

Lendas: O Folclore Brasileiro Em Jogos Eletrônicos Educativos¹

Marcelo Pires de Oliveira²
Isabela Logrado Fanaia Pessoa³
Rafael Silva Souza⁴
Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC

RESUMO

Este estudo analisa o jogo eletrônico *Lendas* como um exemplo de integração do folclore brasileiro em narrativas interativas, explorando seu potencial educativo e cultural. Desenvolvido independentemente por Kaio Gx, *Lendas* combina elementos de *Action RPG* e sobrevivência em um universo inspirado em mitos como Saci Pererê e Boitatá, além de referências contemporâneas, como o vira-lata caramelo. A pesquisa, baseada em estudo de caso e análise experimental, examina como o jogo utiliza mecânicas inovadoras e narrativas imersivas para promover a cultura popular.

PALAVRAS-CHAVE: folclore; jogos; folkcomunicação; cultura.

INTRODUÇÃO

O mercado global de jogos eletrônicos testemunha a ascensão dos jogos independentes (*indies*), que, conforme relatório da Newzoo (2022), representaram 40% do setor em 2022. Plataformas digitais, como Steam e Epic Games Store, democratizaram o acesso a esses jogos, permitindo que desenvolvedores independentes alcancem públicos internacionais (Fontenelle, 2017). No Brasil, títulos como *Dandara* (2018) e *Chroma Squad* (2015) destacam-se por integrar elementos culturais locais, projetando narrativas de resistência e identidade em escala global (Souza et al., 2021). Esse movimento reflete a demanda por experiências autênticas, contrastando com as produções padronizadas de grandes estúdios.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE19 - Folkcomunicação, mídias e interculturalidades, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025.

² Professor do Curso de Comunicação Social - Rádio, TV e Internet da UESC, email: mpoliveira@uesc.br.

³ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social Rádio e TV, email: ilfpessoa.cos@uesc.br

⁴ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social Rádio e TV, email: rssouza.cos@uesc.br

Nesse contexto, *Lendas*, um jogo brasileiro de *Action RPG* desenvolvido por Kaio Gx, emerge como um caso exemplar de utilização do folclore brasileiro em narrativas interativas. Ambientado em mundos gerados proceduralmente, o jogo combina mitos tradicionais, como Saci Pererê, Iara e Mula Sem Cabeça, com expressões contemporâneas, como o vira-lata caramelo, um meme que simboliza a cultura digital brasileira (Kaio Gx, 2023). Essa integração não apenas enriquece a jogabilidade, mas posiciona *Lendas* como uma ferramenta de preservação cultural e educação, alinhada aos princípios da folkcomunicação.

A folkcomunicação, proposta por Luiz Beltrão (2001), foca nas práticas comunicativas populares que expressam identidades marginais, como o folclore, em oposição aos meios formais de mídia. Jogos eletrônicos, embora inseridos em um meio tecnológico, podem atuar como suportes para essas expressões, desafiando a hegemonia da indústria cultural (Marques de Melo, 2014). Este estudo objetiva analisar como *Lendas* traduz o folclore brasileiro em uma experiência imersiva, investigando suas mecânicas, narrativas e impactos culturais. A pesquisa explora o potencial do jogo em promover a valorização da identidade brasileira, estimular o turismo cultural e impulsionar a economia criativa, contribuindo para o debate sobre o papel dos jogos *indies* na difusão da cultura popular.

METODOLOGIA

A pesquisa adota uma abordagem multimétodo, combinando o estudo de caso, conforme definido por Yin (2001), com análise experimental (Goldenberg, 2010). O estudo de caso é apropriado para questões do tipo “como” e “por que”, permitindo uma análise detalhada do fenômeno contemporâneo de *Lendas* em seu contexto cultural. A análise experimental, baseada na experiência direta do pesquisador com o jogo, complementa a investigação ao avaliar a imersão e a representação do folclore em tempo real.

Foram analisadas 10 horas de gameplays disponíveis no *YouTube*, selecionadas por relevância e qualidade, para mapear a narrativa, mecânicas, elementos visuais e sonoros de *Lendas*. Essa abordagem permitiu identificar padrões na representação de figuras folclóricas, como o Saci Pererê, e na interação com o ambiente do jogo. A pesquisa experimental envolveu 15 horas de jogabilidade na versão Demo do jogo,

disponível em português e inglês, com foco na exploração de mecânicas como combate, crafting e diálogos com personagens não jogáveis (NPCs). A experiência direta possibilitou uma compreensão realista das escolhas do jogador e dos percursos narrativos, conforme destacado por Luneta e Guerra (2023).

A pesquisa bibliográfica embasou a análise teórica, consultando obras de Beltrão (2001), Cavalcanti (2002) e Freyre (1961) sobre folkcomunicação e folclore, além de artigos sobre jogos *indies*, como Oliveira e Mota Filho (2018) e Maia e Silva (2023). O cruzamento entre dados empíricos (gameplays e jogabilidade) e referências teóricas permitiu identificar paralelos entre a literatura e a representação do folclore em *Lendas*. A metodologia garante uma abordagem abrangente, combinando análise qualitativa e vivência prática para compreender o impacto cultural do jogo, com ênfase na sua contribuição para a folkcomunicação.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A folkcomunicação, concebida por Luiz Beltrão, é definida como o “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.” (Beltrão, 2001, p.73). Essa perspectiva privilegia as práticas comunicativas populares, como narrativas orais, festas tradicionais e mitos, que expressam identidades marginais em oposição aos meios formais de mídia. No contexto brasileiro, o folclore, entendido como “saber popular” (Cavalcanti, 2002), abrange lendas como Saci Pererê, Boitatá e Mula Sem Cabeça, que refletem a pluralidade cultural moldada por antagonismos históricos entre culturas europeia, indígena e africana (Freyre, 1961).

A emergência das novas tecnologias, como os jogos eletrônicos, levanta questionamentos sobre a sobrevivência da cultura popular em um cenário dominado pela indústria cultural. Marques de Melo (2014) questiona se o “popular” ainda existe em um contexto de massificação cultural. Contudo, jogos *indies*, por sua natureza autoral, oferecem um espaço para a resistência cultural, integrando elementos folclóricos em narrativas interativas. Schuyttema (2008) define jogos eletrônicos como sistemas de regras e universos narrativos que limitam e contextualizam as ações do jogador, proporcionando imersão. Em *Lendas*, esse universo é construído a partir do folclore brasileiro, transformando mitos em elementos ativos da jogabilidade.

A inclusão do vira-lata caramelo, um meme que reflete a identidade brasileira na cultura digital, ilustra a evolução da folkcomunicação no contexto contemporâneo. Beltrão (2001) define as manifestações populares como a “linguagem do povo”, abrangendo expressões que articulam a identidade coletiva. Assim, *Lendas* posiciona-se como uma ponte entre tradição e inovação, utilizando a interatividade dos jogos eletrônicos para preservar e difundir a cultura popular brasileira em escala global, em consonância com os objetivos da folkcomunicação.

ANÁLISE

O jogo *Lendas*, desenvolvido por Kaio Gx, é um *Action RPG* de sobrevivência que integra o folclore brasileiro em mundos gerados automaticamente, com ecossistemas inspirados em paisagens nacionais. Jogadores enfrentam figuras míticas como Iara e Boitatá, além do contemporâneo vira-lata caramelo, utilizando mecânicas de combate *soulslike* e absorção de poderes, que incentivam exploração e estratégia (Kaio Gx, 2023). A trilha sonora regional e visuais baseados em arte popular reforçam a imersão cultural.

A jogabilidade combina precisão em combates, gerenciamento de recursos e ciclos dinâmicos de dia e noite, com *NPCs* interativos que oferecem escolhas narrativas. A inclusão do vira-lata caramelo conecta tradição e modernidade, atraindo jogadores locais e despertando curiosidade global, com potencial educativo sobre o folclore brasileiro (Cavalcanti, 2002). Comparado a *Never Alone* (Oliveira; Mota Filho, 2018), *Lendas* destaca-se pela abordagem híbrida.

Lendas contribui para a folkcomunicação, preservando tradições e conectando gerações, conforme Beltrão (2001). Seu impacto cultural promove o folclore globalmente, estimulando interesse em manifestações brasileiras e o turismo cultural. Economicamente, fortalece o setor indie, que cresceu 164% no Brasil (Souza et al., 2021). A iniciativa autoral de Kaio Gx desafia a hegemonia dos grandes estúdios, evidenciando o potencial dos jogos como mídia cultural.

CONCLUSÃO

Lendas representa um marco na integração do folclore brasileiro aos jogos eletrônicos, alinhando-se aos princípios da folkcomunicação ao dar voz a expressões populares tradicionais e contemporâneas (Beltrão, 2001). Sua abordagem inovadora, combinando mitos como Saci Pererê com elementos modernos como o vira-lata caramelo, demonstra o potencial dos jogos *indies* em preservar e divulgar a cultura. A análise revelou que *Lendas* não apenas entretém, mas educa, promovendo reflexões sobre identidade e história em uma audiência global.

O sucesso potencial de *Lendas* pode inspirar novas produções que valorizem a diversidade cultural brasileira, impactando áreas como educação, turismo e economia criativa. O jogo destaca a relevância dos jogos eletrônicos como ferramentas de comunicação popular, capazes de conectar passado e presente em narrativas interativas. Este estudo sugere que *Lendas* é um passo significativo na construção de pontes entre tradição e inovação, reforçando a importância de iniciativas autorais na promoção da cultura brasileira no cenário global, com potencial para transformar a percepção do folclore em um contexto digital.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de idéias. Edipucrs, 2001.
- CAVALCANTI, Maria Laura. Entendendo o folclore. Rio de Janeiro, 2002.
- FONTENELLE, I. A. Novas Mídias e Mercado da Experiência: Um estudo da Indústria de Videogames | GVPesquisa -FGV.
- FREYRE, Gilberto. Casa grande & senzala. Rio de Janeiro: José Olympio, 1961.
- GOLDENBERG, Mirian. A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- Kaio Gx. Eu saí do meu trabalho para criar o meu jogo dos sonhos | LENDAS | DEVLOG 0 [Vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NrKVN9VSxqg>.
- GUERRA, A. de L. e R. METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA E ACADÊMICA. Revista OWL (OWL Journal) - REVISTA INTERDISCIPLINAR DE ENSINO E EDUCAÇÃO, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 149–159, 2023. DOI: 10.5281/zenodo.8240361. Disponível em: <https://www.revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/48>.
- MAIA, Ana Flávia; SILVA, Tarcisio Torres. Decolonialismo nos indie games brasileiros: história e imaginário em Dandara. Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 24, 2023.

Newzoo. (2022). Relatório de mercado: Global Games. Disponível em:
<https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2022-free-version>

OLIVEIRA, M. P. de; MOTA FILHO, A. C. da. Folk-Game: Como a cultura popular pode ser adaptada para os Jogos Eletrônicos de Computador – O Caso de “Never Alone”. Revista Internacional de Folkcomunicação, [S. l.], v. 15, n. 35, p. 87–103, 2018. DOI: 10.5212/RIF.v.15.i35.0005. Disponível em:
<https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19099>.

SCHUYTEMA, Paul. Game design: a practical approach. Boston: Charles River Media, 2008.

MARQUES DE MELO, José. Folkcomunicação, contribuição brasileira à teoria da comunicação. Revista Internacional de Folkcomunicação, Recife, v. 1, n. 1, p. 28-40, 2001.

PRIETO, Daniel Teixeira; NESTERIUK, Sérgio. Indie Games BR: estado da arte das pesquisas sobre jogos independentes no Brasil. In: TRILHA DE INDÚSTRIA – ARTIGOS COMPLETOS - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL (SBGAMES), 20. , 2021, Online. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021. p. 745-754. DOI: https://doi.org/10.5753/sbgames_estendido.2021.21510.

Yin, R. K. (2001). Estudo de caso: Planejamento e métodos. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman