



As ideias neoliberais aplicadas ao espaço lúdico: um estudo da propaganda no jogo

Banco Imobiliário Sustentável¹

Jociene Carla Bianchini FERREIRA²

Igor Aparecido Dallaqua PEDRINI³

Universidade Federal do Mato Grosso, Barra do Garças, MT

RESUMO

Este trabalho busca entender como se dá a propaganda dos ideais neoliberais na esfera lúdica, para tanto, focou-se no jogo Banco Imobiliário Sustentável. A partir da articulação de referencial bibliográfico, se estabeleceu uma linha histórica do jogo e do neoliberalismo, sem contar com o mérito de esgotá-lo ou contemplá-lo em sua totalidade. Posteriormente, se tem o entendimento do conceito de propaganda, lúdico, aparelhos ideológicos de estado e terceiro setor. Como resultado, é evidenciado que o jogo é usado como ferramenta propagandística do sistema vigente, proporcionando aos jogadores experiências que se aproximam da realidade sem correr riscos.

PALAVRAS-CHAVE: Lúdico; Banco Imobiliário Sustentável; Propaganda; Neoliberalismo; Terceiro Setor.

APRESENTAÇÃO

Partindo do conceito marxista de superestrutura, pela perspectiva de Louis Althusser, no que tange as relações entre o Estado, política e formas ideológicas, alicerçados sobre os meios de produção, este artigo pretende analisar como estes elementos aparecem nas regras e dinâmica de jogo do Banco Imobiliário Sustentável.

Marx não articula um tratado sobre a superestrutura, porém, de forma fragmentada, a expõe em toda a sua obra, numa espécie de esforço para torná-la compreensível na esfera do discurso.

É nessa mesma arena discursiva que encontramos um equivalente a superestrutura que se apresenta de forma didática e lúdica. Em sua primeira versão, o *Monopoly*, chamado no Brasil de Banco Imobiliário, lança como objetivo ao jogador,

¹ Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Doutora em Educação, jornalista, docente do curso de Jornalismo da UFMT, e-mail: jocienebf@gmail.com

³ Doutorando em Educação pela UFU – Universidade Federal de Uberlândia, publicitário, docente do curso de Comunicação Social das FAI – Faculdades Adamantinenses Integradas, email: ia.pedrine@gmail.com



comprar propriedades, estruturá-las com casas e hotéis, com o intuito de ser o único dono de todas as propriedades e levar os concorrentes à falência.

Na mais recente versão, denominada como Banco Imobiliário Sustentável o objetivo continua o mesmo, ter o monopólio do jogo, porém as propriedades negociadas são agora reservas florestais. O dinheiro deixou de circular, cedendo lugar ao cartão de crédito.

Em torno desses elementos, este trabalho pretende analisar como o Banco Imobiliário Sustentável é capaz de reproduzir a superestrutura por meio do jogo, se utilizando de aspectos da comunicação e da propaganda, bem como, o novo papel que o Estado desempenha atualmente, levando-se em conta também a concepção de terceiro setor e a importância dele no cenário atual.

Por isso, num primeiro momento, será analisado o conceito de Estado para Hobbes, traçando um diálogo com a ideia dos novos Leviatãs de Borón e, numa tentativa, por meio da revisão bibliográfica, entender como a superestrutura é apresentada e inserida neste contexto.

Em seguida, é empreendido o escopo do trabalho traçando uma reflexão crítica acerca da superestrutura, por meio da propaganda, o lúdico e o Banco Imobiliário Sustentável, além da concepção de terceiro setor e sustentabilidade para o entendimento do jogo e da realidade atual.

Na apreciação crítica ficou evidente que o jogo é um elemento do aparelho ideológico cultural, dessa forma, passível de reproduzir a superestrutura do sistema.

O Banco Imobiliário, o lúdico e a superestrutura

O *Monopoly* ou Banco Imobiliário, como foi chamado no país, foi fruto de uma das crises do capitalismo, a *Crash* das Bolsas de 1929, nos Estados Unidos. Foi criado por volta de 1934, pelo engenheiro americano Charles B. Darrow, na época desempregado.

