GAMIFICAÇÃO E REDES SOCIAIS NA PROMOÇÃO DA SAÚDE: INFLUÊNCIAS PSICOSSOCIAIS E COMPORTAMENTAIS DOS DESAFIOS DE BEM-ESTAR – REVISÃO DE LITERATURA

Autores: Letícia de Oliveria Cotosck Vieira, Kely Fátima Andrade Mendonça

Universidade do Vale do Paraíba/Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento, Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova - 12244-000 - São José dos Campos-SP, Brasil, let.cotosck@gmail.com, kely.andrade@univap.br

Resumo

A gamificação tem sido utilizada como estratégia digital para estimular comportamentos relacionados à saúde, especialmente por meio de desafios, metas, feedback e interação social. Este estudo teve como objetivo analisar as evidências sobre a utilização da gamificação associada às redes sociais na promoção da saúde, com ênfase em seus efeitos psicossociais e comportamentais. Foi realizada uma revisão de literatura nas bases PubMed, Scopus, Web of Science e SciELO, sendo selecionados sete artigos originais após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão. Os estudos demonstraram resultados favoráveis principalmente no engajamento, automonitoramento e atividade física, além de efeitos sobre motivação, intenção, controle comportamental, competição e interação social. Entretanto, alguns estudos não observaram mudanças objetivas sustentadas após o período de intervenção, indicando que maior engajamento não implica necessariamente mudança comportamental duradoura. Conclui-se que a gamificação associada às redes sociais apresenta potencial como estratégia complementar de promoção da saúde, mas sua efetividade depende da adequada combinação de elementos de gamificação e mecanismos sociais, sendo necessários estudos com acompanhamento de longo prazo.

Palavras-chave: Gamificação; Mídias sociais; Comportamentos Relacionados com a Saúde; exercício físico; Promoção da Saúde.

Área do Conhecimento: Nutrição

Introdução

A promoção de comportamentos relacionados à saúde constitui um importante desafio, especialmente diante da dificuldade de adoção e manutenção de hábitos saudáveis. A prática regular de atividade física está associada à redução do risco de doenças crônicas e a benefícios para a saúde mental e a qualidade de vida, porém a mudança comportamental é influenciada por fatores individuais, sociais e ambientais, incluindo capacidade, oportunidade e motivação (Michie; Van Stralen; West, 2011). Nesse contexto, as tecnologias digitais têm ampliado as possibilidades de promoção da saúde, permitindo o monitoramento de comportamentos e a utilização de estratégias voltadas ao estímulo da participação e da adesão.

Entre essas estratégias, destaca-se a gamificação, definida como a utilização de elementos de design de jogos em contextos que não são propriamente jogos (Deterding *et al*., 2011). Em intervenções de saúde, recursos como desafios, metas, pontos, recompensas, feedback e rankings podem favorecer o envolvimento dos usuários e estimular comportamentos relacionados à saúde. Esses recursos também podem atuar sobre mecanismos motivacionais e sociais, especialmente quando associados à autonomia, percepção de competência, suporte, colaboração e interação entre participantes (Ryan; Deci, 2000; Johnson *et al.*, 2016). A utilização desses elementos em redes sociais amplia ainda mais essas possibilidades ao incorporar mecanismos de comparação social e competição, embora os efeitos sobre a mudança comportamental possam variar conforme o contexto e a forma de aplicação da gamificação (Hamari; Koivisto; Sarsa, 2014; Krath; Schürmann; Von Korflesch, 2021).

Diante da crescente utilização de estratégias gamificadas e sociais na promoção de comportamentos relacionados à saúde, torna-se relevante compreender não apenas seus efeitos comportamentais, mas também os mecanismos psicossociais associados à participação nesses ambientes. Aspectos como motivação, engajamento, suporte social, competição, comparação social e

colaboração podem influenciar a forma como os indivíduos respondem aos desafios de bem-estar. Assim, o presente estudo teve como objetivo analisar, por meio de uma revisão de literatura, as evidências sobre a utilização da gamificação associada às redes sociais na promoção da saúde, com ênfase nas influências psicossociais e comportamentais dos desafios de bem-estar.

Metodologia

Foi realizada uma revisão de literatura sobre o uso da gamificação e das redes sociais na promoção da saúde, com artigos publicados entre 2016 e 2026. A busca foi realizada nas bases PubMed, Scopus, Web of Science e SciELO, utilizando os termos gamification, health, social media, physical activity e well-being, combinados pelos operadores AND e OR,

Foram incluídos artigos originais, publicados em português ou inglês, que abordassem o uso de estratégias de gamificação relacionadas à saúde e apresentassem algum componente social, como competição, colaboração, suporte ou interação entre participantes. Foram excluídas revisões de literatura, estudos teóricos, protocolos e trabalhos que não estivessem relacionados ao tema.

