e avaliações padronizadas.

Diante dessas preocupações, nos destaca Bottentuit Junior (2020) que outros modelos estão paulatinamente adentrando nas relações formais de ensino-aprendizagem: “aprendizagem baseada em projetos, sala de aula invertida, aprendizagem por pares, métodos do caso, rotação por estação, aprendizagem baseada em jogos, gamificação, entre outros” (p. 286).

Entre os modelos de aprendizagem interativa que vem adentrando no ensino prático e nos estudos educacionais (Bottentuit Junior, 2020; Silva, 2023; Santos, 2017) está o da gamificação. Como o próprio nome sugere, não surge do campo da educação em si, mas da apropriação de características presentes em formas de entretenimento e recreação: os jogos.

Rezende e Mesquita (2017, p.1) nos dão a entender que “a gamificação consiste no uso de elementos, estratégias e pensamentos dos jogos fora do contexto de um game,

um exemplo é o crescente interesse na sua utilização em processos de capacitação, qualificação e treinamentos”. Ou seja, o processo de educação ocorre com o engajamento dos educandos por meio de técnicas e estruturas extraídas de jogos, digitais ou não, como o percurso, a pontuação, rankings, emblemas, realidade aumentada, narrativas e *feedback* imediato.

Essas práticas e materiais gamificados não se limitam ao ambiente escolar. Como evidenciam Sharma e Sharma (2023), muito antes do termo ter sido utilizado pela primeira vez por Nick Pelling em 2002, essas práticas já eram aplicadas no cotidiano e em várias áreas para fins de motivação e educação. Os autores esboçam uma cronologia que é iniciada em 1908, com o emprego de distintivos a escoteiros que adquiriam habilidades e finalizada em 2022, com o uso da gamificação por meio de realidade virtual em diferentes setores, como educação e saúde.

No entanto, como nos sinaliza Bottentuit Junior (2020), existem diferenças entre gamificar em contextos educativos e utilizar jogos nesses mesmos contextos, uma vez que gamificar em contextos educativos tem como base atingir objetivos específicos, por meio do estímulo do jogo, e conduzir os participantes aos comportamentos esperados (problematizar, despertar curiosidade, aprender). Utilizar jogos reais, completos e projetados educativamente para ensinar conteúdos ou habilidades específicas, onde o aluno aprende jogando, se aproxima mais de uma abordagem GBL (*Game Based Learning*, ou seja, aprendizagem baseada em jogos), quando se inclui essas formas de recreação e entretenimento como recurso didático.

Quanto às concepções pedagógicas que fundamentam a epistemologia da apropriação de estratégias gamificadas, Oliveira e Pimentel (2020, p.248) destacam “a) sociointeracionismo; b) construtivismo; c) teoria das inteligências múltiplas; d) teoria da invenção do cotidiano; e) prática social de letramento; f) análise comportamental; g) *Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*.” e aplicam o posicionamento de Kapp, Blair e Mesch (2014, *apud* Oliveira e Pimentel, 2020) na análise de gamificação na educação, podendo esta ser estrutural (cuja qual aplica elementos de jogos a conteúdos prévios) ou de conteúdo (cuja qual o conteúdo é previamente centrado, em sua dinâmica e informação, no uso dos jogos). Os aspectos psicológicos da gamificação em contextos educacionais, sugere Botentuit Junior (2020, p. 290), diferenciam-se dos seus aspectos de ludicidade e

ajudam a explicar o sucesso dessa metodologia quando se pretende atingir os resultados esperados, como a associação aos aspectos da motivação, os estilos de aprendizagem dos participantes, o processo de recompensa (muito estudado por Skinner), a interação entre os sujeitos (construtivismo Social e ZDP de Vygotsky) e o construtivismo de Jean Piaget.

Também podemos destacar os aspectos estruturais da gamificação, elaborados por Hunicke, Leblanc e Zubek (2004), Werbach e Hunter (2012), Schell (2015) e apresentados por Garcia (2023), que nos auxiliam a compreensão sobre como cada aspecto estrutural pode nos direcionar para um determinado objetivo no processo de interação, gestão da atenção e educação.

Com o modelo MDA (Mechanics, Dynamics, Aesthetics), proposto por Hunicke, Leblanc e Zubek (2004), é possível se apropriar quando o objetivo operacional da dinâmica é o despertar da empatia, por meio da estética (o que o aprendiz vislumbra) e da mecânica (o planejamento dessa experiência)³. Ao desenhar a experiência, pode-se utilizar as Mecânicas para forçar a agilidade, o silêncio, ou a lentidão. Embora a mecânica de um jogo comum seja a velocidade, poderia também ser uma pausa obrigatória. A Dinâmica que surge não é a competição, mas a investigação reflexiva, portanto, um sistema que impede o consumo rápido e voraz, transformando a informação em experiência sentida.

Já a Pirâmide de Werbach e Hunter (2012), que organiza os elementos da gamificação em uma hierarquia de três níveis (do abstrato ao concreto), é especialmente útil quando o objetivo da ação educativa é estimular ao aprendiz uma contemplação complexa de determinados conteúdos, integrada e que parta dos componentes (ferramentas disponibilizadas aos aprendizes), para o engajamento com as peças e, por fim, atinja plenamente o corpo da narrativa abstrata, estando apto ao debate⁴.

³ Nesse modelo, as Mecânicas são as regras e componentes básicos do sistema (o código ou as instruções); as Dinâmicas descrevem o comportamento dessas mecânicas em tempo real quando o usuário interage com elas; e a Estética refere-se às respostas emocionais evocadas no jogador, como curiosidade, descoberta ou desafio. O diferencial desse modelo é a percepção de que, enquanto o criador foca nas mecânicas, o usuário final sempre começa sua experiência pela estética (pelo sentir). Ver: Garcia (2023).

⁴ No topo da pirâmide estão as Dinâmicas, que são os aspectos macro da experiência (narrativa, progressão, restrições); no meio, as Mecânicas, que são os processos que impulsionam a ação e o engajamento (competição, cooperação, feedback); e na base, os Componentes, que são as instâncias específicas e visíveis, como pontos, medalhas (badges), níveis e rankings. Essa estrutura ajuda a evitar o erro comum de “pontuar por pontuar”, garantindo que cada selo ou ponto esteja a serviço de um objetivo maior. Ver: Garcia (2023).

Finalmente, a Tétrade Elementar de Jesse Schell⁵ (2015), propõe que as mecânicas, a estética, a narrativa e a tecnologia devem formar, juntas, um equilíbrio para que a experiência de gamificação. Diferente de outros modelos, Schell dá um peso igual à tecnologia e à narrativa, defendendo que a mudança em um desses elementos altera inevitavelmente todos os outros.

Todos esses modelos são particularmente aplicáveis em ambientes escolarizados porque podem possibilitar a transição de exposição passiva de conteúdo para a curadoria participativa, permitindo assim uma extensão da mediação docente para a experiência gamificada e podendo combater o desinteresse e a desatenção. Como veremos na sequência, aplicamos suas mecânicas na prática e refletimos sobre a efetividade.

Metodologia

A metodologia sobressalente é o planejamento e a aplicação da gamificação e do GBL (*Game Based Learning*) em contexto de sala de aula, durante a disciplina de Inovação e Turismo, ofertada no Bacharelado em Turismo da Unicentro, para o 3º semestre. Para tanto, os passos foram:

- a) Consulta bibliográfica sobre Gamificação e GBL nas bases de dados Scopus, Web of Science, Scielo Brasil, Portal de Periódicos da Capes, Google Scholar, Catálogo de Teses e Dissertações da Capes e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD);
- b) Consulta bibliográfica sobre os temas da disciplina, na biblioteca da Universidade;
- c) Elaboração de jogos e estratégias gamificadas com os softwares *Canva* e *Google Docs*;
- d) Aplicação em sala de aula com caráter avaliativo sobre os temas abordados.

O desenvolvimento metodológico desta sequência didática elaborada e executada durante o primeiro semestre de 2026, na Universidade Estadual do Centro-Oeste, é parte da disciplina de Inovação e Turismo, que apresenta em seu ementário (PROEN, 2020):

⁵ Para os autores, um jogo é composto por quatro elementos interdependentes que devem estar em equilíbrio para que a experiência atinja seu objetivo. São eles: Mecânicas (regras e procedimentos), Estética (o visual, o som e a sensação tátil), Narrativa (a sequência de eventos e o enredo) e Tecnologia (o suporte físico ou digital que permite que o jogo aconteça). Ver: Garcia (2023).

Conceito de inovação e como é acionado no turismo. Tipos de inovação e seus usos turísticos. Evolução conceitual e teórica da inovação. Estratégias de inovação aplicadas ao turismo. Inovação e competitividade no setor turístico. A inovação na atividade turística; características e especificidades. Criatividade, aprendizado e criação de valor no turismo. Indicadores de inovação. Planejamento e gestão do processo de inovação. Inovação aberta. Desenvolvimento da capacidade inovadora no ambiente turístico.

Consoante à ementa, os aspectos teóricos, organizacionais e pragmáticos da Inovação no seu uso turístico devem ser contemplados durante a disciplina, que ocasionalmente também reflete sobre as tendências de inovação no Brasil e no mundo. Na primeira etapa da disciplina, optou-se por trabalhar com os aspectos teóricos e gerais da Inovação, para posteriormente adentrar ao contexto do turismo, à parte final. Previamente à execução das aulas, foi planejada uma sequência didática que dá conta de incluir metodologias gamificadas e de GBL (Game Based Learning) em quatro discussões caras à disciplina, sendo a) aspectos gerais da inovação; Inovação diante da identificação de necessidades; Diferenças entre os conceitos de inovação, descoberta e invenção; e b) inovação acionada no turismo; Inovação incremental e radical; Tendências na inovação em turismo.

Quanto às características experienciais que respondem às tecnologias sociais, destacam-se a replicabilidade, uma vez que os jogos podem ser reutilizados tanto no mesmo contexto em períodos diferentes (pois agora integram o Laboratório de Turismo na Universidade) quanto em contextos diferentes, com tópicos diferentes. O baixo custo também demonstra a viabilidade dessa experiência, que utiliza basicamente o computador conectado à internet para o planejamento, impressora, lousa, projetor, carteiras e demais elementos de sala de aula, o que consequentemente demonstra também a capacidade de autogestão, sem grandes parcerias e de autonomia.

Resultados

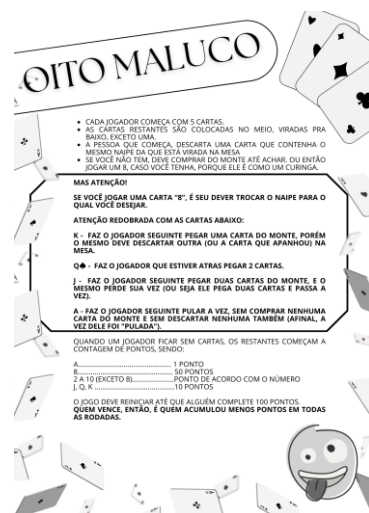
A seguir, evidenciamos os materiais produzidos e utilizados em sala de aula:

Inovação diante da identificação de necessidades: O Oito Maluco e o UNO

A primeira parte da sequência didática consistiu na disposição dos estudantes em uma mesa redonda, onde anunciou-se que eles jogariam o “Oito Maluco” (*Crazy Eights*),

desenvolvido popularmente no século XX e difundido nos Estados Unidos. Os estudantes receberam uma cartilha contendo todas as instruções necessárias para o desenvolvimento da atividade.

Figura 1: Cartilha de instruções do Oito Maluco utilizada em sala de aula.



Fonte: elaborado pelos autores

A jogabilidade do “Oito Maluco”, que consiste na compra e no descarte de cartas cujo valor está no número e no naipe, foi utilizada para demonstrar a importância da inovação diante da identificação de necessidades. Ao longo do jogo, que é entediante e monótono, os estudantes identificaram necessidades: perceberam na prática como a jogabilidade deveria ser adaptada para as circunstâncias atuais, tendo a possibilidade de parecer mais dinâmica, mais mecânica, ganhar mais atratividade, e reduzir o tempo de partida. Ao refletirem sobre esses conceitos, foi lhes apresentado um recorte⁶ do programa “Brinquedos que mudaram o Mundo”, da emissora *History Channel*, que relata a trajetória do jogo Uno (amplamente conhecido, comercializado pela Mattel e distribuído no Brasil pela Copag), como adaptação do Oito Maluco. Posteriormente, houve uma roda de conversa pela qual todos os estudantes demonstraram como o segundo jogo parece inovador ao incorporar elementos do primeiro e responder às mesmas necessidades⁷ que

⁶ HISTORY BRASIL. A ideia brilhante e simples de “Uno”. BRINQUEDOS QUE MUDARAM O MUNDO. YouTube, 2024. 1 vídeo (4 min 37 s). Publicado pelo canal Canal History Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zRAkeoqQsq>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2026.