Entretanto, a ideia do jogo não era algo novo. Afinal, ele era muito parecido com um outro jogo já patenteado com o nome de *Landlord's Game*, por Elizabeth Magie Phillips. “*She focused on the ethics of rents and impoverished tenants, and her game showed how landlords became progressively richer as they acquired property*” (YOUNG; YOUNG, 2007, p. 312).



A partir da dinâmica da acumulação como produção da riqueza percebida pela criadora, foi possível estabelecer as regras de como seria o funcionamento do jogo. O fato, porém importante, é a mutabilidade das regras do jogo realizada por Darrow, ele passou a regionalizar. “*Over time, Magie’s creation underwent rules revisions and even evolved into regional variations, one of which used street names from atlantic city, New Jersey*” (YOUNG; YOUNG, 2007, p. 312).

A mutabilidade do jogo, não vista apenas como uma ação combativa à obsolescência, porém como um indício das mudanças em toda a esfera da superestrutura, bem como, o uso de propriedades regionalizadas com intuito de adaptação em outras nacionalidades, são pontos fundamentais para entender o papel do Banco Imobiliário Sustentável.

Verificamos que uma das características mais importantes do jogo [de forma geral] é sua separação espacial em relação à vida cotidiana. É lhe reservado, quer material ou idealmente, um espaço fechado, isolado do ambiente cotidiano, e é dentro desse espaço que o jogo se processa e que suas regras têm validade (HUIZINGA, 2000, p.18).

Essa dinâmica, esse reconhecimento, as regras vigente a partir de um fragmento do sistema de capitalista impulsiona a popularidade do jogo. “Quanto maior é sua capacidade [do jogo] de elevar o tom, a intensidade da vida do indivíduo ou do grupo, mais rápido passará a fazer parte da civilização” (HUIZINGA, 2000, p. 38).

Ser uma analogia do que é aceito como real faz do jogo mais do que um objeto lúdico, o transforma em um elemento social, da vida em comunidade, capaz, desde a idade mínima, percebê-lo e jogá-lo, num produtor de experiências em relação à realidade do sistema em que está imbuído.

Os jogos também podem ser vistos como textos que proporcionam interpretações de experiências. Por exemplo, o jogo de tabuleiro Banco Imobiliário (*Monopoly*) pode ser visto como uma interpretação do capitalismo, uma encenação dos encantos e decepções de uma economia cuja soma total é sempre zero, na qual para enriquecer é preciso empobrecer os outros. Ou pode ser visto como uma expressão padronizada de nosso conhecimento de que sucesso na vida é sempre resultado de tanto planejamento quanto da sorte. Quando jogamos Banco Imobiliário, estamos fazendo parte de um drama estruturado que proporciona, além de seu final ganhar/perder, momentos nos quais manifestamos nossa ambição, ganância e benevolência, e nossas tendências para correr riscos e explorar os outros (MURRAY, 2003, p. 141).



É por ser um gerador de experiências que o jogo não deve ser visto apenas como um arremedo de um fragmento do mundo real. Mais do que isso, ele passa a ser um elemento propagandístico, educativo e preparatório. Afinal “a criança joga e brinca dentro da mais perfeita seriedade, que a justo título podemos considerar sagrada. Mas sabe perfeitamente que o que está fazendo é um jogo”. (HUIZINGA, 2000, p 17).

Sabendo se tratar apenas de um jogo, o jogador é levado, numa zona de conforto, a se lançar pelas veredas da ousadia e experimentações. É justamente isso que permite a construção de um repertório de experiências.

No Banco Imobiliário Sustentável, o conceito de ambientalmente correto extrapola o campo das palavras ou das regras, substancia-se em peças feitas de *plástico verde* e de cartões de papel reciclado, por exemplo.

Outro ponto alterado em relação à versão tradicional do jogo é que os terrenos (as casas do tabuleiro) apresentam novas nomenclaturas. Na versão sustentável são chamadas de reservas naturais, nomeadas como Pantanal, Rio São Francisco, Chapada dos Veadeiros, Serra da Mantiqueira e locais de produção de cana de açúcar como Ribeirão Preto, Três Lagoas (MS), Teotônio Vilela (AL). Tudo se remetendo mais uma vez à questão ambiental e, conseqüentemente, um olhar mais atento ao terceiro setor.

