

A NOSTALGIA COMO NORTEADORA NO DESIGN DE JOGOS DIGITAIS: RETROGAMES, FRANQUIAS E REMAKES

NOSTALGIA AS GUIDELINE IN DIGITAL GAMES DESIGN: RETROGAMES, FRANCHISES AND REMAKES

Ramon Felipe de Oliveira Costa¹

Ana Carolina Garcia Ribeiro²

Nathan Martins Fernandes³

André Leonardo Demaison⁴

Daniella Rosito Munhoz⁵

Resumo

O presente artigo aborda a nostalgia como elemento catalisador do design emocional em um projeto de jogos. Para sustentar a discussão, exemplos de franquias renomadas, como Mario Bros e Zelda, são abordados. Utilizou-se como estudo de caso títulos da franquia Street Fighter e, por meio de uma revisão da literatura e de grupos focais, foram analisados os elementos nostálgicos envolvendo a aparência, o figurino, os movimentos e golpes de alguns dos personagens presentes em dois jogos da franquia, o Street Fighter II (1994) e Street Fighter 6 (2023). Aponta-se que o fator nostálgico presente nos jogos é um elemento de forte ligação com o público de longa data, que pode ser explorado por meio de efeitos sonoros e mecânicas visuais. Como conclusões, o artigo sugere a continuidade dos estudos por meio de desdobramentos na forma de experimentos envolvendo mais participantes e elementos ativos de franquias, a fim de compreender e observar questões como jogabilidade, imersão, identificação com personagens e demais elementos que auxiliam a construir a relação emocional com o jogador.

Palavras-chave: design de jogos; design emocional; nostalgia.

Abstract

This article addresses nostalgia as a catalyst for emotional design in a game project. To support the discussion, examples from renowned franchises such as Mario Bros and Zelda are examined. Case studies from the Street Fighter franchise were used, and through a literature review and focus groups, the nostalgic elements involving the appearance, costumes, movements, and attacks of some of the characters in two games from the franchise, Street Fighter II (1994) and Street Fighter 6 (2023), were analyzed. It is pointed out that the nostalgic factor in games is a strong connection with long-time audiences, which can be explored through sound effects and visual mechanics. As conclusions, the article suggests the continuation of studies through further experiments involving

¹ Graduando, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA, Brasil, costa.ramon@discente.ufma.br; ORCID: 0000-0003-2043-6816.

² Mestranda, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. carolina-garcia@aluno.puc-rio.br; ORCID: 0000-0003-4976-4135.

³ Doutorando, Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP, Brasil, nathan.martins@unesp.br; ORCID: 0000-0003-0093-6653

⁴ Professor Doutor, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA, Brasil, demaison@gmail.com; ORCID: 0000-0003-3629-3477

⁵ Professora Doutora, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil, daniella.michelena.munhoz@ufpr.br; ORCID: 0000-0001-5144-6174

more participants and active elements from franchises, in order to understand and observe aspects such as gameplay, immersion, character identification, and other elements that help build an emotional relationship with the player.

Keywords: game design; emotional design; nostalgia.

1. Introdução

O Design Emocional apresenta uma crescente tendência de tópicos relevantes no processo de criação projetual, aplicado a várias subáreas do Design. A profissão do designer, na contemporaneidade, muitas vezes precisa se preocupar com os aspectos emocionais, tanto quanto os funcionais em seus projetos. Dentre os tipos de projetos no Design, a construção de um jogo digital surge como um dos que possuem forte carga emocional, por se tratar de uma experiência interativa que, por natureza, possui a capacidade de envolver e engajar seus participantes.

Ao planejar uma alternativa de engajamento aos jogos digitais, os designers e desenvolvedores podem se deparar com a oportunidade de recorrer a recursos provenientes de sentimentos, como nostalgia e familiaridade. A nostalgia pode ser definida como preferência - atitude positiva - a objetos que eram mais comuns quando se era mais jovem (Holbrook; Schlinder, 2003). Vale apontar, ainda, a existência da esfera da nostalgia histórica e a nostalgia pessoal. Essa última é extremamente pertinente ao presente artigo, considerando que é advinda de experiência pessoal direta, da identidade pessoal e das conexões com outros indivíduos (Baker; Kennedy, 1994, Batcho, 2007, Merchant *et al.*, 2013, Jiang *et al.*, 2021).

Assim, o primeiro e mais simples meio de definir os *retrogames* seria pela sua idade. Ou seja, podem ser chamados assim os jogos que foram desenvolvidos entre os anos de 1973 até 1993 (Aycocock, 2016). Um jogo também pode atingir o jogador em uma esfera emocional por meio de analogia a elementos de outros jogos existentes, bastante famosos e clássicos (Aloupis *et al.*, 2015), a exemplo do Super Mario Bros (Figura 1a). Dessa forma, fica caracterizada a chamada “franquia”, que pode ser definida como uma série de títulos baseada em um mesmo tema ou personagem.

Outra maneira de aproveitar elementos nostálgicos é a partir de um *remake* de jogo. Nesse caso, as características e personagens de um jogo original são mantidos, porém sua engenharia e mecânica são totalmente substituídas por tecnologias mais modernas (Hoch, 2020). Um exemplo aqui é o clássico *The Legend of Zelda: Ocarina of Time*, desenvolvido originalmente para o console Nintendo 64, e seu *remake The Legend of Zelda: Ocarina of Time 3D*, feito para o console Nintendo 3DS (Figura 1b).

Diante do exposto, o presente artigo tem como objetivo trazer uma reflexão à luz dos aspectos nostálgicos no contexto do Design Emocional, de maneira a serem utilizados como norteadores de projetos de jogos digitais. Assim, para uma melhor compreensão dos aspectos que envolvem a tarefa de jogar, vale ainda uma breve explanação sobre conceitos relacionados à experiência do usuário, como a interação entre o usuário e o jogo, o design emocional e, principalmente, sobre a popularização dos jogos eletrônicos - objeto de estudo deste artigo.

A partir dos conceitos de *retrogames*, franquias e *remakes*, foi possível elaborar uma breve discussão e uma análise comparativa entre jogos de uma mesma franquias, apresentando seus elementos nostálgicos. Para tal, utilizou-se como estudo de caso dois jogos da franquias

Street Fighter, considerada a de maior sucesso entre os jogos de luta para videogames (Wolf, 2008).