Resultados

Foram encontrados seis artigos que demonstraram resultados favoráveis da gamificação associada às redes sociais na promoção de comportamentos relacionados à saúde, principalmente no aumento da atividade física, no engajamento e no automonitoramento. Também foram observadas influências sobre aspectos psicossociais, como motivação, intenção, suporte social, competição e comparação social. Entretanto, alguns estudos apresentaram resultados limitados quanto à manutenção dos efeitos em longo prazo, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Artigos encontrados na revisão.

Autor/Ano	Metodologia / Amostra	Componente de gamificação	Principais resultados
Ryan, Edney & Maher (2017)	Estudo de intervenção com 51 participantes, acompanhados por 50 dias, em uma plataforma de atividade física com rede social.	Metas, feedback, desafios, progresso e elementos de interação social.	Houve boa adesão e retenção, porém o engajamento diminuiu progressivamente ao longo da intervenção. O uso dos recursos gamificados variou conforme características dos participantes.
Mo *et al*. (2019)	Estudo controlado com 52 estudantes universitários, durante 7 semanas, utilizando o WeChat.	Gamificação associada a incentivos sociais, metas, monitoramento, interação e recompensas.	A intervenção aumentou normas subjetivas, controle comportamental percebido, intenção e atividade física moderada e vigorosa, indicando influência sobre fatores cognitivo-sociais relacionados ao comportamento.
Patel *et al.* (2019) – STEP UP	Ensaio clínico randomizado, 602 adultos com IMC ≥25 kg/m², 24 semanas de intervenção + 12 de acompanhamento.	Pontos, níveis e metas de passos combinados com suporte, colaboração ou competição.	Todos os grupos gamificados aumentaram os passos. A competição apresentou o maior efeito (+920 passos/dia durante a intervenção) e foi a única estratégia com efeito significativo mantido no acompanhamento (+569 passos/dia).

Edney *et al.* (2020)	Cluster RCT, com 444 adultos, distribuídos em 121 equipes; intervenção de 100 dias.	Rede social, equipes, metas, desafios, feedback, automonitoramento e competição.	Houve alto engajamento, mas não houve diferença significativa na atividade física objetiva. A atividade física autorreferida foi maior posteriormente, mostrando que engajamento não necessariamente resulta em mudança objetiva sustentada.
Maher *et al.* (2022)	Análise de dados de 289 adultos de um RCT; comparação entre aplicativo gamificado e não gamificado, com acompanhamento de 9 meses.	Leaderboard, status, presentes/recompensas e comparação social.	O aplicativo gamificado apresentou maior tempo de uso (113 vs. 81 dias). O leaderboard foi o recurso mais utilizado. Maior utilização dos elementos gamificados esteve associada a maior mudança na atividade física.
Monroe *et al.* (2023)	Cluster RCT piloto, com 116 adultos, organizados em 24 equipes, com intervenção de 12 semanas e acompanhamento até 52 semanas.	Competição entre equipes, leaderboard, desafios, metas, feedback e Fitbit.	A gamificação aumentou o automonitoramento durante a intervenção. Entretanto, não houve diferença significativa sustentada em atividade física objetiva ou suporte social no longo prazo.

Fonte: elaborado pelo autor.

Discussão

Os estudos analisados indicam que a gamificação associada às redes sociais pode contribuir para a promoção de comportamentos relacionados à saúde, especialmente por meio do aumento do engajamento, do automonitoramento e da atividade física. Mo *et al.* (2019) identificaram mudanças na atividade física e em fatores cognitivo-sociais, como intenção, normas subjetivas e controle comportamental percebido, sugerindo que a gamificação pode atuar não apenas sobre o comportamento diretamente, mas também sobre mecanismos relacionados à sua adoção. Entretanto, os efeitos observados devem ser interpretados com cautela, uma vez que evidências recentes apontam benefícios positivos, porém de pequena magnitude, das intervenções digitais gamificadas sobre a atividade física (Nishi *et al*., 2024).

A dimensão social parece ser um dos elementos mais relevantes dessa relação. A utilização de competição, interação, colaboração e comparação entre participantes transforma o acompanhamento individual em uma experiência compartilhada. No estudo de Patel *et al.* (2019), a estratégia baseada em competição apresentou o maior efeito sobre os passos e foi a única que manteve diferença significativa durante o acompanhamento. Esse resultado sugere que mecanismos sociais podem ampliar os efeitos das intervenções gamificadas. Contudo, a comparação social não deve ser compreendida exclusivamente como um recurso positivo. Em ambientes digitais, rankings e métricas de desempenho tornam o comportamento constantemente visível e comparável, o que pode favorecer o engajamento, mas também produzir experiências distintas entre os usuários. Dessa forma, a efetividade de estratégias competitivas depende de como esses mecanismos são estruturados e recebidos pelos participantes.

