

Anatomia de jogos virais: padrões de design em Lethal Company e seus derivados

Anatomy of viral games: design patterns in Lethal Company and its derivatives

France Ferreira de Souza Arnaut¹ Paulo Fernando de Almeida Souza² Carina Santos Silveira³ Bruna dos Santos de Jesus¹, Matheus Augusto Souza dos Santos¹

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA)
R. São Cristóvão, s/n - Novo Horizonte, Lauro de Freitas - BA, 42700-000 - Brazil

²Universidade Federal da Bahia (UFBA/ICTI) - Instituto de Ciência, Tecnologia e Inovação Rua do Telégrafo, S/N, CEP 42802-721 | Camaçari - BA - Brazil

³Universidade Federal da Bahia (UFBA/EBA) - Escola de Belas Artes Av. Araújo Pinho, 212, Canela, CEP: 40110-150 | Salvador - BA - Brazil

francearnaut@ifba.edu.br, csssilveira@ufba.br, designpaulo@gmail.com,
{brunasjifba, mssmsmatheusaugusto}@gmail.com

Abstract. *Introduction:* Viral indie games like Lethal Company blend tension, humor, and streamlined cooperation into simple, highly shareable loops. This paper investigates how mechanical, aesthetic, and emotional elements drive the popularity of so-called Lethal-likes. **Objective:** To identify the design factors that contribute to their viral reach and relate them to engagement metrics. **Methodology:** A qualitative study supported by quantitative data from Steam and SteamDB; comparative analysis of five popular titles based on predefined thresholds. **Results:** A recurring pattern is observed, grounded in three pillars: cooperative high-risk loop, affordable pricing strategy, and recognizable aesthetic signs.

Keywords: Viral games; Cooperative horror; Game emotion; Digital aesthetics; Indie games

Resumo. *Introdução:* Jogos independentes virais como Lethal Company articulam tensão, humor e cooperação em loops simples e altamente compartilháveis. Este artigo investiga como elementos mecânicos, estéticos e emocionais impulsionam a viralidade dos chamados Lethal-likes. **Objetivo:** Identificar os fatores de design que favorecem a difusão desses jogos e sua relação com métricas de engajamento. **Metodologia:** Estudo qualitativo com apoio de dados quantitativos da Steam e SteamDB; análise comparativa de cinco títulos com critérios mínimos de popularidade. **Resultados:** Observa-se um padrão baseado em três pilares: loop cooperativo de risco, estratégia de preço acessível e signos estéticos distintivos.

Palavras-chave: Jogos virais; Horror cooperativo; Emoção no jogo; Jogos Independentes;

1. INTRODUÇÃO

A indústria de jogos digitais experimenta crescimento acelerado, impulsionado pelo maior acesso a tecnologias de produção e distribuição e pela ascensão de estúdios independentes que atingem ampla audiência em curto espaço de tempo, conforme aponta De Jesus et al. (2024). Tal dinâmica evidencia a capacidade de inovação desses

pequenos estúdios, ao mesmo tempo em que tenciona paradigmas consolidados pelas grandes produtoras, introduzindo novas perspectivas de design, observado por Lemos e Oliveira (2018).

Lethal Company, desenvolvido por Zeekerss (2023) e disponibilizado em acesso antecipado em 2023, ilustra esse processo. O título — um jogo cooperativo de terror centrado na exploração de ambientes hostis — obteve rápida adoção, registrando sucessivos picos de jogadores simultâneos na Steam, segundo a plataforma SteamDB (2025), tornando-se um fenômeno viral, conforme exposto por De Jesus et al. (2024). O êxito fomentou o surgimento de produções classificadas como *Lethal-like*, que preservam premissas fundamentais do original, mas introduzem variações temáticas e mecânicas específicas.

Estudos anteriores, como os de Dillon (2010) e Pressanto (2021) indicam que interatividade, apelo emocional e estética singular são fatores decisivos para a disseminação orgânica de jogos em redes sociais. Esses elementos transformam a experiência do jogador e geram métricas de engajamento capazes de influenciar o mercado global. Neste contexto, torna-se relevante compreender de que forma tais atributos se manifestam nos títulos *Lethal-like*.