Figura 1: Franquia Mario Bros., e o remake *The Legend of Zelda: Ocarina of Time 3D* acima do *The Legend of Zelda: Ocarina of Time*



Fonte: Figura 1A: <https://segredosdomundo.r7.com/mario-bros-historia/>;
Figura 1B: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2011/06/compare-versoes-de-legend-zelda-ocarina-time-em-imagens.shtml>

2. Fundamentação Teórica

Para reforçar a discussão do presente artigo, como fundamentação teórica serão abordados os tópicos da arte atemporal de jogar, do modelo MMA e experiências do usuário em jogos, do design emocional no projeto de jogos, a ascensão dos jogos eletrônicos no fim do século XX, e, por fim, a nostalgia como norteadora do projeto.

2.1. A Arte Atemporal de Jogar

A atividade de jogar exige do jogador atributos individuais que serão transmutados em ações em um plano abstrato, no qual o resultado é imprevisível. Conforme exposto por Xexéo (2013), tal plano é criado com base em um conjunto de regras, onde os jogadores interagem a partir de ações e decisões, objetivando resultados positivos dentro do sistema do jogo. Consequentemente, a tarefa de jogar possibilita obter compensação psicológica a partir do entretenimento, da diversão e da sensação de vitória, seja contra outra pessoa ou contra o próprio sistema.

O fato de jogos praticados há séculos ainda serem populares também reforça o ponto de vista de que a arte de jogar é atemporal (Lopes, 2013; Björk, Juul, 2019). Dos jogos de tabuleiro primevos, como xadrez e damas, até jogos eletrônicos com gráficos e mecânicas ultra realistas, é possível notar que pelo menos uma das sensações que oferecem compensação psicológica está presente. Tal sentimento pode ser um dos principais fatores influenciadores para que a humanidade mantenha como costume uma atividade de, no mínimo, 40 séculos (Silva, 2008; Xexéo, 2013).

Além de servir como entretenimento, os jogos também têm importância cultural e emocional. A partir deles é possível transmitir valores e habilidades importantes, como estratégia, cooperação, raciocínio lógico e rápido e resolução de problemas (Tekinbas; Zimmerman, 2003). Como exemplo, o chamado “jogo da velha” possivelmente tinha em sua criação o propósito de ensinar matemática e lógica (Vajda, 2008). Conforme exposto por Lima e Melo (2022) e Gurgel *et al.* (2017), até hoje tal jogo é utilizado em atividades educacionais de

nível infantil e fundamental. Com isso, pode-se afirmar que jogar não é apenas um modo de obtenção de diversão, mas também uma forma de aprendizado e desenvolvimento, tanto individual quanto coletivo.

2.2. Modelo MDA e Experiência do Usuário em Jogos

O modelo MDA (Mecânicas, Dinâmicas e Estéticas) se apresenta no projeto de jogos como um vocabulário consensual entre desenvolvedor e jogador, no qual classificam-se diferentes subáreas do jogo como mecânicas (regras), dinâmicas (resultado da aplicação das mecânicas) e estéticas (experiências e resposta do jogador às dinâmicas). Tais conceitos se encontram, dentro do *game design*, dependentes um do outro, ou seja, dinâmicas dependem das mecânicas e estéticas dependem das dinâmicas (Hunicke; Leblanc; Zubek, 2004).

O ato de avaliar e compreender a relação do jogador com os jogos pode ser norteador também pela qualidade de experiência, a partir de conceitos como engajamento, presença, imersão e diversão (Bernhaupt; Eckschlager; Tscheligi, 2007, Inal; Wake, 2022). Tais conceitos conversam com o modelo MDA no que diz respeito às dinâmicas (engajamento e presença), que são resultantes da interação do usuário com as mecânicas do jogo, e às estéticas (Imersão e diversão), que se tratam de características inerentes à experiência do jogador.

Para melhor entender como projetar experiências com jogos engajadoras e divertidas, Inal e Wake (2022) apontam como as experiências de mídia específicas estão relacionadas à transformação pessoal e desenvolvimento com o tempo, adicionando também o aspecto de nostalgia. Para Wulf *et al.* (2018) os *retrogames*, ou jogos clássicos, estão positivamente conectados com sentimentos de conexão social e competência.

Assim, pode-se afirmar, conforme Inal e Wake (2022), que jogadores familiarizados com um jogo facilmente conseguem marcar maiores pontuações, enquanto aqueles que não têm experiência têm resultados diversos e menos previsíveis. Isso, ainda conforme os autores, pela perspectiva da indústria de jogos, pode ser interpretado de acordo com a noção de falta de previsibilidade, o que torna um jogo popular e difundido. Tal fato impacta no risco de investir enormemente na primeira versão de um jogo, explicando porque companhias de desenvolvimento de jogos os transformam em séries (ou criando franquias) caso a primeira versão se popularize, assim como ocorre com a indústria do cinema *mainstream*.

2.3. Design Emocional no Projeto de Jogos

Desde a popularização dos videogames como uma nova forma de entretenimento, o design emocional tem se provado uma ferramenta de fundamental importância na área. Conforme exposto por Norman (2008), o design emocional pode tornar os jogos mais envolventes e satisfatórios, permitindo que o jogador se conecte de forma emocional e imersiva à experiência de jogar. Com isso, torna-se fundamental compreender as emoções evocadas pelo jogo, assim como as técnicas de design que podem ser introduzidas em seu processo de desenvolvimento.

Em seu estudo, Ravaja *et al.* (2008) apontam que existem diferentes modos de manter o jogador conectado ao jogo emocionalmente, tanto de forma positiva quanto negativa. Os autores apontam que o uso de músicas e efeitos sonoros, por exemplo, podem ser uma estratégia eficiente para gerar emoções positivas nos jogadores. Em contrapartida, obstáculos e desafios com níveis de dificuldade inesperados podem conduzir a emoções negativas. Em paralelo a isso, Nacke, Drachen e Göbel (2010) pontuam que a definição de cores, composição

visual e narrativa que serão empregados no projeto são outros elementos importantes no design emocional de jogos.

Já Calleja (2011) aponta que a utilização das emoções como influenciadoras no comportamento do jogador tende a criar uma relação de lealdade com o jogo, promovendo o desejo de retornar àquela experiência e jogar novamente. Tal conexão pode levar a um envolvimento prolongado do usuário com o produto, o que pode ser benéfico para a indústria de jogos.

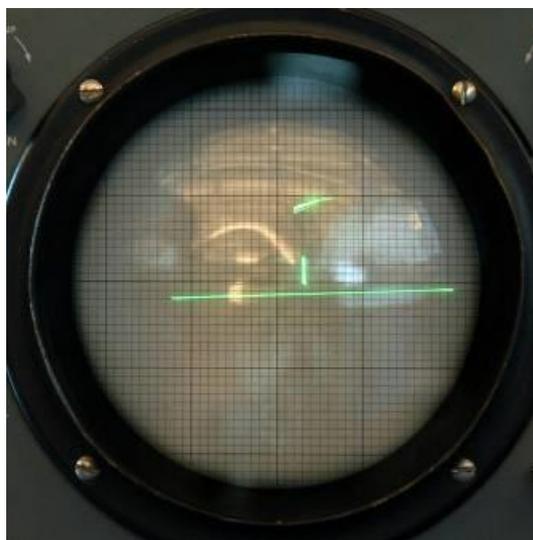
Um sentimento que pode influenciar fortemente no comportamento e nas emoções do consumidor é a nostalgia. Tal sensação tende a influenciar o consumidor a comprar um produto que lembre experiências passadas (Muehling *et al.*, 2014, Singh; Sharma; Kumar, 2021), e é comum empresas apelarem para uma abordagem nostálgica ao criar campanhas de marketing para seus produtos (Muehling; Pascal, 2011). Porém, cabe pontuar aqui que nem sempre a nostalgia leva a resultados positivos, podendo levar o consumidor a se afastar de novos produtos e ideias.

Outro ponto importante é que a nostalgia está ligada à idade do consumidor, ou seja, algumas coisas podem ser nostálgicas para alguns ao mesmo tempo em que não causam o mesmo sentimento em outros (Hofman, 2020). Dito isso, pode-se inferir que é necessário ter cautela ao utilizar a nostalgia como ferramenta de captação de consumidores, considerando cuidadosamente o público alvo e o contexto em que a nostalgia será inserida.

2.4. A Ascensão dos Jogos Eletrônicos no Fim do Século XX

Conforme exposto por Amori (2006) e Batista *et al.* (2018), existe um consenso na comunidade de historiadores de jogos sobre o primeiro jogo eletrônico criado. Trata-se do jogo *Tennis Programming*, também chamado *Tennis for Two*, projetado por Willy Higinbotham em 1958, e jogado a partir de um aparelho chamado osciloscópio. Esse jogo (Figura 2) possuía uma mecânica simples, baseada no movimento de uma barra em apenas um eixo (eixo “x”), com o objetivo de rebater a bola projetada na tela.

Figura 2: *Tennis Programming (Tennis for Two)*



Fonte: www.computerhistory.org/revolution/computer-games/16/187/778.

Com a rápida evolução dessa nova forma de entretenimento, não demorou muito até o jogo eletrônico se tornar um produto de bastante relevância no mercado. Entre 1970 e 1980, observou-se uma enorme popularização dos videogames por meio dos arcades (fliperamas) (Figura 3a), onde diversas máquinas de formatos, tamanhos e cores variadas cativaram as pessoas a partir de sons únicos, desenhos marcantes, telas e botões que forneciam a prazerosa atividade de jogar (Clua e Bittencourt, 2005; Batista *et al.* 2018).

Com a criação do primeiro console, o *Odyssey 100* (Figura 3b), foi questão de tempo até o paradigma de ter que se deslocar ao fliperama para jogar mudasse. Com isso, a partir de 1972 (ano de criação e início de comercialização do *Odyssey 100*), os jogadores passavam a ter como opção jogar no conforto de suas casas. Porém, por não possuir muitas opções de jogos, o console não se manteve popular por muito tempo. Deste modo, a indústria se viu na obrigação de corrigir tal falha e nesse contexto surge, em 1977, Atari 2600 (Figura 3c). Esse novo console foi um sucesso no mercado, vendendo cerca de 25 milhões de unidades em 5 anos e dominando o mercado durante todo o período entre 1977 e 1982 (Souza; Rocha, 2005). Reunir amigos e familiares para jogar em casa se tornava, assim, uma atividade comum (Figura 3d).

Figura 3: Fliperamas e consoles



Fonte: Figura 3A: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Fliperama>;

Figura 3B: <https://vivatatuape.com.br/portal/2022/07/20/magnavox-odyssey-o-primeiro-console-de-videogame-do-mundo/>;

Figura 3C: <https://musicnonstop.uol.com.br/dia-internacional-do-gamer-conheca-a-historia-do-videogame-contada-atraves-de-10-consoles-historicos/atari-2600/>;

Figura 3D: <https://www.nintendoblast.com.br/2019/05/do-nes-ao-switch-os-comerciais-mais.html>

Mesmo com todo o otimismo do ocidente sobre os videogames, observou-se em meados de 1984 uma crise nesse mercado (Clua; Bittencourt, 2005). Conforme observado por Newman (2013), o desânimo em relação ao consumo dos videogames se deu pela imensa quantidade no mercado de jogos com qualidade considerada baixa, afastando os jogadores que buscavam novas experiências. Um dos casos mais icônicos foi o do jogo E.T. (Atari, 1983), para o console Atari 2600 (Figura 4). Baseado no sucesso do filme homônimo, o jogo foi considerado o marco da crise dos videogames, trazendo um imenso prejuízo para a Atari e colocando em dúvida o futuro dos consoles domésticos (Donovan; Garriott, 2010).

Figura 4: Jogo E.T. (Extra-Terrestrial) para Atari 2600, 1983.



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/E.T._the_Extra-Terrestrial_%28jogo_eletr%C3%B4nico%29

Apesar da crise, em 1983 surgiu no Japão o FAMICOM (*Family Computer*), lançado pela Nintendo (Figura 5), uma nova geração de consoles. Em 1985, com o nome NES (*Nintendo Entertainment System*), o console chegou ao ocidente com diversas novas opções de jogos. Pode-se afirmar que o NES “salvou” o mercado de videogames por conta da melhor qualidade de seus gráficos, sons e, principalmente, opções de jogos com melhores dinâmicas e mecânicas (Donovan e Garriott, 2010). Foi a partir desse período que se popularizaram diversas franquias, como *Megaman*, *Zelda*, *Metroid* e *Super Mario Bros*, reconhecidas até o período atual como grandes nomes da história dos videogames (Batista *et al.* 2018).

Figura 5: FAMICOM (Family Computer), 1983.



Fonte: <https://www.roots.gov.sg/Collection-Landing/listing/1336378>

Além do NES, outros videogames responsáveis pela retomada da popularidade dos consoles domésticos foram o Master System e o Mega Drive, ambos lançados pela SEGA, e o Super Nintendo, lançado pela Nintendo. Os dois últimos fazem parte da geração 16 bits de

consoles domésticos, sendo ainda mais modernos com gráficos e sonoridades melhores e mais complexos (Donovan; Garriott, 2010).

2.5. A Nostalgia Como Norteadora do Projeto

As aparições de franquias e personagens famosos de videogames em filmes com grande público e investimento, como *Scott Pilgrim contra o Mundo* (2010), *Detona Ralph* (2010, figura 6), *Uma Aventura LEGO* (2014) e *Super Mario Bros.* (2023), apontam como jogos considerados “ultrapassados” são celebrados e trazidos a primeiro plano, em vez de serem esquecidos. Em todos esses exemplos, os impulsos nostálgicos são intensificados e cada um deve, de maneiras distintas, seu olhar a um tipo de anacronismo de jogos (Sperb, 2016). Tal fato, inclusive, comprova sob um outro viés a relação que a nostalgia dos jogos mantém sobre seus usuários. Apelar para os aspectos emocionais possibilita aos jogadores experiências engajadoras e, dessa maneira, há uma assertividade das companhias, por um viés financeiro, ao investir em franquias ante correr o risco de lançar primeiras versões.

Figura 6: Aparições de personagens de videogames famosos em *Detona Ralph* (2010).



Fonte: https://disney.fandom.com/wiki/List_of_cameos_in_Wreck-It_Ralph.

A nostalgia sentida pelos jogadores de *retrogames*, principalmente entre aqueles que frequentavam os primeiros fliperamas ou jogaram nos primeiros consoles, além de jogos de computador do fim dos anos 1970 e do início dos 1980, é uma sensação única. O impacto gerado por esses jogos, ainda que modernizados, pode demonstrar a dimensão da nostalgia, principalmente para quem experienciou as mudanças culturais tanto na criação dos personagens quanto nas mecânicas dos próprios jogos. No entanto, devido aos videogames serem contínuas forças de transição, todos os que um já jogaram provavelmente sentirão a nostalgia que os envolve ao ter um contato tardio com um jogo que, ao menos para si, é antigo. Esse sentimento pode ser considerado o desejo de recapturar a experiência de transformação mental ao jogar um jogo pela primeira vez (Whalen; Taylor, 2008).

Observa-se, portanto, que os videogames mais antigos são artefatos de um passado recente ao qual muitos desejam poder voltar. Ao mesmo tempo, também oferecem a sedução de um passado que pode ser reproduzido - e também modernizado - no qual os jogadores podem participar, se mover e explorar. Vale mencionar também que os jogos induzem os

jogadores a movimentos específicos, em espaços específicos e em momentos específicos. Tal fato exige que os jogadores se adaptem perfeitamente à dinâmica e à mecânica do jogo, até que os comandos se tornem quase automáticos graças ao grande número de repetições.

Dessa forma, um jogo nunca muda: caso, depois de anos, haja novamente um contato com aquele título, provavelmente o jogador se lembrará de sequências, movimentos, padrões e repetições, trazendo mais uma vez o desejado sentimento nostálgico de se retornar a um passado (Manovich, 2002, Whalen; Taylor, 2008). Porém, segundo expõe Davis (2016), o CEO da Nintendo, Satoru Iwata, entendia também que jogos retrô não tinham apelo apenas para jogadores nostálgicos tentando relembrar sua infância. Para ele, jogos clássicos podem ser vistos como novidades mesmo para jogadores mais novos, que jamais viveram o impacto daquele título.

Os videogames dão ao usuário uma forma de controle que outras mídias retêm em sua apresentação de conteúdo. Dessa forma, somada à ilusão de liberdade de movimentos, o que torna possível o jogar, a variação midiática se apresenta como memorável e divertida. Essa liberdade relativa que existe no mundo dos jogos faz uma contraposição aos mundos ficcionais dos livros, televisão e filmes. Junto do controle que se tem sobre os avatares e a dificuldade ao aprender a como se suceder no universo do jogo, tais fatos são motivos de atração para novos jogadores. Esse último fator, conforme explicitado anteriormente, é um dos aspectos que torna os jogos tão memoráveis, e são essas memórias as fomentadoras para que os jogos antigos sejam modernizados e sua jogabilidade opere de forma nostálgica nos jogadores (Whalen; Taylor, 2008).

Ainda sobre a questão nostálgica, é válido ressaltar que existem, atualmente, diversas maneiras de jogar títulos considerados antigos e obsoletos. A primeira é com o uso dos próprios consoles originais, quando possível. Pode-se relatar a existência de diversos eventos, como o Museu do Videogame (Figura 7), que disponibiliza aparelhos antigos como o Atari 2600, o NES e o Master System, entre outros, a fim de oferecer uma experiência fidedigna ao usuário. Além disso, observam-se diversos aplicativos para hardwares como celulares e computadores que permitem a emulação dos jogos baixados pela internet - o que, para Marcondes e Rossi (2018), pode ser eticamente discutível face à questão da pirataria.

Figura 7: Estande com consoles antigos no Museu do Videogame em São Luís - MA.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Por fim, ao navegar por sites de vendas, pode-se deparar com uma infinidade de hardwares dedicados exclusivamente para a emulação de videogames. São pequenos consoles, muitas vezes portáteis, com as mais diversas configurações e já com os jogos embutidos na memória. Esse tipo de emulação pode ser vista oficialmente até mesmo em fabricantes como a Nintendo, que oferece para compra em suas lojas de aplicativos a possibilidade de jogar títulos antigos em consoles modernos.

3. Materiais e Métodos

Para esse trabalho foi inicialmente elaborada uma revisão bibliográfica, narrativa e exploratória, a fim de levantar uma discussão sobre a evolução e o estado da arte do uso de elementos nostálgicos em jogos de videogame. Observam-se tais elementos em jogos do tipo *remakes*, em franquias de jogos e, principalmente, na grande quantidade de hardwares e softwares para emulação de jogos de consoles antigos e considerados obsoletos (*retrogame*).

Após o levantamento bibliográfico, buscou-se definir um título para as análises. Optou-se por utilizar, como estudo de caso, jogos da franquia *Street Fighter*. A franquia se iniciou no fim do século XX, com o jogo *Street Fighter* (Capcom, 1987), e continua lançando títulos até os dias atuais, com sequências que vão agradando e ganhando adeptos de todas as idades. Buscou-se identificar, por meio de um mini grupo focal realizado com a equipe pesquisadora, quais elementos podem ser considerados nostálgicos e como são utilizados. Foram conduzidas três reuniões entre a equipe, a fim de discutir a franquia e os elementos nostálgicos a serem avaliados, emular e jogar os jogos do tipo *retrogames* e, então, compará-los com títulos mais atuais e sequências dos jogos.

Por meio das reuniões e discussões foi possível compreender, identificar e avaliar como o uso de elementos nostálgicos se faz em uma franquia de sucesso, como no caso de *Street Fighter*, e qual é seu impacto na familiarização e identificação do usuário com o jogo.

As reuniões do mini grupo focal foram conduzidas de maneira a discutir os pontos relevantes para este estudo, de formato empírico e exploratório. Buscou-se deste modo observar o impacto dos elementos nostálgicos e do design emocional no projeto de games.

A primeira reunião do grupo focal teve a finalidade de decidir quais seriam os jogos e elementos a serem analisados, além de jogadas partidas com os emuladores. Optou-se finalmente pelo estudo de caso da franquia *Street Fighter*, considerado um dos principais jogos de luta já criados, com títulos lançados em *Arcades* e consoles como o Super Nintendo (Wolf, 2008), Mega Drive, Playstation e outros. Entre os elementos a serem analisados do ponto de vista da nostalgia, decidiu-se por avaliar (i) o figurino de personagens e (ii) os movimentos especiais. Definidos os pontos a serem analisados, partiu-se para o teste.

Após as discussões, foram então selecionados dois jogos da franquia *Street Fighter* para serem usados como objetos de estudo. São eles o *Street Fighter II - The World Warrior* (1994), que popularizou a franquia e é considerado um jogo revolucionário, servindo de referência também para outros jogos de luta (Wolf, 2015); e o *Street Fighter 6* (2023), jogo que ainda será lançado, com previsão para o mês de junho de 2023 (Figura 8), e que promete trazer de volta os jogadores antigos junto com o uso de diversos outros elementos nostálgicos.

Figura 8: Data de lançamento *Street Fighter 6*.



Fonte: <https://youtu.be/1JmxWphGO5Y>.

O primeiro teste ocorreu com o *Street Fighter II - The World Warrior* (1994). Decidiu-se utilizar a versão do jogo lançada para fliperamas, adquirida e emulada a partir de um serviço de plataforma de distribuição e acesso de jogos digitais em computadores. Para isso, a equipe reuniu-se em duplas e cada jogador escolheria personagens diferentes para o embate “mano a mano”, conforme a mecânica proposta pelo jogo. Assim, pode-se observar as individualidades dos personagens, como aparência, movimentos e golpes especiais.

Na última etapa da análise, agora tomando como objeto de estudo o *Street Fighter 6* (2023), a equipe se reuniu novamente para assistir aos *trailers*, *showcases* e *gameplays*, lançados oficialmente pelo canal da franquia em um serviço de vídeos. Dessa maneira, foi possível identificar todos os itens propostos nas discussões iniciais, além de observar e analisar as similaridades e a utilização dos elementos nostálgicos na versão mais atual do jogo.

4. Resultados e Discussões

A partir da experiência com os jogos, foi possível criar uma lista de elementos do jogo mais antigo que foram mantidos ou, ao menos, emulados no jogo mais atual. Porém, obviamente, por conta da evolução da indústria e das tecnologias vigentes, tais elementos sofreram alterações. Deste modo, pretende-se apresentar aqui elementos percebidos de forma isolada, dividindo assim o presente tópico em duas partes: o figurino dos personagens e os movimentos especiais.

4.1. Aparência dos Personagens

O primeiro personagem que está presente tanto no *Street Fighter II* original, de 1994, quanto no *Street Fighter 6* (2023) é o Ryu (figura 9), personagem principal e mais conhecido da franquia. Ao analisar os jogos, percebe-se uma mudança drástica em seu figurino e aparência: antigamente visto como um karateca tradicional, atualmente o personagem se apresenta com uma aparência mais madura, utilizando barba e sem o seu kimono tradicional. Porém, ao analisar mais a fundo os trailers e *showcases* referentes ao *Street Fighter 6*, nota-se que, no jogo em questão, o jogador terá a opção de lutar com o Ryu em sua aparência e figurino

originais de 1994 - evidenciando, aqui, a utilização de um elemento nostálgico que auxilia o jogador na identificação do personagem.

Figura 9: Ryu (*Street Fighter II*); Ryu (*Street Fighter 6*); Ryu, aparência clássica (*Street Fighter II*).



Fonte: Adaptado de https://www.youtube.com/watch?v=ow46UZ0CCuQ&ab_channel=StreetFighter.

O personagem Guile (Figura 10), também relevante e introduzido no *Street Fighter II*, estará presente no jogo *Street Fighter 6* como um personagem jogável. Em sua primeira aparição, no jogo em 1994, Guile usava uma camisa regata verde, calças camufladas, botas marrons e ostentava um topete loiro característico, além da tatuagem da bandeira dos Estados Unidos no braço direito. No entanto, de acordo com o guia oficial de personagens do jogo, seu traje principal em *Street Fighter 6* não se parece com o de 1994, mantendo apenas o topete loiro e a tatuagem. Porém, foi observado no *showcase* de 20 de abril de 2023 que existirá a opção de jogar com Guile em sua aparência original de 1994.

Figura 10: Comparação da aparência do Guile em 1994 e 2023.



Fonte: Adaptado de *Street Fighter II* e *Street Fighter 6*.

Observou-se enfim que o padrão de fornecer duas aparências diferentes aos personagens, sendo uma delas a mais atual e outra que remete à jogos antigos, repete-se em outros personagens como Chun Li, Zangief, Honda e Blanka. Por tais personagens se apresentarem em ambos os jogos, é possível inferir que o uso de figurinos e características físicas clássicas no jogo atual apresenta-se como uma tentativa de resgatar sentimentos e memórias dos jogadores mais antigos. Tal afirmação baseia-se no que foi pontuado por

McCrea (2007), ao pontuar que jogadores podem se sentir atraídos por um conteúdo que os faça reviver boas memórias de sua juventude.

4.2. Movimentos Especiais

A franquia *Street Fighter*, além dos seus personagens icônicos, é conhecida também pelos movimentos de cada um deles. Tendo isso em mente, buscou-se aqui comparar os golpes chamados “especiais” (combinações de comandos para executar um movimento mais poderoso) do *Street Fighter 2* (1994) com os do *Street Fighter 6* (2023).

Em uma primeira análise, percebeu-se que cada personagem jogável do *Street Fighter 6* teve seus movimentos especiais originais mantidos, com apenas mudanças de aparência consequentes da evolução dos gráficos no intervalo de tempo entre os jogos. Por exemplo, o golpe *Hadouken* (Figura 11), desferido pelos personagens Ryu e Ken, apresenta-se em ambos os jogos como uma esfera azul de energia que percorre a tela horizontalmente até atingir seu adversário ou o final da tela.

Figura 11: *Hadouken* (*Street Fighter II* e *Street Fighter 6*).



Fonte: Adaptado de *Street Fighter II* e *Street Fighter 6*.

Mais movimentos, como o *Sonic Boom*, do personagem Guile (Figura 12), e diversos outros também foram mantidos em sua aparência original, apenas com as já mencionadas mudanças gráficas devido às possibilidades dos vídeo-games atuais.

Figura 12: *Sonic Boom* (*Street Fighter II* e *Street Fighter 6*).



Fonte: Adaptado de *Street Fighter II* e *Street Fighter 6*.

Diante da impossibilidade de se comparar a mecânica utilizada nos controles, pelos jogadores, para a sequência de comandos dos movimentos especiais, devido à falta de acesso

ao jogo de 2023 ainda não lançado, foi possível analisar nesse sentido apenas o jogo de 1994. Porém, mesmo com tais limitações, foi possível identificar características que contribuem para uma compreensão mais ampla das mecânicas de movimento especiais. Essa análise nos permitiu estabelecer bases sólidas para desdobramentos e futuras investigações, visando compreender melhor a evolução das mecânicas ao longo do tempo e como elas podem influenciar a experiência do jogador.

4.3. Fatores Nostálgicos no Projeto de Franquias

Além dos figurinos e golpes, observa-se também na evolução das logos utilizadas pela franquia *Street Fighter* (Figura 13) como os elementos nostálgicos são utilizados com frequência. Fica evidente aqui, com o uso das cores e da tipografia, um ótimo exemplo de uso da nostalgia na criação de uma conexão emocional entre jogador e jogo no projeto de games - considerando que seu primeiro lançamento se deu em 1987 e a série possui vários títulos lançados ao longo dos anos (McCrea, 2007).

Figura 13: Logos da franquia *Street Fighter*.



Fonte: <https://www.wasd.pt/analises/analise-street-fighter-30th-anniversary/>.

A partir das análises, fica claro como uma das principais razões pela qual um jogo pode ser tão atrativo, nos dias atuais, pode ser explorando a nostalgia. Conforme exposto por McCrea (2007), jogos que tiveram sua origem há bastante tempo podem ser capazes de evocar memórias e emoções ligadas ao período de seu lançamento, e isso pode atingir especialmente os jogadores que chegaram a viver em tal época e que cresceram jogando tais jogos. Com isso, esses jogadores podem se sentir atraídos por um conteúdo que os faça reviver boas memórias de sua juventude.

Um dos recursos possíveis são os elementos dos chamados *retrogames*, apresentados de diferentes formas e com base em múltiplas abordagens. Algumas dessas abordagens são utilizar recursos dos jogos da infância, que evocam o sentimento de nostalgia - o que, vale apontar, vai de encontro à premissa de que duas pessoas não necessariamente viveram a mesma infância; utilizar recursos de jogos de computador dos anos 1980 (Suominen, 2008) e utilizar personagens e elementos de jogos de videogames clássicos dos anos 1980 e do início dos anos 1990 (Newman, 2013), entre outras.

Outro fator importante que deve ser buscado em projetos de jogos nostálgicos é o design emocional, que por envolver elementos sonoros, visuais e mecânicos, podem oferecer uma experiência mais intensa para o jogador. Isso pode ser visto neste estudo, no qual observou-se em *Street Fighter* como até os dias atuais é mantido o design inicial de personagens. Além da aparência marcante dos personagens, *Street Fighter* apresenta o *sound design* bastante característico, com falas, gritos e trilhas sonoras que podem causar efeito nostálgico tanto em jogadores mais fiéis como até em leigos, tamanha a popularidade do jogo (Souza, 2016).

Por fim, outro ponto que contribui com a longevidade de jogos antigos, como *Street Fighter*, é o cuidado no design das mecânicas, oferecendo aos jogadores boas experiências. Sendo as mecânicas padronizadas em diversos títulos, cria-se familiaridade com o jogo fazendo com que os jogadores retornem para jogar mais partidas (Baldwin, 2017).

5. Considerações Finais

Ainda que novas tecnologias e possibilidades gráficas e sonoras dos vídeo-games mais atuais possam ser exploradas em jogos ultra-realistas, a utilização de elementos nostálgicos se apresenta como um forte requisito para que haja conexão entre os jogos e os jogadores. Observou-se, no estudo dos jogos da franquia *Street Fighter*, que trabalhar a nostalgia nos jogos aparece como diferencial para um projeto bem sucedido.

Explorar a familiaridade do jogador com um jogo facilita não só a identificação dos personagens como também das mecânicas, dinâmicas e estéticas. Observou-se, durante a fase da revisão bibliográfica e das discussões entre a equipe pesquisadora que os *retrogames* claramente servem de base para novos projetos, não só das franquias (como no estudo de caso aqui apresentado) como também em remakes (caso de jogos como o *Horizon Chase*, jogo atual com aparência “retrô” baseado na franquia *Top Gear*).