Além disso, as atividades empresariais, que antes eram ligadas às empresas de transporte, por exemplo, agora foca no desenvolvimento sustentável, evidenciando empresas como Companhia de Reciclagem Energética, Companhia de Reflorestamento, de Agricultura Orgânica, de Reciclagem Mecânica.

As cartas de Sorte ou Revés também foram alteradas para seguir a nova dinâmica do jogo. As recompensas são dadas porque o jogador *protegeu suas terras do desmatamento e faturou com o turismo ecológico*, como diz duas das cartas contidas no Banco Imobiliário Sustentável.

Articulada esta paisagem do jogo, alguns questionamentos parecem necessários, sendo eles: como o jogo pode ser usado como uma ferramenta de propaganda do sistema capitalista de produção? Como está articulado o papel do Estado e da sociedade civil nestes elementos?



A propaganda no jogo

Antes de analisar o papel propagandístico do Banco Imobiliário Sustentável é fundamental entender a diferenciação entre os dois termos usados trivialmente com o mesmo sentido, propaganda e publicidade.

Sutilmente, os dois conceitos co-existem na esfera do *marketing*, porém os aspectos que os diferenciam são evidentes.

A propaganda, termo herdado do verbo latino *propagare*, tem suas raízes conceituais na difusão da boa nova pela Igreja católica. “Talvez, por sua origem, o termo propaganda tenha recebido essa acepção mais ligada à questão ideológica que comercial”. (FIGUEIREDO, 2007, p.3)

Por essa característica, a propaganda passou a ser encarada como um termo que está atrelado aos aspectos de construção e difusão ideológica e comportamental. “Fundamentalmente, propaganda pode ser definida como a manipulação planejada da comunicação visando, pela persuasão, promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza” (SAMPAIO, 2003, 26).

Enquanto isso, a publicidade está envolvida na venda e promoção do consumo de produtos e serviços, bem como as suas marcas.

A publicidade é uma técnica de comunicação de massa, paga, com a finalidade precípua de fornecer informações, desenvolver atitudes e provocar ações benéficas para os anunciantes, geralmente para vender produtos ou serviços. Ela serve para realizar as tarefas de comunicação de massa com economia, velocidade e volume maiores que os obtidos com quaisquer outros meios (SANT’ANNA, 2011, p.60).

Ainda que haja uma miríade de distinções para a propaganda, como política, eleitoral, governamental, etc., para este artigo, é fundamental tratar o termo por sua essência conceitual, como a propagação de ideologia.

Partindo da análise da superestrutura apresentada na obra de Marx, Althusser esmiúça a existência dos aparelhos ideológicos e repressivos do Estado, embora, antes seja necessário discutir o conceito de Estado.



O Leviatã e os novos Leviatãs

Compreender o papel do Estado é um primeiro passo tanto para entender o papel dos aparelhos ideológicos e repressivos, quanto para uma análise da propaganda inculcada no Banco Imobiliário Sustentável.

Para tanto, é fundamental compreender dois pontos em que há uma ruptura em relação à ideia de Estado. De um lado, tem-se em Hobbes, a construção de um Estado soberano, passível de existência por meio do contrato social. De outro, a assertiva de Borón acerca da fragmentação do Estado em termos de transferência de seu poderio para o setor privado.

Ainda que díspares as perspectivas dos dois autores, temos um mesmo elemento presente, o Mito do Leviatã.

O Leviatã é um monstro mitológico que aparece em várias passagens bíblicas e, inúmeras vezes, está ligado à representação de momentos apocalípticos. É uma espécie de dragão do mar, fundido a vários animais que pode ser descrito como baleia, crocodilo e serpente.

Porém, CASTELO BRANCO (2009, 79), ao fazer uma releitura do Leviatã de Hobbes sob uma perspectiva teológica, a partir da análise da capa da primeira edição, afirma não haver ali uma relação às imagens bíblicas e sim, uma fusão entre o monstro e o homem.