Este artigo objetiva examinar como o design de *Lethal Company* impactou a produção desses sucessores, identificando os componentes mecânicos e estéticos que favoreceram sua difusão. O recorte temporal compreende 2023-2025, abarcando o lançamento do jogo original e a consolidação de obras derivadas. A investigação justifica-se pela necessidade de oferecer subsídios teóricos e práticos a desenvolvedores independentes e pesquisadores, ampliando o entendimento dos fatores que contribuem para a rápida popularização de jogos digitais. A discussão articula métricas extraídas da Steam com referenciais de design de jogos e usabilidade, estudado por Zambon e Chagas (2018) e Schell (2011).

Finalmente, este trabalho posiciona-se como sucessor conceitual/metodológico do trabalho construído por De Jesus et al. (2024), ampliando a agenda precedente ao focalizar a emergência dos *Lethal-likes* entre 2023-2025 e analisando como as soluções estéticas e emocionais de *Lethal Company* foram apropriadas — ou subvertidas — por seus epígonos cooperativos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A viralidade em jogos digitais pode ser compreendida a partir de quatro eixos inter-relacionados: interatividade/usabilidade, estado de flow, estética simbólica e design centrado no usuário. O ciclo de interação proposto por Norman (2006) descreve as etapas cognitivas e físicas que mediam a relação entre jogador e sistema. A clareza das affordances e a resposta imediata do jogo constituem precondições para a comunicação eficiente, afetando diretamente a percepção de controle e, por conseguinte, a propensão ao compartilhamento da experiência.

A Teoria do Flow conceituada na obra de Nakamura & Csikszentmihalyi (2009) complementa essa perspectiva ao salientar o equilíbrio entre desafio e habilidade. Jogos virais, como os *Lethal-likes*, graduam a dificuldade de modo a sustentar o engajamento sem gerar frustração, induzindo um estado emocional positivo que favorece a difusão espontânea.

Baudrillard (1993) argumenta que artefatos culturais adquirem valor de signo que transcende sua utilidade funcional. Nos jogos digitais, elementos visuais, sonoros e narrativos transformam-se em vetores de identidade para a comunidade de jogadores, reforçando decisões de adoção e impulsionando a circulação de conteúdo. Dillon (2011) e Mihelj et al. (2010) apresentam evidências empíricas demonstrando como reações fisiológicas e subjetivas orientam processos de fidelização e recomendação. Desafios cognitivamente intensos, narrativas emocionalmente sugestivas e eventos surpreendentes ampliam significativamente a memorabilidade da experiência de jogo, catalisando sua viralidade, conforme observado por Silveira (2018).

A coerência entre regras de interação e trama dramática, conforme enfatizado por Schell (2011), é crucial para a imersão. Em Lethal Company e derivados, a pressão temporal pela coleta de recursos em ambientes hostis reforça a narrativa de trabalho sob condições extremas, gerando experiência coesa e facilmente compartilhável. Princípios de projeto orientados aos modelos mentais do jogador (Norman, 2006; Sharp et al., 2019) resultam em interfaces que minimizam erros e maximizam a satisfação, permitindo que o foco permaneça no caráter cooperativo e emocional da partida — atributos essenciais para o efeito viral, dialogando com as ideias de Desmet e Hekkert (2007).

Em sua obra, Silveira (2018) apresenta que a convergência desses referenciais — usabilidade, flow, valor simbólico e foco no usuário — explica não apenas a eficácia das mecânicas de Lethal Company, mas também sua influência sobre a geração de sucessores Lethal-like. Essa integração teórica fundamenta a presente análise crítica dos fatores que impulsionam a viralidade de jogos digitais contemporâneos.

3. TRABALHOS RELACIONADOS

Diversos estudos analisam os fatores que conferem status viral a jogos digitais, com ênfase na interação, na estética e nos aspectos emocionais. Dillon (2010) e Pressanto (2021) mostram que originalidade de design e apelo afetivo reforçam o compartilhamento espontâneo, ao passo que a conexão emocional entre jogador e produto constitui elemento decisivo para a difusão viral — premissa também adotada por De Jesus et al. (2024).

No contexto independente, Zambon e Chagas (2018) em consonância com os estudos de Hekkert (2006), observam que a liberdade criativa de pequenos estúdios permite experimentar mecânicas inovadoras que, apesar de recursos limitados, geram experiências intensas e de alto valor simbólico, impulsionando seu êxito comercial. Em sua obra, De Jesus et al. (2024) destacam como narrativa, trilha sonora e interatividade sustentam engajamento e propagação. A pesquisa, apresentada no XXIII SBGames, evidencia a relevância de elementos emocionais e estéticos na viralidade.

