

# As casas de diversões eletrônicas

Paulo de Salles Oliveira \*

O desenvolvimento tecnológico, no campo da comunicação, constituindo a chamada era da informática, atinge hoje, quase que simultaneamente, países dominantes e países dominados. Essa contemporaneidade na implantação de novas tecnologias é um dado historicamente singular dentro do desenvolvimento capitalista na América Latina, como lembrou Armand Mattelart.<sup>1</sup> Além disso, dada a imensa rapidez com que se processam as mudanças, nem sempre é possível o tempo necessário para que a sociedade possa se assenhorar das inovações tecnológicas e, além disso, possa também refletir criticamente sobre suas implicações sociais, políticas, econômicas e culturais.<sup>2</sup> Este texto caminha nessa direção ao propor uma discussão sobre o consumo do tempo livre no mercado da diversão, analisando especificamente brinquedos das casas de diversões eletrônicas.

A escolha dos "fliperamas", ao invés de um estudo sobre os vídeos-jogos ou sobre a destinação lúdica dos microcomputadores, deve-se em primeiro lugar, à sua grande penetração social. As casas de diversões eletrônicas existem em qualquer canto da cidade e são frequentadas por jovens, adultos e crianças de diferentes classes sociais. É um tipo de diversão de tal modo atraente para o público que o consome a ponto de organismos oficiais cogitarem a adoção de medidas preventivas contra os "fliperamas". Há, por exemplo, quem sugira que se deve disciplinar a localização dessas casas, mantendo-as afastadas de qualquer estabelecimento escolar em distância nunca inferior a 150 metros. Procura-se assim culpar os "fliperamas" pela evasão escolar e, de algum modo, exercer certa tutela sobre seus usuários, considerando-os incapazes para decidir sobre seus interesses. Tenta-se isentar a escola, transferindo um problema que está dentro da sala de aula para fora dela.<sup>3</sup>

As razões da opção pelo estudo dos "fliperamas" se complementam pelo fato de que muitos dos programas hoje oferecidos aos possuidores de vídeo-jogos são idênticos àqueles veiculados, desde há algum tempo, pelas casas de diversões eletrônicas. Assim, sob o ponto de vista do conteúdo, "fliperamas" e vídeo-jogos guardam muitas semelhanças e se constituem em exemplos vivos da utilização lúdica das novas tecnologias da comunicação. Este aspecto é constantemente lembrado pelos defensores tanto dos "fliperamas" como dos vídeo-jogos, para quem tais brinquedos significam uma incursão preliminar ao mundo da informática,<sup>4</sup> além de proporcionarem — segundo sua argumentação — maior agilidade de raciocínio, maior capacidade

\* Bacharel em História (USP), Mestre em Ciências Sociais (PUC-SP), Pesquisador do SESC — Serviço Social do Comércio.

de percepção e melhoria na coordenação motora. Trata-se, portanto, de examinar em que medida isso se realizaria e se, junto a essas eventuais qualidades, não estariam presentes outras categorias, com maior alcance explicativo.

