

Espaços entre Disputas: Do Lar para o Fliperama. Uma História das Representações do Entretenimento Informático no Brasil (1970-90)

Silvia Helena Bueno

Universidade Federal de São Paulo, Departamento de História, Brasil

Resumo

Sendo inegável a presença do entretenimento informático na vida cotidiana dos últimos 40 anos, este artigo tem por intuito identificar os significados complexos, conflituais e contraditórios da história de sua presença e de seus usos. Delimitado no panorama brasileiro dos anos 1970-90, período que confere ambiência ao entretenimento e as atividades comerciais relacionadas aos jogos eletrônicos, o estudo busca nos materiais publicitários e nas reportagens das mídias impressas, discursos incorporados aos processos de produção que compõem a trajetória do entretenimento eletrônico no país. Para tanto, o caminho de investigação está situado na cesura existente entre o espaço público e privado. O lar e os empreendimentos de fliperamas se configurarão como locais em disputas que, nas representações de seus espaços afirmarão conceitos, preocupações e anseios caros ao seu momento de produção. Um dos pontos que demonstra importância diz respeito aos temores das camadas médias brasileiras em relação ao aumento da criminalidade nos grandes centros urbanos, que encontrarão nas vozes de jornalistas e publicitários respaldo e fomento para aflições.

Palavras-chaves: Violência, propaganda, mídia impressa, história dos videogames.

Contato:

silviahbueno@ig.com.br

Trabalhos relacionados

Este artigo é fruto de uma pesquisa em andamento no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de São Paulo, financiada pela agência de fomento CAPES. Por se tratar de um estudo ainda não concluído, o texto que segue aponta as inquietações iniciais do projeto, bem como seus possíveis desdobramentos.

1. Introdução

No Brasil, em 1984, as empresas que fabricavam videogames contavam com mais de 500.000 aparelhos e quase 2 milhões de cartuchos vendidos. O aumento desse setor no país depositou nos cofres dos fabricantes cerca de 40 bilhões de cruzeiros, com um faturamento global três vezes superior ao ano de 1982 [VEJA, 1984:55]. Jogou-se pesado pelo país adentro. Dia-

após-dia, lojas especializadas em vendas de cartuchos se multiplicavam e as locadoras de vídeos inseriam a locação de fitas para videogame em seu rol de produtos. Em fevereiro do mesmo ano quatro grandes campeonatos de videogames foram realizados, o maior deles no Rio de Janeiro que reuniu 2.000 contendores, "muitos deles exímios em disparar foguetes contra naves inimigas, fugir de fantasmas ou derrubar paredes com tiros de laser" [VEJA, 1984:56]. Pela variação de idade entre os vencedores, de 12 à 37 anos, pôde-se concluir que os videogames – basicamente uma distração para crianças e adolescentes – encantavam igualmente os pais de seus consumidores mais óbvios. Assim, surgia no cenário brasileiro uma geração de consumidores de videogames dispostos a impulsionar segmentos de mercado especializados.

Todavia, é preciso ir mais longe. Certamente, são relevantes os dados de venda e faturamento global dos principais consoles produzidos na atualidade, porém estes números são incapazes de restituírem os significados complexos, conflituais e contraditórios da história da presença e do uso de jogos eletrônicos na vida cotidiana. Como explana Chartier:

“[...] as maneiras como um indivíduo ou um grupo se apropria de um motivo intelectual ou de uma forma cultural são mais importantes do que a distribuição estatística desse motivo ou dessa forma”. [CHARTIER, 1990:51].

No período que marca a chegada dos consoles no país, as relações entre entretenimento eletrônico e público consumidor se ordenam de maneira distinta do modo como hoje são concebidas. Em outras palavras, a relação entre jogador e produto estava principalmente alicerçada no jogo em si e não em seu suporte material. Neste momento as diferenças entre os produtos, os valores agregados a marca, ainda estavam em construção, ou seja, não despontava muita importância se o consumidor possuía o videogame "X" ou "Y", mas a experiência frente ao jogo. Tal fato talvez se explique se arcades e consoles forem colocados em um plano de continuidade. Em termos de narrativas de jogos não se nota cortes precisos entre os suportes. As narrativas de pontuação – aquelas onde o jogador deve superar os obstáculos postos pelo jogo no intuito de agregar mais pontos ao seu placar – são constantes tanto em arcades quanto em consoles. No entanto, uma tênue fronteira necessita um olhar pormenorizado: os espaços de acomodação destes suportes. Enquanto os arcades se concentravam em locais públicos, fora do âmbito da

casa, os videogames se projetaram como um entretenimento para o lar. A emergência de novas sensibilidades - tais como: conforto, comodidade, modernidade, facilidade - sugere transformações no modo de percepção e representação dos espaços do lar e da rua. Quando relacionadas ao entretenimento eletrônico, observa-se nesta cesura campos de disputas por público consumidor. Mas antes que se adentre a fundo nesta questão, é necessário compreender o contexto que dá ambiência ao videogame enquanto entretenimento doméstico: a privatização da vida urbana.

2. A privatização da vida urbana

Ao longo da história, a maioria dos indivíduos na Europa - e em outros lugares do mundo - possuía apenas quatro tipos de bens: bens que herdavam dos pais; que os próprios donos confeccionavam; que eram negociados ou trocados com outras pessoas; e os poucos itens comprados, quase sempre feitos por alguém conhecido. As maiores despesas no orçamento doméstico tradicional eram com alimentação e vestuário, acrescidas ao gasto com moradia que consumiam boa parte da renda familiar. Sobrava pouco para itens supérfluos. Porém, no decorrer do pós-guerra, isso haveria de mudar. As décadas seguintes marcaram, sobretudo nos países de "economia próspera", uma fase excepcional de desenvolvimento econômico, industrial e tecnológico - os Anos Dourados, tempos de prosperidades sem precedentes:

No espaço de tempo correspondente a uma geração, as economias do Oeste Europeu recuperaram o terreno perdido em quarenta anos de guerra e na Depressão; além disso, o desempenho econômico europeu e os padrões de consumo começaram a se assemelhar aos dos EUA. Menos de uma década após saírem cambaleando dos escombros, os europeus, para o seu próprio espanto, e com certa consternação, embarcaram numa era de prosperidade. [JUDT, 2008:344].

É importante assinalar que neste mesmo período o Brasil passava por uma onda de crescimento pautada no avanço na produção de bens de consumo duráveis.

Em linhas gerais, a tendência ao declínio dos ramos tradicionais [das estruturas de produção na indústria de transformação] se acentuou. Salientamos a queda dos bens de consumo não-duráveis, como por exemplo alimentos e bebidas, no valor de produção industrial. Por outro lado, cresceram os demais, em especial os bens de consumo duráveis e os de capital. [FAUSTO, 1997:541]

A influência decisiva do crescimento econômico implicou em um aumento do poder aquisitivo. O novo trabalhador não apenas fabricava itens, ele os comprava também, e isto era novidade. Se outrora as populações marcadas pelas restrições da guerra não dispunham de dinheiro sobressalente, na geração seguinte tal conjuntura modifica-se - uma gama maior

de produtos adentra ao quadro de despesas familiares. Os novos bens adquiridos estavam em uma esfera externa àquela que contempla gastos com as despesas domésticas usuais.

Nenhum homem faminto e sóbrio pode ser convencido a gastar seu último dólar em outra coisa que não comida. Mas uma pessoa bem alimentada, bem vestida, bem abrigada e em tudo mais bem cuidada pode ser convencida a escolher entre um barbeador e uma escova de dentes elétrica. Juntamente com preços e custos, a demanda do consumidor se torna sujeita a administração. [GALBRAITH, J.K. apud HOBBSAWM, 1997:253]

Paulatinamente - em épocas diferentes e com intensidade variável, dependendo do país - bens como televisores, geladeiras, máquinas de lavar roupa, lavadoras de louça entre outros, adentravam no dia-a-dia das pessoas, modificando as tarefas diárias, o modo de concebê-las e executá-las. Por exemplo, se em outros tempos idas ao mercado eram mais frequentes, com a chegada do refrigerador essas viagens tornam-se esporádicas, afinal as donas de casas poderiam comprar uma quantidade razoável de alimentos perecíveis de uma só vez; a máquina de lavar roupa e a lava-louças pouparam esforços na arrumação da casa, conferindo um tempo ocioso àqueles que realizavam estas atividades. O acréscimo de equipamentos nos lares aumentou o conforto e a auto-suficiência, capacitando as pessoas a se conectarem com o mundo inteiro a partir da segurança de suas casas. Com a ampliação do tamanho das residências e a diminuição do tamanho das famílias, há mais espaço disponível por pessoa, tornando o lar mais aconchegante. A nova casa eletrônica e os aparelhos portáteis em comunicação aumentaram as probabilidades de cada membro da família organizar seu próprio tempo e espaço. Por exemplo, fornos de microondas, que permitem o consumo individual de comida pré-cozida, reduziram a incidência de jantares familiares coletivos. Os aparelhos individuais de jantar para refeições diante da TV representam um mercado em crescimento. Os videocassetes, juntamente com a baixa no preço dos televisores e rádios, permitem que um grande segmento da população fique individualmente conectada com seletos mundos audiovisuais. A assistência à família é também transformada pela eletrônica: bebês são monitorados à distância por meio de câmeras no quarto, enquanto os pais executam seus afazeres domésticos. Neste sentido, a inserção dos aparelhos eletrônicos no cotidiano cristalizou mudanças no comportamento social, colaborando para a crescente sedentarização da vida urbana.

Quanto aos produtos que visivelmente representavam novidade tecnológica, a lista é interminável, mas um exige comentário: o televisor. A difusão da televisão criou uma nova galáxia de comunicação, não que os outros meios de comunicação desaparecessem, mas foram reestruturados e reorganizados em um sistema cujo coração compunha-se de válvulas eletrônicas e cujo rosto atraente era uma tela de televisão. Até os

anos 60, a principal fonte de informação, opinião e entretenimento disponível era o rádio. Através dele as pessoas escutavam as notícias, e “se havia uma cultura nacional comum, esta era moldada mais pelo o que as pessoas ouviam do que pelo que liam ou viam”. [JUDT, 2008:350]. O aparelho ocupava um local privilegiado na sala de visitas, e a família o ouvia reunida num mesmo local, sendo que os pais escolhiam a programação. Por conseguinte, o rádio era um meio de comunicação conservador, quer em termos de conteúdos, quer dos comportamentos sociais que provia e afirmava.

A televisão iria mudar todo esse cenário, espalhando-se por toda parte no decorrer dos anos 60. Os conteúdos, a princípio, não eram especialmente inovadores, a maioria da programação era convencional, certificando que o teor político e moral estivesse rigorosamente circunscrito, afirmando, em vez de questionar, normas e valores tradicionais. Contudo, a televisão foi um veículo de subversão social. Contribuiu imensamente para pôr fim ao isolamento e à ignorância de comunidades distantes, proporcionando a todos a mesma experiência e uma cultura visual comum, assim explica o historiador Tony Judt:

Ser francês, alemão ou holandês era agora algo moldado menos pela educação primária ou comemorações cívicas do que pelo entendimento que se tinha do país, conforme apreendido das imagens introduzidas em cada lar. Os “italianos”, para o bem ou para o mal, foram formados mais pela experiência compartilhada de assistir às transmissões feitas pela RAI [Radio Audizioni Italiane, rede de transmissão nacional italiana] de eventos desportivos e shows de variedades do que por um século de governo nacional unificado. [JUDT, 2008:353].

O poder real da televisão é que ela arma o palco para todos os processos que se pretendem comunicar à sociedade em geral, de política a negócios, inclusive esportes e artes. A televisão modela a linguagem da comunicação societal, visto que, as mentes das pessoas são informadas fundamentalmente pelos meios de comunicação, sendo a TV o principal deles. A modalidade de comunicação da televisão é um meio caracterizado pela sua sedução, estimulação sensorial da realidade e fácil comunicabilidade, onde o entretenimento é a supra-ideologia de todo discurso: programas educacionais interativos parecem videogames, noticiários são construídos como espetáculos audiovisuais, julgamentos são transmitidos como novelas e a música é composta para a MTV. A presunção abrangente é que a TV existe para nossa diversão e prazer. As novidades tecnológicas foram em parte simbolizadas por produtos aparentemente inalterados e que desde a Segunda Guerra Mundial se converteram em veículos voltados ao entretenimento. [Cf. CASTELLS, 1999:417]. Portanto, é de se admitir que a presença poderosa da televisão, aliado ao ideal moderno de conforto do lar, contribuiu, e muito, para o processo de privatização no modo de vida das sociedades urbanas.

2. Os jogos eletrônicos e seus espaços de acomodação

“As percepções do mundo social não são de forma alguma discursos neutros: produzem estratégias e práticas que tendem a impor uma autoridade à custa de outros, por elas menosprezados, a legitimar um projeto reformador ou a justificar, para os próprios indivíduos, as suas escolhas e condutas”. [CHARTIER, 1990:51]

Casas de fliperama foram, por muitas vezes, retratadas pelos veículos midiáticos como locais propícios à realização de atividades ilícitas, por exemplo, venda e consumo de entorpecentes. Mesmo que destinadas ao público adulto, estes empreendimentos ao longo do tempo atraíram frequentadores cada vez mais jovens. A presença de crianças e adolescentes nestes espaços, não raras as vezes, despertava preocupação em seus responsáveis: “Fico mais tranquila porque ele está jogando em casa e não no fliperama fazendo besteira” [VEJA, 1984:53], responde uma mãe quando questionada sobre o porquê da compra de um videogame para o seu filho.

É preciso ir mais longe nessa direção. A fabricação e consumo de jogos eletrônicos no Brasil está situada em um período de sensível crise política, social e econômica. Segundo Teresa Caldeira – em estudo sobre os processos atuantes na profunda transformação da sociabilidade metropolitana e os elementos que concorrem para o aumento assustador do crime e da violência – nos anos 1970 já se constata a existência dos sentimentos de incerteza, pessimismo, desilusão e descrença quanto às possibilidades de garantia de emprego e de ascensão social oferecidas pelas grandes cidades. A autora também analisa como a situação de insegurança do país e a dificuldade crescente que a inflação, a crise econômica e o desemprego apresentam para os anseios de mobilidade social; são constantemente associadas ao crime. Estas constatações apontam para um processo intitulado “a fala do crime”, isto é, “um círculo em que o medo é trabalhado e reproduzido e a violência é, a um só tempo, combatida e ampliada.” [CALDEIRA, 2000:21] A partir das formulações de Caldeira é possível indagar se as mensagens nas entrelinhas dos materiais impressos para o videogame podem estar correlacionadas com o conceito de “fala do crime”.

Neste panorama vale também observar as restrições postas pela Lei da Reserva de Mercado (Lei Federal nº 7.232/84). Aprovada em 29 de outubro de 1984 pelo Congresso Nacional e com prazo de vigência previamente estabelecido de 8 anos, a primeira lei da chamada Política Nacional de Informática tinha o intuito de proteger e desenvolver a indústria nacional de eletrônicos e incentivar a produção de pesquisa

científica interna, impedindo legalmente a importação de componentes, de modo a favorecer a fabricação no país. Esta medida afetou diretamente as atividades ligadas ao entretenimento informático. Os baixos custos de produção, oriundos do afrouxamento de impostos, possibilitaram o aumento da produção nacional de videogames, bem como o crescimento de empreendimentos especializados, favorecendo à camadas mais amplas da sociedade o acesso a compra do bem ou serviço. Embora os indícios apontem para um período de prosperidade no entretenimento eletrônico doméstico, ainda é necessário investigar se as casas de jogos informáticos desfrutaram, na mesma proporção, deste momento favorável. Máquinas de fliperama são equipamentos sofisticados que exigem desde sua fabricação e posterior manutenção serviços especializados. Assim, é possível supor que a impossibilidade de importação de peças talvez tenha sido um entrave para os comerciantes destes objetos e, por conseguinte, na frequência e permanência de seus frequentadores. No entanto, observa-se que os empreendimentos de jogos eletrônicos coexistiram durante longo tempo com o mercado de consoles. Isto posto, busca-se investigar nestes espaços em disputas, correlacionados com as medidas legais que os atingiam, outras nuances em suas representações. Se nos valores constituídos para os videogames, o lar seria a materialização do conforto, da segurança e comodidade; talvez a contrapartida das casas de fliperamas não se pautaria na promoção de jogos modernos, mas na afirmação de serem locais voltados para a sociabilização.

4. Considerações finais

O que se tentou demonstrar a partir dessas reflexões é a possível relação entre as mudanças de sensibilidades do público no que tange o espaço público/privado e o entretenimento eletrônico. Os ideais da casa moderna - conforto, comodidade, segurança - ganham novos contornos quando associados ao consumo de videogames. Destes a preocupação das camadas médias com a criminalidade crescente ganha destaque, de modo que o lar e rua serão objeto de projeções daquilo que se acha adequado para o consumo do entretenimento eletrônico.

5. Bibliografia

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Editora 34/Edusp, 2000.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 1990

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

HOBSBAWN, Eric. **A era dos extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

JUDT, Tony. **Pós-guerra: uma história da Europa desde 1945**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008

Periódico

SAFRA DE CAMPEÕES. **Veja**, 08/08/1984. pp. 53 – 56.