

## **As propagandas do Serpro como objeto de análise da história social da informática (1967-1978)**

Jéssica Lopes Monteiro<sup>1</sup>, Marcelo Vianna<sup>1\*</sup>

\*Orientador(a)

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus* Osório. Osório, RS

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. Buscou-se informações sobre questionamentos como quanto as utilidades de um computador e de que como tais inovações tecnológicas seriam inseridas na sociedade em questão. 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 Serviço Federal de Processamento de Dados – SERPRO. 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 da SERPRO 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.