

Editora Semente

NOVA★

VIDEO

Número 12
- Novembro 1983 -
Cr\$ 1.000

MAGIA

REVISTA BRASILEIRA DE VIDEOCASSETE, VIDEOGAMES E MICROCOMPUTADORES

INFORMÁTICA 83
cobertura completa

OS CONSOLES:

**O QUE VEM
POR AÍ**



Amazonas, Acre, Amapá, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Roraima, Sergipe, Tocantins

A INVASÃO DOS

Os novos micros

**Tudo sobre
videogames**

MARCIANOS





CARTA AO LEITOR

Normalmente um editorial de número de relançamento é uma declaração de intenções sobre o que é e o que pretende ser uma revista, que é fruto do esforço de muita gente.

Normalmente um editorial de relançamento fala também para os anunciantes – provando que a revista é o veículo ideal para seus produtos.

Ou seja, um editorial é uma carta de intenções. Mas cartas de intenções andam sendo reescritas até pelo governo – de acordo com as circunstâncias, as metas mudam, às vezes de maneira radical.

Talvez por isso seja melhor você dar uma olhada na nova Videomagia – e medir nossas intenções pelo resultado que começamos a apresentar nestas páginas que se seguem.

Fica óbvio que Videomagia mudou – e não foi só a apresentação gráfica.

Mudou tudo. Mudou a editora – Videomagia agora é de inteira responsabilidade da Editora Semente, que publica o principal jornal brasileiro especializado em economia, política e negócios

agropecuários – O Indicador Rural. Uma empresa sólida, feita por jornalistas, que atua também na área de televisão com o Indicador Rural-TV, transmitido, via satélite, para todo o País, semanalmente pela Rede Bandeirantes.

Mudou também a equipe e mudou a linha editorial: a revista foi ampliada, cobrindo tudo o que se refere ao videocassete, como fazia antes, mas também tratando de videogames e de computadores pessoais.

A nova Videomagia fala dos últimos avanços da tecnologia a serviço do homem – de nós, brasileiros, semi-subdesenvolvidos, em crise, mas modernos, brincando com aquilo a que estamos condenados: o futuro que invade nossas vidas em velocidade eletrônica.

Toda esta mudança teve como único objetivo prestar, mensalmente, a melhor informação e o melhor serviço a você, leitor. Esperamos que você goste tanto da nova Videomagia quanto nós gostamos de fazê-la.

O Editor

**PÁGINA 3
FALTANTE**

**PÁGINA 4
FALTANTE**



No vídeo, a magia: marcianos e naves extra-terrestres, heróis intergalácticos, monstros em perseguições implacáveis. Eles invadiram há pouco o Brasil e tomaram conta dos nossos aparelhos de televisão; instalaram-se em nossas salas e nas cabeças das nossas crianças. Chegou a febre dos vídeo-jogos, agora “nacionalizada”.

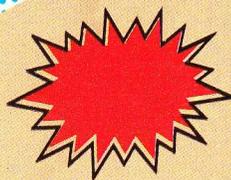
A seguir, contamos como isto tudo começou, nos Estados Unidos e agora aqui; quais os aparelhos mais usados, quais os melhores; seus preços lá e cá; quais os avanços tecnológicos mais recentes; como está o mercado brasileiro e quem vende mais; e como as empresas concorrentes se preparam para a “guerra das patentes”. E ainda: quais as idades em que as crianças têm melhor desempenho; o que é preciso para brilhar no vídeo-jogo; como os psicólogos se dividem ao analisar este brinquedo típico da era da eletrônica (e se é mesmo um brinquedo); e o que acham disto tudo as (às vezes) atordoadas mães dos jovens aficionados.

JULIO WORCMAN



Quem ainda encara os sistemas de vídeo-jogos domésticos como meros brinquedos para crianças vai se surpreender com o desenvolvimento e a sofisticação que os aparelhos atingiram em seus recentes lançamentos, no mercado norte-americano, nos últimos meses. Eles estão entrando rapidamente na terceira fase de evolução técnica e mercadológica, transformando-se em verdadeiras “mini-potências” de computação e passando a disputar frontalmente o mercado de computadores pessoais de pequeno porte.

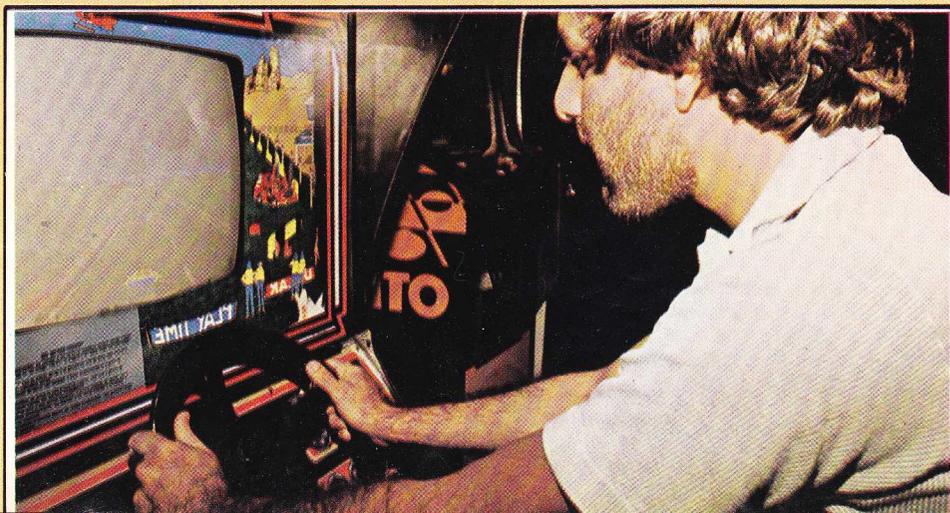
Há pouco mais de uma década surgiam os primeiros aparelhos eletrônicos para jogos domésticos: eram os hoje arcaicos pingue-pongues e tênis. Para trocar o tipo de jogo o consumidor era obrigado a adquirir todo um novo aparelho.



Depois surgiram os sistemas que permitiam a substituição de cartuchos com diferentes programas computadorizados de jogos, conferindo grande versatilidade aos aparelhos. O primeiro deles surgiu nas lojas em meados de 1977: era o **Atari VCS 2600** (Video Computer System), fabricado pela Atari Inc., subsidiária para computadores do gigante multinacional das comunicações, a Warner Communications. O **VCS 2600** continua sendo o aparelho mais difundido nas residências de todo o mundo, hoje com cerca de 12 milhões de unidades vendidas, e foi o responsável pela abertura de um enorme veio de exploração para indústrias na área de informática: a programação e fabricação de cartuchos intercambiáveis com jogos.

Só durante o ano passado o setor nos Estados Unidos – cartuchos, consoles e acessórios – faturou nada menos que 2 bilhões de dólares. No segundo semestre os consumidores começaram a assistir a uma acirrada concorrência entre vários fabricantes, com lançamentos diários de novos cartuchos, acessórios e outros **gadgets** – para reforçar o “appeal” de cada modelo –, gerando, de quebra, alguns milionários processos judiciais por roubo de patentes.

Até o final de 1981 a Atari Inc. dominara a quase totalidade das vendas de aparelhos e cartuchos – e que era facilitado por sua presença anterior no mercado e pela grande variedade de títulos de jogos lança-



dos compatíveis com o seu sistema. Isto assegurava, por sua vez, maior liquidez na comercialização da marca. Em 1982, porém, tudo começou a mudar.

A melhor qualidade gráfica e a maior sofisticação dos jogos permitidas pelos consoles de cada marca foi um dos fatores principais na disputa pela preferência dos consumidores, naquele ano. Além deste aspecto, muitos fabricantes passaram a dar ênfase especial ao lançamento de acessórios conectáveis aos consoles de suas marcas, para propiciar um jogar "mais confortável" – como os controladores sem fio (controle remoto) – ou "mais eficiente", como os joysticks de competição, confe-

Super Action:
maior precisão
nos jogos da Coleco



rindo maior rapidez e precisão às jogadas. Há até controles especialmente desenhados para canhotos.

Em ambos os aspectos – jogos e acessórios – a ColecoVision superou em muito os demais fabricantes, oferecendo produtos de qualidade reconhecidamente superior.



PRIMEIRO GUERRA, DEPOIS ACORDO

Um dos fatores que permitiram o rapidíssimo crescimento das vendas da ColecoVision – que expediu perto de 550 mil de seus consoles em 1982 – foi o lançamento de seu **Expansion Module nº 1**: um adaptador que, conectado ao console básico da Coleco, permite a utilização dos cartuchos de jogos fabricados para os consoles Atari VCS, antes incompatíveis com seu modelo. Desta maneira os consumidores passaram a poder juntar o bom com o ótimo, isto é, desfrutar da qualidade superior dos jogos da Coleco e ainda poder utilizar qualquer um dos mais de 500 diferentes títulos de jogos já lançados pela Atari e pelos fabricantes de cartuchos coligados –, que constituíam o maior atrativo para a venda dos consoles da Atari.

Indignada com a "intromissão" em sua fatia de mercado, a Atari Inc. moveu um processo contra a ColecoVision, no valor de US\$ 370 milhões, acusando-a de ter utilizado, ilícitamente, duas patentes industriais de sua propriedade, na fabricação do **Expansion Module nº**

1 e de um outro pequeno aparelho, o **Gemini**, elaborado também para permitir o uso de cartuchos Atari, ambos comercializados a preços inferiores ao do console VCS 2600.

A Coleco, porém, não se intimidou, e fez sua defesa alegando que as referidas patentes já haviam sido colocadas à venda no mercado antes de a Atari adquiri-las, o que retirava da Warner o direito de protestar pela exclusividade no seu uso. Além desta defesa, a Coleco lançou uma série de contra-acusações sobre práticas monopolistas.

Como resultado, após alguns meses de discussões, ambos os fabricantes firmaram um acordo, ainda secreto, do qual só se sabe que a Atari se compromete a não interferir nas vendas dos produtos da Coleco, e esta por sua vez se obriga a pagar uma taxa (não revelada) à Atari por cada unidade do **Expansion Module** ou Gemini vendida. As consequências deste acordo são ainda inavaliáveis para o mercado em geral, pois não se sabe se foi Davi quem derubou o gigante Golias ou se houve uma associação entre ambos para impedir o crescimento de todos os concorrentes menores – sendo esta última hipótese a mais provável.

Paralelamente a toda esta confusão, o mercado de microcomputadores pessoais, que atingira seu auge também em 82, com a venda de dois milhões de unidades, embarcou em uma briga de concorrência, causando uma derrubada de preços jamais vista nos EUA, com o lançamento simultâneo de novidades tecnológicas por novos fabricantes. Os mais tradicionais – como a Texas Instru-

O inventor do Videogame

Quem inventou o videogame? Esta é uma pergunta complicada, porque a resposta envolve o problema da patente comercial – o que significa milhões de dólares. Há uma velha divergência nos Estados Unidos: a Phillips insiste em afirmar que o inventor foi Ralph Baer, mas as publicações especializadas indicam outro nome – Willy Higinbotham. As datas-chave na disputa são 1958, quando Higinbotham concebeu o videogame, e 1966, quando a Phillips diz que Baer inventou realmente o primeiro jogo.

Patentes à parte, Willy Higinbotham foi de fato o pioneiro. Antes de 1958 não há notícia de algo semelhante ao videogame. A literatura a res-

peito diz que Higinbotham não se preocupou em registrar, como invento, o jogo de tênis no vídeo, que, de brincadeira, criou em 58. Responsável por cerca de 20 inventos – todos eles logo patenteados pelo Governo dos Estados Unidos, do qual era funcionário –, ele explica por que não fez o registro: "Sabíamos que o jogo era engraçado e vimos alguma possibilidade nele, na época. Mas era uma coisa na qual o Governo não estava interessado!" A Phillips (Magnavox – North American Phillips) – que aliás lançou este ano no mercado brasileiro o videogame Odyssey – o fez, então, prometer que nada faria para registrar a patente.

Willy Higinbotham formou-se em Física pela Universidade de Cornell. Convidado a participar de pesquisa no laboratório de radiação do MIT, trabalhou numa técnica avançada conhecida como "detetor de rádio", que mais tarde veio a se transformar no radar. Depois desta experiência ele

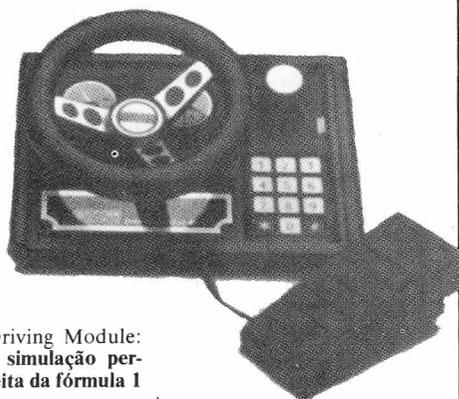
participou do Projeto Manhattan (a fabricação da bomba atômica) como físico.

Em 1950, muitos interessados costumavam visitar o Laboratório Nacional de Brookhaven, em Nova Iorque, para conhecer e acompanhar as pesquisas em andamento. Higinbotham resolveu dar mais "movimento" às exposições que fazia aos visitantes. Imaginou que seria interessante fazer uma espécie de jogo indo para um CRT: os visitantes teriam assim um contato interessante com os equipamentos. A partir desta idéia, ele e seus colegas inventaram um tênis jogado em uma tela de cinco polegadas de um osciloscópio (aparelho utilizado para estudar a variação de intensidade de uma corrente alternada).

Relés eletromecânicos, potenciômetros, resistências, condensadores e pequenos op-amps foram combinados com alguns transistores, e foi assim que surgiu o videogame, alguma coisa que não era computador, digital ou

ments e a própria Atari, com seus modelos Atari 400 e Atari 5200, projetados em 1977 e 1978 – foram apanhados desprevenidos e obrigados a baixar drasticamente o preço de venda de seus aparelhos – em alguns casos com reduções de até 75 por cento em menos de quatro meses, como aconteceu com o micro 99/4 A, da Texas. Isto causou grandes prejuízos às companhias.

Um dos fatores responsáveis por esta “sacudida” no setor de micro-computadores pessoais foi a entrada no mercado, há três anos, da **Commodore International**, que, utilizando sua condição de fabricante de microcircuitos (“chips”), passou a fabricar máquinas baratas e potentes e, ao final de 1981, começou a baixar os preços de seus VIC-20 – um computador de baixa capacida-



Driving Module:
a simulação perfeita da fórmula 1

análogo, e que jamais havia sido utilizada antes.

Desde seu nascimento o videogame buscou o máximo de aproximação possível com a realidade. Naquele jogo de tênis, por exemplo, se a bola batesse na rede perderia a velocidade e acabaria morrendo. Todos os detalhes foram providenciados: havia correspondência até para a gravidade e a velocidade do vento.

Hoje, o inventor do videogame, um inveterado fumante septuagenário, é um cientista muito respeitado nos EUA. Foi secretário-executivo da Federação dos Cientistas Americanos, em Washington, quando, agindo como elemento de ligação entre o Congresso e os cientistas, lutou pela não proliferação das armas nucleares. Cientista senior do Laboratório Nacional de Brookhaven, ele e seus colegas organizaram lá a mais completa biblioteca do mundo sobre salvaguardas nucleares.

saver pela expedição de quase 1 milhão de novos consoles e rebaixando o **VCS 2600** da Atari ao segundo lugar de vendagem, com 36 por cento da fatia do bolo eletrônico. A Intellivision aumentou sua participação para 14 por cento e os consoles **Odyssey** ficaram com apenas 2 por cento. A ColecoVision foi o único dos grandes fabricantes a lucrar no segundo trimestre deste ano: 9,1 milhões de dólares. E a Atari pela primeira vez causou prejuízos à Warner: cerca de US\$ 283 milhões, no mesmo período.

Estima-se que em julho deste ano já havia cerca de 15 milhões de consoles de vídeo-jogos instalados nos EUA e perto de três milhões de micros pessoais: pesquisas de mercado demonstraram que a maioria destes micros, curiosamente, é usada principalmente para aplicação de vídeo-jogos e muito pouco para suas outras potencialidades. Estes resultados mostraram que tanto os fabricantes de micros quanto os de vídeo-jogos estão lutando em um mesmo mercado consumidor; e esta descoberta passou a mudar os rumos da mercadologia destes produtos.

Ao final de 1982 a maioria dos fabricantes de vídeo-jogos começou a perceber esta característica de consumo e a concluir que um dos grandes empecilhos ao aumento das vendas de consoles residia na cada vez mais rápida queda de preços dos micros. Os consumidores potenciais de vídeo-jogos ficavam perplexos, com uma grande dúvida: comprar um console de vídeo-jogo ou aguar-

tos.

Quase todos os fabricantes de sistema de jogos domésticos começaram a projetar e a anunciar o lançamento no mercado, ainda para este ano, de uma enorme variedade de equipamentos periféricos acopláveis aos consoles já existentes – seguindo uma filosofia da compatibilidade e possibilidade de expansão –, tornando-os tão ou mais capazes que muitos dos micros pessoais de pequeno porte atualmente nas lojas. Dentre estes equipamentos modulares destacam-se: os teclados alfanuméricos, que, por si, ampliam a capacidade de memória dos consoles de jogos e permitem que o usuário “monte” programas simples em linguagem **Basic**, desenvolvendo seus próprios jogos, além de muitas outras aplicações; os sintetizadores de voz e música, dando margem a jogos educativos para soletrar e pronunciar, além de desenvolver a musicalidade; pequenas impressoras de baixo custo e **modems** (aparelho que transforma as informações computadorizadas em sinais transmissíveis via linhas telefônicas), possibilitando, finalmente, a realização do sonho de poder trabalhar em casa, sem ir ao escritório; além de uma série de interconexões (interfaces) para mecanismos de armazenagem de dados – como os gravadores de fita cassette, os adaptadores de floppy disks ou o mais recente invento na área, o Wafer –, expandindo de modo quase ilimitado as possibilidades de incrementação e sofisticação de todas estas aplicações.

Atari, o mais antigo, o mais popular

O Atari VCS 2600 é o mais antigo dos videogames e o mais difundido nas residências de todo o mundo, embora tenha características algo obsoletas em relação aos novos modelos de outros fabricantes. Em geral os gráficos dos jogos no Atari são muito pobres e se assemelham a desenhos construídos por crianças, com bloquinhos meio desarrumados. Um outro aspecto que se critica é a pouca rapidez e precisão, com que os objetos se deslocam na tela, ao comando dos joysticks. Isto, porém, ocorre porque o mesmo cartucho é usado para vá-

rias modalidades do mesmo jogo – como o **Combat**, que traz 18 diferentes modalidades no mesmo cartucho –, utilizando toda a memória do cartucho, em geral entre 2K e 4K, para a quantidade, sem se preocupar com a qualidade e a sofisticação. Os cartuchos lançados mais recentemente, porém, não padecem deste mal, como o **Raiders of the Lost Ark** e outros, que usam toda a capacidade do cartucho para apenas um jogo, conseguindo resultados surpreendentes, com a possibilidade de utilização de diferentes cenários (às vezes mais de dez) em um mesmo jogo, tornando-os muito mais interessantes.

Apesar disto, por ser o Atari VCS 2600 o aparelho mais antigo, e a Atari Inc. a maior compradora de direitos de adaptação dos jogos das máquinas de moedas, o VCS 2600 – e seus similares, os brasileiros **Dactari** e **Dynavision** –, ainda é o sistema com a

ColecoVision, o mais inventivo

O ColecoVision é considerado, de longe, o melhor dos consoles de videogame, sendo o sistema de maiores possibilidades gráficas já fabricado. Os jogos lançados nos cartuchos Coleco são os mais inventivos e seus gráficos têm colorido forte e são densos, aproximando-se mais do real. Além dos jogos especialmente elaborados para a Coleco, os melhores jogos das máquinas de moedas são adaptáveis, sem dificuldades, para o

sistema Coleco, com grande superioridade em relação aos demais sistemas. Jogos como **Smurf**, **Lady Bug** e **Carnival** deixarão o leitor fascinado ante as maravilhas do mundo da eletrônica. Algumas adaptações das máquinas de moedas, como o **Zaxxon**, têm deixado muita gente esquecer as horas de refeição, e até panelas quei-

maior variedade de títulos de jogos compatíveis, quase 600 diferentes cartuchos. Este fato é um dos responsáveis pela continuidade do alto índice de vendagem deste modelo, embora suas limitações técnicas já sejam bem conhecidas.

Acessórios – A própria Atari Inc. assim como alguns outros fabricantes, projetaram alguns acessórios para o VCS, mas não muitos, se comparados com os desenvolvidos para outras marcas, como a ColecoVision. Dentre os acessórios constam muitos modelos de controles especiais, como o **point-master** (para competição), controles com controle remoto (sem fios), e os **paddles** – controles giratórios especiais para os joguinhos de tênis e outras modalidades semelhantes, estes fabricados pela própria Atari.

Desde 1982 caiu muito a venda da Atari, devido ao surgimento de novos aparelhos com qualidades muito superiores, em vários aspectos. Para reagir, a empresa começou a projetar alguns desenvolvimentos para seu console, seguindo a tendência, apresentada pelos fabricantes concorrentes, de transformar os consoles de jogos em pequenos computadores.

Dentro desta linha a Atari Inc. anunciou o lançamento do teclado alfanumérico, acoplável, com o nome de **My First Computer** (Meu Primeiro Computador), que possibilitará aos usuários programar seus próprios jogos e utilizar uma série de programas (software) especiais que a Atari está desenvolvendo, como para contabilidade doméstica e diversos programas educacionais para desenvolvimento de raciocínio matemático.

O teclado da Atari terá 16 K de

mando no fogo, graças ao estupendo realismo do design gráfico, dos efeitos sonoros e do movimento dos personagens na tela, comandados com precisão pelos controles.

A aceitação do sistema Coleco nos EUA tem sido tamanha que até o maior fabricante independente de cartuchos – a Activision –, que ante-



memória e será vendido, nos EUA, a preço de cerca de US\$ 90, quando foi lançado, próximo ao Natal de 1983. Junto com o teclado o comprador receberá um cartucho para programação em linguagem **Basic**. Os planos anunciados pela Atari Inc. incluem um **interface** (interconector)-permitirá o uso de qualquer gravador de fita cassete com uma saída para "egoísta" (fone de ouvido), permitindo a gravação ou **play-back** de informações e programas (ou jogos) arquivados em fita-cassete. Uma abertura lateral no corpo do teclado permitirá o acoplamento de periféricos a serem lançados futuramente pela companhia: possivelmente um **modem** (para enviar e receber informações através de linhas telefônicas); uma impressora de baixo custo; um **disk drive** (mecanismo para arquivamento de informações e programas) ou um **Wafer Data** (com a mesma utilidade).

O teclado ampliará a memória do console VCS, permitindo a utilização de cartuchos com jogos mais avançados: gráficos muito melhores e movimento de objetos mais precisos e rápidos.

É importante notar que a Atari não foi a primeira companhia a anunciar o lançamento de teclados acopláveis ao VCS, e sim a quarta: haverá, portanto, nos próximos meses, outras alternativas nesta modalidade a serem consideradas antes da aquisição.

Matel, para simular jogos esportivos

Embora um dos consoles menos conhecidos no Brasil, o **Matel Intellivision** é dos mais vendidos nos EUA, depois do Coleco e do Atari VCS. Segundo os aficionados, este é o melhor sistema para quem gosta de si-

riormente só fabricava jogos compatíveis com os consoles da Atari, manifestou interesse em iniciar a produção de uma linha especial de cartuchos para os consoles Coleco. A própria Coleco já lançou entre 55 e 60 títulos de jogos, todos muito elogiados pelos críticos especializados.

Acessórios - Também na área de acessórios a ColecoVision está dando um **banho** na maioria dos fabricantes concorrentes, com o lançamento de pequenos volantes e aceleradores, especialmente desenhados para os jogos de corridas de carros ou pilotagem de aviões - **Driving Module**. Para os jogos de esporte, como futebol e beisebol, a Coleco lançou um controle sofisticado - **The Super Action** -, uma espécie de maçaneta com gatilhos para quatro dedos da mão, cada um

mulações de jogos esportivos, pois seus cartuchos são os que produzem os melhores gráficos e efeitos sonoros nesta área específica. Jogos educativos e adaptações de máquinas de moeda não são o forte deste sistema.

Até alguns meses atrás o Intellivision não suscitava muitos comentários além dos citados, nem mesmo quando lançou seu sintetizador de voz, acoplável, e uma série de cartuchos de jogos para serem usados com ele, melhorando ainda mais seus jogos já conhecidos e mostrando aos concorrentes, como a Philips - que já tinha lançado anteriormente seu sintetizador de voz -, como o aparelho poderia ser melhor aproveitado, dando grande entusiasmo às partidas.

Recentemente a Matel anunciou o lançamento de seu ECS (Entertainment Computer System), que coloca seu sistema exatamente sobre a linha entre os jogos que computam e computadores que jogam. O sistema aparentemente não modificou em muito a aparência do Intellivision II (o console antigo) mas, em seu "miolo", muita coisa mudou: junto com ele um adaptador para computação e um teclado com 49 dígitos (exatamente igual a uma máquina de escrever), que, além das funções normais já descritas para os teclados dos demais

controlando a ação de um dos jogadores na tela, independentemente dos demais, e com um pequeno teclado no topo - semelhante ao de uma calculadora de bolso -, que permite planejar "estratégias" para seu time.

Ainda recentemente a Coleco lançou o **The Roler Controller**, que é uma bola giratória, permitindo movimentar os objetos na tela em 360°, como nas máquinas de moedas - modalidade que não existe em qualquer outro sistema de jogo doméstico.

Expansão do sistema - Um dos primeiros equipamentos modulares lançados pela Coleco foi o **Expansion Module nº 1**, que permite a utilização de qualquer dos cartuchos de jogos fabricados para os consoles da Atari, permitindo que os proprietários de consoles Coleco, por uma quantia

sistemas, permite que o usuário o transforme em um órgão eletrônico, que toca acordes compostos por até seis notas de cada vez. Esta capacidade possibilita a criação de programas como o **Melody Maker**, que desenha em uma pentapauta as notas que estão sendo tocadas, além de permitir que o usuário marque "tempos" em um metrônomo na tela, fazendo o sintetizador de som segui-los à risca, solfejando.

Além deste programa que o diferencia dos demais, o Matel Intellivision III, ou ECS, permitirá ao usuário aprender a arte da programação em **Basic**, sem nunca errar; errando, a máquina o alertará. O programa, chamado **Mr. Basic**, explica, passo por passo, o que o **programador** deve fazer. Na tela estas instruções vão aparecendo coloridas. Quando o usuário erra, os passos surgirão sem cor, indicando o erro no local e no momento exatos.

Outros programas excepcionais podem acompanhar este sistema, além de vários aparelhos periféricos e acessórios, já à venda, como interface para gravadores de fita e novos controles para jogos justificando o avanço significativo que os consoles Intellivision conseguiram no primeiro semestre deste ano.

relativamente pequena - cerca de US\$ 60 -, usem também os jogos elaborados para os Atari VCS - mais de 500 cartuchos -, sem ter de comprar um novo console inteiro. Depois, a Coleco lançou o **Gemini**, com a mesma finalidade do **Expansion Module nº 1**, com a diferença de não precisar do console básico da Coleco como suporte. Por causa destes dois lançamentos a Warner, fabricante do Atari, moveu um processo milionário contra a Coleco, acusando-a de ter roubado suas patentes industriais. Apesar do processo, a Warner não pôde impedir a continuidade da fabricação e vendas dos dois aparelhos.

Um novo lançamento espera os fãs da ColecoVision, neste segundo semestre: o **Super Game Module**, ou **Module nº 3**, que tem uma nova forma de arquivamento de informa-

de utilizar a inversão.

Um sujeito chamado Milton Bradley criou um módulo acoplável ao microcomputador pessoal da Texas Instruments, o TI-99/4A, permitindo a prática de videogames esportivos com o controle oral dos usuários, como se estes fossem mesmo torcedores gritando em um estádio onde se passa a partida. O primeiro destes jogos foi lançado há menos de um mês, é o "Championship Baseball", e o joystick só é usado para controlar o ângulo da rebatida da bola com o bastão de madeira. O resto é no grito.

GUERRA DE PREÇOS

A guerra de preços travada pelos fabricantes de micro, computadores pessoais e periféricos nos Estados Unidos pode estar fazendo vítimas entre as indústrias (como é o caso da Texas Instruments, que viu seu TI-99/4A ser literalmente esmagado pelo Vic 20 da Commodore, e está amargando pesados prejuízos). Mas seguramente está beneficiando os consumidores. Basta ver a tabela abaixo, sobre o preço de equipamentos nas lojas americanas (em dólares, é claro) em junho deste ano, em comparação com o preço de lançamento dos produtos no mercado.

Computadores	Preço de lançamento	Jun 83
Apple II e (64K, 40-col)	1395	1175
Atari 400, 16k	559	79
Atari 800, 48k	999	369
Atari 1200, 64k	899	424
Commodore Vic-20	297	84
Commodore 64	599	289
Osborne 1, 64k	1795	1187
Radio Shack:		
Color Comp, 16k	399	199
Model 4, 64k	999	999
TI 99/4A, 16k	635	98
Timex 1000, 2k	99	34
Video-Games		
Atari 2600	199	69
Atari 5200	269	155
Colecovision	199	135
Intellivision II	199	79

Segundo a última tecnologia no mercado. Sobre isto há grande segredo, mas sabe-se que a Coleco deverá utilizar o MicroDrive para aumentar



Odyssey, a ênfase nos jogos educacionais

O Odyssey foi o primeiro dos consoles de videogames a surgir já acompanhado de um teclado, mas esta característica não o fez melhor que os outros consoles no mercado, pois o teclado não é programável. Até o lançamento do sintetizador de voz, acoplável ao sistema, o teclado fazia pouco mais que escrever o nome dos jogadores em um local reservado abaixo do marcador de scores, "personalizando" a partida. Com o lançamento do sintetizador de voz, algumas brincadeiras foram permitidas, como o uso de cartuchos especiais para escrever fonemas ou palavras na tela, e esperar que o sintetizador "leia" o que está escrito. De qualquer maneira esta capacidade



ainda mais a memória de seu console, e o lançamento de um teclado alfanumérico com uma linguagem modificada de programação - ColecoBasic -, com 16 K de memória. O teclado, associado ao Expansion Module nº 3 e mais ao console básico Coleco, propiciará ao usuário um total de 48 K de memória, dos quais 42 K serão inteiramente utilizáveis para arquivamento de informações e programas desenvolvidos pelo usuário. O teclado da Coleco poderá gerar, na tela, 24 linhas de 40 caracteres cada uma (letras e espaços) e, ainda nos planos da companhia, um modem, uma impressora técnica e, já dentro do teclado, interfaces para gravadores de fita e outros periféricos.

não se faz muito atraente para os brasileiros, porque o aparelho só lê em inglês. Talvez para criar ruídos engraçados, como vozes de seres tipo ET, ele seja mais interessante.

Os gráficos são pobres, em geral, e a ação dos objetos nada acrescenta ao dos Atari VCS 2600. Uma característica particularmente interessante dos Odyssey no Brasil é a fabricação de cartuchos com programas realmente nacionais, como o recentemente lançado pela Philips brasileira, o "Didi na mina encantada".

A Philips já lançou 28 cartuchos no Brasil, com 36 modalidades de jogos. O forte mesmo dos sistemas Odyssey são os jogos educacionais, pelo menos até o lançamento do Command Center, já anunciado nos EUA.

O Command Center, que será a base do Odyssey nº 3, poderá modificar este quadro oferecido pelo console da Philips até o momento. Ele permitirá o acoplamento de expansores de memória para 16 K e a Philips está anunciando uma série de inovações como um novo sintetizador de voz, a possibilidade de acoplamento de modem para conexão com bancos de dados do tipo do The Source ou Down Jones, para notícias e informações sobre o mundo dos negócios, além de uma variedade de jogos melhorados, explorando a maior capacidade do console. Por enquanto, é esperar para ver, pois o equipamento à disposição atualmente não oferece concorrência aos demais, a não ser no caso de paixão irremediável por alguns de seus 28 cartuchos de jogos, só compatíveis com o console da mesma marca.

O Piggyback, da Entex: um dos teclados para programação em basic, acoplável aos consoles Atari VCS, produzido para conquistar alguns dos 12 milhões de proprietários americanos já cansados de "apenas" jogar.

CHEGOU A JOGOMANIA

E OS FABRICANTES SE PREPARAM PARA A GUERRA

Depois da invasão, a guerra. A **video craze** – videomania – que assolou os Estados Unidos há alguns anos, está chegando ao Brasil. Com o lançamento, em abril último, dos primeiros aparelhos para vídeo-jogos fabricados no Brasil, já se prevê que o País vai ser literalmente tomado por essa nova febre, antes um privilégio restrito a quem podia importá-los ou comprá-los a contrabandistas.

E, na esteira dessa invasão, nós, consumidores potenciais, começaremos a assistir em breve ao início de uma guerra mercadológica semelhante à que vem marcando a disputa do mercado norte-americano – guardadas, é claro, as proporções. A luta entre empresas está prestes a ser deflagrada de público e já se trava nos bastidores. Haverá lançamento de campanhas publicitárias, novos produtos a cada mês, e já se prevê muitos processos judiciais de fabricantes contra os “concorrentes desleais” – os que simplesmente “copiam” os programas dos jogos. Um desses fabricantes, por exemplo, a Polyvox – licenciada da Atari Inc., subsidiária da Warner Communications para computadores – já se armou: seu Departamento Jurídico contratou três firmas especializadas em patentes para abrir fogo contra a concorrência que considerar ilícita. E a Warner já enviou dos EUA alguns dos seus advogados com experiência no assunto para ajudar a Polyvox na guerra.

Nos EUA, o mercado dos vídeo-jogos movimenta por ano cerca de 3 bilhões de dólares. Vendidos nos EUA a cerca de 150 dólares, até há pouco tempo os aparelhos eram presença quase obrigatória na bagagem

dos turistas brasileiros e faziam a alegria dos contrabandistas. Com a maxidesvalorização do cruzeiro e com o lançamento dos primeiros modelos nacionais o panorama se modificou. Os aparelhos importados tornaram-se muito mais caros e deixaram de ser a única opção.

ENTÃO, EM ABRIL DE 83...

Tudo começou em abril de 1983: na Feira de Utilidades Domésticas, em São Paulo, inaugurava-se oficialmente o mercado brasileiro de vídeo-jogos, com o lançamento dos dois primeiros modelos de aparelhos fabricados no País – o **Dactari**, similar do Atari VCS 2600, fabricado pela Sayfi Eletrônica; e o **Odyssey**, pela Philips. A segunda etapa é agora: neste segundo semestre começará a comercialização de dois outros modelos de consoles – ambos também similares ao tradicional Atari VCS 2600: o **Dynavision**, fabricado pela Dynacom Eletrônica; e o **Atari** propriamente dito, a ser fabricado pela Polyvox, sob licença adquirida de patentes da Warner (Atari Inc.) para todo o Brasil, abrangendo tanto os consoles e acessórios quanto os títulos dos cartuchos com jogos já lançados pela Atari americana – cerca de 350 títulos – e os ainda por serem lançados.

Anteriormente ao lançamento dos primeiros modelos nacionais, estimava-se que havia entre 50 mil e 80 mil consoles importados no Brasil. Os 50 mil foram indicados por uma pesquisa encomendada pela Polyvox para quantificar o mercado

nacional para os **joysticks** (controles) sobressalentes que iria fabricar com licença da Atari Inc. Os 80 mil foram estimados com base em informações obtidas junto às lojas de venda e a partir das trocas de cartuchos de jogos.

De abril a setembro, no entanto, estes números já mudaram muito. Somaram-se a eles os 4.500 consoles fabricados e vendidos pela Dactari; os cerca de 1.200 vendidos mensalmente por apenas uma das grandes lojas de Manaus; e o incontável número de aparelhos contrabandeados que entram no País. Também devem ser somados os números de venda dos Odyssey, que a Philips ainda não divulgou.

De setembro até o fim do ano, segundo as expectativas de venda dos novos fabricantes que agora entram no mercado (Dynavision, com 50 mil unidades; e Polyvox, com 150 mil), o número de consoles deverá subir para não menos de 350 mil. O que já representava um significativo potencial de consumidores de cartuchos com jogos, **joysticks** sobressalentes e outros acessórios.

Ainda na área de consoles, podemos esperar para breve uma concorrência entre fabricantes semelhante à que ocorre hoje nos Estados Unidos. A própria briga de patentes entre a Atari e a ColecoVision já exhibe seus primeiros reflexos no Brasil: em Manaus pode-se encontrar lotes de atacado (acima de 400 unidades) do console Gemini, fabricado pela Coleco para aceitar os cartuchos compatíveis com o sistema Atari VCS, por cerca de 56 dólares a unidade, enquanto os lotes do Atari não são encontrados a menos de 77 dólares a unidade.

Além disso, a Dismac também entrou na corrida com um console semelhante ao Atari VCS 2600, que já está sendo comercializado na base de Cr\$ 170 mil; e a Splice – firma que não tinha tradição na área de informática – acaba de lançar o **Splice Vision**, com circuitos copiados do modelo Coleco Vision americano, de qualidades e potencial superior aos Atari VCS e similares. A Sharp estaria negociando com a Mattel a fabricação, no Brasil, de um console semelhante ao Intellivision II, um modelo também de grande aceitação nos EUA. Caso isso tudo se concretize, os consumidores brasileiros poderão escolher, muito breve, entre todos os modelos comercializados atualmente nos EUA (Philips, Atari, Coleco e Intellivision) e ainda entre os similares de cada um deles.



OUTRO FENÔMENO – A FABRICAÇÃO DE CARTUCHOS

Nos últimos meses surgiram pelo menos dez fabricantes de cartuchos compatíveis com os consoles do tipo VCS 2600.

A prática mercadológica no ramo dos vídeo-jogos domésticos recomenda um cálculo de consumo de uma média de seis cartuchos por cada proprietário de console. Embora as estimativas sobre o número de consoles instalados até o fim do ano passado não fossem tão promissoras, muitos fabricantes de fundo de quintal animaram-se a iniciar a produção de cartuchos com programas de jogos copiados dos cartuchos desenvolvidos por firmas norte-americanas. Isto decorreu principalmente de um ato normativo da Secretaria Especial de Informática (SEI), de outubro de 1982, segundo o qual ficou proibida a remessa de royalties relativos à importação de **software** de computadores em geral. Este ato de SEI inaugurou uma espécie de “pirataria legalizada” no Brasil, permitindo que se utilizem programas desenvolvidos fora do País sem a obrigatoriedade de qualquer licença por parte dos proprietários das patentes – e mais: sem qualquer pagamento a estrangeiros pela utilização destas patentes.

O maior fabricante de cartuchos, por enquanto, é a Dynavision, que está vendendo cerca de 30 mil unidades por mês, a um preço de Cr\$ 7 mil sem incluir IPI e ICM. Ela já lançou aproximadamente 170 títulos diferentes, todos copiados de marcas americanas, como Activi-



No estande da Dynacom na 29ª UD, um enorme disco voador prenuncia o futuro

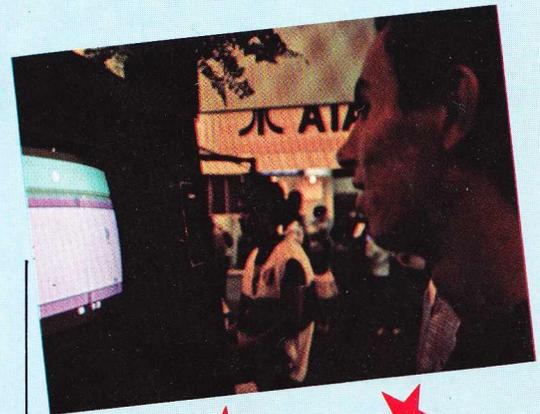
sion, Intellivision, ParkerBrothers (da própria Atari) e Mystic (quatro títulos), uma firma especializada em pornojogos.

– Por enquanto a procura tem sido maior que a oferta. Nós pensávamos em produzir inicialmente 10 mil cartuchos, mas os pedidos superaram nossas previsões – diz Jerry Mayo, da Dynacom.

A empresa espera vender perto de 400 mil cartuchos até o fim do ano. Só em agosto vendeu 10 mil para a Curt; a Fotóptica compra 4 mil por mês. A Dynacom exportou para o Panamá 100 mil dólares em cartuchos e 10 mil joysticks, numa operação de **draw-back**: importa de lá o cabo e exporta o cartucho pronto. Gabriel Almog, seu diretor técnico e comercial, não está preocupado com os 600 mil cartuchos que a Atari (Polyvox) promete pôr à venda também até o fim do ano. Segundo Almog, a Atari brasileira terá de pagar royalties, de alguma forma, à matriz norte-americana, o que encarecerá seus produtos, além de só poder oferecer reduzida variedade de títulos – cerca de 27, para começar –, em comparação com os quase 180 que a Dynacom espera ter disponíveis até dezembro.

A Dynacom é, sem dúvida, o maior concorrente da Atari (Polyvox) tanto na área de cartuchos como na de consoles. Ela leva grande vantagem por ter sido projetada para fabricar peças de plástico em larga escala – acessórios de automóveis, como painéis, maçanetas etc. –, o que lhe dá grande capacidade de produção nas linhas de montagem. Os consoles **Dynavision** deverão estar chegando às lojas anda no começo de novembro.

Almog diz que também não teme a grande produção de consoles que a Polyvox promete: é que o apare-



DIDI

O primeiro herói brasileiro de Videogame

A Phillips saiu na frente – lançou em agosto o primeiro videogame inspirado num herói tipicamente brasileiro: “Didi na mina encantada” é a versão nacional do “Pickaxe-Pete”, um videogame de enorme sucesso nos Estados Unidos, e tem como personagem o líder dos “Trapalhões”. Junto com ele a Phillips está lançando mais oito cartuchos, mas sem dúvida “Didi na mina encantada” é o carro-chefe, com grande esquema promocional.

A idéia foi da Phillips, que procurou Renato Aragão à época da filmagem de “Os Trapalhões na Serra Pelada”, aproveitando a semelhança da história do filme com o videogame – o personagem do jogo é um mineiro em busca de ouro. O projeto foi desenvolvido em segredo desde o fim do ano passado.



Gabriel Almog, diretor da Dynacom, não teme a grande produção de cartuchos e consoles que a Polyvox promete

lho da Dynacom, segundo o fabricante, embora inspirado no projeto do Atari VCS, tem características muito superiores ao original. Exemplos: o material e o modelo empregados na produção dos joysticks são mais resistentes e com botão de disparos no topo do palito direcional; a saída dos cabos do joystick é pela dianteira do console, evitando-se a dobra dos fios e a freqüente quebra; e a CPU (Unidade de Processamento) do console, do tipo 6502, idêntica à do famoso micro Apple II – que permite o acesso de até 64 k de informações –, é muito mais poderosa que a empregada nos Atari VCS.

A Dynacom não está conseguindo atender à procura, mas assim que

dispuser de estoque suficiente fará campanha publicitária explorando essas diferenças. Sua verba publicitária atual é de Cr\$ 20 milhões por mês.

A Polyvox anunciara o lançamento comercial de seus Atari para o início de setembro, mas as entregas foram adiadas para meados de outubro. O adiamento das entregas da Polyvox, segundo informações obtidas no estande da empresa, na UD do Rio, realizada em fins de agosto, foi motivada por um pequeno atraso na constituição de um estoque suficiente para atender simultaneamente a um grande número de revendedores; mas o boato corrente entre os fabricantes é que a Polyvox teve problemas com a importação dos eprons (microcircuitos utilizados para gravação dos programas dos jogos nos cartuchos), que ficaram bloqueados na alfândega. Os eprons utilizados pelos demais fabricantes de cartuchos nacionais são comprados à filial brasileira da Texas Instruments, que aqui os fabrica e até os exporta.

Uma curiosidade técnica na produção de cartuchos para jogos foi desenvolvida pela equipe da Dynacom, e se chama **Chip On Board**: uma maneira especial de conectar o epron no circuito impresso, sem aplicação de pontos de solda, que em geral diminuem a confiabilidade do produto.

A maioria dos jogos utiliza cartuchos com capacidade para 4 k de memória, mas alguns programas de jogos mais sofisticados, como o Vanguard, Ms. Pac-Man e Zaxxon, utilizam cartuchos mais potentes, de 8 k, e por isso são mais caros – cerca de Cr\$ 18 mil.

A fabricação de cartuchos é dos setores mais lucrativos no mundo das diversões eletrônicas: nos EUA o lucro gira em torno de 50 por cento do preço de venda, ficando o restante para a fabricação, propa-

Renato Aragão está entusiasmado com o projeto: “Lançado este primeiro jogo, vamos testar o mercado. Se a aceitação for boa, poderemos até pensar em lançar um jogo por filme”. (A declaração é anterior à entrevista coletiva do dia 18 de agosto na qual Didi, Dedé, Mussum e Zacarias anunciaram que não farão mais filmes juntos.)

A idéia de fazer um videogame com o líder dos “Trapalhões” adaptou-se como uma luva à criativa estratégia de marketing da Renato Aragão Produções. “Nossos filmes, para as crianças, são como brinquedos. Elas nunca querem ver uma só vez. Os videogames inspirados em nossos filmes se adaptarão perfeitamente a essa idéia”, diz Paulo Aragão, gerente comercial da empresa.

A fabricação dos cartuchos é feita em Manaus, como toda a linha Odyssey.

O JOGO

Tudo começa com Didi, o mineiro, em uma das cavernas da mina encantada, com uma picareta na mão. Na tela aparecem também três portas pelas quais são lançados pedregulhos que contêm ouro. O objetivo do jogo é acumular ouro; para isto Didi deve bater com a picareta nas pedras. Mas ele deve fazer isto com destreza, pois após algum tempo a picareta some e ele fica desprotegido. Se um dos pedregulhos o atingir o jogo acaba. Por isto um dos macetes é descobrir as partes seguras da caverna, fazendo ao mesmo tempo com que Didi salte ou se abaixe para não ser atingido.



No vídeo, o mineiro Didi (Renato Aragão) enfrenta os perigos da caverna para buscar ouro

Quando dois pedregulhos batem um no outro pode surgir uma nova picareta, que deve ser apanhada rapidamente, porque fica pouco tempo na tela. De vez em quando surgem chaves que permitem abrir as portas que dão acesso às partes mais profundas (e ricas) da mina. Quando Didi atravessa uma porta o cenário muda e o jogo fica mais veloz, aumentando as dificuldades.

O número de pontos varia de 1 a 20, e considera-se um bom resultado (“Você enriqueceu!”, diz o manual de informações) o que estiver acima de 250 pontos. Acima de 800 pontos funda-se uma **dinastia**. Mas este é, segundo Milton Bonanno, um escor de craque: “Tem que ter muita prática”, admite ele ante seus modestos 120 pontos.

não vá soírer – pelo menos em relação à tecnologia de videogames e pequenos computadores – o problema de ter produtos



Na UD, a Polyvox concentrou o fogo no lançamento do Atari

muito atrasados em relação aos aparelhos em lançamento nos países industrializados. Esta característica do setor deverá dar muito trabalho à Polyvox para garantir a exclusividade das patentes que adquiriu. De fato, e em benefício dos consumidores brasileiros, dois dos fabricantes nacionais do ramo – a Milmar e a Dynacom – já anunciaram o lançamento, até o fim do ano, da maior novidade no campo dos acessórios para consoles de vídeo-jogos, muito recentemente anunciada nos EUA: os teclados alfanuméricos acopláveis, que permitem a programação em linguagem **Basic**, pelo próprio usuário, além de uma série de outras utilidades muito atraentes, transformando o console em um pequeno microcomputador.

O teclado da Milmar – Dactari – deverá dispor de 16 K de potência e seu preço deverá ficar em torno de Cr\$ 130 mil, o mesmo do console Dactari simples. O teclado terá dimensões de 25 x 12 cm, e deverá ser colocado à frente do console, sendo conectado a este por um fio que leva até o orifício no qual se encaixam os cartuchos. Os técnicos da Milmar adiantaram que ainda estão desenvolvendo o modelo, e projetando uma abertura lateral no corpo do

do lançamento dos consoles da Polyvox/Atari e da Dynacom, pode-se afirmar que a guerra entre empresas já começou nos bastidores. A Polyvox já se preparou: além da grande quantidade de produtos que deverá lançar até o fim do ano, seu Departamento Jurídico já contratou três firmas especializadas em patentes – uma delas localizada no Rio – para dar combate aos fabricantes ou comerciantes que considerar concorrentes desleais. As questões envolvendo patentes são, em geral, muito complexas (vide a disputa entre a Atari e a ColecoVision), e por isso a Warner Communications enviou alguns de seus advogados, já experientes no assunto, para ajudar a Polyvox em sua campanha. Enquanto isso, a Dynacom contratou a Sul América para assessorá-la na disputa.

A POLYVOX QUER DESCOBRIR QUEM FAZ O CONTRABANDO

A Polyvox entende que, por ter pago pelos direitos de reprodução dos produtos da Atari Inc., não deve admitir a concorrência de fabricantes que nada gastaram – simplesmente “copiam” os programas dos jogos desenvolvidos pela companhia americana –, pois seus produtos serão, obviamente, mais baratos; isto configuraria concorrência desleal, ilícita. A Polyvox quer abrir fogo contra todos os envolvidos e tentará descobrir como e por quem são contrabandeadas as matrizes de cartuchos (“eprons”), que permitem aos fabricantes brasileiros copiar os programas dos jogos: os cartuchos comercializados não permitem a efetivação de cópias do programa e, segundo o pessoal da empresa, estes “eprons” só circulam nos escritórios da Warner americana.