Um dos principais achados desta revisão é a diferença entre engajamento e mudança comportamental. Ryan, Edney e Maher (2017) observaram redução progressiva do engajamento ao longo da intervenção, enquanto Edney *et al*. (2020) encontraram alto envolvimento com a plataforma

sem diferença significativa na atividade física objetiva. De forma semelhante, Monroe *et al*. (2023) identificaram aumento do automonitoramento durante a intervenção, mas não observaram efeito sustentado sobre a atividade física objetiva no acompanhamento. Esses resultados indicam que métricas de utilização da tecnologia, embora importantes para avaliar a adesão, não devem ser utilizadas isoladamente como evidência de efetividade. O desafio central das intervenções gamificadas parece estar menos em estimular a participação inicial e mais em transformar esse envolvimento em mudanças comportamentais que permaneçam após a redução dos estímulos da intervenção.

Nesse sentido, a gamificação não deve ser compreendida como um recurso homogêneo. Diferentes elementos podem produzir respostas distintas, e seu efeito depende da interação entre as características da intervenção e dos usuários. Maher *et al*. (2022) observaram maior utilização do aplicativo gamificado e destacaram o *leaderboard* como um dos recursos mais utilizados, enquanto Patel *et al*. (2019) encontraram resultados particularmente favoráveis à competição. Esses achados reforçam a necessidade de evitar a ideia de que simplesmente adicionar elementos de jogos a uma intervenção digital produzirá melhores resultados. A gamificação parece ser mais relevante quando seus componentes estão articulados a mecanismos de mudança comportamental e aos objetivos específicos da intervenção (Johnson *et al.*, 2016).

No campo da Nutrição, a gamificação também apresenta potencial para estimular comportamentos alimentares relacionados à saúde, por meio de desafios, metas, recompensas e monitoramento de hábitos. Entretanto, a aplicação desses recursos deve ser realizada com cautela, especialmente quando envolve contagem de calorias, rankings e comparação entre usuários. A comparação social relacionada à aparência e ao corpo nas redes sociais tem sido associada à insatisfação corporal e a comportamentos alimentares inadequados (Holland; Tiggemann, 2016; Rounsefell *et al*., 2020). Nesse sentido, embora ferramentas de automonitoramento alimentar possam favorecer a percepção e o acompanhamento dos hábitos, a exposição de métricas individuais e a competição entre usuários podem produzir comparações inadequadas, desconsiderando diferenças nas necessidades nutricionais, condições de saúde, objetivos e contextos individuais. Assim, a gamificação aplicada à Nutrição deve priorizar metas individualizadas, educação alimentar e autonomia, evitando que a alimentação seja reduzida exclusivamente a números ou transformada em uma competição de desempenho.

Por fim, os resultados desta revisão apontam que o potencial da gamificação na saúde está menos na capacidade de tornar uma intervenção simplesmente mais atrativa e mais na possibilidade de estruturar experiências de participação, feedback e interação social em torno de comportamentos saudáveis. Ao mesmo tempo, a redução do engajamento e a ausência de efeitos objetivos sustentados em parte dos estudos demonstram que a atratividade inicial não é suficiente para garantir mudanças duradouras. No contexto atual de ampla utilização de redes sociais, aplicativos e dispositivos vestíveis, futuras intervenções devem priorizar estratégias que conciliem engajamento, autonomia, interação social e sustentabilidade comportamental, acompanhando seus efeitos por períodos mais longos.

Conclusão

Os estudos analisados indicam que a gamificação associada às redes sociais apresenta potencial como estratégia complementar para a promoção da saúde, especialmente por favorecer o engajamento, o automonitoramento e a prática de atividade física. Elementos como desafios, metas, feedback, competição e interação social mostraram-se relevantes para estimular a participação e influenciar fatores psicossociais relacionados à mudança de comportamento.

Entretanto, os resultados também demonstram que o maior engajamento não garante, necessariamente, mudanças comportamentais sustentadas. A redução do envolvimento ao longo do tempo e a ausência de efeitos objetivos em alguns estudos reforçam a necessidade de estratégias mais personalizadas e de intervenções que ultrapassem o estímulo inicial proporcionado pela gamificação. Evidências recentes também apontam benefícios, porém de pequena magnitude, sobre a atividade física e alguns indicadores de saúde, reforçando que a gamificação deve ser compreendida como uma ferramenta complementar, e não como uma solução isolada.

Dessa forma, no contexto atual de crescente utilização de redes sociais, aplicativos e dispositivos digitais, estratégias de gamificação podem contribuir para tornar as ações de promoção da saúde mais interativas e socialmente envolventes. Contudo, sua aplicação deve considerar as diferenças individuais, o equilíbrio entre competição e colaboração e os possíveis efeitos da

comparação social. São necessários novos estudos, especialmente com acompanhamento de longo prazo, para compreender melhor quais elementos de gamificação produzem efeitos mais duradouros e como podem ser utilizados de forma segura e efetiva na promoção de hábitos saudáveis.

Referências

DETERDING, S. et al. From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. In: INTERNATIONAL ACADEMIC MINDTREK CONFERENCE, 15., 2011, Tampere, Finland. **Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments**. New York: Association for Computing Machinery, 2011. p. 9-15. DOI: 10.1145/2181037.2181040.

EDNEY, S. M. et al. A social networking and gamified app to increase physical activity: cluster RCT. **American Journal of Preventive Medicine**, v. 58, n. 2, p. e51-e62, 2020. DOI: 10.1016/j.amepre.2019.09.009.

HAMARI, J.; KOIVISTO, J.; SARSA, H. Does gamification work? A literature review of empirical studies on gamification. In: ANNUAL HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 47., 2014, Waikoloa, Hawaii. **Proceedings of the 47th Annual Hawaii International Conference on System Sciences**. Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society, 2014. p. 3025-3034. DOI: 10.1109/HICSS.2014.377.

JOHNSON, D. et al. Gamification for health and wellbeing: a systematic review of the literature. **Internet Interventions**, v. 6, p. 89-106, 2016. DOI: 10.1016/j.invent.2016.10.002.

KRATH, J.; SCHÜRMANN, L.; KORFLESCH, H. F. O. von. Revealing the theoretical basis of gamification: a systematic review and analysis of theory in research on gamification, serious games and game-based learning. **Computers in Human Behavior**, v. 125, 106963, 2021. DOI: 10.1016/j.chb.2021.106963.

MAHER, C. A. et al. Gamification in a physical activity app: what gamification features are being used, by whom, and does it make a difference? **Games for Health Journal**, v. 11, n. 3, p. 193-199, 2022. DOI: 10.1089/g4h.2021.0207.

MICHIE, S.; VAN STRALEN, M. M.; WEST, R. The behaviour change wheel: a new method for characterising and designing behaviour change interventions. **Implementation Science**, v. 6, 42, 2011. DOI: 10.1186/1748-5908-6-42.

MO, D. et al. Using gamification and social incentives to increase physical activity and related social cognition among undergraduate students in Shanghai, China. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 16, n. 5, 858, 2019. DOI: 10.3390/ijerph16050858.

MONROE, C. M. et al. Harnessing technology and gamification to increase adult physical activity: a cluster randomized controlled trial of the Columbia Moves pilot. **International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity**, v. 20, n. 1, 129, 2023. DOI: 10.1186/s12966-023-01530-1.

NISHI, S. K. et al. Effect of digital health applications with or without gamification on physical activity and cardiometabolic risk factors: a systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials. **EClinicalMedicine**, v. 76, 102798, 2024. DOI: 10.1016/j.eclinm.2024.102798.

PATEL, M. S. et al. Effectiveness of behaviorally designed gamification interventions with social incentives for increasing physical activity among overweight and obese adults across the United States: the STEP UP randomized clinical trial. **JAMA Internal Medicine**, v. 179, n. 12, p. 1624-1632, 2019. DOI: 10.1001/jamainternmed.2019.3505.

RYAN, J.; EDNEY, S.; MAHER, C. Engagement, compliance and retention with a gamified online social networking physical activity intervention. **Translational Behavioral Medicine**, v. 7, n. 4, p. 702-

708, 2017. DOI: 10.1007/s13142-017-0499-8.

RYAN, R. M.; DECI, E. L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. **American Psychologist**, v. 55, n. 1, p. 68-78, 2000. DOI: 10.1037/0003-066X.55.1.68.

SCARAPICCHIA, T. et al. Social support and physical activity participation among healthy adults: a systematic review of prospective studies. **International Review of Sport and Exercise Psychology**, v. 10, n. 1, p. 50-83, 2017. DOI: 10.1080/1750984X.2016.1183222.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour**. Geneva: World Health Organization, 2020.