A literatura sobre integração entre mecânicas e experiência do usuário, a exemplo de Norman (2006) e Schell (2011) reforça que interfaces intuitivas e feedback imediato preservam o fluxo e a imersão, favorecendo a retenção de jogadores e a difusão do título. Complementarmente, a teoria do valor-signo de Baudrillard (1993) demonstra que a estética visual e sonora molda percepção e identificação do público, dimensão crucial para o sucesso de jogos independentes que exploram narrativas singulares.

Em síntese, o arcabouço formado por estudos sobre emoção, usabilidade, estética e design centrado no usuário sustenta a análise de como Lethal Company e seus

derivados Lethal-like atingem popularidade viral, articulando teoria e métricas de mercado, disponíveis no SteamDB (2025) e na Steam, Valve Corporation (2024).

4. METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem mista, combinando dados de mercado com análise hermenêutica de design e emoção em jogos cooperativos de horror no período de outubro de 2023 a abril de 2025. Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre game design, usabilidade, estética e interatividade — fundamentada em autores como Norman (2006), Schell (2011), Baudrillard (1993), Desmet e Hekkert (2007), Silveira (2018) e Dillon (2010) — além de considerações de De Jesus et al. (2024). Essa fundamentação teórica orientou tanto a definição dos indicadores quantitativos quanto a interpretação das inovações mecânicas e emocionais presentes nos títulos “Lethal-like”.

Os dados quantitativos foram coletados até 10 de abril de 2025, a partir de bases oficiais como SteamDB (para pico histórico de usuários simultâneos e número de avaliações, adotando o critério mínimo de 3 000 avaliações) e Gamalytic (2025)/VGInsights (2025) (para estimativa de cópias vendidas), complementados por comunicados oficiais e notas de imprensa de desenvolvedores, disponíveis em LinkedIn ou na própria Steam, através da seção de comunidade. Foram extraídas também informações sobre preço base de lançamento, permitindo construir planilhas comparativas que evidenciam o desempenho de cada título segundo esses indicadores.

Para a seleção dos jogos analisados, considerou-se que cada título apresentasse simultaneamente quatro mecânicas-núcleo (basilares do “Lethal Company”) — pressão temporal, exploração em ambientes hostis, inventário restrito e cooperação online — e atendesse a um dos seguintes limiares quantitativos: pico histórico $\geq 1\,000$ usuários simultâneos ou $\geq 3\,000$ avaliações. Títulos emergentes sem volume histórico suficiente foram incluídos quando havia dados públicos ou estimáveis de vendas, garantindo foco em obras com real potencial de viralização.

A codificação das variáveis qualitativas contemplou o limite de jogadores por sessão, variação temática e ambientação, elementos de risco–recompensa e instrumentos de comunicação interna entre participantes. Esse processo seguiu protocolos de Norman (2006) para avaliação de usabilidade e de Csikszentmihalyi (2009) para analisar o equilíbrio entre desafio e habilidade, assegurando consistência na leitura crítica dos componentes de design.

Na fase de interpretação, os resultados coletados foram triangulados com as teorias de valor-signo de Baudrillard (1993) e de emoção-engajamento abordado por Dillon (2010) e por De Jesus et al. (2024), buscando entender como cada variação mecânica sustenta a ambivalência emocional cooperativa.

Por fim, reconhecem-se limitações metodológicas na dependência exclusiva da base Steam, na ausência de telemetria fisiológica e na dificuldade de obter vendas exatas em lançamentos recentes. Para mitigar esses pontos, adotaram-se intervalos estimados a partir de múltiplas fontes independentes e critérios mínimos de avaliação, garantindo maior robustez e confiabilidade aos indicadores utilizados. Na seção abaixo serão apresentadas tabelas que foram obtidas a partir desta abordagem metodológica.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO



Figura 1. *Lethal Company* (Fonte: página da Steam do jogo)

Lethal Company, representado na Figura 1 e lançado em acesso antecipado por Zeekers (2023), cristalizou um *loop* simples, mas extremamente potente: quatro tripulantes desembarcam em instalações abandonadas, exploram corredores gerados proceduralmente, recolhem sucata valiosa e precisam retornar à nave antes do toque da sirene. A pressão temporal combina-se a inventário limitadíssimo, rádio VOIP diegético e punição econômica severa em caso de morte, gerando tensão coletiva que desliza rapidamente para humor nervoso. Esse equilíbrio entre risco, cooperação e catarse tornou-se a matriz de todos os chamados *Lethal-likes*.