Ancorado no Livro de Jó, Hobbes extrai a metáfora para ilustrar o papel do Estado,

tirando essa comparação dos dois últimos versículos do capítulo 41 de Jó, onde Deus, após ter estabelecido o grande poder do Leviatã, lhe chamou Rei dos Soberbos. Não há nada da terra, disse Ele, que se possa comparar. Ele é feito de maneira a nunca ter medo. Ele vê todas as coisas abaixo dele, e é o Rei de todos os Filhos da Soberba. Mas dado que é mortal, e sujeito à degenerescência, do mesmo modo que todas as outras criaturas terrenas, e dado que existe no céu (embora não na terra) algo de que ele deve ter medo, e a cuja lei deve obedecer (HOBBS, 1651, p.107).

Fica bastante explícito o papel do Estado para Hobbes, um segundo deus no sentido absolutista de poder, embora mortal, que tem pleno consentimento da sua força e ações sobre os extratos humanos e que, por sua vez, devotam a este monstro e ao seu avatar (um representante) o controle de suas ações na vida em sociedade.



Isto é mais do que consentimento, ou concórdia, é uma verdadeira unidade de todos eles, numa só e mesma pessoa, realizado por um pacto de cada homem com todos os homens, de um modo que é como se cada homem dissesse a homem: Cedo e transfiro meu direito de governar-me a mim mesmo a este homem, ou a esta assembleia de homens, com a condição de transferires a ele o teu direito, autorizando de maneira semelhante todas as suas ações (HOBBS, 1651, p.61).

Assim como no mito, o Leviatã pode ter a forma da monarquia ou da república, por exemplo, mas é o contrato social que legitima o poder absolutista dessa monstruosidade e seu avatar e, ainda, dá a autoridade para punir, por meio de seus aparelhos repressivos, a desobediência das regras estabelecidas.

Essencialmente, para Hobbes, há apenas um Leviatã. Entretanto, na visão de Bóron, no final do século XX, considerando a globalização e a existência de conglomerados empresariais, afirma que:

os Leviatãs, agora são muitos, e não só um, como queria o filósofo político. E, mais importante ainda, esses Leviatãs são privados, são as grandes empresas que, nas últimas décadas, garantiram o seu predomínio nos mercados mundiais. (BÓRON, 2009, p. 38).

Mas o que leva a essa ruptura? Longe de delinear toda a história do processo, a preocupação terá o foco de mostrar, embora pareça bastante fragmentada, os principais eventos sociais e percepções na esfera da ciência política, que fundamentam os argumentos de Bóron.

O primeiro passo é entender o neoliberalismo. Neste aspecto é fundamental estabelecer que historicamente, o neoliberalismo, tem início após a II Guerra Mundial, em terreno capitalista, tanto europeu quanto norte americano.

Motivado pelo assustador Estado Nazista, em 1944, é publicado *O Caminho da Servidão*, de Fredrich Hayek. Conforme Anderson (1995), foi um dos primeiros ataques ao *Estado intervencionista e de bem-estar*, claro, de forma geral. Afinal, o foco era político, principalmente em relação ao Partido Trabalhista inglês, próximo ao período eleitoral de 1945, na Inglaterra. Hayek argumentava que a social-democracia conduziria a um novo desastre nazista. O que, evidentemente, foi bastante convincente.

Hayek, junto aos grandes intelectuais europeus e norte americanos, funda a sociedade de Mont Pelerin, um grupo bastante organizado, no qual o objetivo era de “combater o keynesianismo e o solidarismo reinantes e preparar as bases de um outro



tipo de capitalismo, duro e livre de regras para o futuro” (ANDERSEN, 1995, p. 10). Estavam então lançadas as bases do neoliberalismo, no qual o poder do Estado não se recuperaria.

É perceptível que a introdução do neoliberalismo aconteça nos momentos em que a representatividade do Estado se encontra em declínio. Isso parece acontecer, tanto na reconstrução dos Estados abalados pela guerra, quanto nos momentos de crise, comuns ao sistema capitalista.

Entre as décadas de 1950 e 1960, no auge da produção e consumo do sistema capitalista, o modelo neoliberal passa despercebido. Porém, é com a recessão de 1970, em que as taxas de crescimento despencam e há um crescimento descomunal da inflação, é que as ideias neoliberais encontram forças para o seu desenvolvimento. Para que isso aconteça, o principal alvo estava:

no poder excessivo e nefasto dos sindicatos e, de maneira geral, do movimento operário, que havia corroído as bases da acumulação capitalista com suas pressões reivindicativas sobre os salários e com sua pressão parasitária para que o Estado aumentasse cada vez mais os gastos sociais (ANDERSEN, 1995, p. 10).

Ainda, para ANDERSEN (1995), o momento em que efetivamente o neoliberalismo pode ser visto em ação, *em sua forma mais pura*, é no governo inglês, sob o controle de Margaret Thatcher (primeira ministra inglesa entre 1979 e 1990). O período Thatcher, diminuiu a emissão monetária, elevou as taxas de juros, diminuiu os impostos sobre os rendimentos mais altos, promoveram a privatização. Em contrapartida, fustigou o poderio sindical, por meio do desemprego massivo, combate à greves, criação de leis anti-sindicais e corte com gastos sociais.

Paralelamente a isso, nos Estados Unidos, ainda que para ANDERSEN (1995) o governo de Ronald Reagan (governou entre 1981 e 1989), tenha posto o neoliberalismo em prática por meio de vantagens aos mais abastados, o objetivo era diferente, com foco nas vias militares, tanto em aplacar a guerra fria, como exterminar com o poderio da União Soviética e a representatividade comunista. O que foi conquistado, marcando a década de 1990 pela queda do muro de Berlim.

Depois disso, um novo conceito passa a ser massificado, embora antigo, é uma nova forma de pensar. Trata-se da globalização.

De fato, quando se estuda as acepções e a linha histórica para o conceito de globalização, depara-se, como aponta HARVEY (2005), com o passado do capitalismo.



Muito além, na linha histórica, das grandes navegações que colocaram nas rotas marítimas a plataforma continental americana.

Entretanto, a percepção do conceito de globalização parece ser mais perceptível no final dos anos de 1980 e década de 1990. É o momento histórico em que há de um lado, a derrocada simbólica do comunismo, tanto pela falência do estado soviético, quanto pela queda do Muro de Berlin, produzindo a ideia de que o capitalismo é o único sistema econômico capaz de manter as regras mundiais. Do outro, o início da popularização do aparato tecnológico que irá permitir acesso à Internet.

Outro aspecto é que ela acontece em *escala geográfica* (HARVEY, 2000). Porém, se tem um paradoxo aqui, pois a globalização para se realizar não depende de outro processo do capitalismo que é o domínio e desenvolvimento da técnica e do aparato tecnológico.

A convergência desses acontecimentos leva a aparição dos novos Leviatãs. O que é interessante é que o jogo em análise neste estudo, como foi percebido em sua história, segue o papel do Estado, sendo que o processo de obsolescência das regras e dinâmicas se baseia nele.

Não só isso, mas por meio do entretenimento, o jogo acaba divulgando, ou melhor, publicitando, as ideias neoliberais com as concepções de novos Leviatãs nas mentes dos jogadores. A ideia é justamente essa: fazer do jogo Banco Imobiliário Sustentável uma publicidade a favor do capitalismo, levando-se em conta inclusive a consolidação do terceiro setor como uma forma de amenizar o “peso” carregado até então apenas pelo Estado.

De volta aos aparelhos ideológicos

Pelo lúdico, as imitações da realidade são apreendidas, como fora demonstrado anteriormente, porém, é possível articular elementos da superestrutura em toda esfera de um jogo? Há evidências dessa articulação no Banco Imobiliário Sustentável?

Uma resposta parece se apresentar com o conceito de aparelhos ideológicos de Estado defendidos por Louis Althusser. Partindo das ideias de Marx, os aparelhos ideológicos só existem na superestrutura. Pode-se entender a superestrutura em “dois níveis ou instâncias: a jurídico-política (o direito e o Estado) e a ideológica (as distintas ideologias, religiosa, moral, jurídica, política, etc.)” (ALTHUSSER, 1985, p. 60).



Na metáfora de Marx, compara-se a superestrutura aos andares mais altos de um edifício e demonstra uma relação bastante arraigada com a base.

Pode-se dizer que os andares da superestrutura não são determinantes em última instância, mas que são determinados pela eficácia da base; que se eles são ao seu modo (ainda não definido) determinantes, apenas o são enquanto determinados pela base. (ALTHUSSER, 1985, p. 61)

Da base produtiva do sistema capitalista emerge a sua própria realidade. Afinal, essa é uma das contribuições mais importantes encontradas por Althusser, a ideologia. Diferente de outras definições para ideologia estipuladas antes do autor, o constructo do termo em sua obra assume a forma de um visgo que gruda as representações imaginárias às coisas.

Retomo aqui uma tese já apresentada: não são as suas condições reais de existência, seu mundo real que nelas representado é, antes de mais nada, a sua relação com as suas condições reais de existência. É esta relação que está no centro de toda representação ideológica, e portanto imaginária do mundo real. É nesta relação que está a causa que deve dar conta da deformação imaginária da representação ideológica do mundo real. Ou melhor, deixando de lado a linguagem da causa, é preciso adiantar a tese de que é a natureza imaginária desta relação que sustenta toda a deformação imaginária observável em toda ideologia (se não vivemos em sua verdade) (ALTHUSSER, p. 87)

O entendimento do conceito de ideologia em Althusser leva ao seu pensamento mais relevante: o dualismo dos aparelhos de Estado. O autor coloca de um lado os aparelhos repressivos de Estado, nomeados assim por um aspecto peculiar, sua funcionalidade parte do uso da violência. São então considerados na classificação de repressivos: o governo, a administração, os exércitos, a polícia, etc.

Por outro lado, há os aparelhos ideológicos de Estado, reconhecidos por instituições no próprio sistema, como os aparelhos religiosos, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, de informação, cultural. Os aparelhos ideológicos de Estado funcionam por meio da ideologia. Entre os aparelhos traça-se uma diferença fundamental “enquanto que o Aparelho (repressivo) do Estado, unificado, pertence inteiramente ao domínio público, a maior parte dos aparelhos ideológicos do Estado remete ao domínio privado”. (ALTHUSSER, 1985 , p. 69).



Parte da aparelhagem ideológica de Estado, o Banco Imobiliário Sustentável se encaixa no aparelho ideológico cultural, tanto por seu caráter lúdico, quanto educativo. O jogo reflete a superestrutura, evidenciando, tanto o papel do Estado, quanto os *novos leviatãs*, as novas ideologias que emergem da base produtiva que está arraigada às preocupações com a preservação ambiental, não abandonando ainda a idéia de terceiro setor para um capitalismo mais humano.

Na atmosfera do Banco Imobiliário Sustentável, o jogador experimenta elementos da própria realidade, sem correr risco algum. Vendo como pode tirar proveito com a comercialização que envolve propriedades ambientais, bem como, como poder de lucrar com a preservação ambiental.

O Banco Imobiliário Sustentável e o Terceiro Setor

Cabe aqui um olhar mais atento às questões ligadas ao meio ambiente e, conseqüentemente, ao terceiro setor, configurando-se como um forte aliado às políticas neoliberais contemporâneas, em que o Estado mais sociedade civil se unem em busca de uma terceira via, de um capitalismo mais humanizado.

Terceiro setor, nada mais é que um “conjunto heterogêneo de entidades, composto de organizações, associações comunitárias e filantrópicas ou caritativas, alguns tipos específicos de movimentos sociais, fundações, cooperativas, e até algumas empresas autodenominadas como cidadãs” (GOHN, 2002, P.93).

A preocupação com o meio ambiente no jogo Banco Imobiliário, sem dúvida, é a ideia do terceiro setor presente no contexto do capitalismo inserido no próprio jogo.

A lógica de mercado em adquirir bens materiais continua a mesma no Banco Imobiliário Sustentável, porém com destaque e muito mais chamativa as reservas florestais.

As casas dos tabuleiros ganham nova roupagem, agora com nome de reservas naturais e as empresas de transporte são substituídas por companhias de reciclagem, reflorestamento, entre outras.

É a sustentabilidade e o peso dela sendo, mais uma vez, publicitada entre os jogadores, mostrando a importância de se propagar a ideia de que Estado e Sociedade Civil devem andar juntas para um mundo melhor.