De um modo ou de outro, a Polyvox parece decidida a bater duro. Mas os fabricantes nacionais dos produtos ditos “similares” não

monte-americanos.

O proprietário da Milmar Eletrônica, engenheiro Júlio Albertoni, afirma, por exemplo, que a Polyvox só tem direito à exclusividade das **marcas** Atari, ou seja, os “nomes” dos produtos e seus logotipos. As patentes industriais, segundo ele, não são protegidas neste caso.

Albertoni explica ainda que os vídeo-jogos foram incluídos, no Brasil, na categoria dos microcomputadores. E, como tal, são protegidos pela política de reserva de mercado adotada pela Secretaria Especial de Informática (SEI). Considerando-se este aspecto, a Polyvox não poderia legalmente pagar **royalties** à Warner. Albertoni teve o modelo de seu **Dactari** – que tem índice de nacionalização de 80 por cento – já aprovado pela SEI e já fez o requerimento ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) para o registro de seu produto:

– Qualquer problema é o INPI que vai decidir.

O **Dynavision** deverá chegar ao consumidor por cerca de Cr\$ 140 mil. Junto com o console virão um par de **joysticks** e um par de **paddles** (controle especial para os jogos de tênis e similares).

O modelo Atari da Polyvox deverá ser vendido por Cr\$ 160 mil, e só virá acompanhado dos **joysticks**. Os controles do tipo **paddle** a Polyvox pretende vender, posteriormente, como “acessórios opcionais”.

A Polyvox já procurou a Dynacom para tentar um acordo – com o que resultou da briga de patentes entre Coleco e Atari, nos EUA – pelo qual a Dynacom desistiria da fabricação dos consoles e, em contrapartida, teria assegurado uma reserva de mercado para a venda de seus cartuchos. Gabriel Almog informa que chegou a se interessar pelo acordo, mas exigiu que a reserva de mercado fosse de 50 por cento, com o que a Polyvox não concordou. Como resultado, aí estão, no mercado, os consoles **Dynavision**.

ESTE BRINQUEDO É BOM OU MAU PARA A CRIANÇA?

FLORIANO CORDEIRO DE FARIAS

O que fascina a criança no videogame? O “comando” de batalhas com os heróis da fantasia? A possibilidade de domar a máquina, de bater recordes? As crianças brasileiras já estão se habituando a esse brinquedo criado pela eletrônica. E alguns educadores já começam a se preocupar: as crianças de hoje seriam mais inteligentes por viverem num mundo eletrônico, com todos os seus estímulos? O videogame – como o computador – inibiria as outras formas de inteligência por forçar muito o raciocínio lógico-matemático? A criança desperdiçaria o tempo de que precisa para exercitar a criatividade, as inclinações artísticas?

A questão continua em debate e divide os psicólogos. O videogame é a importação da solidão norte-americana, o tudo pronto, diz uma psicóloga especializada em terapia infantil. Não, ele é um brinquedo como outro qualquer; e estimula a percepção, contesta um psicólogo. O que acham as mães, que acompanham em casa, no dia-a-dia, as reações e “mutações” dos seus filhos?



Claudininho passa horas com o videogame – e prefere jogar sozinho

Se você quiser tornar-se um craque no vídeo-jogo, precisa ter boa coordenação motora, capacidade de concentração, reflexos rápidos, razoável dose de paciência (nas primeiras tentativas frustradas) mas sobretudo muita prática, pois só assim os macetes vão sendo adquiridos. Cláudio Cohen, 10 anos, reúne todas essas características, o que lhe dá o status de grande jogador. De fato, tamanho não é documento. Pequenininho, ar compenetrado, falar pausado, aparentando certa precocidade, Claudinho – como é comumente chamado – prefere o videogame aos deveres de casa passados para a sua turma do colégio, na 3ª série. Mas sua mãe, d. Carmen, garante que ele cumpre em primeiro lugar as obrigações diárias como estudante.

A paixão de Cláudio não é de hoje. Começou com os relógios digitais que têm joguinhos eletrônicos. Após esse flerte, enamorou-se dos jogos portáteis miniaturizados (cabem até no bolso de calça curta de criança). Daí, num crescendo, encantou-se pelo vídeo-jogo, já faz uns oito meses. Conclusão inevitável: o vídeo-jogo, pelo menos para ele, não é como aqueles brinquedos comuns de criança, simples fogo de

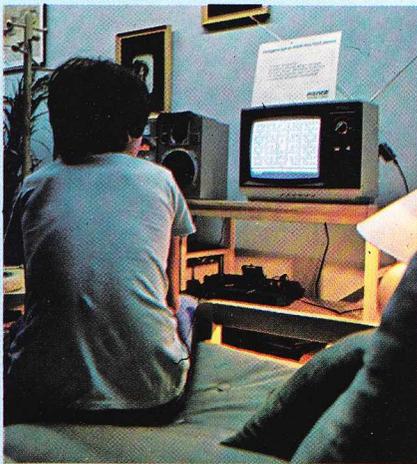
palha, que se ganha, usa um pouco e logo abandona.

Claudininho não é, porém, um menino que veja vídeo-jogo em toda parte. Ele pratica judô, brinca no pátio interno do seu prédio, em Copacabana, e, em tom de revelação, diz gostar de fazer peraltices com seus amigos, “tipo-descobrir-passagens-secretas-nos-edifícios”.

Para d. Carmen, o vídeo-jogo desenvolve a coordenação motora e aguça o sentido de observação do filho. Ele próprio conta que não perde filmes de ficção científica e de terror; e se liga muito, ela acrescenta, na fotografia e nos efeitos sonoros.

Na casa dos Cohen só Cláudio costuma jogar com frequência. Os três irmãos mais velhos, assim como os pais, não são aficionados do jogo. Cláudio vê menos televisão que antes da chegada do vídeo-jogo, diz d. Carmen. Por vezes ele chega a ficar quase duas horas seguidas diante da tela, brincando. Mas geralmente intercala. Nos fins de semana, “faz a festa”. A excitação é tanta que é com dificuldade que ela consegue trazê-lo para jantar.

Quando atinge um estágio em que fica impossibilitado de superar o número de pontos já obtidos num



Um brinquedo sedentário?

determinado jogo, tal sua habilidade, ou quando simplesmente enjoa dele, Cláudio faz troca de fitas com os amigos aficionados. Ou as vende e com o dinheiro compra fitas novas. Às vezes os amigos reúnem-se para jogar na casa de um deles, mas Cláudio prefere mesmo é jogar sozinho.

À tradicional pergunta "o que vai ser quando crescer?", Cláudio diz não ter ainda a resposta. O que importa para ele é o dia de hoje.

NESTA FAMÍLIA, TODO MUNDO JOGA

Há casos em que não só um membro da família é apaixonado pelo vídeo-jogo. Nesta, todos jogam, a começar por Gilberto Max, marido de Mariza Werneck, até chegar aos filhos dela, Gustavo, de 10 anos, e Victor, de sete. Uns mais outros menos, uns melhor outros não tão bem, numa intrincada relação de disputa familiar, com sadias gozações mútuas.

No Natal de 82, Gustavo e Victor, por influência de amigos do colégio e de um colega do edifício, pediram um Atari para o Papai Noel, que fingiu recusar só para dar o gostinho especial da surpresa.

O vídeo-jogo tornou-se o centro das atenções, como um bebê que todos querem afagar ao mesmo tempo. Lembra d. Mariza que enquanto ela e o marido liam os prospectos com as instruções, Gustavo e Victor já jogavam com certa desenvoltura. Entretanto, depois de certo treino "Max vem conseguindo alcançar mais pontos em certos jogos que os meninos, talvez pela maior paciência e concentração". Desde os pri-

meiros meses, o maior duelo da casa é entre Max e Gustavo. A rivalidade é acirrada, cada qual querendo bater o recorde do outro. A "preliminar" também é atrativa: o caçula Victor e sua mãe. Canhota, ela lembra o detalhe de que "até o vídeo-game é contra as minorias". Afinal, o controle manual é feito sob medida para os destros: segurar a alavanca manual com a mão direita e apertar o botão com a esquerda. Só tendo habilidade com a esquerda, ela sente dificuldade para se adaptar e reclama do pessoal em casa que não a deixa jogar em paz "por errar muito".

Nos primeiros meses, era "aquela loucura" em casa, diz d. Mariza: os meninos durante o dia, o marido ao chegar do trabalho - todos diante do vídeo. No horário nobre da televisão, novelas e telejornais não tinham vez. As novelas não faziam falta; o problema estava no noticiário, que os meninos e Max não a deixavam ver. Televisão quase virou sinônimo de vídeo-jogo.

No princípio, logo que ganharam o aparelho, a casa virou foco de atração; lá os meninos do prédio se reuniam para jogar, durante as férias. Quando recomeçaram as aulas, em março, já jogavam menos; hoje, quase todos os amigos têm o brinquedo. Às vezes eles se juntam para disputar torneios.

Na escola, diz d. Mariza, o desempenho dos filhos em nada piorou. Pelo contrário, ela acredita que o jogo acabou despertando neles cu-

riosidade para aprender inglês. Gustavo está no curso de inglês, além de fazer capoeira. Outro fator positivo que ela observou: a boa coordenação motora e o reflexo apurado das crianças.

Houve, porém, uma fase em que Gustavo andou sentindo umas dores de cabeça ao jogar seguidamente por mais tempo. Pensou-se em problemas de vista. Na verdade, era pura tensão nervosa, com a aflição para vencer os obstáculos no vídeo e conseguir o maior número possível de pontos.

"UMA IMPORTAÇÃO DA SOLIDÃO AMERICANA"

Para a psicóloga Ana Maria Amorim, especializada em terapia infantil, o vídeo-game, filho da televisão, "é um brinquedo que não é um brincar", na medida em que a função primordial do brinquedo é alimentar a fantasia. Através do vídeo-jogo a criança não fala nem se expressa, pois "tudo está previamente programado, com regras fixas", cabendo só duas possibilidades: o sucesso ou o fracasso; o recorde ou não.

Brinquedo, segundo ela, "quanto menos estruturado melhor". E o vídeo-jogo, ao contrário, tem uma estrutura complexa. O importante é



Armando (acima), com o prêmio do 1º lugar; Heraldo com o prêmio do 2º



FINAL DE CAMPEONATO: ARMANDO, 12 ANOS CONTRA HERALDO, 8

Nas últimas férias escolares o Eletronic Games Clube, montado três meses antes, promoveu mais um campeonato de videogame no Rio-Sul. Houve duas semanas (1 a 14 de julho) para as inscrições e 250 pessoas acorreram para disputar uma tevê a cores (prêmio para o primeiro colocado) e um Atari (2º prêmio).

Na lista de inscritos havia gente dos 4 aos 37 anos. Mas a final do campeonato confirmou a tendência: os grandes esportistas do videogame estão na faixa dos 8 aos 12. Armando Surg Nan Chiu (12 anos) disputou o primeiro lugar com Heraldo César da Silva Prado (9 anos) em meio a um silêncio total: a



Torneios quase todo dia: d. Mariza joga com os filhos Victor e Gustavo

ampliar ao máximo as condições da criança para colocar em prática toda a sua capacidade criativa. Em sua clínica, as crianças usam barbante, giz, tinta, espelho, água. Ou seja, elementos que, utilizados pela criança, irão expressar seu mundo interior.

A psicóloga Suely Marques partilha das posições de Ana Maria e ressalta a frieza que a máquina (o vídeo-game) traduz. A coisa “não quente” de nada serve para a criança, já que não mobiliza sua criatividade. Para as duas psicólogas, o vídeo-jogo é um brinquedo extremamente sedentário, e ao absorver

torcida – pais, mães, irmãos etc. – não queria atrapalhar a concentração dos jogadores. Armandinho venceu.

Oito chaves, cada uma com um jogo diferente, selecionaram os finalistas: Frog, Ms. Pac Man, Centípede, Enduro, River Raid, Demon Attack, Seaquest e Megamania. Na final, os oito campeões de chave disputaram as primeiras colocações com um jogo de tênis.

Pagando a taxa de Cr\$ 2.500 qualquer um podia participar do campeonato, que durou duas semanas – encerrou-se a 29 de julho. A Dactari e os cartuchos nacionais VGS também entraram na promoção. No último dia os oito primeiros colocados receberam fitas VHS.



Impressão com o pouco tamanho e a garra de Heraldo, a platéia acabou torcendo por ele. Sua mãe, d. Vilma, não piscava os olhos: “Meu coração vai explodir”. Apesar de Heraldo não ter ganhado o primeiro prêmio seus pais ficaram muito satisfeitos com seu

o tempo da criança acaba servindo “para não chatear os pais” – uma espécie de **sosega leão**, completam.

O vídeo-jogo, diz Ana Maria, é “uma importação da solidão americana”, com todos os malefícios daí decorrentes. Um brinquedo para solitários, acrescenta. E mais: a espontaneidade da criança é impedida, dadas as regras inflexíveis do jogo. O produto já vem acabado, sem brechas para a criança colocar suas próprias fantasias.

A propósito do aspecto competitivo do jogo, Ana Maria não encara a competição como algo por si só nocivo; o que importa é saber para quê e para onde ela é canalizada.

desempenho durante as duas semanas de competição.

– Hoje é a primeira vez que ele vê essa fita (a de tênis) e eu já tinha preparado o Heraldo, antes de sair de casa, dizendo que o importante é competir – comentava d. Vilma. Segundo ela, a decisão de entrar no campeonato foi tomada pelo próprio menino. – No ano passado ficamos (ela e o marido) em cima para ele se inscrever em um campeonato de videogame e acabou que ele não quis. Esse ano nós o deixamos decidir sozinho.

Parece que definitivamente os pais se renderam e não mais se opõem ao vício do videogame. Linda, irmã do campeão, Armandinho, contava que ele já tinha participado do campeonato do Marina Barra Clube, onde tirou o segundo lugar no geral de tênis:

– Meus pais dão a maior força. Meu pai curte muito esse lance de vídeo e de computador.

Inaugurado há pouco mais de três meses, o Eletronic Games Clube é dirigido por Ricardo Rosino Rocha e sua noiva, Cláudia Guimarães de Almeida. Ex-professora de alfabetização no Colégio Anglo-Americano, ela se formará em Pedagogia no fim deste ano. Não se arrepende de ter abandonado a sala de aula para ficar o dia inteiro no clube: “Finalmente, é tudo com criança...” Já Ricardo, trabalhando há sete anos com análise de sistemas, sente-se mais próximo de sua área.

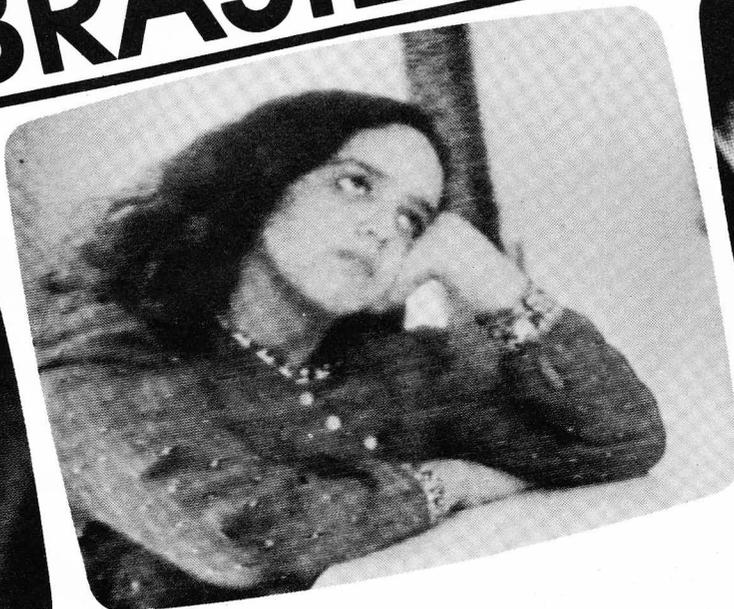
“UM BRINQUEDO COMO OUTRO QUALQUER”

A definição é do psicólogo e jornalista Roberto Mello, que vê com naturalidade a febre do vídeo-jogo: “um brinquedo como outro qualquer”. Ele não acredita que haja estudo algum, sistematizado e com teor científico, sobre os possíveis efeitos benéficos ou prejudiciais do vídeo-jogo para o desenvolvimento da psique, digamos, infanto-juvenil. Assim sendo, prefere despir-se da autoridade de psicólogo: ser contra ou a favor é pura e simples opinião pessoal. Muito mais interessante seria ouvir o que as crianças têm a dizer a respeito, pois não estão atadas às elucubrações teóricas dos adultos, não raro preconceituosas, afirma Roberto Mello.

Segundo ele, a relação da criança com o vídeo-jogo tem que ser vista de modo individualizado. Afinal, se existe algum inconveniente nesta relação, o problema não está no vídeo-jogo em si. Para ele, a criança é um ser inserido num determinado contexto familiar, social em última análise. E é este ser complexo que vai manipular o brinquedo. Em consequência, abstrair o vídeo-jogo da totalidade das crianças e taxá-lo de pernicioso, genericamente, para toda e qualquer criança, não é correto.

A uma criança sem problemas de relacionamento, criativa em suas atividades escolares, expressiva no seu cotidiano, não se pode negar, diz Roberto Mello, o direito de brincar com o vídeo-jogo. Mas se se trata de uma criança com dificuldade para fazer amigos, com inclinação para isolar-se, e que tenta fazer do vídeo-jogo a atividade única, tendendo assim a um sedentarismo excessivo decorrente das características do jogo, aí sim haverá motivo para preocupação. Pelo que ele sabe, as crianças que gostam do jogo e nele se destacam levam uma vida normal e regular nos seus múltiplos aspectos.

Roberto Mello ressalta a grande percepção que de um modo geral as crianças revelam frente ao vídeo-game: a facilidade com que dominam o mecanismo do jogo impressiona. E ele conclui que cabe à própria criança – como faz com os demais brinquedos – definir o momento de largar o vídeo-jogo que não mais sacia sua fantasia, por ter ela esgotado todas as suas virtualidades.



A grande feira da produção independente

Reportagem de
Lucila Soares,
Anna Luiza Pijnappel e
Beatriz Fragelli

Durante uma semana, de 8 a 14 de agosto, a produção de vídeo teve um espaço assegurado em São Paulo, com a realização do I Festival de Vídeo Brasil. Todos os dias cerca de 200 pessoas ocuparam as instalações do Museu da Imagem e do Som, cedido pela Secretaria Municipal de Cultura para a realização do Festival, que teve o patrocínio da Fotoptica.

Além dos 36 tapes classificados, o público teve oportunidade de, todas as tardes, ver os tapes fora de concurso. A Mostra Paralela também atraiu muita gente, exibindo trabalhos que, segundo a organização do Festival, exprimem tendências importantes da produção mais recente. Entre outros foram exibidos "Voando com os pés no chão", de José Joffily, vencedor do 1º Festival Carioca de Vídeo, e "Já que ninguém

me tira pra dançar", de Ana Maria Magalhães, que reúne vários depoimentos sobre Leila Diniz.

No auditório do MIS, em frente aos dois telões, havia sempre uma pequena multidão, o que demonstra que o vídeo se afirma culturalmente, ampliando seus espaços e conquistando um público cada vez maior. Para Jorge Poppovic, gerente comercial da Fotoptica e um dos organizadores do Festival, todas as expectativas foram superadas: o número e a qualidade dos tapes inscritos foram bem superiores ao esperado e o Festival acabou sendo um acontecimento expressivo no cenário cultural paulista.

Apesar dessa avaliação, a Fotoptica encerra o Festival sentindo-se prejudicada. No dia da entrega dos prêmios, Henrique de Macedo Netto, vice-presidente da empresa, chamado ao palco para dizer algumas

palavras, lamentou a falta de divulgação do patrocínio por parte da imprensa, declarando que, como as despesas com eventos culturais não podem ser deduzidas do imposto de renda, o único retorno que se espera é a identificação da imagem da empresa com os eventos que ela promove:

– Há artistas produzindo, público interessado, matéria-prima para os comentaristas especializados. Há empresas dispostas a patrocinar eventos culturais, e para que o ciclo se feche é preciso que os órgãos de divulgação reconheçam a validade dessa combinação e lhes confirmem os créditos indispensáveis.

Na quinta-feira, 18 de agosto, numa entrevista coletiva com a participação de representantes do MIS, da Fotoptica e dos vencedores do Festival, Ivan Isola, diretor do MIS, disse que o museu não tem verba



“Marly Normal”: epopéia da simplicidade

“nem para condução de boy, quanto mais para patrocinar alguma coisa”. E, neste momento de crise, acrescentou, o investimento público na cultura – que na verdade nunca foi prioritário – praticamente não existe. Finalizando, declarou que “sem a participação da empresa privada será impossível fazer cultura no Brasil”.

DO APOCALIPSE À NOVELA

Abrindo o Festival, o Cavaleiro do Apocalipse desceu a Rua Augusta anunciando o fim dos tempos, como retrato do desespero mundial e brasileiro, numa performance que usa a linguagem de vídeo-teatro criada por Otávio Donasci e que causou sensação na já tumultuada hora do **rush** paulista.

Logo no saguão do MIS o público era “atingido” visualmente pelos vídeo-sets de Ney Marcondes, Paulo Priolli, Tadeu Jungle e Walter Silveira – realização da VideoVerso –, que mostram a televisão integrada à vida das pessoas. O videochicken foi o maior sucesso, com o vídeo instalado sobre uma gaiola com duas galinhas e alguns pintos e, na tela, uma galinha assando no espeto. Além do Videochicken havia o Videofish, a Videolareira, o Ratoão VT, o Videofone e o Frizervideo.

No terceiro andar funcionou a Feira do Vídeo, na qual videogames se misturavam a videocassetes que exibiam desde shows como o de Simon e Garfunkel no Central Park até montagens de jogos de futebol ao som de músicas como “Eu vô batê patu patu batê patua patota”, passando pelo filme “2001, uma Odisséia no Espaço”. Uma das vedetas da Feira foi o terminal de

1º lugar: o dia banal de uma escriturária

“Marly Normal”, o vídeo vencedor do Festival Vídeo-Brasil – da produtora independente Olhar Eletrônico –, conta um dia banal de uma escriturária em São Paulo. A personagem acorda, pega o metrô, trabalha, come um sanduíche numa lanchonete e volta para casa sem que nada de “anormal” lhe aconteça. E a ênfase está exatamente aí, no cotidiano, como explica o diretor do vídeo, Marcelo Machado:

– A nossa preocupação era realçar o caráter normal, médio, que o vídeo deveria ter: a atriz não poderia ser bonita nem feia; as roupas comuns; nenhum objeto em cena, nada que pudesse se destacar; os enquadramentos médios também. O básico do vídeo ficou por conta da edição com planos curtos.

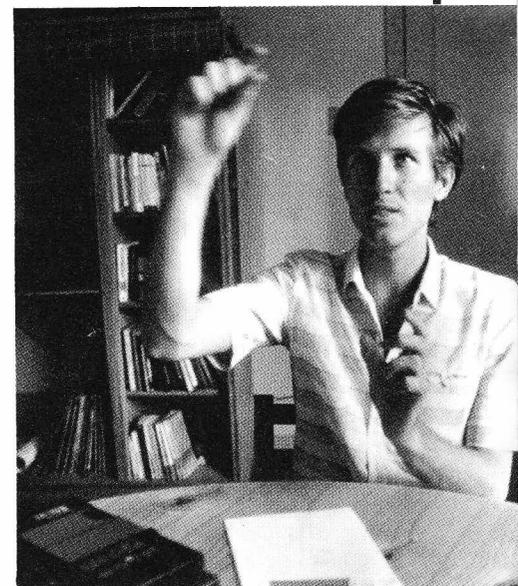
E tal qual sua história, a desse vídeo também seria apenas mais uma:

– A idéia surgiu durante uma reunião cultural que fazemos toda semana com a nossa equipe. Nessas reuniões a gente lê alguns textos, debate e cada um escreve sobre um determinado tema. A finalidade é parar um pouco o ritmo de trabalho e partir também para as experiências. Nesse dia o tema era São Paulo e eu escrevi Marly. Fizemos todo o roteiro. Como estávamos nas vésperas do festival e era um trabalho simples de ser feito, resolvemos produzi-lo. As gravações duraram um dia e meio.

E foi exatamente esse vídeo, criado “sem objetivo, apenas um exercício”, o escolhido para representar o Brasil nos festivais de Munique e Berlim, ainda este ano – o que tornou o prêmio mais gratificante:

– O legal foi ter sido premiado o fruto de uma experimentação, pois são esses trabalhos que nos ajudam a aprimorar a nossa linguagem para as outras produções: para televisão e comerciais, que são as que nos sustentam financeiramente.

As razões do sucesso da produtora paulista no festival (três trabalhos premiados, sendo dois os primeiros colocados), para Marcelo Machado, são três: a edição rápida característica – “nós entendemos que o vídeo é muito dinâmico”; muito trabalho em vídeo nos 365 dias do ano – “não só na época do festival”; e, finalmente, uma crença na capacidade do homem: “Há em nós um interesse de construção. Não tem produção do Olhar que aponte para trás, todas tentam mandar o mundo para cima. Nós queremos levar a bola para a frente”.



Marcelo, o diretor:
– Era apenas um exercício

videotexto instalado pela Livraria Nobel. O videotexto está em fase experimental em São Paulo, mas já é conhecidíssimo, e todo mundo queria “brincar” um pouquinho.

Na Feira do Vídeo não faltou espaço nem para quem não queria perder a novela. Embora um tanto constrangidos em fazer uso tão prosaico daquele show de tecnologia,

grupinhos se formavam em frente aos televisores expostos para ver o capítulo do dia.

DEBATES FRACOS

Os debates foram, sem dúvida, o ponto fraco do Festival. Não por falta de interesse do público, que manteve o auditório relativamente

cheio durante todo o tempo, mas por um conjunto de falhas que foram desde a organização das mesas – com um número muito grande de participantes – até a falta de empenho dos produtores de vídeo presentes no sentido de dar seu depoimento, contribuindo para o enriquecimento da discussão.

Na verdade o vídeo enquanto manifestação cultural é um fenômeno bastante recente, e os debates refletiram de algum modo uma certa perplexidade diante de uma produção rica mas que ainda não teve tempo de se auto-analisar. No primeiro debate, sobre linguagem de vídeo, novas técnicas, TV tradicional versus estética do vídeo-tape, a mesa falou praticamente sozinha e não acrescentou muita coisa. O que existiu de positivo foi a oportunidade de ouvir depoimentos de profissionais como Walter Avancini e Walter Jorge Durst.

O segundo debate, sobre memória de TV, acabou não acontecendo. A presença do jornalista Fernando Pacheco Jordão na mesa polarizou a

“Eu gostaria de dedicar o meu prêmio às mulheres e filhos dos donos das emissoras de televisão que não podem assistir às nossas produções. E gostaria de chamar todas as outras produtoras de vídeo para juntos construirmos a televisão do terceiro milênio”. (Marcelo Machado/Olhar Eletrônico – 1º lugar, com “Marly Normal”).

na sua elaboração com nenhum representante dos produtores de vídeo; e o segundo se refere à previsão de uma reserva de mercado para o produto nacional, que constava do projeto original e foi excluído do enviado ao Congresso.

DESNÍVEL TÉCNICO

Uma das marcas do Festival foi a diversidade dos trabalhos apresen-

tados. A duração variou entre 1'45" (“Tempos”, da Olhar Eletrônico) e 60' (“Caderneta de Campo”, do Uzina), e os temas iam desde as aventuras do Bicho Goiaba “Lápis Maluco”, programa infantil de Sérgio Tastaldi) até a chacina de jacarés no Pantanal Matogrossense (“Morte no Pantanal”, da TV Bandeirantes); de como comer uma manga (“Que Manguinada”, de Ruth Moreira) até a expectativa de vida depois da morte (“A Morte”, da Olhar Eletrônico).

Também tecnicamente houve muito desnível, e para o júri – formado por Gabriel Priolli, editor de tevê da revista Veja, José Joffily, vencedor do I Festival Carioca de Vídeo, Cândido José Mendes de Almeida, presidente da Associação Brasileira de Distribuidores de Videocassete do Rio de Janeiro,

“Acho ótimo sair de um festival onde não foi preciso brigar com ninguém”. (Zé Celso Martinez/Uzina – prêmio de Melhor Tape do Festival, por “Caderneta de campo”)

discussão, já que seu nome, indicado pela Secretaria da Cultura do Governo Montoro para diretor de programação da TV Cultura, havia sido vetado na véspera pelo Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta. O debate se voltou então para a política cultural vigente, a proposta dominante na TV brasileira e a democratização da televisão. Não terá sido a primeira vez que as discussões propostas são **acropeladas** pela realidade, e o posicionamento claro dos presentes contra o que está sendo classificado em São Paulo como “molecagem do Conselho” foi importante.

A maior polêmica aconteceu no último debate, sobre legislação. E não foi à toa: existe um projeto de lei que regulamenta a comercialização de fitas pré-gravadas no País, e embora todos concordem que é necessária uma legislação específica, há dois aspectos que atingem diretamente o produtor independente: o primeiro é que o projeto não contou

Na escada, uma fogueira. No aquário, um gato preto.

Quem entrasse no Museu da Imagem do Som meio distraído talvez não percebesse logo o gato preto dentro do aquário de peixes dourados. Mas no corredor depararia com três galinhas, e mais adiante com um rato, que, dependendo da hora, poderia estar morto... e aquele telefone que toca, toca, e ninguém atende? Tudo isso fora a geladeira com um pingüim em cima, bem na porta da sala de exibição de vídeos do festival e uma pequena fogueira em cima da escada

que levava à Feira de Vídeo, no 2º andar.

Não, ninguém chamou os bombeiros nem a sociedade protetora dos animais. Tratava-se apenas de vídeo-instalações projetadas por Ney Marcondes, Paulo Priolli, Walter Silveira e Tadeu Jungle, da VídeoVerso/TVDO. Walter explicou: “A idéia é parodiar o cotidiano em suas relações objeto/imagem/situação, ao mesmo tempo que mostra a televisão como um elemento integrado na vida das pessoas”.

Walter Lima Jr., cineasta, Henrique de Macedo Neto, vice-presidente da Fotoptica, Moracy de Oliveira, editor de tevê do Jornal da Tarde, e Walter George Durst, produtor de tevê – foi difícil lidar com tanta variedade.

“É claro que o festival do ano que vem vai ser muito melhor; mas esse tem a beleza de estar engatinhando. Acho ótimo sair de um festival onde não foi preciso brigar com ninguém, onde muito pelo contrário nasceram mil possibilidades de trabalho.” Essa declaração, partindo de uma figura polêmica como a de José Celso Martinez, dá bem a medida do saldo extremamente positivo do 1º Festival de Vídeo Brasil.

Há perspectivas de trabalhos conjuntos entre Uzina/TVDO, Olhar Eletrônico/Uzina, TVDO/Olhar Eletrônico e Fotoptica/MIS (principalmente em relação à aquisição de equipamento para o museu). Também foi formada uma comissão de produtores que vai às emissoras comerciais discutir a veiculação da produção alternativa.

Do “casamento” TVDO/Olhar Eletrônico nasceu a idéia do Circuito de Vídeo Brasil, que está sendo feito para a criação de um espaço alternativo de exibição de vídeo. Numa primeira etapa estão sendo contatadas salas exibidoras em todo

“O festival continuou na linha da média. A nossa intenção é conseguir algo mais que a consagração. O principal motivo de nós estarmos aqui reunidos é a busca do que não temos na televisão. Estou triste, esperava ficar mais próximo dos primeiros lugares... mas tudo bem, porque nós iremos construir a televisão do futuro!” (Tadeu Jungle/TVDO, ao receber o prêmio de 8º lugar pelo vídeo “Quem Kiss teve”)

o país interessadas em divulgar a produção de vídeo. Futuramente serão cobertas também as 22 televisões independentes que existem. A primeira fase do projeto baseia-se em uma programação quinzenal a ser fornecida pela TVDO e Olhar Eletrônico, com o apoio do SESC Fábrica da Pompéia.

OS PREMIADOS

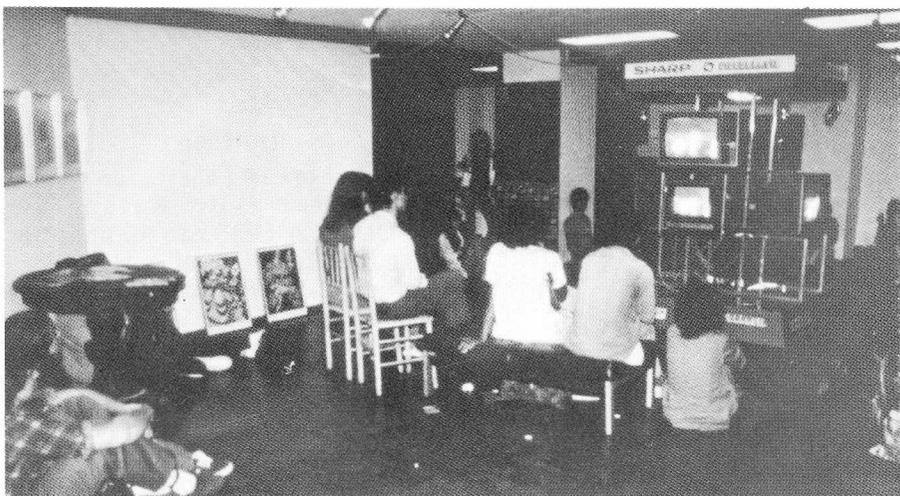
Gabriel Priolli, presidente do júri do I Festival de Vídeo Brasil, não conseguiu esconder sua ansiedade ao subir ao palco antes do anúncio das premiações para explicar ao público presente os critérios de julgamento utilizados. Mas só houve

uma surpresa: o 8º lugar atribuído a “Quem Kiss Teve”, de VídeoVerso/TVDO, que estava cotadíssimo na opinião geral para figurar pelo menos entre os três primeiros.

Fora isso, um resultado equilibrado, em que a deficiência de recursos técnicos de algumas equipes foi relevada pelo júri em favor do conteúdo significativo de trabalhos como “A dama do Pacaembu” (5º lugar) e “Arquive-se” (3º lugar).

O Grande Prêmio do Júri foi para “Caderneta de Campo”, de Uzina/Noilton Nunes/Zé Celso Martinez/Edson Elito – um vídeo que retrata, através de fragmentos de ensaios dos trabalhos de teatro, cinema e televisão do grupo Oficina-Uzina, a luta pela sobrevivência da cultura no Brasil. A produção foi realizada nos estúdios da TV Cultura em São Paulo e nunca conseguiu ser exibida pela emissora. A equipe VídeoVerso/TVDO recebeu, pelo conjunto de trabalhos apresentados no Festival, o prêmio de comercialização.

E o 1º prêmio, dado a “Marly Normal”, da Olhar Eletrônico – que representará o Brasil no Festival de Munique e Berlim –, foi um resultado já esperado por quase todo mundo. Muito aplaudido na noite de sua exibição, o vídeo retrata o dia de uma escriturária em São Paulo e tem uma edição primorosa.



Diante do público atento, os vídeos inscritos no Festival

“Paula Z foi o único trabalho especificamente de ficção que aconteceu ao festival. Talvez isso seja explicado por a realidade ser tão forte e opressiva que a imaginação é deixada de lado. Mas a ficção é muito importante, envolve imaginação e sonho. Vamos sonhar brigando para que o sonho se torne realidade!” (Carlos A. Ebert/TeleCine Maruin – 6º lugar com Brasil, Paula Z)

CLASSIFICAÇÃO

1º LUGAR: **Marly Normal** (6’); produção: Olhar Eletrônico.

2º LUGAR: **Garotos de Subúrbio** (42’); produção: Olhar Eletrônico – primeiro programa da série Projeto Juventude, criada para veiculação em tevê comercial, retratando a visão de mundo de pessoas do movimento Punk em SP.

3º LUGAR: **Arquive-se** (40’); produção: Guy Van de Beuque/Ângela Mascelani – documentário sobre a

tentativa de fraude nas eleições de 82 no Rio de Janeiro, retratando as apurações, a atuação dos meios de comunicação e a reação da população.

4º LUGAR: **Frau** (17'51"); produção: VideoVerso/TVDO – o cinema brasileiro discutido por cineastas e atores participantes do último Festival de Gramado.

5º LUGAR: **A Dama do Pacaembu** (36'); produção: Rita Moreira e Maria Luíza Leal – entrevista com uma mendiga residente no Pacaembu, um dos bairros mais ricos de São Paulo, abordando questões como moradia, dívida externa, moral etc.

6º LUGAR: **Brasil, Paula Z** (25'); produção: Carlos A. Ebert/Gustavo Hadba – a trajetória de uma funcionária comum até um cárcere de segurança, em ficção ambientada num futuro próximo.

7º LUGAR: **Selene** (13'); produção: Gofredo Telles/Mari Pini; vídeo poema/serenata eletrônica evocando "A Hidra", de Verdi.

8º LUGAR: **Quem Kiss Teve** (28'37"); produção: VideoVerso/TVDO – o outro lado da vinda do Kiss ao Brasil; os cambistas, os vendedores ambulantes, a polícia e os **kiss-maníacos**.

9º LUGAR: **Chico Antônio, o Herói com Caráter** (40'); produção: Tele Cine Maruin/Eduardo Escorel – o cantador de cocos Chico Antônio relembra seu encontro com Mário de Andrade.

10º LUGAR: **Brasília** (3'); produção: Olhar Eletrônico/Fernando Meirelles – visão poética de Brasília.



As instalações da Polyvox no Festival

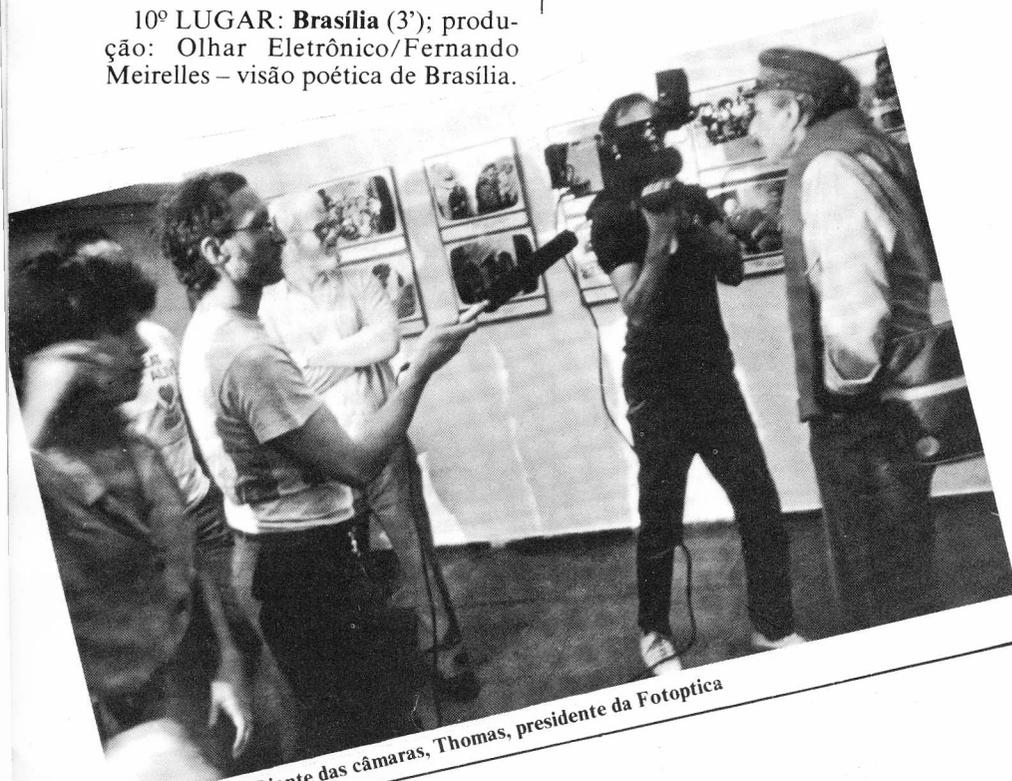
"O importante foi ver aqui fotógrafos, cineastas e produtores todos reunidos, apesar das besteiras de rivalidade. Todos juntos, como produtores de imagem que são. A dificuldade maior vai ser completar o que já foi feito. O passo ainda foi pequeno. Mas aguardem. A Fotoptica vai propagar o material que vocês fazem, logo, logo." (Thomas Farkas, presidente da Fotoptica, realizador do festival)

REPÚDIO

A abertura não chegou ao vídeo: o Programa do Ratão, de TVDO/ECA-USP, não foi liberado pela Censura Federal a tempo de participar do Festival, por causa do tema tóxicos. Houve uma moção de repúdio do júri, muito aplaudida por todos os presentes.

José Celso Martinez foi uma das presenças mais assíduas do Festival, ao vivo e na tela, sendo responsável por um momento antológico no tape "Abra a Jaula": o seu discurso na reunião do Conselho Federal de Censura por ocasião da proibição de seu filme "O Rei da Vela".

E por falar em "O Rei da Vela", o filme foi finalmente liberado (graças ao vídeo, segundo José Celso) e vai ser lançado breve em São Paulo. Nessa ocasião o Teatro Oficina vai ser reaberto, totalmente reformado e com vídeos por todos os cantos. É uma experiência do grupo, que tem por objetivo dar opção às pessoas de ver o vídeo no jardim, na cantina e também numa sala fechada.



Diante das câmaras, Thomas, presidente da Fotoptica

PADRÃO MANCHETE

VERSUS

PADRÃO GLOBO

O tão ostentado "padrão de qualidade" não é mais exclusividade da Rede Globo – pelo menos no plano técnico. Com a inauguração da TV Manchete os telespectadores puderam ver que, em matéria de recursos tecnológicos, ela nada fica a dever à campeã de audiência. Enquanto as demais emissoras contentam-se em tentar ganhar alguns pontos no Ibope oferecendo uma programação um pouco diversa da primeiríssima colocada, a Manchete chegou com a intenção visível de competir. Suas armas: à frente, programas e filmes de bom nível cultural; por trás, nos bastidores, um equipamento moderníssimo, instalado com o mesmo capricho e a mesma minúcia com que seu proprietário, Adolfo Bloch, montou o parque gráfico da Editora Bloch.

No quarto andar do belo prédio da Bloch, projetado por Oscar Niemeyer, está instalado o centro de tevê da Manchete. Nas ilhas de edição, toda a parte de pós-produção de um programa pode ser feita sem deslocar um só profissional da sala. A ilha é composta principalmente de uma mesa de áudio, uma mesa de cortes, uma suíte de vídeo e um gerador de efeitos de vídeo – enfim, todo o equipamento necessário.

– A mesa de áudio, acoplada ao sistema de edição, nos dá recursos que, quando são separados, a gente não tem – diz Eduardo Ribeiro, enquanto, numa das ilhas, trabalha na edição do programa "Conexão Internacional". Ele explica que esta é uma das diferenças fundamentais entre a Globo e a Manchete: enquanto esta concentra no mesmo local todo o processo de pós-produção, oferecendo um leque maior de possibilidades para quem está edi-

tando, na Globo cada parte do processo é feita separadamente.

Eduardo tem autoridade para fazer a comparação: ele é funcionário da TV Globo, onde faz edição. E aproveitou suas férias para trabalhar na Manchete com o grupo da Intervídeo na edição do "Conexão".

Essa vantagem, entretanto, é temporária: a TV Globo pretende instalar ainda este ano uma ilha de edição tão moderna quanto a da Manchete.

Em mixagem de áudio a Manchete também está ganhando. Na Globo ela pode ser feita por um computador, o BVE, que baixa o nível de um som para um outro poder entrar. Este processo não tem a mesma



O "Digital Video Effects", um grande trunfo da Manchete: fantásticos efeitos de vídeo

qualidade de uma mixagem feita diretamente na mesa de áudio – o caso da Manchete. Nesta mesa a qualidade do produto final é maior, porque ela se encarrega de limpar os dois sons e mixar direto. E lembremos que a mesa de áudio da Manchete está acoplada ao complexo de edição, o que oferece maiores recursos ao profissional.

Agilidade, eis o grande trunfo do sistema Manchete. Uma riquíssima gama de recursos pode ser bem explorada, inclusive no Tea-

tro Adolfo Bloch. Por exemplo: enquanto a emissora transmite um programa pode-se gravar direto em vídeo-teipe o que estiver acontecendo no teatro, para ser encaixado na programação. Dentro do teatro, assim como em vários outros pontos, existe uma mesa de corte, Ampex, muito maior que a das ilhas de pós-produção.

É outra vantagem da Manchete: ela pode interligar vários acontecimentos dentro do seu prédio com a programação no ar, pois a central técnica – de onde todos os aparelhos são controlados – é uma só, ao contrário da TV Globo, onde existe uma central técnica para cada parte do processo de pós-produção.

Ambos os sistemas têm vantagens e desvantagens. Sendo uma só, a central técnica facilita o tráfego e acelera o trabalho. Mas pode causar um pouco de confusão, porque a mesma pessoa opera todo o equipamento.

Um dos grandes trunfos da Manchete é um peque-

uma pequena demonstração das possibilidades deste aparelho, um verdadeiro achado para os técnicos e artistas mais criativos.

Para gerar efeitos de vídeo, a Rede Globo tem um "Quantel" instalado em uma das sete ilhas de edição. Se quiser utilizar algum efeito especial, o editor deve solicitar horário nesta ilha, o que dificulta seu trabalho. Além deste problema, Eduardo aponta outro: a qualidade da imagem no "Quantel" não é a mesma do ADO – perde um pouco na definição.

Já quanto às máquinas de vídeo-teipe a Globo derrotou a Manchete. O vt Sony BVH 1.100, o da Manchete, é sem dúvida um dos mais modernos. Mas como a indústria do ramo não pára de aprimorar seus produtos, em setembro último a Sony incorporou mais um avanço tecnológico e lançou o vt BVH 2.000, que a Globo tratou de adquirir imediatamente.

Em alguns detalhes também afloram diferenças entre as duas emissoras. As mesas de iluminação da Manchete, por exemplo, são programáveis, enquanto na Globo ainda precisam ser operadas. E até na forma de jogar os comerciais no ar elas agem de modo diferente. A Manchete usa uma fita com todos os comerciais gravados por ordem de entrada, e a Globo tem os comerciais gravados separadamente em BVOs (fitas mais estreitas que as de vt comum). Um computador, UDIG, comanda os racks, que contêm, cada um, oito BWUs.

Pesando prós e contras, Eduardo, com sua experiência nos dois lados, conclui que o projeto das ilhas de pós-produção da Manchete tende a funcionar melhor. Mas não é só isto que torna a Manchete a rede tecnicamente mais avançada da televisão brasileira:

– A quantidade de efeitos que suas ilhas proporcionam e as vantagens tecnológicas do sistema são muito maiores, e por enquanto suas possibilidades ainda não estão sendo cem por cento exploradas.



Korad
83

Hollywood, humilde, se curva à tevê

PAULO PIJNAPPEL

H

até bem pouco as portentosas companhias cinematográficas dos Estados Unidos olhavam com desdém para as redes de televisão: estas não passavam de uma pequena fatia de mercado para seus filmes – e representavam uma reles fração nos lucros. Os filmes eram “pensados” e feitos exclusivamente para serem vistos nos cinemas, e sua renda vinha quase só das bilheteiras. Mas com a recente criação de novas formas de distribuição para suas produções (televisão a cabo, videocassete e “pay-per-view tv” – tevê-paga-por-vez), os grandes estúdios vêem-se agora diante de uma incômoda realidade. Se, em 1972, as bilheteiras garantiam cerca de 80 por cento da receita de um filme, as previsões são de que em 1990 estarão assegurando menos de 50 por cento.

É uma verdadeira revolução, desencadeada pela tevê em plena Hollywood – o coração dos grandes estúdios cinematográficos. Para sobreviverem, eles estão substituindo o antigo desdém pela humildade – começam a unir-se às redes de “tevê-paga”.

Na verdade, este fenômeno já era esperado. Há muito tempo os grandes estúdios vinham enfrentando dificuldades, não apenas devido às novas formas de distribuição, mas também por causa de seus mais recentes inimigos – os “piratas”. Segundo a Motion Pictures Association of America, a indústria cinematográfica dos EUA perde anualmente cerca de 1 milhão de dólares em consequência da ação da “pirataria” profissional. Uma prática capaz de causar-lhe prejuízos maiores que os causados à indústria fonográfica nos fins dos anos 70. Além disto, há ainda a “pirataria doméstica”, dos proprietários de videocassete – existem nos EUA 4,8 milhões de aparelhos que gravam filmes no ar, obviamente sem pagar um só centavo de direitos autorais.

Cercados por todos os lados, os estúdios brigam com os “piratas” enquanto se apressam a unir-se às

redes de tevê-paga sustentadas por anunciantes. A grande novidade é a “tevê-paga-por-vez”. Trata-se de um sistema de distribuição que permite ao usuário de uma tevê a cabo assistir a um filme ou a qualquer evento pagando um preço previamente estipulado. Contando nos EUA, atualmente, com 2 milhões de residências já equipadas para receber esses serviços, ela promete ser a próxima grande atração desses mercados distribuidores. Quando o desenvolvimento tecnológico aprimorar esse sistema, permitindo ao usuário decidir em sua casa, simplesmente ligando o botão do seu televisor, o que quer ver recebendo depois a conta no fim do mês, como a de um telefone –, o “pay-per-view tv” deverá tornar-se o mais importante método de distribuição de filmes e eventos especiais.

Estúdios se unem

Por enquanto, o principal mercado de distribuição doméstica é a televisão paga. A empresa que domina este mercado nos EUA é a Home Box Office, considerada a grande inimiga dos estúdios – com exceção, é claro, de sua sócia, a Columbia Pictures. Eles têm razão para temê-la. Afinal, enquanto os estúdios recebem 50 por cento da bilheteria quando exibem seus filmes nos cinemas, recebem apenas 20 por cento do lucro obtido com a exibição nas tevês-pagas: a Home Box em geral é que decide quanto vai pagar por cada filme.

A união da Columbia Pictures com a CBS e a HBO vai resultar na criação de um grande estúdio de cinema que terá o nome de “Nova”. Estas três empresas reunidas irão produzir filmes, ficando a distribuição nos cinemas por conta da Columbia, enquanto as outras duas farão a distribuição em suas respectivas redes. E a CBS é a maior rede de televisão americana.

Para tentar fazer frente à HBO –

agora reforçada pela aliança com a CBS e a Columbia – dois outros grandes estúdios de Hollywood, a Paramount Pictures e a Warner Bros MCA Inc., juntaram-se ao American Express e à Viacom International para comprar duas importantes redes de tevê-paga dos EUA, a Showtime e a Movie Channel.

Nesta nova guerra entre os estúdios, agora visando ao controle das redes de tevê-paga, a Columbia leva nítida vantagem. A HBO, maior empresa do ramo, dificilmente será, a curto prazo, ameaçada: a Showtime e a Movie Channel juntas não têm sequer metade dos seus assinantes. Além disto, terão que disputar com ela a aquisição de filmes para preencher suas programações. O que vai deflagrar outra guerra – de preços.

A criação de novos mercados não alterou apenas as relações entre os estúdios: também mudou de forma substancial a rota seguida pelas produções cinematográficas. Tempos atrás o esquema era mais ou menos o seguinte: um filme era lançado nos cinemas; um ano após era reapresentado; e algum tempo depois estreava na televisão. Hoje, no momento mesmo de sua primeira exibição um filme já pode ser encontrado em videocassete e provavelmente em menos de um ano irá ao ar num canal de tevê-paga, reduzindo muito as chances de uma **reprise** nos cinemas. Ao mesmo tempo, circula largamente nas cópias **piratas** que às vezes aparecem antes mesmo do lançamento do filme nos mercados de fora dos EUA. Assim, quando chega às estações de televisão já foi visto por milhões de pessoas. Como resultado disso, as redes de tevê se interessam cada vez menos por esses filmes. Em 1978 a CBS levou ao ar 30; ano passado, apenas 20.

O futuro? É impossível de se prever. Mas uma coisa é certa: esta cada vez mais distante o tempo em que a exibição de um filme era facilmente controlada, ao longo dos anos, pelas então desdenhosas companhias cinematográficas.

6 Marginais, não. Queremos ser iguais aos Beatles 9

“O modo de produção é falho na tevê e por isso é impossível levar uma idéia nova. (...) A tevê hoje é carente de idéias, de pesquisa de linguagem. Para ela o importante é a média.” Esta é a crítica à televisão brasileira da parte da produção independente, feita por um dos seus mais expressivos representantes – Tadeu Jungle, paulista, 27 anos, fundador de uma produtora, a TVDO. Mas é uma crítica de quem também faz a autocrítica. Ao falar do caminho dito “independente”, Tadeu joga no ar a pergunta incômoda: “Dependemos de patrocinadores comerciais ou de apoio cultural e financeiro. Então somos independentes de quem, e do quê?”

Em uma conversa franca com a repórter Heloisa Villela, ele recorda como iniciou a carreira, que é um pouco a própria história da televisão alternativa no Brasil, e explica seus filmes e suas esperanças com entusiasmo e paixão. Apesar de cultivar a ânsia de todo jovem alternativo em seu trabalho – como tentar sempre “alguma coisa fora do script” –, Tadeu não esconde que a televisão comercial o seduz: “Sucesso é uma coisa perturbadora. Sessenta pontos no Ibope é perturbador”. E confessa, sem falso pudor: “Nosso objetivo é o mesmo dos Beatles quando gravaram o primeiro compacto e declararam: nós queremos ficar ricos. Por isso montamos essa produtora.”

Tadeu Jungle fez o curso de TV da Universidade de São Paulo. Lá mesmo, ele, Walter Silveira, Paulo Priolli e Ney Marcondes formaram a equipe da TVDO (leia-se “tevê tudo”), em setembro de 1980. Fizeram programas na Universidade, trabalharam depois na TV Bandeirantes (produzindo o “Mocidade Independente”, de Nelson Mota) e hoje seguem o caminho alternativo: em novembro do ano passado criaram, com Eduardo Abramovay, a produtora Videoverso. Um filme de Tadeu, “Frau”, gravado no último Festival de Cinema de Gramado, sobre o próprio evento, participou do Festival Carioca de Vídeo da Cândido Mendes, realizado no Rio em abril último, e chamou a atenção pela irreverência e a criatividade de sua linguagem.

– “Frau” foi realizado pela TVDO e produzido pela Videoverso. O que é “Frau”?

– “Frau” é uma fraude. Eu e o Walter Silveira ganhamos duas passagens da Embrafilme porque fizemos os letreiros do “O Rei da Vela” (filme de Zé Celso Martinez Corrêa e Noilton, que concorreu ao Festival de Gramado). Na sexta-feira, véspera do final do festival, resolvemos ir e levamos o equipamento de vt. Chegamos lá já no fim, com aquele clima de farsa... Todo mundo já sabia quem ia ganhar, mas de qualquer forma ficava difícil deixar de premiar o “Rei da Vela”. Foi tudo gravado no sábado. Chegando lá encontrei Isa Castro, da Gira Filmes, de São Paulo, e gravamos os três o dia inteiro. Foram 24 horas de amor, paixão e aquele clima

de fim de festival. O prêmio “especial”, dado ao Zé Celso, foi político; se não desse o prêmio a ele, o festival estaria premiando um filme e não o cinema. “Frau” não é um documentário limpo e não é vídeo-arte.

– Esse “vídeo” não tem uma linguagem convencional e sua entrada na televisão comercial hoje é praticamente impossível. Então, como fica? O “Frau” não vai poder ser visto fora de mostras como a da Cândido Mendes?

– Há um canal em São Paulo onde essas coisas deveriam acontecer – a TV Cultura. Ela tem que abrir um espaço para a pesquisa de linguagem, onde as pessoas possam assistir a programas que não dão Ibope. O senador Fernando Henrique Cardoso, do PMDB, declarou: “Nós, agora no poder, temos que saber entender não só as comunidades organizadas em nível de associação de classe ou de bairro, mas também os selvagens”. Ora, como pegar esses selvagens que às vezes não estão organizados porque as associações são caretas? São os indivíduos que estão massacrados. Na televisão não existe receptividade para o “Frau”, o que não me preocupa. Mas é preciso criar salas e centros bem dirigidos a essas pessoas, porque essa produção precisa circular, as pessoas precisam dela. A ABTI (Associação Brasileira de Teleprodutores Independentes) tem um projeto de videotecas municipais, arquivos de vídeo.

Vândalos

Na USP, Tadeu e Walter Silveira descobriram que a faculdade tinha até um caminhão de externa sem uso há uns dez anos. Começaram a trabalhar e produziram três programas, um deles sobre a eleição do centro acadêmico.

– Chegamos com o caminhão de externa. Nessa fase o movimento estudantil estava lá embaixo, aquelas besteiras... Colocamos umas caixas de som tocando rock a todo volume e gravamos a indignação dos presentes. A gente era vista como vândalos.

Com a equipe de TVDO, Tadeu produziu mais dois programas na faculdade: “Semana de Arte e Ensino” e “Programa do Ratão”. Com os programas prontos, a equipe convidou José Otávio Castro e Clemente Neto, da Bandeirantes, para vê-los. “Eles acharam fantástico. Diziam que era exatamente aquilo (montagem etc.) que sempre quiseram fazer na tevê e nunca tinham conseguido.”

– Depois dessa, só mesmo o pulo para dentro da televisão. Nessa época a Bandeirantes tinha o Nelson Mota fazendo o “Mocidade Independente”. Eu nunca tinha feito nada em tevê e de repente estava lá dirigindo junto com o Nelson Mota.

Uma vez Nelson Mota teve de vir

ao Rio e os "vândalos" ficaram editando o programa sozinhos. Corre a lenda de que durante a gravação aconteceram mil problemas e no final a edição ficou maravilhosa.

- O Nelsinho aparecia abrindo uma cortina, colocando a cara do lado de fora e falando "Alô, mocidade independente". Filmamos várias vezes até dar certo. O Nelson Mota viu o programa no Rio, no ar. Foi sorte nossa ter trabalhado com uma pessoa assim, que dava tanta liberdade.

Quando acabou o "Mocidade Independente", Tadeu ganhou uma bolsa para estudar nos Estados Unidos. A TVDO continuou trabalhando na Bandeirantes, fazendo assessoria de realização (direção, produção, edição e sonorização) do "90 Minutos".

Antropofagia

- E o modo de produção em tevê?

- O modo de produção é falho em tevê e por isso é impossível levar uma idéia nova. O câmara é submetido ao diretor de tevê etc. É preciso dar mais subsídios e soltar esses outros talentos que existem. Quebrar essa alienação no trabalho. Unir a técnica com a arte. Quero deixar todos muito vivos. Têvê para mim é um trabalho de indústria e de equipe. Mas na tevê, atualmente, as equipes não são escolhidas, são escaladas.

Tadeu Jungle faz também a auto-crítica da produção independente. Dia 25 de janeiro último ele já afirmava, em uma carta que foi lida no auditório da Cândido Mendes, durante o 1º Vídeo Rio: "Esse termo não corresponde à realidade das produções. Se queremos participar da viagem 'brasyleira' dependemos de muita gente e de muito dinheiro. Dependemos das emissoras comerciais para veicular os nossos programas e o circuito alternativo, apenas, não basta. Dependemos ainda de patrocinadores comerciais ou de apoio cultural e financeiro... Então eu pergunto: somos independentes de quem e do quê?"

Como produtor alternativo, Tadeu quer produzir seus próprios programas, mas quer também poder atingir 30 milhões de espectadores. E isso só entrando em uma emissora comercial.

- A Globo é a mais eficaz e bem estruturada emissora brasileira. Deve ser apreendida e trabalhada. Interessa-me olhar a Globo como indústria. O sucesso me interessa. O negócio é aprender com isso e trabalhar com eles. A mim me interessa ser convidado para dirigir um "Caso Especial" lá.

- Como ficaria essa "absorção" por uma grande emissora?

- Você tem que fazer algumas concessões, mas deve colocar mais idéias,

raivas, voracidades e antropofagias do que ela te absorve. Eu não tenho medo de fazer concessões. Quando fazia o "Mocidade" também fazia concessões. Se você tiver que fazer só aquilo que ela quer, não interessa. Interessa continuar sendo alternativo. A qualidade de ser alternativo é essa. "Frau" talvez não vá para a Globo nunca, mas me interessa fazê-lo a nível de sobrevivência. Ser alternativo faculta-me ter os meios de produção na mão, ter a gana de fazer tudo. Sendo alternativo você trabalha, com pessoas que você conhece profundamente. Todos sabem de tudo. Pastei demais nos Estados Unidos, com pessoas que odiei. A estrutura é fria. Partir para uma coisa que não está no "script" é muito difícil. Eu fiquei triste. Mas aprendi demais com a parte da indústria.

- E o dinheiro na produtora? Tem havido problemas financeiros?

- Eu estou abdicando da grana agora. Poderia estar envolvido com altos esquemas. Hoje me interessa mais formar essa produtora alternativa que nos dê respaldo para ir para uma outra coisa que não sei o que é. Eu sei que é muito difícil ganhar dinheiro agora. Tem que fazer comercial, institucional, coisas que podem não parecer muito interessantes. Agora, como meta me interessa fazer

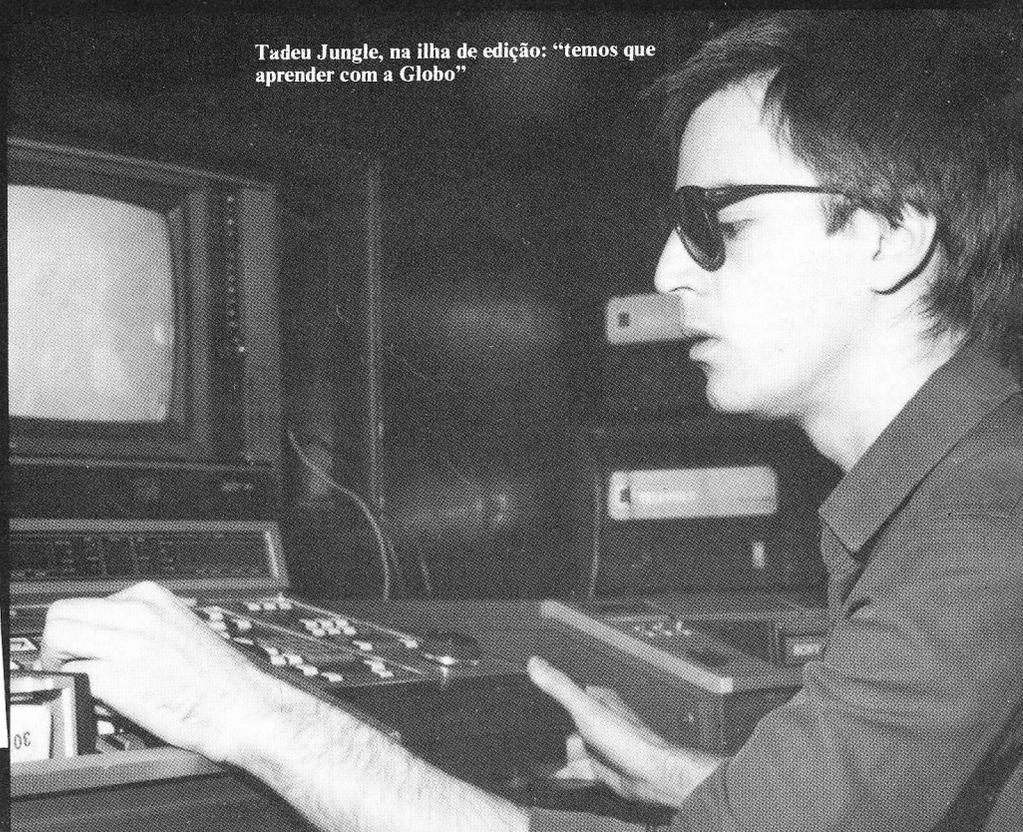
o que me interessa visceralmente. Eu vou fazer, de qualquer maneira, o que acredito.

- O que acontece hoje é que o que você faz com o maior vigor não está indo para a televisão comercial. Mas em determinados momentos as coisas podem se cruzar. A televisão hoje é carente de idéias, de pesquisa de linguagem. O importante para ela é a média. Só que eu acho que tenho coisas importantes para dizer para a média. Sucesso é uma coisa perturbadora. Sessenta pontos no Ibope é perturbador. Só o sucesso não diz absolutamente nada, mas existe alguma coisa ali. Se você não conseguir o fracasso absoluto, você não conseguiu fazer nada.

E, para encerrar, uma promessa:

- Tenho 27 anos. Quando se tem 27 anos, está na hora de estourar e eu vou estourar. Ou é agora ou não é mais. Daqui só pra cima. Tenho compromissos com algumas fontes que jamais serão apagadas: Oswald de Andrade, Glauber Rocha, Zé Celso, Júlio Bressane e Daniel Filho. Eu bebi nessas fontes, sem incompatibilidades. Nosso objetivo é o mesmo dos Beatles quando eles gravaram o primeiro compacto e declararam: "Nós queremos ficar ricos". Por isso montamos essa produtora. Eu ainda não sei ganhar muito dinheiro, mas me acredito uma pessoa competente.

Tadeu Jungle, na ilha de edição: "temos que aprender com a Globo"



CRESCE O MERCADO, SURGE UM PROBLEMA: DIREITOS AUTORAIS

Na luta pelo mercado do vídeo, clubes, locadoras e distribuidoras internacionais buscam, mediadas pela Embrafilme, chegar a um acordo quanto aos direitos autorais. Enquanto a esperada lei brasileira de vídeo não aparece, o Conselho Nacional de Cinema (Concine) instituiu a etiqueta de controle, fornecida pela Embrafilme, para acabar com a pirataria.

Há cerca de quatro anos o mercado de vídeo-cassete vem crescendo no País, sem nenhuma ordenação. Nesse período dezenas de clubes foram abertos, congregando, hoje, 25.000 sócios. Segundo carta da ABDVC (Associação Brasileira de Distribuidores de Vídeo-Cassete), o mercado de clubes já emprega cerca de 500 pessoas.

Mas devido à inexistência de uma lei para ordenar o setor há problemas como o ocorrido nas vésperas do Carnaval, quando vários clubes tiveram suas portas fechadas e algumas fitas recolhidas. Para satisfação dos clubes o incidente, segundo a Receita Federal, não passou de um mal-entendido e eles voltaram a funcionar como antes.

Mas se os vídeo-clubes são reconhecidos, extra-oficialmente, como entidades civis sem fins lucrativos, o mesmo já não se pode dizer das locadoras, que começaram a se espalhar pelo País há menos de seis meses. Nestas a comercialização das fitas é o objetivo primeiro, o que vem provocando insatisfações entre as distribuidoras cinematográficas internacio-

nais que, até agora, nada receberam por seus filmes.

Justamente para chegar a um acordo a respeito da importação, distribuição e veiculação das obras cinematográficas gravadas em vídeo é que representantes destas distribuidoras e donos de clubes e locadoras vêm mantendo uma série de contatos.

Para tentar acabar a pirataria, uma etiqueta

O primeiro encontro aconteceu no dia 28 de junho, no Rio. Os filiados à ABDVC discutiram com Steve Murphy – representante da CIC (Paramount e Universal) – a possibilidade de regularizar o atual estoque de fitas dos clubes através do pagamento de uma taxa por fita. Todos de acordo, Steve afirmou: “temos interesse em trabalhar com as empresas que optarem por um caminho de reconhecimento dos direitos autorais”.

No dia seguinte, 29 de junho, foi realizada a primeira reunião de uma nova entidade, a UBV (União Brasileira de Vídeo). Compareceram a esta reunião: Luiz Carlos Barreto (Barreto Filmes), Jorge Peregrino (Embrafilme), Steve Murphy (CIC Vídeo), Ed Lavish (COL/RCA), Leon Nebensahl (Cinematográfica F. J. Lucas Ltda.), Henrique Gandelman (advogado) e Steve Solot (Associação Brasileira Cinematográfica).

Os membros dessa nova associação procuram “juntar-se para a melhor proteção de suas obras cinematográficas contra sua comercialização não autorizada, em forma de vídeo-cassete”, dizia a ata da reunião. Como é composta de membros nacionais e estrangeiros, a UBV fica classificada como entidade informal, pois a Lei 5.988 proíbe que titulares estrangeiros de **copyright** sejam membros efetivos de associações formadas para defender, judicialmente ou não, seus direitos autorais.

Oficial, informal, ou de qualquer categoria, a UBV promete pressionar as locadoras de fita cassete e, pelo menos por enquanto, deixar os clubes em paz. Como ninguém se coloca contra as atividades destas casas, a ABDVC tratou de elaborar uma resolução pela qual seus filiados seriam reconhecidos por lei. Esta resolução já foi entregue ao Concine para estudo.

Agrupados em duas grandes associações, a ABDVC no Rio e a ANDVC em São Paulo, os clubes começam a sentir a necessidade de uma união ainda maior. Por esse motivo a ANDVC propôs a fusão das duas entidades, mantendo a sede e a presidência no Rio de Janeiro. De agora em diante, ao que tudo indica, a Embrafilme vai mediar a negociação entre duas associações, a dos clubes e a dos distribuidores.

O ponto culminante de todas essas conversações deverá ser a lei de regulamentação do mercado de vídeo. Até o momento, apenas uma medida concreta foi tomada. O Concine elaborou e aprovou a resolução que institui o controle da pirataria através de etiquetas. Ou seja, todas as fitas em circulação no mercado deverão estar devidamente seladas pela Embrafilme, que só fornecerá a etiqueta a quem puder provar que tem direito a explorar comercialmente a fita. Caso contrário, o cassete poderá ser apreendido a qualquer momento.

Chega a fita legendada em português. Com atraso

As queixas eram frequentes, nos vídeo-clubes e nas rodas de aficionados: não há fitas com dublagem ou legendas em português. A pessoa precisa entender bem inglês ou outros idiomas estrangeiros para associar-se a um vídeo-clube ou para levar um filme para casa. A falta da dublagem ou tradução limita claramente o mercado consumidor – e, portanto, os lucros. Uma grande faixa de público interessado em cinema estava à margem por não dominar bem outros idiomas.

O problema começa enfim a ser resolvido. Desde o final de setembro chegaram na praça 21 fitas com legenda em português. O pioneirismo não é, como muitos achariam lógico, obra de brasileiro, mas de uma empresa européia, a VCL, que possui uma subsidiária no Rio, a VCL Comunicações South America Ltda., e uma distribuidora com sede em Juiz de Fora, a Vídeo Filme Ltda.

“Estamos um pouco atrasados para entrar no mercado, porque as pessoas já estão pedindo as legendas há muito tempo”, diz o representante da VCL no Brasil, Ricardo Barley. Após consultar os consumidores brasileiros de vídeo, através dos vídeo-clubes, a empresa decidiu dublar apenas os filmes infantis; todos

os outros serão legendados. É que a dublagem desperdiça muito do clima dos filmes, eliminando outros sons além das vozes dos atores.

As fitas estão sendo distribuídas em todo o País, através de vídeo-clubes, locadoras e lojas especializadas. Até o final de novembro a VCL promete aumentar a lista de filmes com cerca de 14 títulos.

Apesar de não serem muito conhecidos do público brasileiro, as fitas estão sendo muito procuradas nos clubes. Policiais, musicais, terror, aventura, guerra e filmes infantis fazem parte desta primeira leva. Entre eles pode-se encontrar “Comunhão”, com Brook Shields, “Ânsia”, “Laços de Sangue”, “Elton John”, “A Bela e a Fera”, e “Lassie”.

As fitas são legendadas no Rio e algumas na Europa, em estúdios profissionais. Em um disco de computador são gravadas as legendas; a fita matriz é copiada e a fita de vídeo passa por um aparelho no qual está colocado o disco; as legendas então são aplicadas.

A VCL é um grupo europeu independente que atua na área de vídeo, cinema e televisão. Tem representantes em vários países da Europa, nos Estados Unidos, Austrália e África do Sul. Com sua subsidiária no Rio ela pretende atingir todo o mercado latino-americano.



NA BIENAL DE SÃO PAULO, O VÍDEO INVADU O ESPAÇO DA ARTE

Que o vídeo já conquistou o status de arte, ninguém tem dúvida. E apesar dos indignados protestos de alguns puristas, o vídeo mostra em São Paulo que também está conquistando o espaço da arte: a videoarte está disputando, com trabalhos de 200 artistas de 43 países, as atenções dos visitantes à XVII Bienal.

O que chama a atenção no espaço reservado ao vídeo na Bienal de São Paulo é a grande aglomeração e a descontração geral. Não existe em relação à arte, em vídeo de qualquer modalidade, aquela distância em relação à obra, misto de admiração e medo que caracteriza normalmente os espaços de museu.

Um exemplo é o trabalho de Artur Matuck, que se chama "Ataris Vort no Planeta Mega" e consiste num sistema que integra monitores de TV, um prisma de espelho e várias câmeras numa sala escura. O resultado plástico é obtido pelo próprio público, que, mexendo as mãos diante das câmeras, constrói a paisagem do Planeta Mega, numa versão eletrônica do velho jogo de fazer sombras na parede.

Na área reservada à exposição Arte e Videotexto, esse espírito lúdico se acentua ainda mais. Pessoas das mais diversas idades têm oportunidade de mexer, brincar e principalmente selecionar pelo simples manejo de um teclado alfanumérico as obras de 35 artistas brasileiros, divididas em sete módulos: Arte Visual, Arte Poesia, Arte sobre Arte, Arte sobre o Meio, Interarte e Tradução.

A maior vedete é sem dúvida o veículo em si, mas dois módulos se



Na parede da Bienal, terminais de vídeo em lugar de quadros

destacam: Arte sobre Arte e Tradução. O primeiro, na área de expressão verbal, reúne reflexões bem-humoradas sobre a relação artista-arte-público-crítica, como por exemplo:

**"Artista é mônada
Arte é diáda
Público é tríada
Crítica é piada"**

ou ainda uma constatação irônica: "Com o videotexto não dá pra conscientizar as massas", ambas obras de Júlio Plaza.