Tabela 1. Engajamento na Steam (Fonte: os autores)

Jogo (Ano de lançamento)	Pico histórico de jogadores simultâneos	Quantidade de avaliações	Porcentagem de avaliações positivas
<i>Lethal Company</i> (outubro/2023)	240.817	390.723	96,30%
<i>Content Warning</i> (abril/2024)	204.439	56.409	93,59%
<i>Murky Divers</i> (dezembro/2024)	1.751	3.371	86,06%
<i>R.E.P.O.</i> (fevereiro/2025)	271.571	105.950	95,19%
<i>The Headliners</i> (janeiro/2025)	6.315	4.240	83,15%

A partir da visualização das informações, presentes na Tabela 1, logo se percebe um degrau triplo de alcance. *Lethal Company* e *Content Warning* (Landfall Publishing, 2024) formam o patamar de viralidade clássica, ambos acima de 200 mil jogadores simultâneos em seu auge. *R.E.P.O.* (*Semiwork*, 2025), embora mais recente, já superou esse teto — evidência de que o apelo do *loop* permanece forte quando temperado por novidades. *Murky Divers* (*Oro Interactive & Drillhounds*, 2024) e *The Headliners* (*Kafi*, 2025), por sua vez, mostram como versões com foco mais estratégico ou narrativo atraem menos jogadores, mas preservam boa taxa de aprovação, acima dos 80%, indicando sinal de nichos engajados.

Essa distribuição tripartida confirma que, além do loop cooperativo, a “janela de adoção” inicial — frequentemente aberta por campanhas de streamers — é determinante para ultrapassar o limiar de viralidade clássica discutida por De Jesus et al. (2024).

Tabela 2. Estrutura econômica (preço de tabela e estimativa de cópias) (Fonte: os autores)

Jogo (Ano de lançamento)	Preço (dólar americano - US\$)	Preço (real brasileiro - R\$)	Cópias vendidas (estimativas em milhões) Fonte: VGInsights (2025) + Gamalytic (2025)
<i>Lethal Company</i> (outubro/2023)	9,99	32,99	≈ 10 M
<i>Content Warning</i> (abril/2024)	7,99*	26,49	≈ 2,2 M pagas + 6 M gratuitas (nas primeiras 24h)
<i>Murky Divers</i> (dezembro/2024)	9,99	30,49	≈ 0,48 M
<i>R.E.P.O.</i> (fevereiro/2025)	14,99	32,99	≈ 8,5 M
<i>The Headliners</i> (janeiro/2025)	7,99	26,49	≈ 0,25–0,6 M

No âmbito econômico (Tabela 2), confirma-se a validade do “teto psicológico” de US\$ 15 como faixa de impulsividade indie: títulos enquadrados abaixo desse valor apresentam, via de regra, maior volume de vendas, sustentando o modelo low-price/high-volume. *Content Warning* representa uma exceção instrutiva: ao optar por 24 horas de gratuidade, criou um surto de adoção extensivo que, subsequentemente, converteu-se em vendas pagas, evidenciando a eficácia de campanhas promocionais bem cronometradas.

Por outro lado, *Murky Divers* demonstra que apenas preço baixo não sustenta viralização: na ausência de um estímulo inicial de difusão — seja por estética marcante ou por mecânicas “clipáveis” (potencialmente compartilháveis em mídias sociais) —, mesmo ofertas atrativas permanecem restritas a públicos de nicho, dialogando com postulações de Pressanto (2021).

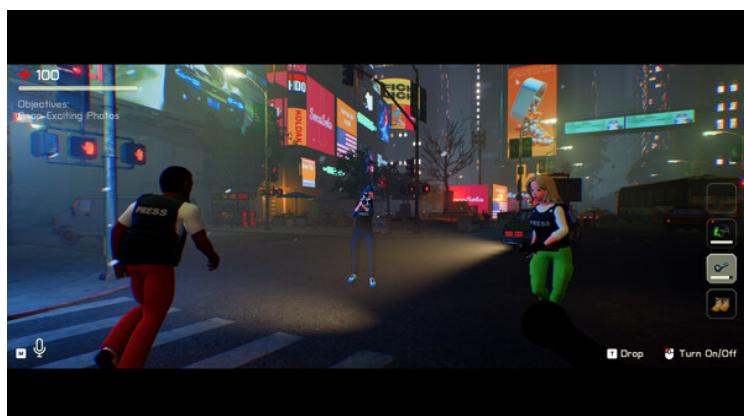


Figura 2. The Headliners (Fonte: página da Steam do jogo)

A imagem de *The Headliners* (Figura 2) exibe a interface de fotojornalismo e a atmosfera noturna estilizada. A transformação do loop de sucata em caça à criaturas raras altera o apelo emocional, deslocando o humor nervoso para momentos de “clickbait” narrativo, o que explica sua adoção gradual, porém consistente, por influenciadores focados em conteúdo sensacionalista.



Figura 3. Murky Divers (Fonte: página da Steam do jogo)

Já *Murky Divers* (Figura 3) enfatiza o confinamento subaquático, com iluminação volumétrica e paleta verde-abissal. A mecânica de exploração em submarino coletivo e corpos afundados reforça a sensação de claustrofobia, mas sem contar com um componente de comunidade amplo, perde força para alcançar picos mais altos.

The Headliners ilustrado pela Figura 2, por sua vez, lançado apenas em janeiro de 2025, já exibe números mais expressivos que *Murky Divers* (apresentado na Figura 3) — pico superior a 6 mil jogadores simultâneos e milhares de avaliações positivas — indicando uma curva de adoção ainda ascendente. Essa graduação também corrobora a hipótese de que a viralidade independe somente da mecânica-base, dependendo também de um “momento zero” de exposição e adoção em redes de streamers e influenciadores, em consonância com os estudos de Dillon (2010) e De Jesus et al. (2024).

Tabela 3. Capacidade cooperativa e inovação mecânica (Fonte: os autores)

Jogo (Ano de lançamento)	Jogadores por sessão	Hook/Gancho Específico
<i>Lethal Company</i> (outubro/2023)	4	Pressão de tempo + rádio VOIP
<i>Content Warning</i> (abril/2024)	2-4	Filmar sustos para monetizar “likes”
<i>Murky Divers</i> (dezembro/2024)	1-4	Submarino compartilhado e corpos afundados
<i>R.E.P.O.</i> (fevereiro/2025)	1-8	Contratos diários e física Newtoniana dos objetos e monstros
<i>The Headliners</i> (janeiro/2025)	1-8	Fotojornalismo de criaturas raras

Em termos de inovação mecânica e cooperação (Tabela 3), todos os títulos mantêm o loop de risco temporal e inventário restrito, mas cada epígonos injeta um

“gancho” específico: *Content Warning* transforma a captura de sustos em métrica social, *R.E.P.O.* apostava na variabilidade diária de contratos e física de objetos para ressaltar imprevisibilidade, *Murky Divers* explora confinamento horizontal e progressão assíncrona, e *The Headliners* desloca o foco para o sensacionalismo fotojornalístico.

Essas variações sustentam o equilíbrio entre desafio e habilidade (flow), conforme proposto por Nakamura & Csikszentmihalyi (2009), assegurando que o grau de tensão se ajuste dinamicamente às expectativas do público, sem romper o loop básico.

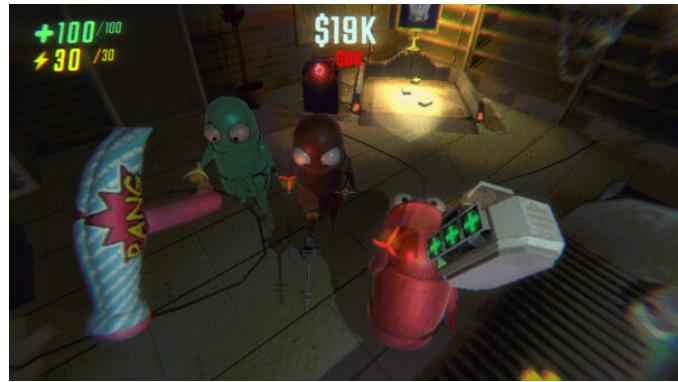


Figura 4. R.E.P.O (Fonte: página da Steam do jogo)

A cena de *R.E.P.O.* (Figura 4) revela um ambiente de extração em que grupos de até oito jogadores controlam robôs low-poly de cores saturadas, cada qual equipado com garras e módulos intercambiáveis. Diferentemente de *Lethal Company*, cuja pressão temporal era fixa, *R.E.P.O.* introduz uma dinâmica de contratos diários com objetivos randômicos — desde recolher componentes eletrônicos em áreas perigosas até capturar criaturas mecânicas híbridas. Essa variação constante mantém a experiência fresca, obrigando equipes a adaptarem táticas a cada sessão.

Tabela 4. Fator estético e valor-sinal (Fonte: os autores)

Jogo (Ano de lançamento)	Estilo visual dominante	Ícone de reconhecimento
Lethal Company (outubro/2023)	<i>Low-poly 3D</i> com shader VHS esverdeado	Macacões laranja e buzina
Content Warning (abril/2024)	<i>Cartoon sujo</i> com <i>film-grain</i> estilo <i>found-footage</i>	Câmera CRT portátil apontada para os colegas
Murky Divers (dezembro/2024)	Paleta verde-abissal, iluminação volumétrica submersa	Submarino submerso com sucatas dentro de seu interior
R.E.P.O. (fevereiro/2025)	Robôs <i>low-poly</i> de cores saturadas, animações cômicas e <i>film-grain</i>	Robôs com uma garra mecânica característica
The Headliners (janeiro/2025)	<i>Low-poly</i> estilizado com atmosfera noturna	Câmera portátil e feedbacks na UI acerca das fotografias retiradas

A dimensão estética (Tabela 4) opera como atalho cognitivo e afetivo: signos visuais — buzina industrial, câmera *CRT*, paleta abissal, robôs saturados, interface de fotojornalismo — funcionam como “memória-relâmpago” que dispara lembranças emotivas e reforça o valor de signo descrito por Baudrillard (1993). Essa iconicidade facilita a identificação imediata em feeds de redes sociais, otimizando o potencial de compartilhamento orgânico. Além disso, ao manter uma coerência mínima com a linguagem visual *low-poly* e *shaders* granulares de *Lethal Company*, cada título preserva familiaridade e, simultaneamente, diferenciação suficiente para despertar curiosidade e análise comparativa, em consonância com Norman (2006) e Schell (2011).

Ao triangular métricas de alcance, vendas, mecânica e estética com as teorias de usabilidade, flow e valor-signo, evidencia-se que a viralidade dos *Lethal-likes* decorre da convergência equilibrada dessas três camadas. Quando uma delas se mostra deficiente — por exemplo, ausência de campanha de lançamento, estética pouco memorável ou loop cooperativo excessivamente complexo —, o jogo alcança somente nichos especializados, ainda que mantenha alta taxa de aprovação. Por fim, o caso de *R.E.P.O.* ilustra que o título recente pode acelerar seu pico viral ao combinar inovação mecânica relevante com promoção eficaz, antecipando-se até mesmo ao precursor em termos de simultaneidade de jogadores.

Em síntese, os resultados confirmam que o modelo de viralidade dos *Lethal-likes* não é aleatório, mas sim formulaico: (i) loop cooperativo de alto risco e baixa complexidade; (ii) estratégia de preço ou promoção capaz de reduzir barreiras de entrada; e (iii) signos estéticos de fácil reconhecimento e forte valor simbólico. Essa tripla configuração fornece diretrizes claras para desenvolvedores independentes que visem não apenas replicar, mas aprimorar o sucesso viral iniciado por *Lethal Company*.

6. CONCLUSÃO E TRABALHOS FUTUROS

O presente estudo demonstrou que a viralidade dos jogos classificados como *Lethal-likes* resulta de uma convergência entre pressão temporal, risco compartilhado e ambivalência emocional — conjunto capaz de transformar experiências de tensão em momentos socialmente recompensadores. Essa estrutura central, originada em *Lethal Company*, revela-se suficientemente robusta para sustentar variações mecânicas e temáticas sem romper com a proposta original de cooperação sob risco.

As análises dos dados revelaram que os jogos com maior tração viral compartilham três camadas determinantes: (i) um loop cooperativo simples, mas emocionalmente intenso; (ii) uma estratégia de preço ou campanha promocional que reduza fricções de entrada; e (iii) signos estéticos marcantes, que catalisam a difusão em plataformas de conteúdo como *TikTok*, *Youtube* e *Twitch*. A estética, nesse contexto, ultrapassa a função ornamental e torna-se vetor de memória, identidade e compartilhamento — fenômeno alinhado às proposições de Baudrillard (1993).

Do ponto de vista teórico, os resultados reafirmam a pertinência da teoria do flow apresentada por Nakamura & Csikszentmihalyi (2009), da usabilidade de Norman (2006) e do valor de signo como componentes críticos para o design de jogos com potencial viral. Observou-se ainda que pequenas inovações, quando coerentes com o loop base, não apenas evitam a saturação como ampliam o apelo a novos públicos.

As principais limitações do estudo residem na concentração de dados da Steam e na ausência de telemetria emocional, como batimentos cardíacos ou resposta vocal

durante o gameplay. Assim, propõe-se que pesquisas futuras: (i) expandam a análise para outras plataformas (como Epic Store e mobile); (ii) incorporem métodos empíricos para aferição emocional; e (iii) investiguem a formação de comunidades de conteúdo como vetor de retenção e difusão.

Contribuindo para a agenda inaugurada no trabalho anterior dos autores previamente mencionado, este trabalho reafirma que o sucesso viral não emerge do acaso, mas da síntese entre design centrado no usuário, evocação emocional e inteligibilidade estética — pilares sobre os quais se constrói a nova geração de jogos cooperativos independentes.

References

- Baudrillard, J. (1993). O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva.
- de Jesus, B. dos S., Souza dos Santos, M. A., Silveira, C. S., & Arnaut, F. F. S. (2024). Desvendando o Game Design por Trás dos Jogos Virais: uma reflexão sobre aspectos emocionais. In Anais do XXIII Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital (pp. 118–130). SBC. doi:10.5753/sbgames.2024.240179
- Dillon, R. (2010). On the Way to Fun: an emotion-based approach to successful game design. CRC Press.
- Desmet, P., & Hekkert, P. (2007). “Framework of product experience”. International journal of design, 1(1), 57-66.
- Gamalytic. (2025). Gamalytic - Steam Analytics [Website]. Disponível em: <https://gamalytic.com/>. Acesso em 10 de abril de 2025.
- Hekkert, P. (2006). Design aesthetics: principles of pleasure in design. Psychology science, 48(2), 157.
- Kafi. (2025). The Headliners [video game]. Kafi.
- Landfall Publishing. (2024). Content Warning [video game]. Landfall Publishing.
- Lemos, C. F., & Oliveira, A. M. (2018). “Gamearte: A relação jogo/arte e o espaço da mídia no sistema”. In V Simpósio Internacional de Inovação em Mídias Interativas (pp. 248–256). Media Lab/UFG.
- Mihelj, M., Novak, D., & Munih, M. (2009, June). Emotion-aware system for upper extremity rehabilitation. In 2009 Virtual Rehabilitation International Conference (pp. 160-165). IEEE.
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2009). Flow theory and research. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), Handbook of Positive Psychology (pp. 195–206). Oxford University Press.
- Norman, D. A. (2006). The Design of Everyday Things (Revised ed.). Basic Books.
- Oro Interactive e Drillhounds. (2024). Murky Divers [video game]. Embers.
- Pressanto, B. P. (2021). “Apontamentos teóricos para o desenvolvimento de jogos independentes de terror com baixo custo de produção”. Apresentado no XX SBGames, Gramado, RS, Brasil, de 18 a 21 de outubro de 2021.
- Semiwork. (2025). R.E.P.O. [Video game]. Semiwork.

- Silveira, C. (2018). Experiência emocional de usuários como imagens da estrutura vestimentar afro-baiana: uma descrição de requisitos para projeto pautado na emoção. (Tese de doutorado em Artes Visuais). Escola de Belas Artes, UFBA, Salvador.
- Schell, J. (2011). A Arte de Game Design: o livro original. Rio de Janeiro: Elsevier. (Tradução de Edson Furmankiewicz)
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2019). Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction (5^a ed.). Wiley.
- SteamDB. (2025). SteamDB [Website]. Disponível em: <https://steamdb.info>. Acesso em 10 de abril de 2025.
- Valve Corporation. (2024). Steam [PC]. Disponível em: <https://store.steampowered.com>. Acesso em 10 de abril de 2024.
- VGInsights. (2025). VGInsights: Estimated game sales [Website]. Disponível em: <https://vginsights.com>. Acesso em 10 de abril de 2025.
- Zeekerss. (2023). Lethal Company [Video game]. Zeekerss.
- Zambon, P. S., & Chagas, C. J. R. (2018). “Produção independente de jogos digitais: o desenvolvedor ‘Lone Wolf’”. Apresentado no XVII SBGames, Foz do Iguaçu, PR, Brasil, de 29 de outubro a 1 de novembro de 2018.