De acordo com Montañó (2003), o reconhecimento da existência de um terceiro setor implica na consolidação de que a sociedade humana é compartimentalizada em



setores distintos, sendo o aparato estatal, os negócios mercadológicos e ações públicas não-estatais, isto é “público-privado”. Ou seja, investir em negócios ambientais, doar terras sem fins lucrativos para uma melhor preservação da natureza e aderir a projetos socioambientais, nada mais é que propagar a ideia do terceiro setor no jogo Banco Imobiliário Sustentável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao compararmos a superestrutura com o jogo Banco Imobiliário Sustentável foi possível notar os seus traços nas regras do jogo.

A possibilidade de análise foi possível por meio da ideia de aparelhos ideológicos de Estado cunhado por Althusser. O papel e a situação do Estado é bastante evidente no jogo. Nessa versão, é perceptível a presença do Estado que tem suas funções desempenhadas por empresas, por isso da utilização do conceito de *novos Leviatãs* cunhado por Borón. Por essa razão, no artigo, foi apresentado, numa pequena linha histórica, como foi que o Estado contratualista idealizado por Hobbes perde sua força para que o setor privado passe a desempenhar a sua função.

É importante notar que o jogo, quando disputado, consegue estabelecer momentos de experiências com a realidade estabelecida sem, entretanto, levar o jogador aos riscos da realidade. Ao mesmo tempo, o jogo é capaz de levar as correntes ideológicas do sistema vigente, sendo que as regras e estrutura do jogo se alteram conforme essas mudanças.

De forma geral, o jogo reproduz sim a realidade, servindo como propaganda ideológica que é articulada pela base da superestrutura, ensinando desde cedo aos seus fiéis jogadores, ideais neoliberais de governo, arraigados na importância de se fazer “bons negócios” pensando sempre na base do terceiro setor, em especial, nas questões de sustentabilidade como uma forma de organização de políticas sociais, com menos culpa e cada vez mais ganância de “novos” e futuros Leviatãs.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: Nota sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1985.



ANDERSON, P. Balanço do Neoliberalismo. In. SADER, E. GENTILI, P. (ORGs). **Pós-neoliberalismo: As políticas sociais e o Estado democrático.** São Paulo, Editora Paz e Terra, 1ª Reimpressão, 1995. p. 9 - 23.

BORÓN, A. Os “novos Leviatãs” e a *polis* democrática: neoliberalismo, decomposição estatal e decadência da democracia na América Latina. In. SADER, Emir. GENTILI, Pablo. (ORGs). **Pós-neoliberalismo II: Que Estado para que democracia?** São Paulo, Editora Vozes, 5ª Ed., 2009. p. 7- 67.

CASTELO BRANCO, P. H. V. B. A teologia Política de Hobbes. In. FERREIRA, L. P. GUANABARA, R. JORGE, V. L. (ORGs). **Curso de Ciência Política: Grandes autores do pensamento político contemporâneo.** Rio de Janeiro, Elsevier, 2009. p.49-85.

FIGUEIREDO, C. **A última Impressão é a que fica.** São Paulo: Thompson Learning, 2007.

GOHN, M. da G. Educação, trabalho e lutas sociais. In: GENTILI, P; FRIGOTTO, G. **A cidadania negada: políticas de exclusão na educação e no trabalho.** 3.ed. São Paulo: Cortez; Beunos Aires: CLASCO, 2002.

HARVEY, D. **A Condição pós-moderna.** São Paulo: Loyola, 2000.

HARVEY, D. **Espaços de Esperança.** São Paulo: Loyola, 2005.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens.** São Paulo: Perspectiva, 4ª Reimpressão, 2000.

MONTAÑO, C. **Terceiro setor e a questão social: crítica ao padrão emergente da intervenção social.** 2.ed. São Paulo: Cortez, 2003.

MURRAY, J. H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço.** São Paulo: Itaú Cultural: Editora UNESP, 2003

SAMPAIO, R. **Propaganda de A à Z: Como usar a propaganda para construir marcas de sucesso.** 3ª Ed. Revista e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SANT’ANNA, A. **Propaganda: Teoria, técnica e prática.** 8ª Ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

YOUNG, W. H. YOUNG, N. K. **The Great Depression in America: a cultural encyclopedia.** EUA, Greenwood Publishing Group, 2007.