O estudo aqui descrito ainda pode ser expandido e aplicado a diversos títulos de franquias, como Super Mario Bros, Sonic, The Legend of Zelda, Final Fantasy e outros, a fim de se observar e buscar referências para o design de games. Dessa maneira, recomenda-se que, ainda que o jogo não seja um *remake* ou parte de uma franquia, o estudo dos *retrogames* e dos elementos nostálgicos sejam observados para que haja, no mínimo, maior facilidade de reconhecimento da proposta e do funcionamento do jogo por parte dos jogadores. A aplicação dos elementos pode gerar, ainda, uma conexão emocional.

Por fim recomenda-se, como desdobramento, não só estudos de caso mais aprofundados das franquias, com acesso total aos jogos analisados, como também comparativos de *remakes* de *retrogames* a fim de compreender e observar questões como jogabilidade, imersão, identificação com personagens e demais elementos que auxiliam a construir a relação emocional com o jogador.

Referências

ALLOUPIS, Greg; DEMAINE, Erik D.; GUO, Alan; VIGLIETTA, Giovanni. Classic Nintendo games are (computationally) hard. **Theoretical Computer Science**, [S.L.], v. 586, p. 135-160, jun. 2015. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tcs.2015.02.037>.

AYCOCK, John. **Retrogame Archeology: exploring old computer games**. Calgary: Springer, 2016.

BAKER, Stacey; KENNEDY, Patricia. Death By Nostalgia: a diagnosis of context-specific cases. **Acr North American Advances**. Provo, p. 169-174. 1994.

BALDWIN, Alexander J. Balancing act: the effect of dynamic difficulty adjustment in competitive multiplayer video games. 2017. **Tese de Doutorado**. Queensland University of Technology.

BATCHO, Krystine Irene. Nostalgia and the Emotional Tone and Content of Song Lyrics. **The American Journal Of Psychology**, [S.L.], v. 120, n. 3, p. 361-381, 1 out. 2007. University of Illinois Press. <http://dx.doi.org/10.2307/20445410>.

BATISTA, Mônica de Lourdes Souza; QUINTÃO, Patrícia Lima; LIMA, Sérgio Muinhos Barroso; CAMPOS, Luciana Conceição Dias; BATISTA, Thiago José de Souza. Um estudo sobre a história dos jogos eletrônicos. **Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery**-<http://re.granbery.edu.br>-ISSN, p. 0377, 2018.

BERNHaupt, Regina; ECKSCHLAGER, Manfred; TSCHELIGI, Manfred. Methods for evaluating games: how to measure usability and user experience in games?. **Proceedings Of The International Conference On Advances In Computer Entertainment Technology**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 309-310, 13 jun. 2007. ACM. <http://dx.doi.org/10.1145/1255047.1255142>.

BJÖRK, Staffan; JUUL, Jesper. Jogos Zero-Player ou: do que falamos quando falamos de jogadores. **Intexto**, p. 65-81, 2019.

CALLEJA, Gordon. **In-game**: From immersion to incorporation. MIT Press, 2011.

CLUA, Esteban Walter Gonzalez; BITTENCOURT, João Ricardo. Desenvolvimento de Jogos 3D: Concepção, Design e Programação. **Anais da XXIV Jornada de Atualização em Informática do Congresso da Sociedade Brasileira de Computação**, pp. 1313-1356, São Leopoldo, Brazil, Julho de 2005.

CARVALHO, Matheus. **Do NES ao Switch**: os comerciais mais inesquecíveis da nintendo. Disponível em: <https://www.nintendoblast.com.br/2019/05/do-nes-ao-switch-os-comerciais-mais.html>. Acesso em: 25 ago. 2023.

LIMA, Regina de; MELO, Rosinalda Aurora de. Conhecimentos pedagógicos mobilizados no planejamento didático com o jogo da velha com figuras geométricas. **Revista de Educação, Ciências e Mathematics**, v. 12, n. 1, p. 1-19, 2022.

DONOVAN, Tristan; GARRIOTT, Richard. **Replay: The history of video games**. (No Title), 2010.

E. T. the Extra-Terrestrial (jogo eletrônico). Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/E.T._the_Extra-Terrestrial_%28jogo_eletr%C3%B4nico%29. Acesso em: 25 ago. 2023.

FELIPE VINHA. Techtudo. **Compare versões de Legend of Zelda: Ocarina of Time em imagens**. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2011/06/compare-versoes-de-legend-zelda-ocarina-time-em-imagens.ghtml>. Acesso em: 25 ago. 2023.

FLIPERAMA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Fliperama>. Acesso em: 25 ago. 2023.

FREITAS, Marcella Alves de. **Mario Bros**: origem, curiosidades e jogos gratuitos da franquia. origem, curiosidades e jogos gratuitos da franquia. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/mario-bros-historia/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

GURGEL, Sabrina de Souza; TAVEIRA, Gedeane Pereira; MATIAS, Érica Oliveira; PINHEIRO, Patrícia Neyva da; VIEIRA, Neiva Francenely Cunha; LIMA, Francisca Elisângela Teixeira. Jogos educativos: recursos didáticos utilizados na monitoria de educação em saúde. **Rev Min Enferm.**, Belo Horizonte, v. 21, e-1016, jun. 2017.

HOCH, Indira Neill. NOSTALGIA FOR THE NEW: video game. **Aoir Selected Papers Of Internet Research**, [S.L.], v. 1, n. 22, p. 1-4, 5 out. 2020. University of Illinois Libraries. Disponível em: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/11286>. Acesso em: 16 mar. 2023.

HOLBROOK, Morris B.; SCHINDLER, Robert M.. Nostalgic bonding: exploring the role of nostalgia in the consumption experience. **Journal Of Consumer Behaviour**, [S.L.], v. 3, n. 2, p. 107-127, dez. 2003. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1002/cb.127>.

HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. MDA: uma abordagem formal para o design e a pesquisa de jogos. In: **Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI**. sn, 2004. p. 1-5.

INAL, Yavuz; WAKE, Jo. An old game, new experience: exploring the effect of players' personal gameplay history on game experience. **Universal Access In The Information Society**, [S.L.], v. 21, n. 1, p. 1-13, 2 mar. 2022. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10209-022-00872-0>.

JIANG, Huanshu; YAO, Jie; CHENG, Peiyao; HOU, Shumeng. Nostalgia-Driven Design and Digitalization of Brand Spokes-Characters for Generation Z. **E3S Web Of Conferences**, [S.L.], v. 236, p. 05063, 2021. EDP Sciences. <http://dx.doi.org/10.1051/e3sconf/202123605063>.

LIST of cameos in Wreck-It Ralph. Disponível em: https://disney.fandom.com/wiki/List_of_cameos_in_Wreck-It_Ralph. Acesso em: 25 ago. 2023.

LOPES, Diogo. Jogos de Tabuleiro-estudo dos sistemas visuais. 2013. **Dissertação de Mestrado**. Escola Superior de Artes e Design Matosinhos.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: The Mit Press, 2002.

MAGNAVOX Odyssey: O primeiro console de videogame do mundo. O primeiro console de videogame do mundo. Disponível em: <https://vivatatuape.com.br/portal/2022/07/20/magnavox-odyssey-o-primeiro-console-de-videogame-do-mundo/>. Acesso em: 25 ago. 2023.

MARCONDES, Luiza Chueri; ROSSI, Dorival Campos. A história do acaso: o papel da pirataria na cultura dos jogos digitais. **Imagem, Gamificação, Educação, Literatura e Inclusão**, p. 28, 2018.

MCCREA, Christian. Then, suddenly, I was moved: nostalgia and the media history of games. In: **IE**. 2007. p. 14.

MERCHANT, Altaf; LATOUR, Kathryn; FORD, John B.; LATOUR, Michael S.. How Strong is the Pull of the Past? **Journal Of Advertising Research**, [S.L.], v. 53, n. 2, p. 150-165, jun. 2013. WARC Limited. <http://dx.doi.org/10.2501/jar-53-2-150-165>.

MUEHLING, Darrel D.; PASCAL, Vincent J. An empirical investigation of the differential effects of personal, historical, and non-nostalgic advertising on consumer responses. **Journal of Advertising**, v. 40, n. 2, p. 107-122, 2011.

MUEHLING, Darrel D.; SPROTT, David E.; SULTAN, Abdullah J. Exploring the boundaries of nostalgic advertising effects: A consideration of childhood brand exposure and attachment on consumers' responses to nostalgia-themed advertisements. **Journal of Advertising**, v. 43, n. 1, p. 73-84, 2014.

NACKE, Lennart E.; DRACHEN, Anders; GÖBEL, Stefan. Methods for evaluating gameplay experience in a serious gaming context. **International Journal of Computer Science in Sport**, v. 9, n. 2, p. 1-12, 2010.

NEWMAN, James. **Videogames**. Londres: Routledge, 2013.

NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rocco, 2008.

PEREIRA, Ivo. **Análise – Street Fighter: 30th Anniversary Collection**. Disponível em: <https://www.wasd.pt/analises/analise-street-fighter-30th-anniversary>. Acesso em: 25 ago. 2023.

RAVAJA, Niklas; TURPEINEN, Marko; SAARI, Timo; PUTTONEN, Sampsa; KELTIKANGAS-JÄRVINEN, Liisa. The psychophysiology of James Bond: phasic emotional responses to violent video game events.. **Emotion**, [S.L.], v. 8, n. 1, p. 114-120, 2008. American Psychological Association (APA). <http://dx.doi.org/10.1037/1528-3542.8.1.114>.

SILVA, Marcos RS. **O Jogo de damas para a Educação**. São Paulo: Universidade, 2008.

SINGAPURA. Roots. National Museum Of Singapore. **Nintendo 1983 Family Computer (Famicom) game console and tennis game**. Disponível em: <https://www.roots.gov.sg/Collection-Landing/listing/1336378>. Acesso em: 25 ago. 2023.

SINGH, Ramendra; SHARMA, Yukti; KUMAR, Jitender. A road less traveled in nostalgia marketing: Impact of spiritual well-being on effects of nostalgic advertisements. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 29, n. 3, p. 289-307, 2021.

SOUZA, M. V. O., ROCHA, V. M. **Um estudo sobre o desenvolvimento de jogos eletrônicos**. Unipê, João Pessoa. Dezembro/2005. 123 páginas.

SOUZA, Schneider. Além da nostalgia na Game Music: uma análise reflexiva a partir de entrevistas. **Anais do SIMPOM**, n. 4, 2016.

STREET Fighter II: The World Warrior. 1. Japão: Capcom, 1991. Jogo eletrônico.

STREET Fighter. 6. Japão: Capcom, 2023. Jogo eletrônico.

STREET Fighter 6 Showcase | 4.20.2023 | US English. [S.L.]: Capcom Co., 2023. Color.

Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=ow46UZ0CCuQ&ab_channel=StreetFighter. Acesso em: 25 ago. 2023.

STREET Fighter 6 - Demo Trailer. [S.L.]: Capcom Co., 2023. Color. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=1JmxWphGO5Y&ab_channel=StreetFighter. Acesso em: 25 ago. 2023.

SUOMINEN, Jaakko. The Past as the Future?: nostalgia and retrogaming in digital culture. **The Fibreculture Journal**. Turku, p. 15-18. set. 2007.

TEKINBAS, Katie Salen; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of play**: Game design fundamentals. MIT press, 2003.

VAJDA, Steven. **Mathematical games and how to play them**. Courier Corporation, 2008.

XEXÉO, Geraldo *et al.* **O que são jogos**. LUDES. Rio de Janeiro, v. 1, p. 1-30, 2013.

WAGNER, Jota. **Atari 2600**. Disponível em: <https://musicnonstop.uol.com.br/dia-internacional-do-gamer-conheca-a-historia-do-videogame-contada-atraves-de-10-interfaces-historicos/atari-2600/>. Acesso em: 25 ago. 2023.

WHALEN, Zach; TAYLOR, Laurie N. (org). **Playing the Past**: history and nostalgia in video games. Nashville: Vanderbilt University Press, 2008. <https://doi.org/10.2307/j.ctv16759mn>.

WOLF, Mark JP (Ed.). **The video game explosion**: a history from PONG to Playstation and beyond. ABC-CLIO, 2008.

WOLF, Mark JP (Ed.). **Video games around the world**. Cambridge, MA: MIT Press, 2015.

WULF, Tim; BOWMAN, Nicholas D.; VELEZ, John A.; BREUER, Johannes. Once upon a game: exploring video game nostalgia and its impact on well-being.. **Psychology Of Popular Media**, [S.L.], v. 9, n. 1, p. 83-95, jan. 2020. American Psychological Association (APA). <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000208>.