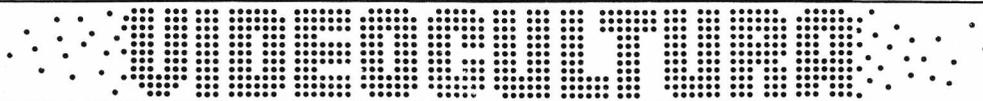
"Tradução" é um módulo de expressão plástica que busca a linguagem específica do videotexto na representação da realidade, jogando com formas muito simplificadas e coloridas, "traduzindo" formas da natureza para o vídeo e fugindo do figurativo.

Na opinião de Júlio Plaza, organizador da exposição, o que marca a arte em videotexto é o seu caráter democrático. Por isso, nessa exposi-

ção, o público tem oportunidade de usar a principal característica do veículo – a bidirecionalidade – para registrar sua opinião sobre a Bienal, num exercício de crítica normalmente reservado às elites culturais, como diz Júlio Plaza.

Essas opiniões formarão, ao final da Bienal, um painel que servirá de guia crítico para os organizadores e os artistas. Um painel diversificado, já que muitas pessoas acham a arte em vídeo interessante, divertida, enquanto outras consideram uma heresia a participação desse veículo na Bienal. Pouca gente enxerga possibilidades artísticas reais no vídeo.

Mas o fato é que o espaço reservado a ele está despertando grande interesse e pondo em xeque a idéia geral que se tem da arte como algo fechado e distante. Quem quiser pode conferir, e tem bastante tempo para isso: a Bienal só será encerrada dia 18 de dezembro e até lá estará aberta todos os dias – com exceção de segunda-feira – das 15 às 22 h.



Cândido José Mendes de Almeida

O fortalecimento das atividades dos produtores independentes e a multiplicação de novos programas deste gênero nos Estados Unidos têm gerado a associação destes profissionais, em torno de núcleos destinados a viabilizar a sua presença no mercado através de uma distribuição racional. De fato, a demanda para programas em vídeo realizados à margem do esquema comercial é significativa e abrange desde televisões de pequeno e médio porte a universidades, museus e instituições culturais em geral. Estes núcleos, em sua maioria envolvidos com produção e pós-produção, têm cada vez mais desempenhado um papel marcante na área de distribuição e comercialização de tapes. Uma das mais sérias instituições desta categoria é o Video Data Bank, ligado a The School of the Art Institute of Chicago. O VDB, que vem trabalhando neste sentido desde 1974, além de produzir e distribuir programas independentes, publica ainda uma revista bimensal, Profile, que é uma síntese das idéias, pensamentos e projetos dos artistas e produtores ali envolvidos. Mais – o VDB mantém um centro de estudos que inclui um esplêndido acervo contendo transcrições, slides, periódicos, bibliografias e fitas-cassete sobre diversos aspectos culturais, destinados à fonte de consulta e apoio a seus associados. Atualmente, o Video Data Bank distribui comercialmente em torno de 160 programas,



representando 75 produtores, em sua maioria video-artistas. Os programas podem ser obtidos através de compra ou de aluguel e o VDB fornece ao interessado farto material impresso. Hoje, com efeito, o Video Data Bank representa conceituados artistas e produtores nos Estados Unidos, administrando um dos mais fabulosos bancos de imagens eletrônicas naquele país. Compõem o acervo do VDB, produções de natureza e objetivos distintos, variando desde

No “new wave video”, um desfile alucinado de imagens e efeitos, misturando sexo e violência urbana, desmistificando códigos

as meras experimentações aos mais violentos panfletos eletrônicos. Como por exemplo, em Rescan, de M. I. Bonadio, onde o artista associa imagens de guerra no Vietnam, Irlanda e El Salvador, alteradas por meio de recursos gráficos, para construir uma veemente crítica aos imperialismos político-culturais. Já em Digital Reflection, Frank Dietrich, voltado para o experimentalismo, faz ampla utilização dos

efeitos digitais de um computador para criar um auto-retrato, visando uma experiência interativa entre sujeito, objeto e tecnologia. Dentro de uma proposta mais narrativa, situa-se A Couple of White Faggots Sitting Around Talking, de Michael Ander. Trata-se da estória de um rico e enfadado homossexual que se muda para o luxuoso apartamento de sua irmã e imediatamente passa a desenvolver uma hilariante relação com os vizinhos, todos igualmente homossexuais. O programa é uma divertida comédia de costumes e vicissitudes eróticas. Beirando o existencialismo, Casual Shopper, de Judith Barry, apresenta o ritual diário de pessoas que frequentam enormes

shopping centers sem intenções consumistas, mas pelo simples prazer ou necessidade de estarem circulando entre outros e assim desenvolvendo uma estranha e silenciosa relação.

O VDB, de acordo com o conteúdo dos tapes, organiza ainda séries, que são conjuntos de programas que possuem, por suas semelhanças, se encaixar em determinadas categorias. Os mais interessantes são, sem dúvida, os da NEW WAVE VIDEO, categoria

que reúne as mais inquietas cabeças eletrônicas. Adepto incondicional do NEW WAVE VIDEO, Wayne Fielding produziu em Lectra Nancy um desfile alucinado de imagens e efeitos, misturando sexo e violência urbana, afim de desmistificar códigos e convenções sociais. Outra produção desta categoria é True Cross Fire, onde Michael Gelter investiga as estruturas e mecanismos da televisão como geradores de mitos culturais. Nesta paródia de documentário-drama, a ação é alternada entre imagens de uma pessoa expondo didaticamente a construção de diagramas e outra que sofre um ataque esquizofrênico. Através da inserção de trepadas ao vivo, velhos filmes de guerra e filmes de animação, o artista propõe o retorno das mitologias televisivas a si mesmas, sugerindo ao espectador uma postura mais ativa face à televisão. Há quem goste. O Video Data Bank vem crescendo significativamente, incorporando novas produções ao seu acervo e alcançando públicos normalmente inatingíveis pelos canais tradicionais. A fórmula, simples e eficiente, tem servido como modelo para outros núcleos nos Estados Unidos e Europa, provando a viabilidade de uma das muitas alternativas, não-atreladas, de escoamento de imagens eletrônicas.

Cândido José Mendes de Almeida é Coordenador do Centro Cultural Cândido Mendes.

QC-70

A câmera da Sharp: versátil mas com poucas inovações

Já está nas lojas, há quase um mês, a primeira câmera de vídeo fabricada no Brasil, a **QC-70**, da Sharp. Segundo informações do fabricante, o mercado brasileiro estava mesmo ávido por um produto que complementasse o sistema de gravações de videocassete doméstico, pois as vendas realizadas neste primeiro mês foram "muito satisfatórias".

A **QC-70** está custando aos revendedores, em média, Cr\$ 1,2 milhão e não deve sair para os consumidores finais por menos de Cr\$ 1,4 milhão – um preço um pouco salgado, em se comparando aos das câmeras importadas (oferecidas nas lojas especializadas ou por contrabandistas) geralmente com características técnicas mais vantajosas para o consumidor.

Com a **QC-70**, a Sharp repete o pioneirismo no lançamento de equipamentos de vídeo no Brasil – foi a primeira a lançar também o aparelho de videocassete, o que é muito positivo. Em contrapartida, a firma repete o erro de lançar um modelo já bastante obsoleto em relação aos padrões atuais do mercado internacional, colocando à disposição dos consumidores um produto de menores recursos e correndo o risco de ver a câmera rejeitada pelo mercado consumidor, a exemplo do que ocorreu com o seu primeiro modelo de videocassete (que sequer dispunha de mecanismo de retorno da fita com visibilidade – **search** –, como a totalidade dos modelos importados). Na época do lançamento do videocassete, a Sharp, em sua campanha publicitária, ressaltava a garantia de assistência técnica e a possibilidade de compra à prazo do produto, por ser ele fabricado no país. Mas nem mesmo estes argumentos convenceram os consumidores potenciais e o aparelho vendeu muito menos do que se esperava. Em nova campanha publicitária, a Sharp anunciou uma drástica redução (em torno de Cr\$ 200 mil) no preço de venda de seu modelo, tentando diminuir seus estoques.

A FAVOR

A câmara Sharp é uma cópia do modelo lançado pela companhia há algum tempo, nos EUA, onde pode ser adquirida por cerca de US\$ 600. A



versão nacional acrescenta um circuito de codificação de cores (NTSC-PAL/M) permitindo a utilização da câmera acoplada a qualquer gravador de videocassete nacional ou estrangeiro. O cabo de conexão é adaptável à maioria dos videogravadores do tipo VHS, mas um cabo opcional pode ser fabricado para ligação aos gravadores modelo Betamax. A Sharp está fornecendo também uma CCU (Camera Control Unit), que possibilita a conexão da câmera aos videogravadores de mesa – que não dispõem de entrada (plugue) para câmeras –, através do plugue **video in**, presente em qualquer gravador de vídeo. Estas facilidades tornam a **QC-70** bastante versátil e compatível com qualquer sistema de vídeo previamente adquirido pelo consumidor.

A **QC-70** é de operação muito simples, quase toda automática, e pode ser utilizada, sem problemas, por qualquer leigo no assunto. As facilidades principais são o sistema de foco automático (com radiação infravermelha) que elimina parcialmente o doloroso trabalho, para principiantes, de encontrar o foco adequado para cada cena a ser filmada. Outras características simplificadoras são o controle automático da íris (diafragma) por célula fotosensível, que avisa ao usuário, através de pequenas luzes no visor, se há ou não condições

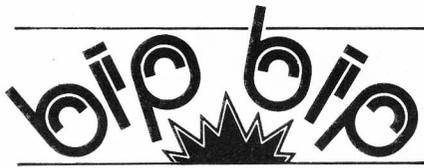
suficientes de luz para a gravação; um seletor (**gain up, Std ou BLD**) que permite compensar situações de contraluz, e o **Tint**, que possibilita a correção das tonalidades de cor com que a câmera está registrando as gravações (só pode ser utilizado conjuntamente com um monitor de vídeo, não servindo para as gravações externas alimentadas pela bateria do gravador portátil).

CONTRA

O grau de definição das imagens e a capacidade de registrar cenas com pouca luminosidade são decorrentes do binômio **tubo de imagem-lente da câmera**. A **QC-70** utiliza um tubo de captação de imagens tipo **Vidicom**, já ultrapassado pelos tipos **Saticom**, **Newvicom** e **Trinicom** (Sony) que permitem captação de imagens com pouquíssima luz, produzindo menos sombras e **cometas** quando se focaliza objetos em movimento, e são capazes de gerar imagens mais definidas e estáveis. A **QC-70** precisa de 100 lux para iluminação mínima dos ambientes, sendo das câmeras menos sensíveis existentes no mercado internacional. As imagens geradas pela **QC-70** compõem-se de 240 linhas de resolução, sendo também das menos densas – as concorrentes chegam a atingir 300 linhas de resolução.

Um outro aspecto negativo é o visor ótico – como o das máquinas fotográficas do tipo **reflex** –, e não eletrônico, como na maioria das câmeras de vídeo. O eletrônico – uma pequenina tela de TV dentro do visor, permite monitorar as cenas exatamente como estão sendo registradas no gravador e, talvez mais importante, a observação em **play-back** do material gravado quando em operação no campo. No caso da Sharp, por não ser o visor uma tela de TV, não é possível observar o material gravado nas fitas sem o auxílio de um aparelho de TV, reduzindo a eficácia do equipamento para utilização portátil.

Ainda entre os aspectos negativos: a **QC-70** não dispõe de controle manual da íris – que regula a entrada de luz – retirando ao usuário a possibilidade de criação de efeitos especiais de iluminação, como **penumbras** ou **cenas superexpostas**.



● Enfim, um vídeo-game que reúne cérebro e corpo: a empresa americana Suncom acaba de lançar nos EUA o **joystick aeróbico** – na verdade uma bicicleta ergométrica com comandos de jogo, que pode ser conectada aos Atari VCS e aos micro Atari 400, 800 e 1200. A novidade é ideal para os apaixonados pelo Enduro da Activision: quanto mais rápido você pedala, mais rápido se move o carro no vídeo.

GRACILIANO

Graciliano Vereza dos Santos. Este é o título do videodocumentário que a **Set Produções** está realizando sobre as filmagens de Memórias do Cárcere, de **Graciliano Ramos**, com **Carlos Vereza** no papel principal, sob direção de **Nelson Pereira dos Santos**.

A **Set** é uma videoprodutora independente carioca, de sete pessoas, todas formadas pelo curso de cinematografia eletrônica promovido pela TV Globo no ano passado.

Um dos sets, **Paulino de Abreu** está dirigindo a documentação das filmagens de “Memórias”. A **Set** está trabalhando em regime de co-produção com a **L.C. Barreto**, também produtora do filme. Segundo **Paulino** o **Graciliano Vereza dos Santos** ultrapassará, em muito, a simples documentação das filmagens, e deverá abordar a própria personalidade, a literatura e o ambiente familiar e social que envolveu **Graciliano** nos tempos difíceis em que escreveu “Memórias do Cárcere”, na segunda metade dos anos 30.

M1 SÓ ÓPERAS M1

De outubro a dezembro o **Vídeo Verdi Ópera Clube**, de São Paulo, promove o **Festival Giuseppe Verdi**, apresentando oito óperas do compositor e uma exposição sobre sua vida e obra. O clube funciona no salão de convenções do **Hotel Príncipe**, na **Avenida São João**, que tem sido palco de grandes óperas jamais vistas no Brasil. É uma idéia de **Ana e Raphael Cilento**.

MARUIN

Numa empresa, integração de vídeo e cinema

*A alardeada rixa entre cinema e vídeo-cassete é só uma lenda. Os dois não se opõem – ao contrário, até se completam. Certos disto, **Lauro Escorel, Mair Tavares e Ruy Solberj**, homens de cinema, lançaram-se na área de vídeo sem dores de consciência.*

LOANE MADEIRA

Eles mergulharam no mundo da produção independente, um mercado ainda recente em vídeo. Para isto montaram a **Tele-Cine Maruin**, uma firma que, além das produções independentes em videocassete, faz documentários e programas de circuito interno para empresas.

E não sentem saudades do cinema, pois continuam nele. Eis dois dos trabalhos mais importantes da **Maruin**: uma co-produção de 40 minutos com a **Embrafilme** – a história de um velho cantador de cocos redescoberto, **Chico Antônio**; e a montagem do próximo filme de **Cacá Diegues**, “**Quilombo dos Palmares**”. O filme sobre o cantador, em fase de conclusão, já despertou o interesse da **TV Cultura**. A edição da fita de **Cacá** será feita em vídeo, o que acelera a montagem. “O uso do vídeo para edição no cinema diminui sensivelmente os custos”, garante **Mair**, que concorreu ao recente festival de vídeo com o programa “**Brasil, Paula Z**”. (Ele aliás se queixa de que o premiado foi um programa profissional, “**Cinema Rio**”, o que teria desvirtuado os objetivos do evento.)

Cinema e vídeo, diz ele, podem coexistir em harmonia e, aliados ao computador, formam um perfeito triunvirato tecnológico.

– Para o Brasil, porém, teria mais sentido as pessoas ingressarem no vídeo que no cinema, pois o vídeo é mais barato e mais apropriado, portanto, à realidade do País.

A **Maruin** – **Mair Tavares** define-a como uma firma de médio porte – tem um microcomputador gráfico, com o qual se acha preparada para as necessidades do mercado: “é preciso oferecer uma certa diversidade”.

Operado por **Luiz Carlos Velho** e **Rodolfo Capeto**, analistas de sistemas e formados em programação visual pela **Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI)**, o microcomputador digital é usado “em quase tudo” – de letras a mapas, como no trabalho que a **Maruin** fez há pouco para o **Ministério da Educação**, com filmagens em cinco Estados. O programa apresentava gráficos e mapas feitos por **Luiz Carlos** e **Rodolfo**.

Explorando todos os limites

– Nós aliamos duas profissões e técnicas distintas numa só. A vantagem disto está em sabermos explorar todos os limites e possibilidades dos recursos do computador e da parte gráfica – diz **Luiz Carlos**.

Eles estão certos de que o método digital em computação é melhor que o analógico:

– O computador digital trabalha com unidades discretas (passo a passo), enquanto o analógico só pode trabalhar com as quantidades de forma contínua, sem permitir muita interferência; com menos recursos, portanto. Nós interferimos digitalmente no que é exibido de maneira analógica (vídeo de tv) – explica **Rodolfo**.



Sinatra,
by Maruin

Mesmo detendo os requisitos básicos para “fazer misérias” na programação computadorizada, eles se consideram ainda iniciantes e estão conscientes de que há muito a desenvolver na área:

– Nosso computador é simples, barato, e nós não atuamos num mercado grande – admite Rodolfo. – Nosso mercado é de um custo mais baixo. Representa uma nova

alternativa acessível ao público. É uma nova opção, uma novidade, pois esta técnica até agora era domínio exclusivo da TV Globo.

Se o cinema não tem “ressentimento” em relação ao videocassete, a televisão cultiva a rivalidade. E que, explica Mair, ela “cresceu para os lados”, resistindo até agora às produções independentes que começam a surgir no mercado. Mas já se

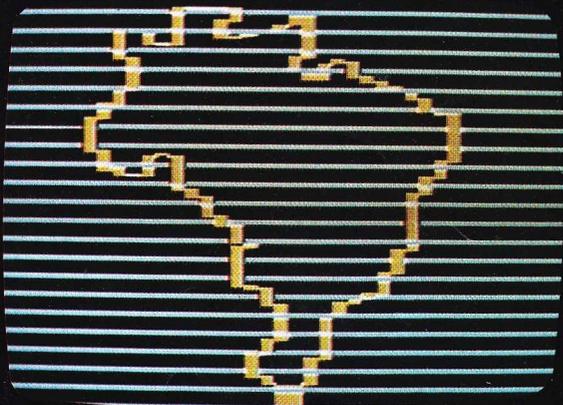
pode vislumbrar uma pequena brecha – a TV Bandeirantes comprou meses atrás um programa sobre as eleições do ano passado e o levou ao ar. É outra, com a TV Manchete:

– Desde que a produção tenha boa qualidade, não vejo como não ser aproveitada pelas emissoras. A TV Manchete, por exemplo, está absorvendo gente da área da produção independente, numa espécie de co-produção com firmas como a Intervideo, Manduri 35, de São Paulo. Como ela tem excesso de equipamentos, coloca-os à disposição da Intervideo, que funciona como um núcleo independente, utilizando o equipamento e as dependências da emissora sem qualquer vínculo com ela.

Mas, lembra Mair, o grande mercado para a produção independente ainda está por vir: é a televisão a cabo, ainda um projeto no Brasil. Ela funciona “como uma FM em rádio, com programação e publicidade escolhidas a dedo”.

– E é um futuro não tão distante: já se fala até em concessão de canais.

O computador oferece
uma ampla gama
de recursos gráficos.
Um exemplo:
o mapa do Brasil



INFORMÁTICA 83: a afirmação da indústria brasileira

Quem visitou a III Feira Nacional de Informática (de 17 a 21 de outubro) no Palácio das Convenções, no Anhembi, saiu achando que havia assistido a um grande circo eletrônico – o circo dos anos 80. Afinal, nos 270 “stands” da Feira, havia quase de tudo – de relógios de ponto controlados por microprocessadores até computadores poderosos recém-saídos das fábricas brasileiras. As cerca de 300 mil pessoas que visitaram a Feira (ou participaram do 16º Congresso Nacional de Informática, que corria paralelamente) puderam ver 11 novos microcomputadores lançados pela jovem indústria nacional, e visitar o “túnel da tecnologia” (nome do “stand”

da IBM), onde foram apresentadas ao chip de 524 K bytes – uma pequena pastilha de memória oito vezes mais poderosa que as atualmente no mercado. E constaram também que a indústria nacional de computadores – que já emprega 20 mil pessoas – deu um salto gigantesco desde que o governo instituiu a política de reserva de mercado, há seis anos. Essa política, que privilegia a empresa nacional, foi, aliás, tema de controvertidos debates no Congresso – provocando a interferência pessoal do Presidente da República, João Figueiredo, e do ministro Danilo Venturini, do Conselho de Segurança Nacional.

dato do Presidente João Figueiredo, a reserva de mercado venha a ser extinta.

Grupos divididos

Tecnicamente houve reclamações quanto à qualidade do encontro. Vários convidados, para complicar ainda mais, não compareceram às sessões, prejudicando o nível das discussões. Foi o caso, por exemplo da sessão plenária que discutiu “a informática e o emprego”, tema inicialmente previsto para ser discutido pelos ministros Camilo Penna e Murilo Macedo e pelo presidente da Fiesp, Luís Eulálio Vidigal. Dos três, compareceu apenas o ministro Camilo Penna, que aliás não agradou muito em função da sua defesa pela formação de **joint-ventures** nesse setor, quando a comunidade se mostra contra. Camilo Penna propôs então fazer **joint-ventures** para fabricar robôs para exportação.

Estremecimento

E de repente aconteceu o estremecimento. Em sessão especial, a Sucesu anunciou o encontro de 84, o **Informática 84**, a ser realizado de 5 a 11 de novembro no Riocentro. A indústria nacional, que no ano passado já ameaçara não participar sequer do **Informática 83**, passou a considerar muito difícil o comparecimento ao **Informática 84**.

O conflito não é novo mas a cada ano se torna mais grave. A indústria alega que o período da realização do Congresso e da Feira Internacional, que acontece paralelamente, é prejudicial ao setor. Isso porque a tendência do mercado é de aumentar as vendas no segundo semestre. Só que a partir de setembro as vendas param pois os usuários querem esperar a Feira e conhecer os lançamentos pri-



Figueiredo na feira: o apoio à reserva de mercado

No encerramento do 16º Congresso Nacional de Informática, o presidente da Sociedade Nacional dos Usuários de Computadores e Equipamentos Subsidiários (Sucesu), José Henrique Portugal chegava à conclusão de que aquele fora o encontro do setor que tivera a maior repercussão política.

José Henrique Portugal tinha razão. A política ora desenvolvida para a área de informática fora alvo de sérias pressões até praticamente às vésperas da realização do Congresso, quando houve, também em São Paulo, uma reunião do conselho empresarial Brasil/Estados Unidos. Na oportunidade, foi colocado claramente o desgosto americano para com a política de reserva de mercado para empresas nacionais na área de computadores de pequeno e médio porte.

O chefe da missão americana à reunião era o presidente mundial da Burroughs, Michael Blumenthal, que reservou um dia inteiro para discutir a reserva de mercado e o cerceamento das empresas estrangeiras, entre elas a que ele próprio preside.

Apreensões gerais

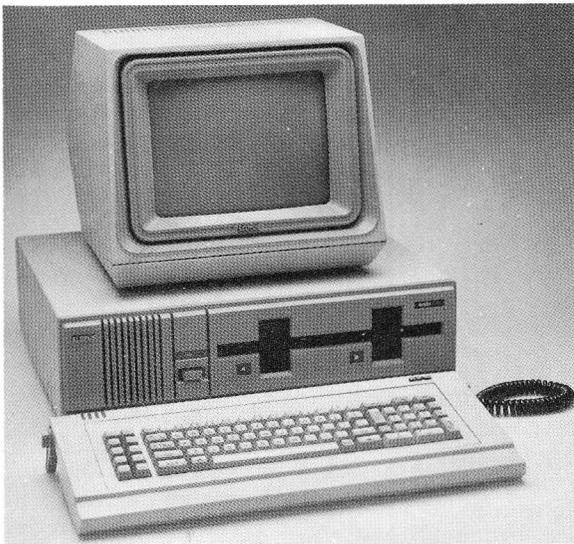
Quando o 16º Congresso Nacional de Informática foi instalado oficialmente, na segunda-feira 17, toda uma carga de preocupações começou a dissipar-se. Lá estivera presente o ministro Danilo Venturini, que na condição de secretário-geral do Conselho de Segurança Nacional, é o principal sustentáculo da política protecionista, não obstante as mais diversas pressões.

Venturini disse com todas as palavras que a política de informática é correta e que não passa pela cabeça do Governo promover qualquer alteração de rota. Pouco antes, no discurso de abertura, o presidente da Sucesu, José Henrique Portugal – a Sucesu era a responsável pela organização do encontro – afirmara o apoio dos usuários à política de reserva de mercado e à própria indústria nacional, ainda em sua fase infanto-juvenil.

E a partir desses dois discursos, o tom dos debates no plenário do Palácio das Convenções, no Parque Anhembi, tomou rumos francamente nacionalistas. O secretário especial de Informática, coronel Joubert Brízida, lembrou aos congressistas que o Governo considera a informática uma questão supra-partidária, o que todos os segmentos da sociedade brasileira aprovam a política posta em prática.

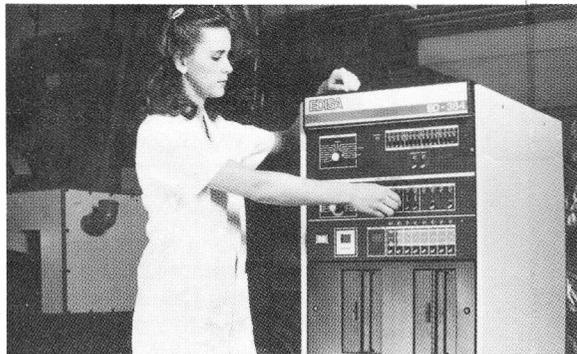
Superada essa etapa – da afirmação da reserva de mercado – surgiu uma outra, talvez a mais importante de todo o encontro: o consenso da necessidade da institucionalização dessa política, atualmente conduzida exclusivamente pelo Executivo, através da Secretaria Especial de Informática. Nesse sentido, a Sucesu convidou dois senadores do PDS, Carlos Alberto Chiarelli e Marco Maciel, que assumiram compromisso com a tese de que a política deve ser traçada e legitimada pela via legal que é o Congresso Nacional.

A preocupação, inclusive de representantes do próprio Governo, é de que, no caso de essa política não ser institucionalizada até o final do man-



O Nexus 1600, da Scopus, micro a cores de 16 bits e 256 K de memória, compatível com o computador pessoal da IBM, o PC. A Scopus se orgulha de ter desenvolvido um produto altamente sofisticado com tecnologia nacional.

Micro Engenho, uma das oito versões brasileiras do Apple II, um dos maiores de maior sucesso no mercado mundial



A Edisa mostrou o seu novo minicomputador, o ED-384, com 256 K bytes de memória, além de diversos periféricos como discos, fitas, terminais de vídeo, financeiros e de pontos de venda.

meiro. A indústria considera o mês de maio como ideal para o encontro. A Sucesu alega que não será possível alterar a data porque ela pretende homenagear o Presidente João Figueiredo no ano que vem pelo apoio que ele deu ao setor em seu Governo.

A outra questão alegada pela indústria nacional é o elevado custo da Feira. Um pequeno stand, mais as despesas normais, ficou este ano por volta de Cr\$ 35 milhões. Muitas pequenas empresas fazem um grande esforço para montar o seu stand e depois ficam vendo as pessoas correrem para os stands das multinacionais e das grandes empresas nacionais como a Cobra. Este ano seguramente o stand da IBM foi o mais visitado, formando-se filas à entrada do túnel da tecnologia, como a empresa batizou o seu stand.

A idéia da Abicomp é de partir para pequenas feiras, somente da indústria nacional, que no momento já ocupa um espaço considerável na Feira Internacional. Cerca de 40 por cento dos 22 mil metros quadrados do Anhembi foram ocupados por stands de empresas nacionais.

A grande surpresa

E como não poderia deixar de ser, a grande surpresa do evento ficou por conta da IBM. Ela deixou escapar a informação de que ofereceu sua tecnologia de superminicomputadores para as empresas nacionais, que estão se preparando para disputar uma concorrência, aberta pela SEI, para essa área. Veio a notícia de que a Itautec estaria fechando negócio para produzir o computador médio 4331, o

que bastou para que fosse criado um clima de desconfiança no meio. O 4331 da IBM entra na faixa da reserva de mercado dos minicomputadores e as pessoas envolvidas com essa política não escondiam a indignação. Foi o caso do diretor executivo da Abicomp, Ricardo Saur, ex-homem forte do setor, no Governo Geisel, que hoje apóia a política da SEI. Saur garantiu que sairia a campo denunciando o risco da medida.

O clima ficou pesado porque a SEI estabeleceu, quando da convocação da concorrência para superminis, duas condições básicas: os projetos poderão ser desenvolvidos internamente pela indústria local, ou mediante a compra de tecnologia no exterior. O segmento científico considera fundamental o desenvolvimento próprio, direcionado para as reais necessidades do país – e essa tendência ganhou força nos últimos meses. Só que o oferecimento de tecnologia, partindo da IBM, acabou deixando todos confusos. Isso porque o prazo previsto para o desenvolvimento de um supermini local levaria cerca de dois anos, ao passo que, mediante a compra de tecnologia, os computadores estariam sendo vendidos em seis meses.

O presidente da Abicomp, Edson Fregni, que é também o presidente da Scopus, uma das empresas de vanguarda na área de tecnologia local, assegurou que a sua empresa não participará da concorrência caso se configure a cópia de projetos de fora. Fregni, aliás, tem razões para defender a reserva de mercado: sua empresa lançou na Feira o micro Nexus 1600, de 16 bits, 256 K de memória RAM e concorrente do IBM PC, o computador pessoal de grande sucesso da IBM.

Figueiredo reforça

No último dia veio a confirmação do apoio oficial, com o comparecimento do Presidente da República, que lembrou aos presentes que a política do setor ainda não chegou ao seu final e que portanto todos os esforços devem continuar concentrados. O pronunciamento agradou. Na Feira, Figueiredo visitou vários stands mas o ponto marcante foi a visita que ele fez à IBM. Até hoje nenhum presidente havia visitado o stand da empresa, nas feiras passadas, justamente pelo fato de ser a IBM, até então, a principal contestadora da política de reserva de mercado.

Resta saber se as recomendações de natureza política, como a institucionalização da política nacional de informática serão seguidas.

Mas seguramente o **Informática 83** atingiu o seu ponto mais valioso: mais uma vez conseguiu manter reunida, por uma semana, toda a comunidade do setor, que do debate em plenário à mesa do bar troca informações e amadurece cada vez mais.

NO MERCADO, DUAS NOVIDADES NA ÁREA DOS MICRO-MICROS

Para quem ainda pensa que os computadores são máquinas misteriosas, esta é a oportunidade de lhes desvendar os segredos. E para aqueles que já estão seduzidos por suas múltiplas aplicações, esta é uma boa chance de comprar equipamentos mais moder-

nos e que estão entre os mais baratos do mercado. Chegaram duas novidades na área dos chamados "micro-micros": o TK-83, da Microdigital, e o CP-300, da Prológica.

Os "micro-micros" são os computadores de uso doméstico. Pequenos, do tamanho de uma máquina

de escrever pequena, são ideais para quem quer se iniciar nos conhecimentos de programação. São também adequados para quem quer organizar contas pessoais, ou apenas brincar com os já populares jogos eletrônicos.

A Microdigital lançou há algumas semanas o TK-83. A empresa já tinha conquistado muitos usuários com o TK-82, o micro mais barato do mercado. O TK-83 chega às lojas com o mesmo preço do seu irmão mais velho: Cr\$ 139.000,00. A capacidade de memória também é igual - 2 k com expansão até 16 k. As inovações são no desenho e na tecnologia dos circuitos integrados.

O CP-300, da Prológica, vem ocupar a coluna do meio entre os equipamentos de uso doméstico da



O CP-300, da Prológica



O TK-83, da Microdigital

empresa. Fica entre o mais simples deles, o CP-200, e o mais sofisticado, o CP-500. O novo micro custa Cr\$ 660 mil, enquanto seus parceiros são vendidos por Cr\$ 315 mil e Cr\$ 1,4 milhão, respectivamente.

O novo micro da Prológica tem a mesma capacidade de memória do CP-500. São 16 k ROM (Read Only Memory) e 46 k RAM (Random Access Memory). As diferenças entre eles são que o CP-500 pode expandir sua capacidade de memória e tem vídeo embutido.

Certamente, esses dois lançamentos não foram quase simultâneos por acaso. As duas indústrias, que ganharam a liderança do mercado dos micros domésticos, desde o ano passado vêm ambas tentando "avançar" no espaço da outra.

A Microdigital, que vinha sozinha conquistando os usuários que não queriam investir muito na compra de um micro, começou a conviver ano passado com um concorrente: o CP-200, da Prológica. Hoje, ele custa cerca de Cr\$ 170 mil a mais que o TK-82, mas oferece maior capacidade de processamento.



Dan Guinsburg, da Prológica, e o seu micro - "coluna do meio" entre os equipamentos de uso doméstico da empresa

Se a Prológica seduziu clientes que tinham inclinação pelos equipamentos da Microdigital, não se sabe. Mas a família dos TK's não quis correr riscos. Lançou rapidamente o TK-85. Com versões de 16 k ou de 64 k de memória tornou-se uma opção para quem deseja ter um computador com capacidade de processamento semelhante à configuração básica do CP-500 e não quer gastar muito. As duas versões

do TK-85 custam muito menos do que o CP-500. O de 16 k está sendo vendido por Cr\$ 230 mil e o de 48 por Cr\$ 330 mil. Mas é bom destacar que são equipamentos mais simples, sem vídeo e sem a capacidade de expansão do CP-500.

O que fazer com eles

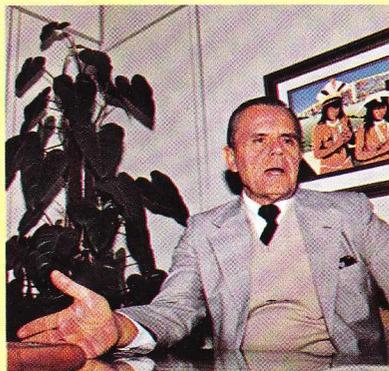
Para os dois novos micros, a grande variedade de programas está na

esfera dos jogos eletrônicos. A Microsoft, que produz **software** para a Microdigital, vende programas em fitas cassete a preços que variam entre Cr\$ 2.500 e Cr\$ 9.000.

São mais de trinta jogos, classificados em **animados** e **inteligentes**. Os primeiros são do tipo "invasores do espaço", "gato e rato" e "guerra nas estrelas". Os **inteligentes** são o xadrez, dama e labirinto: aqueles que fazem o usuário pensar – que "jeito" só não garante a vitória.

A Microsoft tem programas para organização das contas domésticas, imposto de renda e atividades comerciais (cadastro de clientes, controle de estoques). E tem, ainda, entre muitos outros, aqueles que

É hora de nacionalizar de vez a produção?



Didier Vianna

Enquanto o Banco Central passa a ser o único operador de câmbio brasileiro no exterior e as importações são limitadas e definidas segundo as prioridades do Governo, como fica a indústria nacional de informática? Será essa a hora de nacionalizar, de vez, a produção dos computadores brasileiros? Mas como fazer isso se uma boa parte dos componentes ainda é importada?

Para Didier Vianna, ex-presidente da Abicomp – Associação Brasileira da Indústria de Computadores e Periféricos, o problema da limitação já existia há muito tempo. Quando deixou a presidência da associação, (deixou o cargo este ano), ele preveniu, através de cartas, todos os colegas, lembrando que estava na hora de "planejar as empresas para um bloqueio das importações".

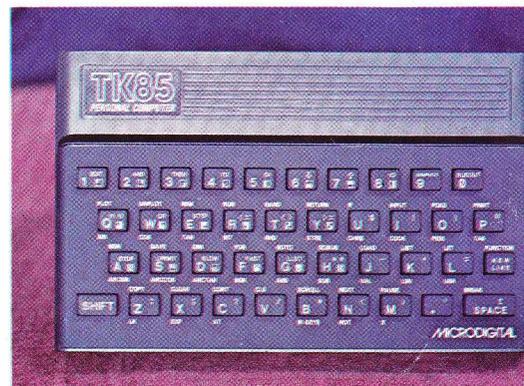
Este planejamento visaria, basicamente, a enfatizar a nacionalização da produção, onde e quando for possível, para reduzir o problema das importações. Se-

gundo Vianna, os 7,5% de componentes importados que entram hoje na montagem de computadores brasileiros poderiam ser reduzidos, em pouco tempo, para 4%. O restante do material poderia ser introduzido no País através de uma **triangulação** com o Uruguai ou o Paraguai.

Mas Didier reconhece também que a atual situação de dependência econômica em que se encontra o País pode ser muito desfavorável ao setor. Há muitos anos as companhias americanas vêm forçando uma modificação da política de informática para poderem entrar definitivamente no mercado brasileiro. Um mercado, aliás, que tem apresentado crescimento constante. "No ano passado, 40% da produção brasileira vinham das empresas nacionais. Este ano já se atingiu 60%", diz Didier.

Apesar da segurança que a política de reserva de mercado dá aos fabricantes nacionais, a Abicomp quer garantir-se contra qualquer mudança e tem procurado sensibilizar parlamentares de todos os partidos para aprovar no Congresso o projeto de lei da informática. Trata-se, na verdade, de transformar em lei os atos administrativos que hoje regem o setor, impedindo, ou pelo menos dificultando, mudanças inesperadas.

– Nosso problema, agora, é sustentar o espaço conquistado e não deixar que as autoridades financeiras façam barganha com os credores internacionais do País, utilizando o setor de informática.



O TK-85 tem duas versões – 16 k e 64 k

ajudam o usuário a programar, como o do tipo **assembler** e o monitor **disassembler**.

Os micros da Prológica são compatíveis com o americano TRS-80. Mas, além disso, já há no mercado muitos programas desenvolvidos pela própria indústria, por casas de **software** ou pelos próprios usuários. A Embratel, que está formando a primeira comunidade informatizada entre seus funcionários (o Projeto Ciranda), também desenvolveu muitos programas e os coloca à disposição dos interessados.

Segundo a Prológica, há, entre muitos outros, os seguintes programas disponíveis na empresa: curso de Basic, mala direta, sistema odontológico e cálculos financeiros. Estão sendo desenvolvidos: controle para estoque, contabilidade, editoração de texto e banco de dados. Através de convênio com casas de **software**, a Prológica já patrocinou o desenvolvimento de: faturamento, contas a pagar, a receber, agenda, cadastro de imóveis, contabilidade doméstica, mala direta, previsão de vendas e matemática financeira. E além disso há muitos jogos.

Querido micro, o que nós temos para fazer hoje?

HELOÍSA MAGALHÃES

Preocupados com o desemprego em sua profissão e com o futuro, muitos engenheiros estão comprando microcomputadores para prestar consultoria a pequenas empresas e fazer serviços de contabilidade. Outros profissionais liberais os estão usando também para aliviar a carga burocrática no dia-a-dia dos escritórios. A seguir, dois exemplos: um engenheiro que desenvolve no seu micro programas na área de hidrologia, elabora provas para as aulas que ele leciona e as corrige. E um dentista que mantém a ficha clínica dos clientes registrada na memória de um micro: o aparelho exhibe a arcada dentária na hora da consulta, organiza a agenda, prepara orçamentos, relaciona os fornecedores de equipamentos e, na hora do pagamento, consegue até aliviar a dor que em geral aflige o bolso do paciente.

Foi pensando no futuro que o engenheiro Pedro Agostinho Trindade, de 30 anos, resolveu comprar um microcomputador. Preocupado com a crise econômica e o crescente aumento das taxas de desemprego – principalmente na sua profissão –, Pedro decidiu desenvolver programas dentro da sua especialidade, a engenharia hidráulica. Seus planos são de prestar consultoria.

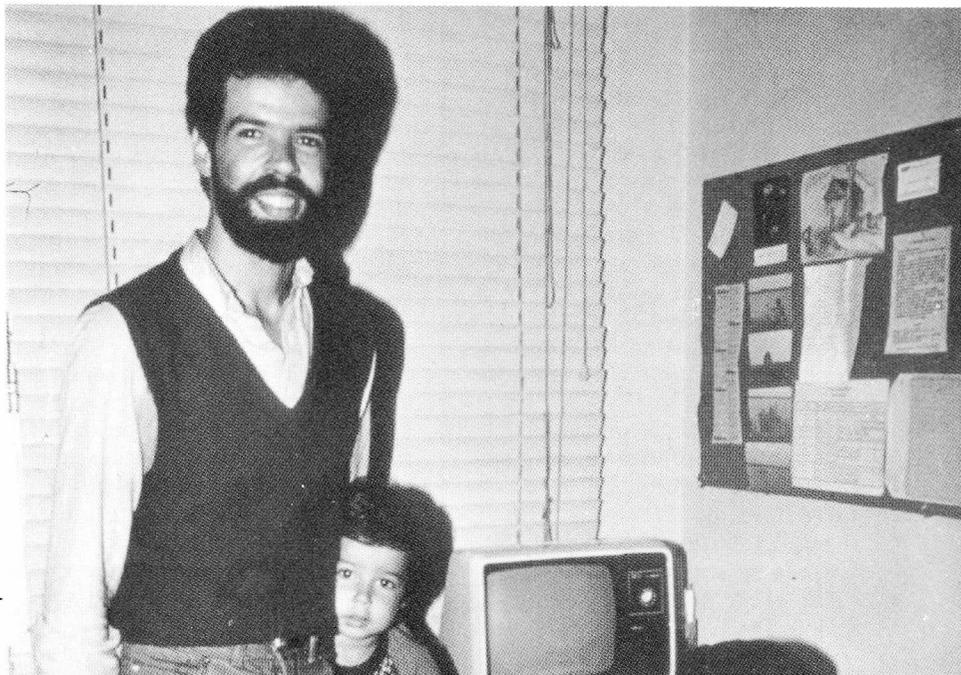
No início deste ano ele comprou um DGT-100, da Digitus, na sua configuração básica: 16 k de memória. Segundo Pedro a capacidade do micro é plenamente suficiente para desenvolver seus programas. Optou por um equipamento nacional, pois concluiu que a diferença de preços entre os micros americanos e brasileiros não é tão grande quanto parece, principalmente depois da maxidesvalorização do cruzeiro. E, ainda mais, verificou que com um equipamento nacional terá sempre assistência técnica.

Quando comprou o micro, a loja lhe ofereceu gratuitamente um curso de uma semana na linguagem Basic. Sua mulher, Salete, foi quem fez o curso. Isso porque Pedro já tinha aprendido linguagem de computador na faculdade de engenharia. Salete, que é dentista, ainda não se animou a usar o micro como apoio à sua profissão, mas gosta de

se distrair junto com os filhos, Daniel e Estevão, brincando com os jogos eletrônicos.

Pedro compra cassetes com jogos ou copia de revistas especializadas. Mas dá um conselho para quem pretende copiar também: sugere que o “programador” primeiro leia com atenção as instruções, verificando se elas são compatíveis com seu equipamento. Ou mesmo se os programas estão completos. Conta que muitas vezes ele não fez isso e “lá no finalzinho da digitação” descobriu que o programa não **falava** com seu micro. Resultado: tempo perdido.

Pedro usa o micro para elaborar e corrigir as provas dos seus alunos: “ele me ajuda a ser justo”



Pedro acha que no seu caso, uma família de classe média, não compensa utilizar o micro para administrar o orçamento doméstico ou preparar o Imposto de Renda.

– Isso é bom para quem tem muitos bens. No caso do Imposto de Renda não vale a pena a gente criar um programa, pois todo ano a legislação muda. Aí tem-se que alterar tudo. Meu micro é para lazer ou atividades profissionais.

Para a engenharia, Pedro vem desenvolvendo programas na área de hidrologia e dimensionamento de canais. Como também é professor, ele criou um programa para o ajudar na elaboração das provas. Como são todas de “múltipla escolha”, para evitar a **cola** cria no micro uma grande variação delas, mas todas com a mesma essência e critério igual quanto à dificuldade das perguntas.

– O micro me ajuda a ser justo. **Ninguém cola**, mas também não há quem faça uma prova mais difícil que a do outro. A complexidade é igual.

Pedro também corrige as provas com apoio do computador. Ele digita os gabaritos e depois as respostas. O computador cruza as informações e em poucos minutos dá o resultado. Para acompanhar o desempenho dos alunos ele faz no micro o controle estatístico das notas.

– Mas esses programas são pura diversão. Meus planos com o micro são para engenharia. Inicialmente, pretendo oferecer meus serviços a pequenos e micros empresários que fazem folha de pagamento ou a contabilidade a mão. Com o micro o serviço fica barato, rápido, eficiente.

NO DENTISTA, UM ALÍVIO ATÉ PARA A DOR DO ORÇAMENTO

Para aliviar as dores do tratamento dentário, o dentista Williams Saraiva decidiu cuidar de seus pacientes de um modo muito particular. Primeiro, ele montou seu consultório numa casa aconchegante em Ipanema; e depois resolveu guardar os segredinhos de cada um de seus clientes na "memória".

Na memória de um microcomputador. Lá, ele registra a ficha clínica de seus pacientes. Basta digitar o nome de cada um no teclado do micro, que rapidamente recebe as mais variadas informações. O dr. Saraiva logo sabe se a pessoa é alérgica, se sofre de diabetes ou até mesmo se tem medo do motor ou da anestesia. No vídeo aparece, também, o desenho da arcada dentária com as peculiaridades de cada um dos clientes.

O computador também "cuida" da relação social entre o dentista e seus pacientes. Todo mês emite a relação dos aniversariantes. Imprime cartas de felicitações, as etiquetas com nome e endereço, para colocar nos envelopes da correspondência. E no outro momento doloroso do tratamento, a hora do pagamento, o micro ajuda a fazer os cálculos, procurando não afligir o cliente além do necessário.

Burocracia

Com 15 anos de profissão, nascido no Rio Grande do Sul, o dr. Williams Saraiva começou a pensar em usar um micro no seu consultório quando sentiu que a burocracia ocupava as suas horas livres - as que ele gostaria de dedicar à leitura e ao estudo das novas técnicas odontológicas.

- Quando soube que a Prológica estava interessada em desenvolver programas para as mais variadas aplicações, fui a São Paulo. Conversei com os técnicos da indústria. Conversamos muito e forneci várias informações sobre a administração de um consultório dentário e os detalhes técnicos sobre cadastro e fichas clínicas.

O programa ficou bastante completo. Abrange os mais variados tipos de tratamento dentário, da prótese à cirurgia. Na ficha de cada

cliente o micro desenha uma arcada dentária. Quando é feito um determinado tipo de tratamento ou diagnosticada a necessidade de um serviço, o dente desenhado na ficha é substituído por uma sigla. Ela mostra o estágio do tratamento.

O micro também atua apoiando a contabilidade da clínica. Organiza a agenda, as datas de pagamentos de impostos, a programação para compra de materiais, emite notas fiscais, faz orçamentos.

Agora, o dr. Saraiva quer ir mais longe. Para se proteger contra a

inflação, contratou um analista que está desenvolvendo um novo programa, que compara os preços dos materiais odontológicos. O **software** vai listar todos os fornecedores e vai indicar quem vende mais barato e o quê.

O programa é para proteger dos males da inflação tanto o dentista como os clientes. Com a ajuda do micro, diz ele, o bolso do paciente certamente vai doer menos.



O mapa da mina

Se você está animado para iniciar-se nos caminhos da informática, aqui vai um pequeno roteiro:

■ **Teclado** - É através dele que entram as informações que você coloca no micro. Os teclados dos "micromicros" são muito semelhantes aos de uma máquina de escrever comum. Mas existem teclas adicionais, como, entre muitas outras, a **newline** ou **enter**, que dão entrada no micro às instruções necessárias à programação.

■ **Vídeo** - O CP-200, CP-300, TK-83 ou TK-85 vêm sem vídeo. Embora operem sem ele normalmente, é vantajoso o usuário fazer uma conexão do micro com um aparelho de tevê. Pois, na hora de programar, à medida que for digitando as instruções elas irão aparecendo no vídeo. Se seus planos são para utilizar o computador para jogos eletrônicos, o vídeo é fundamental.

■ **Gravador** - É utilizado para armazenar, gravar as instruções que você digitar. Se você estiver programando e não for gravando as instruções, quando desligar o micro vai perdê-las, pois a memória do computador não é para guardar esse tipo de informações. Para quem compra jogos ou programas já gravados é bom saber que as fitas dos TK's não podem ser lidas pelos CP's. Há diferenças técnicas.

■ **Impressoras** - Elas são muito úteis para quem quer gravar no papel seu orçamento doméstico, agenda, cartas etc. Ou melhor: tudo que você colocou no seu micro pode ser reproduzido.

Agora vamos a um pouquinho de técnica. Um computador doméstico tem as mesmas características básicas de qualquer outro equipamento

de grande porte. A diferença está na rapidez e na capacidade de processamento. Quando se fala nas aptidões de um micro pessoal, a primeira informação que os fabricantes fornecem é sobre a memória. Isso porque a capacidade de memória de um micro se refere à quantidade de caracteres (letras ou números) que ele pode armazenar. A memória é medida em **bytes**. Um micro de 2 **kbytes**, por exemplo, armazena dois mil caracteres - **bytes** -, ou dois **kilo bytes**. Há possibilidade de expansão na capacidade de memória. Isso aumenta a aptidão dos micros. Torna-os capazes de processar maior número de informações e fazer trabalhos mais complexos.

Mas quem compra um micro, por mais simples que ele seja, ouve falar na memória **RAM** e na **ROM**. Quando um programa entra no micro passa na memória **RAM**, depois vai para o cassete e lá fica gravado. Mas a máquina tem suas próprias necessidades. Ela precisa dos programas permanentes. Esses ficam guardados na memória **ROM**. Elas são as memórias internas da máquina.

■ **RAM** - Vem do inglês. É a **Random Access Memory**, o que quer dizer memória de acesso arbitrário. Armazena, temporariamente, as informações que o programador digita.

■ **ROM** - **Read Only Memory**, cuja tradução é: leia apenas a memória. É a chamada linguagem de máquina. O próprio computador é que se utiliza dela. Alguns computadores têm cartuchos em que os programas são gravados na memória **ROM**. Os joguinhos dos Ataris, por exemplo, são, em geral, gravados em **ROM**.

A um toque do teclado, as cotações da Bolsa, show, notícias, desenhos, orientação para as compras e poesia

VIDEOTEXTO, O MUNDO SEM SAIR DE CASA

Há algum tempo, a idéia de se ter em casa um aparelho que movimentasse a conta bancária, fizesse compras, reservasse hotel e passagens e desse acesso a quase todo tipo de informação em poucos segundos seria coisa de novelas de ficção científica. Hoje isto existe e, mais, não se trata de uma máquina monstruosa e de operação complicada. Ao contrário, é um sistema que acopla dois aparelhos conhecidos de todos – o telefone e o televisor – e os liga a um computador central. Trata-se do videotexto, criado em 1972 na Inglaterra e hoje muito usado em quase toda a Europa e nos EUA, Canadá e Japão.

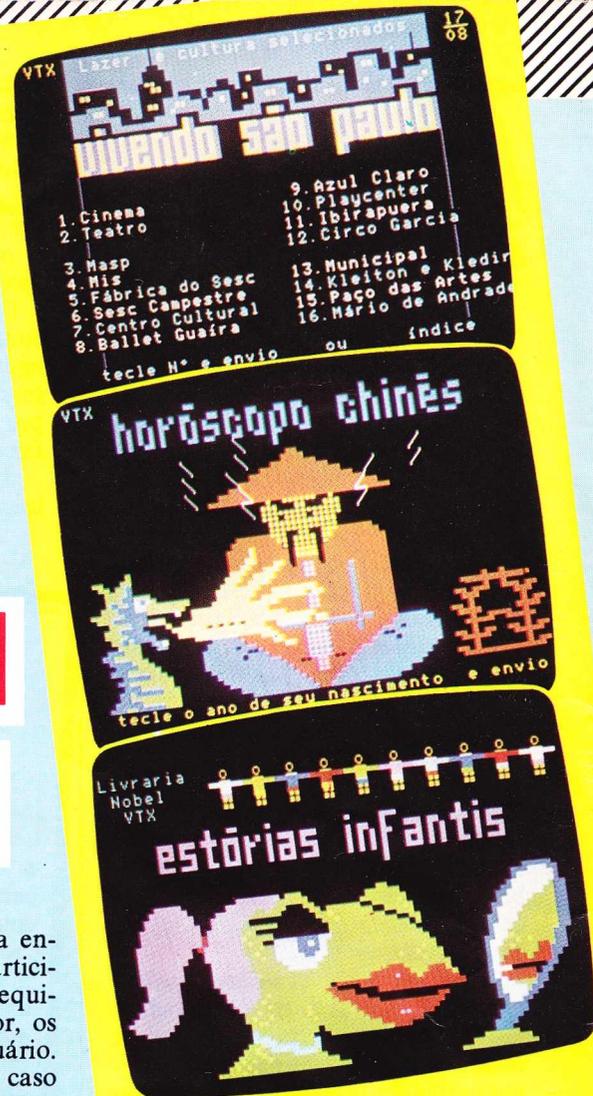
E que já chegou ao Brasil, via Telesp – Telecomunicações de São Paulo S/A. A fase de testes começou em dezembro do ano passado e vai até fins de 1984. Durante esse período está sendo desenvolvida a tecnologia brasileira no setor para, na fase de comercialização e expansão, substituir a tecnologia francesa. Por enquanto todo o equipamento ainda é importado.

Nesta primeira etapa, apenas mil assinantes e 500 empresas convidadas pela Telesp desfrutam dos benefícios da grande inovação. Mas, diz o gerente de marketing do projeto, engenheiro Nestor Gama, a intenção é fazer do videotexto um veículo “tão acessível quanto é hoje a televisão”.

O funcionamento do sistema envolve necessariamente três participantes, cada um operando um equipamento específico: o operador, os fornecedores de serviços e o usuário. O operador do sistema, no caso brasileiro a Telesp, opera o computador central, que é a **alma** de tudo. Ele não só estoca e distribui as informações como verifica senhas (no caso de acesso à conta bancária, por exemplo), tarifas e execução de programas. Os fornecedores de serviços são empresas, instituições ou órgãos governamentais que alimentam o computador com suas informações. Eles trabalham com os terminais de edição – verdadeiros terminais de computador acompanhados de um monitor de tevê para que o técnico possa visualizar a redação do texto e a montagem de figuras e gráficos.

Filé-mignon

O usuário, por sua vez, fica com a melhor parte: com todo esse esquema funcionando, ele precisa apenas de um aparelho de televisão, um telefone e um adaptador, que serve para acoplar os dois aparelhos, transformando os sinais acústicos que vêm pela rede telefônica em sinais visuais exibidos na tela do televisor. Embutido no adaptador existe um teclado parecido com um “controle remoto”, usado para teclar



o prefixo telefônico do videotexto e depois selecionar as informações desejadas. No caso de empresas que usem o serviço, existe a unidade profissional de videotexto, menor e mais compacta, que junta a um pequeno monitor de tevê o teclado, num só aparelho.

E no futuro provavelmente teremos, como parte da paisagem urbana, além dos nossos conhecidos **orelhões**, terminais públicos de videotexto que funcionarão com a colocação de fichas.

O aparelho se tornará, a médio prazo, um grande sucesso no Brasil, garante Nestor Gama. Com ele podemos ter acesso fácil a informações não disponíveis em outros veículos; ou a informações dispersas, o que poupa tempo e trabalho. Além disso, já está em andamento um projeto que interligará vários computadores externos ao computador central da Telesp; no caso dos bancos, por exemplo, essa ligação já está sendo feita e entrará em operação ainda neste segundo semestre. Mas a grande vantagem, segundo Nestor

Gama, é a possibilidade de o usuário interferir diretamente no sistema, enviando mensagens à Central, a fornecedores e a outros usuários.

A Associação dos Jornalistas de Santos, por exemplo, já está fazendo um jornal em videotexto chamado **Opinião**, no qual ao fim de cada notícia há um espaço para o **videoleitor** opinar. Quando da indicação do prefeito de São Paulo a idéia "pegou fogo" e houve altos índices de audiência, todo mundo querendo participar.

Outra grande vantagem é a adoção do que poderemos chamar "teleshopping", uma pequena revolução no comércio: será possível comprar variados artigos e recebê-los em casa apenas apertando botões.

Mas Renato Pompeu, jornalista e escritor, autor do primeiro conto em videotexto, tem suas restrições ao novo veículo. Ele acha que se não houver a preocupação de inovar e pesquisar cada vez mais suas possibilidades específicas ele se tornará "um elefante branco". O conto de Renato chama-se "Otávio e Marília", e contém 160 possibilidades de variações: a narrativa é interrompida e, a cada interrupção, há duas opções de continuidade. Há cinco finais diferentes, à escolha: feliz, triste, ridículo, aborrecido e inesperado.

- Esse é apenas um dos usos criativos possíveis em literatura - diz Renato. - Eu fiz o primeiro, foi um sucesso, mas depois dele não me encomendaram mais nenhum. É uma pena, porque acho que esse é um dos principais caminhos para a afirmação do videotexto.

Potencialidades

As possibilidades criativas do videotexto são realmente numerosas, "e ainda não completamente explo-

radas, mas a gente chega lá", garante Nelson das Neves, programador visual do sistema. Para ele, a linguagem do videotexto é nova, muito específica e tem importantes limitações, em especial em termos de espaço:

- Uma página de videotexto tem 20 linhas de 40 espaços cada. A gente tem que se virar para colocar aí o máximo de informação possível sem fazer uma coisa confusa e visualmente desagradável.

Vários artistas estão explorando as potencialidades do videotexto, e um grupo deles está planejando participar da próxima Bienal.

- Está todo mundo quebrando a cabeça, mas é assim mesmo. Há veículos muito mais antigos que até hoje não estão completamente explorados em seus recursos, como a televisão - diz Nelson.

Otimismo

As empresas fornecedoras de serviço são as mais otimistas com o futuro. O videotexto é um rastilho de pólvora, um veículo que, em cinco anos, "vai mudar o perfil de consumo das classes A e B, fazendo nesse período o que a televisão fez em trinta anos", assegura Pedro Chaves Neto, vice-presidente da Associação Nacional dos Fornecedores de Serviços de Videotexto - "um nome maior que a própria associação", brinca ele.

A entidade reúne a maior parte dos fornecedores que operam com o sistema. Atualmente operam 32 empresas, prestando vários tipos de serviço, entre elas Banco Itaú, Bradesco, Grupo Pão de Açúcar, Bolsas de Valores do Rio e de São Paulo, Cadeia Hilton de Hotéis, Vasp, jornais "O Estado de S. Paulo" e



O auto-retrato de Van Gogh, recriado por Rosemarie Zangirolami

"Jornal do Brasil", Editora Abril e TV Globo de São Paulo.

Chaves Neto acredita que numa primeira etapa o serviço empresarial vai crescer mais que o doméstico, devido aos hábitos arraigados na população:

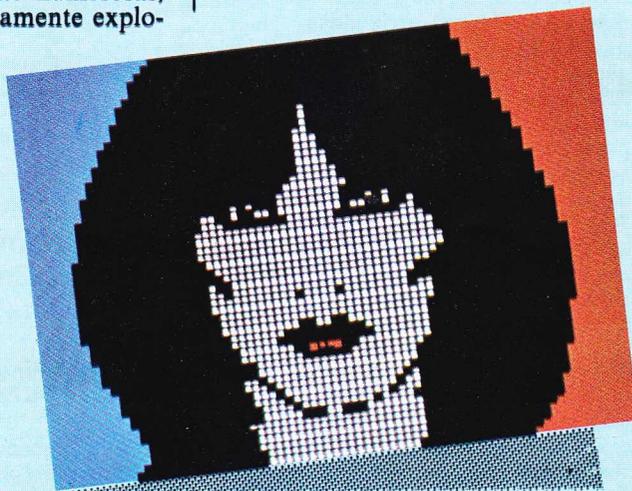
- Em casa quem vai se acostumar primeiro com o videotexto são as crianças; elas são mais permeáveis a novidades. Mas eu não tenho a menor dúvida de que a médio prazo o sucesso será tão grande que vai competir com a própria televisão.

A utilização doméstica deverá custar cerca de Cr\$ 3 mil mensais, além da quantia correspondente aos impulsos telefônicos. A meta inicial da Telesp é atingir 3 mil usuários, estendendo o serviço ao Rio de Janeiro.

Com a expansão do videotexto, surge no Brasil uma nova profissão: grafista, ou editor de videotexto. É a pessoa responsável pelo planejamento gráfico das informações que são colocadas no vídeo. Mais que um digitador ou programador de sistemas, ele precisa saber dominar uma técnica que exige um talento com muito de artesanal.

É uma nova linguagem que surge, e isto tem despertado até o interesse dos poetas. Já há, em videotexto, poemas concretos de Paulo Leminski, e desenhos de Rosemarie Zangirolami, Mário Roth, Mário Lemos e outros. Está surgindo, assim, uma produção artística autônoma em videotexto. Até o dia 7 de agosto realizou-se no Museu de Arte de São Paulo (MASP) a I Mostra de Grafismo em Videotexto, organizada por três editores de videotexto, Rosemarie, Rodolfo Cittadino e Vergínio Zaniboni Netto.

Grafismo em videotexto: Jane, por Mário de Lemos





**GRANDES SUCESSOS
DO CINEMA LANÇADOS
EM VIDEOCASSETE**

RONALD F. MONTEIRO

Fotos do acervo da Cinemateca do MAM



**Crítica social
& política**

**Die blechtrommel
(O tambor)**

Produção alemã ocidental e francesa de 1979, dirigida por Volker Schlöndorff, com David Bennent, Mario Adorf, Daniel Olbrychski e Angela Winkler. Cor

★ Filha de uma camponesa, Agnes Matzerath (Winkler) mantém uma ligação amorosa com o primo polonês Jan Bronski (Olbrychski), mesmo depois de casada com um açougueiro de Dantzig, Alfred (Adorf). O menino Oskar, que nasce em 1924, fica, assim, com dois pais. Aos três anos decide que não quer crescer e descobre ter um timbre de voz que parte vidros à distância. O filme acompanha sua vida durante a ascensão do nazismo até a derrota dos alemães na II Guerra Mundial. O romance original de Günter Grass tornou-se rapidamente um clássico e é extremamente complexo. A equipe de adaptação – da qual participaram o diretor e o escritor – procurou contornar as dificuldades, mas, ainda assim, o filme encerra uma riqueza de detalhes difícil de ser apreendida pelo espectador brasileiro. Trabalho respeitável de grande seriedade e apurado acabamento técnico, recebeu a Palma de Ouro em Cannes em 1979 e o Oscar de melhor filme estrangeiro no mesmo ano. (Alemão com leg. inglês; alemão com leg. espanhol; inglês.)



Sátira

Heat

Produção americana de 1971, dirigida por Paul Morrissey, com Joe Dallesandro, Sylvia Miles, Andrea Feldman e Pat Ast. Cor.

★ Joe (Dalessandro), ex-criança prodígio de Hollywood e atualmente desempregado, chega a um motel de Los Angeles. A gorda proprietária (Ast) oferece-lhe uma redução em troca de favores amorosos e Joe desperta também o interesse de Jessie (Feldman), neurótica que vive com uma lésbica, e, mais tarde, por sua mãe, Sally (Miles), atriz idosa. “Heat” não é o melhor resultado da associação do produtor Andy Warhol com Morrissey. “Trash”, anterior de um ano, é muito mais expressivo da proposta contra-romântica dos autores aos padrões de Hollywood. Na falta deste em video-clubes destaque “Heat”, que também nunca chegou comercialmente aos cinemas brasileiros. Para os desavisados, um esclarecimento: o que predomina é o grotesco nas relações sexuais e não o erótico, numa denúncia aos amores cor-de-rosa perpetrados por Hollywood. O filme é um acúmulo de impurezas, inclusive na oscilação entre a denúncia e a sacanagem voyeurista. Mas serve para mostrar um lado do cinema americano desconhecido do público. (Inglês.)



Aventura picaresca

**Tom Jones
(As aventuras
de Tom Jones)**

Produção inglesa de 1963, dirigida por Tony Richardson, com Albert Finney, Susannah York e Joan Greenwood. Cor.

★ Na Inglaterra do século XVIII um cavaleiro encontra uma criança abandonada em sua cama. Expulsa os supostos pais, seus empregados, dá ao menino o nome de Tom Jones e resolve criá-lo. O filme conta as inúmeras estrepolias amorosas do aventureiro galante em sua juventude. Com o auxílio do inspirado desempenho de Finney no papel central, o pitoresco das paisagens rurais inglesas e uma infinidade de situações divertidas, “Tom Jones” consegue ser uma agradável versão do famoso romance de Fielding, embora sem a energia transbordante do original. (Inglês.)



Documentário

**Harlan County
(Harlan County, tragédia
americana)**

Produção americana de 1976, dirigida por Barbara Kopple. Cor.

★ Espetáculo de 103 min. que acompanha os 13 meses de greve dos operários de uma mina do Estado de Kentucky, Brookside, em Harlan

**PÁGINA 43
FALTANTE**

**PÁGINA 44
FALTANTE**



MS. PAC-MAN

ATARI

Quem já experimentou o **Ms. Pac-Man** sabe que o jogo não é apenas uma versão feminina do famosíssimo Pac-Man, embora o aspecto do labirinto seja semelhante, assim como o dos fantasminhas e vitaminas, que apenas têm colorido mais forte e denso.

Pode-se dizer que **Ms. Pac-Man** é um Pac-Man feito para jogadores experimentados, cansados da simplicidade do programa dos cartuchos Pac-Man. Quando a graciosa **senhorita** corre pelos corredores do labirinto, seus passos não são tão vacilantes quanto os do Pac-Man, e tampouco ela tem a mania de ficar entrando em qualquer corredor transversal cada vez que você se distrai com os **joystick**.

A velocidade de deslocamento da **Ms. Pac-Man** também é maior, exigindo muito mais atenção do jogador, o que se faz mais difícil, também, devido aos atraentes cílios postiços e lábios com baton ao estilo Clara Bow que podem dispersar, com tanto charme, a atenção do jogador.

**PÁGINA 46
FALTANTE**

SÃO PAULO - CAPITAL

2001 Locadora - Av. Paulista, 1499 - loja 11 - tel. 284-8019

A.M.S. Cine Vídeo Som - Rua Pedro Teixeira, 13 - tel. 542-5830

Actual Vídeo Cassete - Rua da Consolação, 419

Alpha Vídeo Clube - Rua da Glória, 224 - tel. 8860

Art Vídeo Clube - Rua Almirante Pereira Guimarães, 112 - tel. 211-4345

Audio Vídeo Clube - Av. Estados Unidos, 609 - tel. 280-2322; Rua Roque Petroni Junior, 1089 - loja 6 - tel. 61-1137; Rua 24 de Maio, 196 - tel. 222-2344

Canal 3 Vídeo Clube - Rua da Consolação, 3557 - tel. 883-3447

Cine Vídeo Internacional - Rua Almirante Pereira Guimarães, 112 - tel. 211-4345

Clube do Atari - Rua da Consolação, 3557 - tel. 852-6221

East Side Clube - Rua Olímpio Portugal, 61 - tel. 92-5828

Free Time Vídeo Club - Av. Pedroso de Moraes, 1 - tel. 814-8565

Golden Fox - Rua da Glória, 224 - tel. 8860

Imaginavideo - Rua Cubatão, 1074 - tel. 549-3337

Lazer Vídeo Home - Rua Itambé, 478 - tel. 259-5154

Lovland - Av. Brig. Faria Lima, 1.644, loja 24 - tel. 815-9290

Magnum Vídeo - Rua Alfredo Pujol, 61 - tel. 299-3439

Metrópolis Vídeo Clube - Rua Padre João Manuel, 607 - tel. 853-6591

Movie Station - Av. Brig. Faria Lima, 1.575 - s/loja 3-B - tel. 211-6717

Omni Vídeo - Av. Brig. Faria Lima, 1.570, conj. 12 e 13 - tel. 212-5507

Rental Vídeo - Av. Brig. Faria Lima, 5.008 - tel. 853-5147

Retacom Vídeo Cassete - Rua Turiassú, 12 - tel. 826-4662

Scope - Av. Gabriel Monteiro da Silva, 8 - tel. 64-7391

Studio (S.O.S. Vídeo) - Rua Afurá, 20 - tel. 448-

Vídeo Show - Av. Paulista, 190 - tel. 540-3578

T. House - Apecon - Av. Brig. Faria Lima, 1.651, conj. 113 - tel. 815-0189; Shopping Center Matarazzo, loja 60

Vídeo Arte - Av. Brig. Faria Lima, 1.620 - loja 261

Vídeo Cine - Rua do Triunfo, 134 - 7º/sala 74 e 75 - tel. 221-3974

Vídeo Clube Campo Belo - Rua João Álvares Soares, 1.387 - tel. 287-4481

Vídeo Clube do Brasil - Rua Tucumã, 527 - tel. 815-3248; Av. Europa, 695 - tel. 852-5613; Av. Juracê, 1.015 - 240-6599; Rua Tabapuã, 1.599 - 211-3037; Av. 9 de Julho, 3.228 - tel. 853-1357; Rua 24 de Maio, 215 - tel. 223-7011; Rua Pedroso de Moraes, 1.254 -

tel. 814-6255; Rua Aracajú, 243 - tel. 67-9761; Av. Paulista, 771 - tel. 289-9051; Av. Adolfo Pinheiro, 2420 - tel. 246-7179

Vídeo Clube Privé - Rua Nilo, 84 - tel. 287-4488

Vídeo Clube Videoaudio - Rua Sampaio Vianna, 729 - tel. 287-7393

Vídeo Clube Zona Norte - Rua Dr. Zuquim, 1.119 - tel. 298-5363

Vídeo Comunicações do Brasil - Rua Padre João Manuel, 607 - tel. 853-6591

Vídeo Filmes - Av. Brig. Faria Lima, 1.575, s/loja 3-b

Vídeo Game Clube Paulista - Av. Sto. Amaro, 3784/B. s/loja 4 - tel. 241-9757

Vídeo Home Service - Av. Cidade Jardim, 965 - tel. 813-1586

Vídeo Home Shopping - Av. Brig. Faria Lima, 1.684 - loja 19 - tel. 813-8250

Videoland Club - Alameda Jaú, 1573 - tel. 282-1133

Vídeo Shack - Rua Dante Carraro, 110 - tel. 210-2893

Vídeo Shopping - Av. Brig. Faria Lima, 1.644 loja 51 - tel. 815-9626

Vídeo Star Clube - Av. Rebouças, 1441 - tel. 853-6757

Vídeo Ex-Club e Locadora - Rua Pamplona, 1171 - tel. 287-3645

Vídeo Vec - Rua da Mata, 201 - tel. 281-5588

Vídeo Clube do Brasil - Av. Aclimação, 624 - tel. 278-2262

AMERICANA-SP
The Video Station Clube de Vídeo - R. Antonio Zagnaga, 771 - tel. 61-0592

ARARAQUARA-SP
Art Vídeo de Araçatuba - Av. Luiz Pereira Barreto, 800 - tel. 23-8021

Art Vídeo de Araraquara - Av. Espanha, 508 - tel. 32-3225

BAURU-SP
V.B.S. - Vídeo Bauru Service - Rua 13 de Maio, 8/16 - s/loja 4 - tel. 24-1034

Vídeo Clube de Bauru - Rua Araujo Leite, 16/10 - tel. 242-2959

CAMPINAS-SP
Vídeo Clube de Campinas - Av. Orozimbo Maia, 2030 - tel. 51-5394

Vídeo Clube do Brasil - Av. Francisco José A. Camargo, 718 - tel. 42-9618

Vip Clube - Rua Carlos Stevenson, 96 - tel. 52-5265

CAMPO BELO
Vídeo Clube Campo Belo - Rua João Álvares Soares, 1.397 - tel. 531-2615

JUNDIAÍ-SP
Vip Vídeo Clube - Av. Jundiaí, 651 - tel. 436-3777

PIRACICABA-SP
Vídeo Clube do Brasil - Rua 13 de Maio, 768 - tel. 333-9722

RIO DE JANEIRO

Acoustics Equip. (Atari) - Av. Atlântica, 4.240 - Loja 333 - tel. 287-3344

Atari Clube Vision - Rua Visconde de Pirajá, 330 - loja 326 - tel. 226-6573

Atari Specialists - Rua Siqueira Campos, 143 - sala 518 - tel. 255-3626

Central de Vídeo - Rua da Passagem, 83, sala 411 - tel. 295-4198

Ilha Vídeo Clube - Rua República Árabe da Síria, 541, sala 3

International Video Club - Rua Senador Dantas, 75 - sala 2.708 - tel. 240-7991

Ipanema Video Club - Rua Visconde de Pirajá, 580, sala 312 - tel. 294-4946

Magnavideo Club - Rua Visconde de Pirajá, 330, s/loja 308 - tel. 287-4449

Quality Video Club - Rua Teófilo Otoni, 82 - 7º - tel. 283-2266 - Av. Armando Lombardi, 949, 202 loja

Rio Vídeo Clube - Av. Armando Lombardi, 800 s/loja 208 - tel. 399-0943

Super Vídeo Club do Brasil - Rua Conde Bernadote, 26 - loja 119 - tel. 294-5844

Tijuca Vídeo Clube - Rua Conde de Bonfim, 232 - sala 905 - tel. 284-2689

VHS Vídeo Clube - Av. Copacabana, 978 - loja 212 - tel. 257-7599

VHS Special Rent - Rua Visconde de Pirajá, 82 - tel. 227-6893

Video Action - Rua da Assembléia, 10 sala 3202 - tel. 242-5644 - Rua Visconde de Pirajá, 580 s/loja

Vídeo Barra Club - Av. das Américas, 2.300, bloco A, sala 111 - tel. 399-9903

Vídeo Clube do Brasil - Av. General Urquiza, 156 - tel. 259-8594 - Av. Mello Matos, 54 - tel. 284-4023

Vídeo Clube Nacional - Rua Visconde de Pirajá, 365-B loja 15 - tel. 247-1972

Vídeo Game Club - Rua Visconde de Pirajá, 580, subsolo 106 - tel. 239-1847

Videoplay Clube do Brasil - Rua Marquês de São Vicente, 52, loja 355 - tel. 294-1745

Vídeo Shop - Rua Visconde de Pirajá, 303, loja 111 - tel. 287-0044

Vídeo Shack do Brasil - R. Visconde de Pirajá, 595 - loja 104 - tel. 257-7599

Videotime Clube - Rua Marquês de São Vicente, 52, loja 122 - tel. 259-9097

Vídeo 3 (Canal 13) - Rua México, 164 - 2º - grupos 26/27 - tel. 221-5768

Vídeo Way Club - Rua Olegário Maciel, 565

VIDEO

MAGIA



200