Vários são os brinquedos eletrônicos existentes nos "fliperamas". Dentre eles, estão o "Donkey Kong", o "Fantastic", o "Space War Ship", o "Indian Battle" e o "Lupin III". No "Donkey Kong", inspirado no filme "King Kong", o desafio consiste em salvar a mocinha, retida pelo gorila no alto de um prédio. Durante o percurso, o herói tem de evitar os barris e as bolas de fogo arremessados pelo gorila, vencendo aquele que chegar ao alto no menor espaço de tempo. Outro jogo, "Space War Ship", tem como meta a destruição do robô da base inimiga. O jogador tem que pilotar uma nave, adentrando no território inimigo e aí evitar as barreiras e a esquadilha de caça defensora até atingir os reservatórios para reabastecimento da nave e conclusão da missão. Em "Indian Battle", a ordem é destruir todos os índios. O jogador comanda os movimentos e os disparos do cowboy, atirando e ao mesmo tempo evitando as flechas e os machados lançados contra ele pelos índios. Há, porém, outros perigos a serem enfrentados pelo herói: deve acertar os ovos soltos por uma águia sem deixá-los cair no chão, pois, se isso acontecer, transformam-se em cobras ou escorpiões capazes de devorar o cowboy. Algo semelhante ocorre no "Fantastic", onde alienígenas aparecem em formação para atacar a nave do jogador. A este cabe esquivar-se dos ataques e exterminar todos os alienígenas. Finalmente, em "Lupin III" o objetivo é ajudar o ladrão a roubar todos os sacos de dinheiro que estão no cofre e levá-los até o esconderijo, sem que seja preso pelos guardas ou pelos cães. Quando for impossível fugir dos guardas e dos cães, há o recurso de apertar o botão central para que o ladrão suma e reapareça em algum outro ponto. Nem sempre, porém, é possível valer-se desse expediente e o jogo termina quando todos os ladrões forem presos.

As situações que esses brinquedos proporcionam trazem à tona vários ingredientes comuns. A reprodução em escala mundial do capitalismo envolve não apenas operações de ordem econômico-social como também de ordem cultural.<sup>5</sup> Aparentemente, os nomes e as aventuras propostas por esses jogos estariam distantes da trama das situações sociais no contexto urbano no Brasil. Entretanto, o tipo de mensagem veiculada é algo vivido e reproduzido em nosso cotidiano. Cultua-se, por exemplo, uma visão heróica dos acontecimentos, com o embate entre um ser dotado de poderes incomuns e seus inimigos. Nesse processo, desdobra-se quase que naturalmente uma seleção: os mais fortes eliminam os mais fracos. Importam as metas, não os meios. Diante das ameaças e conflitos, só os mais fortes são capazes de se adaptar e, portanto, de sobreviver. A figura do adversário não é a de um contracenante, mas de um inimigo, que deve ser destruído. Quem vence é vitorioso por saber como eliminar seus contendores sem se deixar abater por eles. Esse saber implica o poder, arbitrário e "incontestável", de destruir. A excelência é avaliada em função da eficácia no uso da violência.

Fala-se reiteradamente que os brinquedos eletrônicos permitem uma interação entre jogador e máquina: aquele que joga não assiste passivamente as coisas acontecerem, mas assume uma postura ativa, interferindo na ação e modificando seu curso. Pode-se ir ainda mais longe e supor que a imagem dos brinquedos represente a realização de um velho sonho do jogador; de repente, ele vira herói: no "Space War

Ship" e no "Fantastic" torna-se o piloto de uma nave espacial; no "Indian Battle", encarna o "mocinho" dos filmes do far-west; no "Donkey Kong", tenta resgatar a moça. Vive, assim, um clima de constante vertigem e de ameaça, sem entretanto correr perigo, pois tudo faz parte do imaginário.

O jogador, em verdade, recebe um conteúdo pronto. Sua função é assimilá-lo e reproduzi-lo da melhor forma. Não cria nada, é simplesmente "um receptor e, quando muito, imitador".<sup>6</sup> Dessa forma, a suposta participação ativa do jogador se resume em acatar as normas e usá-las em seu proveito, pois, assim agindo, será premiado, somará pontos e derrotará os inimigos. Afinal, esses são os parâmetros valorizados. A subordinação àquilo que está cristalizado nas interpretações oficiais é tal que, num jogo como "Indian Battle", o mocinho tem como missão massacrar todos os índios, enquanto que em "Lupin III" não é dado ao ladrão possuir um revólver para disparar contra os policiais. Há uma interpretação maniqueísta da realidade nesses brinquedos. Não há a menor dúvida em saber distinguir o Bem do mal, o certo do errado, o herói do inimigo, e assim por diante. Logo, a chamada participação ativa que esses brinquedos propiciam tem limites muito claros e muito restritos.

Se pensarmos que a fantasia é uma "reação criadora dos sentidos",<sup>7</sup> uma possibilidade de exercício de liberdade, o brinquedo da casa de diversão representa um bloqueio da fantasia, na medida em que esta se conforma às regras da máquina. Na manipulação desse brinquedo eletrônico, alienamos nossa imaginação, confiando-a a limites estreitos. Do mesmo modo, alienamos nossa capacidade criadora, reduzindo-a à condição de manipuladora de instrumentos. A máquina de diversão nos submete também, à sua maneira de funcionar: os movimentos de deslocamento dos heróis devem ser feitos com a mão esquerda, justamente aquela que, por força da socialização, é o menos hábil. Esse obstáculo "invisível" embora não apareça enunciado explicitamente nos jogos, por certo auxilia os desacertos do iniciante e, assim, renova os desafios ao jogador para novas tentativas de vencer a máquina. E isso só ocorre à custa de muitas moedas, que ela devora em poucos minutos.

## NOTAS

1. MATTELART, Armand. "Comunicação, hegemonia e novas tecnologias na América Latina". In: SILVA, Carlos Eduardo Lins da (coord.). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo, Cortez, 1982, pp. 1-10.
2. CAMARGO, Nely de. Leitura e desenvolvimento tecnológico: um novo analfabetismo? *Comunicação e artes*. São Paulo, (11):13-20, 1982.
3. CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Debate sobre brinquedos industrializados. Realizado no SESC-Fábrica da Pompéia, 23 de jun. 1983.
4. Não é uma posição unânime entre os defensores da utilização lúdica da tecnologia da informática. Um fabricante de microcomputadores faz a ressalva de que "os games só agilizam a mão, enquanto o computador agiliza a mente, abrindo a possibilidade para o usuário criar". *Folha de São Paulo*. São Paulo, 20 jul. 1983, Informática, p. 5.
5. IANNI, Octavio. *Imperialismo e cultura*. 2ª Edição, Petrópolis, Vozes, 1976, esp., pp. 13-73.
6. CHAUI, Marilena de Souza, Ideologia e educação. *Educação e sociedade*, São Paulo, CEDES/Cortez. (5): 24-40, jan. 1980.
7. SANTAYANA, George. *Alternativas para o liberalismo e outros ensaios*. Trad. de J. E. Fortes. Rio de Janeiro, Zahar, 1970, p. 39.

## CURSOS INTERCOM

### 2.º SEMESTRE

1. COMUNICAÇÃO POPULAR E ALTERNATIVA  
Regina Festa — 07 a 18/07  
Luiz Roberto Alves — 07 a 11/07  
Cecília M. K. Peruzzo — 14 a 18/07
2. COMUNICAÇÃO COMPARADA  
José Marques de Melo (coordenador) — 21/07 a 01/08
3. COMO PRODUZIR NOTICIÁRIO JORNALÍSTICO  
Edvaldo Pereira Lima — 08 e 09/08
4. RELAÇÕES PÚBLICAS NA PEQUENA E MÉDIA EMPRESA  
Waldyr Gutierrez Fortes — 15 e 16/08
5. COMO ESCREVER ROMANCE  
Sinval Medina — 21 a 23/08
6. ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA UNIVERSIDADES E INSTITUTOS DE PESQUISA  
Chaparro — 19 e 20/09
7. PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NA IMPRENSA  
Alcides Lemos — 26 e 27/09
8. PLANEJAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS  
Margarida M. K. Kunsch — 10 e 11/10
9. TELENOVELA  
Samira Youssef Campedelli — 24 e 25/10
10. INICIAÇÃO AO RÁDIO  
André Barbosa — 7 e 8/11
11. INICIAÇÃO AO JORNALISMO  
Eucléa Bruno  
Fátima Feliciano — 21 e 22/11
12. INICIAÇÃO ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS  
Orpheu Cairoli — 28 e 29/11
13. INICIAÇÃO À PUBLICIDADE  
Raul Fonseca — 5 e 6/12