⁷ Nos termos de Schreher (2009), a necessidade percebida nos processos de criatividade, advém da interpretação e da experiência.

eles sentiram enquanto estavam envolvidos na partida. Essa prática contribuiu para o desenrolar da introdução da disciplina e ocupou 25 minutos.

Diferenças entre os conceitos de inovação, descoberta e invenção: O Timeline

Ainda na etapa conceitual da disciplina, os estudantes deveriam aprender as diferenças entre inovação, descoberta e invenção. A partir dessas diferenças, delimitar exemplos para cada categoria. Conforme verificado, além de não haver conhecimento prévio sobre esse tópico na turma, para os estudantes, esses conceitos pareciam sinônimos. Aplicou-se, na sequência, uma adaptação do jogo *Timeline*, desenvolvido por Frédéric Henry, editado pelo grupo *Asmodee* e distribuído no Brasil pela Galápagos.

O jogo é focado na mecânica de gerenciamento de mão, dedução e ordenação cronológica, consistindo na alocação de cartas baseada em tempo (cronologia). Os jogadores devem inserir eventos históricos na ordem correta (antes ou depois) de uma linha do tempo central. O objetivo é ser o primeiro jogador a se livrar de todas as suas cartas, posicionando-as corretamente na sequência cronológica, no entanto, a dificuldade aumenta com o progresso do jogo, pois a linha do tempo se expande, tornando a precisão entre os eventos mais desafiadora.

Figuras 2 e 3: *Timeline* (Asmodee) e adaptação para a disciplina



Fontes: Figura 2: Ludopedia⁸; Figura 3: elaborado pelos autores.

Diferentemente do jogo original, segmentado em edições como “Inovações” e “Eventos Históricos”, o jogo desenvolvido para a disciplina conta com cartas que representam descobertas, inovações e invenções. Após o término da linha do tempo, os estudantes

⁸ Disponível em: <https://ludopedia.com.br/jogo/timeline-classic>. Acesso em: 03/2026

ficaram incumbidos de classificar quais cartas representavam cada categoria, o que gerou um debate acalorado sobre as diferenças desses três conceitos.

Posteriormente, com a correção e a explicação teórica, os estudantes dispuseram a linha do tempo em um mural para exposição, desta vez com cada carta classificada em cada uma das três categorias. A execução dessa atividade ocupou 40 minutos.

Inovação incremental e radical: Inovar ou Ceder

Inicialmente chamado de Jogo da Inovação, esse jogo tem mecânica inspirada no *Monopoly Deal*, da Hasbro. Posteriormente, adotou-se o nome “Inovar ou Ceder”, que remete precisamente no objetivo do jogo: inovar é preciso, porém, essa decisão deve ser acompanhada de posicionamentos responsáveis.

Figuras 4 e 5: Inovar ou Ceder



Fonte: elaborado pelos autores

O jogo Inovar ou Ceder consiste em um *serious game* de simulação sistêmica voltado ao ensino de inovação em destinos turísticos. Nele, cada participante assume o papel de gestor de um destino e precisa administrar três dimensões interdependentes: atratividade, receita e sustentabilidade. O objetivo central é conduzir o destino ao equilíbrio em contextos de instabilidade, evitando o declínio e buscando o rejuvenescimento. A proposta didática parte do princípio de que a inovação no turismo não pode ser compreendida apenas de forma conceitual, exigindo a vivência de situações que envolvem risco, incerteza e múltiplos interesses em tensão.

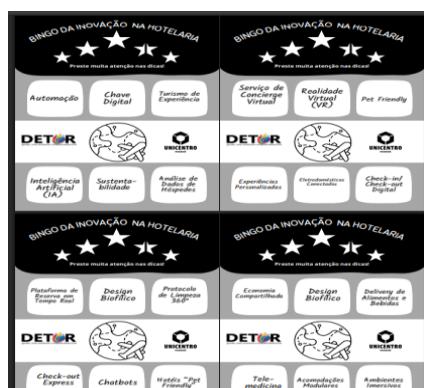
A mecânica do jogo é estruturada por rodadas em que crises são apresentadas simultaneamente a todos os participantes, afetando seus destinos de maneira sistêmica. A partir dessas crises, os jogadores precisam tomar decisões estratégicas por meio de roleta e cartas que envolvem inovações incrementais (de baixo risco e impacto limitado) e inovações radicais (de alto risco e potencial transformador), além de eventos de sorte e dilemas decisórios. As escolhas implicam ganhos e perdas nos três indicadores (atratividade, sustentabilidade e receita), frequentemente exigindo *trade-offs* entre crescimento econômico, atratividade turística e sustentabilidade. Dessa forma, o jogo se fundamenta no ciclo de vida dos destinos, que evidencia fases de crescimento, estagnação e declínio (Butler, 1980), e nas discussões sobre inovação incremental e radical, ao simular momentos em que a manutenção do modelo vigente já não é suficiente.

Como resultado, a experiência permitiu aos estudantes compreenderem a inovação como um processo situado, marcado por decisões complexas em cenários de crise. Ao longo da dinâmica, observou-se o desenvolvimento do pensamento sistêmico, da argumentação estratégica e da capacidade de lidar com incertezas, uma vez que nem todas as decisões produzem resultados previsíveis. Os participantes tenderam a perceber que soluções incrementais podem sustentar o sistema no curto prazo, mas que, em determinados contextos, apenas mudanças mais profundas possibilitam o reposicionamento do destino. Desta forma, ocupando 50 minutos, o jogo contribuiu para a internalização de conceitos-chave da disciplina.

Tendências na inovação em turismo: Bingo da Inovação nos meios de hospedagem

Na primeira etapa da execução, houve uma retomada sobre a inovação nos meios de hospedagem, com base em Sacramento e Teixeira (2019). A segunda etapa da atividade consistiu na prática lúdica de um bingo, denominado “Bingo da Inovação na Hotelaria”. A dinâmica do bingo deu-se da seguinte forma: os estudantes receberam cartelas com conceitos balizados durante a disciplina, como sustentabilidade, chave digital, desinfecção UV, hospedagem *pet friendly* etc; considerados ora como práticas inovadoras nos serviços, ora inovações tecnológicas, ora soluções na gestão de empreendimentos de hospedagem. No total, foram elaborados previamente 32 conceitos, distribuídos em 10 cartelas com 6 conceitos em cada uma. As figuras 6 e 7 demonstram 4 cartelas para exemplificarmos, bem como algumas dicas:

Figuras 6 e 7: Cartelas e Dicas



1. Automação Dica: "Tecnologia que substitui o toque humano para agilizar o serviço, como o check-in sem fila."	2. Check-in/Check-out Digital Dica: "Evite filas! Faça o seu processo de entrada e saída sem precisar de um balcão."	3. Internet das Coisas (IoT) Dica: "Conectar objetos do seu quarto para melhorar o conforto e a conveniência, como ajustar a temperatura do ar-condicionado pelo celular."	4. Sustentabilidade Dica: "Práticas ecológicas que buscam reduzir o impacto ambiental, como reduzir o desperdício de energia e água."
5. Hospedagem Inteligente Dica: "Hospedagem que usa tecnologia para personalizar a experiência do hóspede, desde a luz até o controle da TV."	6. Realidade Virtual (VR) Dica: "Ferramenta que permite explorar destinos e hotéis antes de fazer a reserva."	7. Inteligência Artificial (IA) Dica: "Tecnologia que aprende com as preferências dos hóspedes e pode até sugerir atividades com base no seu histórico."	8. Chave Digital Dica: "Esqueça a chave física, abra a porta do seu quarto com o seu celular."

Fonte: elaborado pelos autores

Diferente do bingo habitual, no qual profere-se um número e o/a participante sinaliza a presença desse número na sua cartela, no Bingo da Inovação na Hotelaria, as dicas (Figura 7) eram colocadas em evidência e cabia aos participantes refletirem sobre qual conceito encaixaria com essas dicas. Ao sortearem uma dica, os oradores do bingo desdobravam um dos 32 bilhetes recortados e dobrados previamente (Figura 7), e enunciaram apenas essa dica, sem o conceito. Essa ação promoveu, a cada rodada, um debate instantâneo na sala de aula contendo especulações sobre qual seria o conceito, presente nas cartelas (Figura 6), que mais se encaixaria com essa dica. Após algumas rodadas, ocorreu a premiação para a pessoa que primeiro preencheu a cartela.

Considerações finais

Em termos de inovação, concordamos com a bibliografia especializada apresentada até aqui (Bottentuit Junior, 2020; Silva et al, 2023; Oliveira e Pimentel, 2020) que a gamificação na aplicabilidade das esferas teóricas possui potencial de inovação porque é um atalho pedagógico e rompe com o modelo de ensino tradicional. Na prática, o caráter inovador reside na apropriação de elementos, estratégias e pensamentos dos jogos elaborados, com fins de ensino de Turismo. Concluímos reforçando que a utilização de elementos lúdicos e interativos promove o engajamento e a internalização de

conceitos-chave, o que contribui para a democratização da teoria acadêmica em tempos de desafios no setor educacional turístico.

Avaliamos o impacto das atividades aqui descritas por meio da motivação, do engajamento, mas principalmente do resultado positivo concretizado durante as rodas de conversa, onde demonstrou-se domínio do conteúdo por parte dos estudantes, sobretudo quando foram levados a pensar em suas capacidades de lidar com incertezas em cenários de crise, durante o jogo “Inovar ou Ceder?”. No campo do Turismo e áreas afins, como a Hotelaria e a Administração, as principais aplicações dos materiais didáticos aqui disponibilizados incluem o ensino de gestão de destinos turísticos por meio das simulações sistêmicas, da fixação de tendências tecnológicas em meios de hospedagem e também da compreensão prática de conceitos como inovação incremental e radical.

Nos apraz relembrar que a experiência possui alta replicabilidade e custo irrisório (apenas impressão de materiais e opcionalmente a plastificação), não envolve materiais e métodos tecnológicos utópicos, apurados e inacessíveis. Os jogos são replicáveis em diferentes temas, níveis de ensino e até em processos de capacitação e treinamentos profissionais fora do contexto acadêmico, por isso, ficam disponíveis gratuitamente no Laboratório de Turismo da Unicentro.

Referências

BESSANT, Jonh; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 512 p. ISBN 978-85-7780-481-8

BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. Gamificação na Educação: revisão sistemática de estudos empíricos disponíveis na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. **Revista Temática**. Ano XVI, n 03, março/2020. Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/index>, acesso em 12/2025.

BUTLER, R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. **Canadian Geographer** 24:5-12, 1980.

FADEL, Luciane Maria; ULBRICHT, Vania Ribas; BATISTA, Claudia Regina; VANZIN, Tarcísio (Org.). **Gamificação na educação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. 300 p.

REZENDE, Bruno Amarante Couto; MESQUITA, Vânia dos Santos. O uso de gamificação no ensino: uma revisão sistemática da literatura. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL (SBGAMES), 16., 2017, Curitiba. Anais [...] Curitiba: SBC, 2017. **Proceedings of SBGames 2017**. ISSN 2179-2259. Cultura Track - Short Papers.

SACRAMENTO, P. M.; TEIXEIRA, R. M. Inovação e aprendizagem de empreendedores no setor de turismo: análise comparativa de casos de empresas de pequeno e médio porte na cidade de Aracaju-Sergipe. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, p. 121-139, 2019.

SHARMA, Deepak; SHARMA, Jitendra. Evolution of gamification, its implications, and its statistical impact on the society. **ShodhKosh Journal of Visual and Performing Arts**, v. 4, 2023, p. 8–20. DOI: 10.29121/shodhkosh.v4.i2SE.2023.456.

SCHERER, Felipe Ost. **Gestão da inovação na prática**: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação. São Paulo: Atlas, 2009

UNICENTRO. Pró-Reitoria de Ensino. **Ementas do Bacharelado em Turismo**. 2020. Disponível em: <https://www3.unicentro.br/proen/wp-content/uploads/sites/41/2025/03/TURISMO-2020.pdf>. Acesso em: fevereiro de 2026.