

A história social da informática sob a perspectiva de uma análise publicitária (1967-1978)

Jéssica Lopes Monteiro, Marcelo Vianna (orientador)

Afiliação: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul –
Campus Osório

jessica.l.mont@gmail.com, marcelo.vianna@osorio.ifrs.edu.br

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa voltada a História Social da Informática, buscando entender como os artefatos computacionais são apresentados na imprensa, mais especificamente através de propagandas em circulação no Brasil entre as décadas de 1960 e 1970. Conforme Tania de Luca (2006) e Marivalda Barbosa (2007), a Imprensa faz parte da cultura material de uma sociedade, sendo dotada de valores sociais e culturais. Ela tem influência sobre as interpretações que a sociedade busca dar as informações que são passadas pelos meios de comunicação, ao mesmo tempo que elas são influenciadas pelas crenças e interesses dessa sociedade. Assim, temos interesse em saber como os computadores foram apresentados à sociedade brasileira, valendo-se da Imprensa como uma fonte disponível para interpretação. O que faz um computador? Como essas inovações tecnológicas se inserem na sociedade? A partir da Imprensa, especificamente por meio de propagandas em grandes jornais de circulação, tem-se oportunidade de entender como se procederam essas informações. Destaca-se que a pesquisa é importante, pois permite conhecer mais sobre como as tecnologias eram interpretadas, influenciando na própria aprendizagem da Informática de maneira crítica. Os objetivos relacionados à pesquisa se descreviam como sendo: pesquisar acervos digitais em jornais relacionados ao projeto, fazendo a análise dos documentos obtidos na pesquisa de modo a compreender como estas temáticas eram apresentados à sociedade. Tratou-se de uma pesquisa documental, onde foi utilizado como fonte do jornal O Globo, fazendo-se uma seleção por um corte temporal entre 1967-1978, buscando identificar os anúncios publicitários relacionados ao SERPRO e DATAPREV. A partir do acervo digital, foram selecionados os anúncios mais representativos (com destaque de página ou meia página), sendo descartadas as repetições. Foram analisados os elementos visuais e textuais dos anúncios, observando-se os mais recorrentes no período datado. Tendo em vista que a pesquisa ainda se encontra em andamento, obteve-se como resultados parciais a construção de uma base com dados publicitários das empresas SERPRO e DATAPREV relacionadas com a informática brasileira. A partir das análises foi percebida uma constante preocupação nacionalista por parte destas empresas, tendo em vista o contexto histórico em que se encontravam. Além disso, foi perceptível a adoção de um panorama tecnocrata em suas abordagens publicitárias, no qual os usos da tecnologia eram determinados pelo Estado autoritário, não pela sociedade.

Palavras-chave. História social da informática; imprensa; publicidade.

Financiamento/Apoio: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq