



O Futuro Chegou! A popularização dos computadores e o presentismo nos anúncios publicitários brasileiros na década de 1980

Luiz Filipe da Silva Correia¹

Resumo

Neste ensaio apresento parte dos resultados da minha tese de doutorado na qual discuti, pelo viés da história e da cultura material, anúncios de computadores difundidos no Brasil entre 1977 e 2000. Na década de 1980, os computadores domésticos/pessoais começaram a se popularizar em todo o mundo e os discursos usados para promover esses equipamentos, invariavelmente, relacionavam-os a um futuro irremediável e imediato. Também, nesse período, ocorreu o que o historiador François Hartog chamou de quebra no Regime Moderno de Historicidade, que era voltado para o futuro. Com essa quebra, ocorre uma fragmentação das noções de tempo, assim, passado, presente e futuro se fundem no presentismo e o tempo passa a ser percebido como um agora infinito. Nesse contexto, os discursos relacionados aos computadores também procuravam mostrá-los como um símbolo, um agente e um instrumento dessa fragmentação. Enquanto nos países ricos os computadores pessoais invadiam os lares e quartos dos adolescentes, no Brasil, os preços proibitivos faziam com que o produto fosse mais facilmente encontrado nos escritórios das empresas. Contudo, a presença destes equipamentos no imaginário social e na cultura não passou despercebida no país. Esse foi um período em que o Brasil ocupou a 5ª posição entre os maiores mercados de computador do mundo e a criação de uma indústria de informática no país foi relacionada ao imaginário de um futuro democrático e promissor que se aproximava com a redemocratização. No ensaio discuto alguns elementos desse futuro "diluído" no presente que apareceu nos anúncios publicitários de computadores veiculados no Brasil no período. Os anúncios apresentavam os computadores domésticos/pessoais como supostos promotores de um futuro de benesses, que já estariam ao alcance das mãos de todos. Nos discursos encontrados nesses anúncios é possível perceber elementos dessa diluição do futuro no presente bem como a anulação da própria noção de futuro o que permite discutir questões como a aceleração do tempo com o uso da tecnologia.

Palavras-chave: História, popularização do computador pessoal, regime de historicidade, espaço de experiência, horizonte de expectativa

¹ Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em História Social da FFLCH - USP

Popularização dos Computadores ou 1984 o ano que marcou a chegada do futuro

Nesse texto eu retomo algumas discussões da minha tese de Doutorado, neste trabalho, eu analisei, pelo viés da história e da cultura material, anúncios de computadores difundidos no Brasil no contexto de popularização dos computadores entre os anos 1977 e 2000².

O lançamento dos primeiros computadores domésticos/pessoais no final da segunda metade dos anos 1970 fez com que a visão em torno dos computadores começasse a mudar. Os computadores “saíram” da ficção e passaram a fazer parte do cotidiano e do dia-a-dia das pessoas; se não em termos de posse, pois os computadores eram caros, como um “emissários” de um futuro iminente.

Até o começo dos anos 1980, muito do imaginário em torno dos computadores era negativo, as máquinas eram vistas com relativa desconfiança pois estavam associadas ao “sistema”³. A imagem dos computadores era a de gigantescas estruturas eletrônicas manejadas por poucos e que eram voltadas quase que exclusivamente à guerra, à burocracia, à gestão da vida e ao controle⁴. Com o surgimento dos computadores domésticos/pessoais o imaginário em torno desses equipamentos foi sendo substituído pela ideia oposta: os computadores pessoais/domésticos seriam uma ferramenta emancipatória, de uso pessoal, capaz de produzir equilíbrio político, liberdade e democracia.

Como exemplo desse ponto de vista podemos usar o comercial de lançamento do computador doméstico/pessoal da Apple Computers, o Macintosh, em 1984. O comercial propunha uma releitura do famoso livro de George Orwell e ficou conhecido como 1984 Ad⁵.

² Correia, Luiz Filipe. Modulações entre o analógico e o digital: Apontamentos históricos da inserção do Brasil na era da informação (1977-2000).

³ Na ficção não faltavam motivos para desconfiança alguns dos mais famosos são os computadores HAL do filme 2001 Odisséia no Espaço (1969) e o Colossus do filme Colossus 1980 (1970).

⁴ Controle entendido no sentido definido pelo filósofo Gilles Deleuze “para descrever o regime de poder no qual as narrativas e técnicas de organização e de produção de saber social não operam mais a partir de áreas de confinamento como eram a fábrica, a escola e demais instituições de sequestro da sociedade disciplinar; mas ao ar livre por meio de discursos e processos técnicos. O controle é elaborado a partir de sistemas técnicos e discursivos que se encadeiam e passam a serem aceitos como normalidade, produzem hábitos de vida, transformações no corpo e na subjetividade, e proporcionam uma ampliação dos saberes sobre os indivíduos. Tal controle, no entanto, não deve ser entendido simplesmente como fruto de uma evolução tecnológica, mas, sim como uma “mutação no capitalismo” (Deleuze 2000)

⁵ O comercial foi veiculado no dia 22 de Janeiro de 1984, no intervalo do Super Bowl, já nessa época um dos minutos mais caros da publicidade mundial. Apesar de ter apenas sessenta segundos de duração, o comercial era uma produção milionária, a direção ficara a cargo de Ridley Scott, à época notório por dirigir filmes de ficção científica. Ridley Scott optou por uma edição com “cortes secos” e segmentos curtos que compunham uma sequência narrativa construída por cenas de eventos paralelos. O comercial pode ser facilmente encontrado no Youtube. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=zIE-5hg7FoA>>. Acesso em 14 de Novembro de 2021.

No comercial as referências à distopia orwelliana aparecem de maneira explícita: as teletelas espalhadas pelos corredores, o minuto do ódio, as massas passivas uniformizadas e a figura do Big Brother, que tudo sabe e tudo vê.

Como na ficção, o regime totalitário representado no comercial se caracteriza pelo controle, vigilância tecnológica e restrição ao acesso de informações contrárias à ideologia dominante. Segundo o Grande Irmão do anúncio, o regime buscava a homogeneização e o controle das informações e aqueles que não compartilhavam dos mesmos ideais, ou pensavam diferente, seriam tratados como inimigos.

Contudo, o comercial oferecia uma versão alternativa ao final pessimista do romance de George Orwell. Nessa versão alternativa, o totalitarismo criado pela concentração das informações nas mãos de poucos era destruído com o auxílio da tecnologia. Essa ideia aparece no desfecho apoteótico do comercial, quando uma jovem atleta adentra o anfiteatro e com uma marreta destrói o telão que exibe o discurso do grande irmão, e o telão explode com a frase: "Em 24 de janeiro a Apple Computers apresentará o Macintosh. E você verá porque 1984 não será igual a 1984".

A marreta usada pela jovem para destruir o telão do anfiteatro não poderia ser mais alegórica, ferramenta usada em destruição de paredes e demolições em geral, no anúncio, ela é um símbolo que o totalitarismo da informação estava sendo posto abaixo. A marreta é um tipo de martelo, objeto que possui variados simbolismos (poder, justiça, revolução); mas para além da simbologia, martelos e marretas em geral são ferramentas de manuseio simples e fácil. Assim, mais do que vender o Macintosh, que não aparece em momento algum do comercial, a Apple divulgava seu novo equipamento como uma tecnologia libertadora, uma ferramenta simples, poderosa e revolucionária.

No entanto, a revolução mostrada no comercial indicava que ela não seria realizada pelas massas mas, sim, pelo indivíduo solitário, heróico, com coragem e que tivesse acesso à ferramenta revolucionária (Macintosh) capaz de superar a ficção, transformar e "revolucionar" o futuro imediato.

Espaços de Experiência, Horizontes de Expectativa e a popularização dos computadores no Brasil

Com a chegada do ano de 1984, o livro de George Orwell foi revisitado e "reinserido" no presente a partir de uma série de comparações e paralelos entre o futuro sombrio criado pelo escritor nos momentos iniciais da Guerra Fria e a realidade que se apresentava na primeira metade dos anos 1980. O livro de Orwell foi constantemente usado como um símbolo da chegada do futuro no começo do ano de 1984, no entanto, as novas condições socioculturais e político materiais diferentes das "previstas" pelo autor britânico suscitava uma ressignificação e uma nova interpretação da "distante ficção", como alguns cronistas da época trataram o livro por ocasião de chegada do simbólico ano⁶.

A chegada do ano de 1984, fixada apenas na superficialidade da data e na ideia de futuro que havia sido representada 35 anos antes, já que a obra é de 1949, permite analisar o que o historiador Reinhart Koselleck chamou de "espaços de experiência" e "horizontes de expectativa", que são um dado antropológico e constituem o tempo histórico e a temporalidade do homem, uma grandeza de medida que se modifica com a história. De acordo com a definição do autor:

A experiência é o passado atual, aquele no qual acontecimentos foram incorporados e podem ser lembrados. Nela se fundem tanto elaboração racional quanto as formas inconscientes de comportamento e pode ser transmitida por gerações e instituições. (...) Algo semelhante se pode dizer da expectativa: também ela é ao mesmo tempo ligada à pessoa e ao interpessoal, também a expectativa se realiza no hoje, é futuro presente, voltado para o ainda-não, para o não experimentado, para o que apenas pode ser previsto. (Koselleck 2006: 309-310).

No Brasil, em comparação com o "1984", a percepção de que o real ano de 1984 era diferente da "profecia" da ficção se fundava a partir da tensão entre os espaços de experiência (a derrocada da ditadura, enfraquecida pelo afastamento de setores que anteriormente apoiaram o golpe e sustentaram o regime) e o horizonte de expectativa que se abria para um futuro elaborado a partir de novos prognósticos e novas perspectivas (redemocratização). Nesse

⁶Só para ficar em dois exemplos de publicações que lembraram do livro de George Orwell por ocasião da chegada do ano de 1984: a edição de janeiro de 1984 da revista BYTE, na reportagem especial "1984 and Beyond", que teve mais de 100 páginas e ocupou 1/5 do espaço da publicação; já a edição da Folha de São Paulo do dia 01 de janeiro de 1984 trouxe no canto superior esquerdo da primeira página um poema de Haroldo de Campos diagramado por Wesley Duck Lee, intitulado 1984 ANO 1, ERA DE ORWELL, feito especialmente para a edição. As referências ao livro de George Orwell apareceram em praticamente todas as seções da edição do jornal: editorial, quadrinhos e até mesmo nas previsões do horóscopo no suplemento feminino.

período, ocorria um debate na sociedade brasileira sobre a criação de uma indústria de informática no país e esse debate se misturou ao imaginário de um futuro democrático e promissor que se aproximava com a redemocratização.

No contexto de redemocratização, a informática e os computadores foram apontados, inclusive, como sendo meios para construir o futuro do Brasil. Um futuro que se avizinhava, uma vez que, depois de uma longa noite de espera, o país finalmente se encaminhava para ter o primeiro presidente civil em 1985, após 20 anos de governos militares.

Em 1984, e em meio às discussões sobre a redemocratização, foi criada uma comissão mista formada por parlamentares e setores da sociedade civil para discutir o projeto de criação de uma lei de informática nacional e ficou conhecido como MBI - Movimento Brasil Informática. O MBI teve um papel preponderante nas discussões para a elaboração da Lei de Informática que, na época, se tornou um dos símbolos da redemocratização do Brasil, pois contou com participação de amplos setores da sociedade civil. (Mammana 1985)

A comissão mista contou com depoimentos de cientistas e políticos, entre eles estava Tancredo Neves, naquela altura o virtual vencedor do pleito indireto. Com apoio amplo de segmentos específicos da sociedade, a Lei da Informática foi votada e aprovada no dia 4 de outubro de 1984 - aniversário de outra lei histórica, a que instituiu o monopólio do petróleo - tomou o número 7.232, e além de ser comparada à campanha do "Petróleo é Nosso" foi considerada um símbolo do movimento pela redemocratização e defesa do futuro do Brasil (Dantas 1988). Esse sentimento pode ser percebido no discurso de Ulysses Guimarães por ocasião da aprovação da Lei:

Pela primeira vez, após longos anos de ditadura dos tecnocratas, o Congresso Nacional discutia e estabelecia uma política industrial e Tecnológica de vital importância ao futuro do Brasil. E como fruto desse debate não apenas garantiu-se o respeito ao interesse e à soberania nacional, como criaram-se mecanismos democráticos de gestão dessa política. (Guimarães 1985: 13)

O objetivo da Lei de Informática era criar uma política industrial para fortalecer a informática no Brasil com incentivos para a pesquisa, apoiar empresas brasileiras para que fossem produzidos computadores no país e impedir que o Brasil se tornasse dependente de tecnologia estrangeira. Na década de 1980, o Brasil era o quinto maior mercado de

computadores no mundo e mais de 20 fabricantes nacionais comercializavam seus produtos em lojas de varejo e, claro, nas lojas especializadas que começaram a aparecer no país.

Nesse segmento, a principal loja do país era a CompuShop, que em um anúncio veiculado em fevereiro de 1984 também relacionou a chegada do futuro com a popularização dos computadores pessoais e o não cumprimento da profecia realizada por George Orwell. A peça publicitária era composta apenas de texto tinha como título a pergunta "E agora George?", abaixo a transcrição do restante do anúncio:

Em “1984”, Orwell fez muitos acertos no atacado e alguns erros no varejo. Na parte que nos toca, por exemplo. A informática não se transformou em um instrumento de opressão ao homem conforme Orwell previa no seu livro “1984”, justamente porque o acesso a ela foi franquiado - e continua sendo - a um número cada vez maior de pessoas. Se tivesse ficado em poucas mãos talvez a história fosse realmente outra.

Mas hoje, um microcomputador é um instrumento que ajuda você a viver melhor, com informação e serviços cada vez mais rápidos e eficientes. Ajudando, em parte, a contradizer algumas das previsões de George Orwell, a CompuShop - a loja especializada em soluções que tem tudo em matéria de hardware, software e treinamento para melhor orientar o usuário - fica tranquila e mais à vontade para desejar um feliz 1984 para todo mundo. (Revista Micro Sistemas de Fevereiro de 1984)

Segundo o anúncio, o futuro totalitário previsto por Orwell não seria realizado pois a tecnologia, representada pelos computadores, havia se transformado não em um instrumento de dominação, mas sim, em um instrumento para ajudar as pessoas a "viverem melhor" com acesso à informação, rapidez e eficiência. Em tom espirituoso, o anúncio reforçava a ideia de que os computadores eram responsáveis pela mudança nas profecias de Orwell e, por extensão, do próprio futuro, uma vez que o ano de 1984 era diferente do “previsto” pelos escritor.

Tanto o comercial do Macintosh, quanto o anúncio da CompuShop retornam à ficção de Orwell para mostrar que 1984 não era como *1984* e que Orwell havia “errado” suas previsões. Em certo sentido os anúncios tratam a ficção como uma profecia não realizada e nas duas peças publicitárias, a popularização da computação doméstica / pessoal aparece como sendo responsável pelo não cumprimento dos "prognósticos" do escritor. Em suma, se a chegada do ano de 1984 representava a chegada no futuro, os computadores eram responsáveis por transformar esse futuro em algo melhor do que o previsto na ficção.

Não que os computadores tivessem deixado de serem vistos com desconfiança, mas a impressão nesse ano de 1984 era a de que eles estavam irremediavelmente ligados ao futuro, fosse pessimista como em inúmeros exemplos da ficção, ou otimista como no caso dos anúncios publicitários.

O Futuro chegou e entrou sem bater

Ao longo de toda a década de 1980, a ideia de um futuro prometido para breve com a ajuda dos computadores foi uma constante nos anúncios publicitários analisados durante a pesquisa. A seguir trarei alguns exemplos de como o futuro foi representado nessas peças publicitárias do período. Cabe destacar que além da menção explícita ao tempo futuro, a ideia de futuro próximo era transmitida também por sinônimos e metáforas como amanhã e horizonte. Visualmente, o amanhã era representado com a imagem do sol um pouco acima da linha do horizonte, projetando sua luz sobre os computadores, um exemplo claro é esse anúncio veiculado pela IBM já em 1983.



Figura 1 Anúncio da IBM - Vocação tecnológica. Acionando o Futuro. Veiculado na edição 753 da Revista Veja (9/2/1983)

O anúncio apresenta uma concepção de futuro atrelada à própria existência da IBM, uma vez que a vocação tecnológica da empresa a capacitaria para "acionar" o futuro. A ideia do acionamento do futuro é transmitida pela narrativa criada a partir da relação entre as duas

imagens fotográficas que ilustram o anúncio: a maior mostrava um computador IBM, um monitor e placas eletrônicas iluminados pelo sol; a imagem menor mostrava um dedo apertando uma tecla de computador. Em atuação no Brasil desde 1917, o passado da IBM foi mostrado no anúncio como uma garantia da realização do presente e da construção do futuro. O anúncio cria uma continuidade entre o passado, o presente e o futuro. A mensagem geral: a história da IBM corroborava a vocação tecnológica da empresa, o que garantia seu pioneirismo no passado, seu protagonismo no presente e portanto a deixaria gabaritada para apertar a tecla que acionaria o futuro.

A ideia do Amanhã como sinônimo de futuro apareceu novamente no final de 1984 em um anúncio da empresa Edisa, reproduzido a seguir.



Figura 2 Anúncio da Edisa - Escolha o seu amanhã. Veiculado na edição 843 da Revista Veja (31/10/1984)

Nessa peça publicitária, o sol não aparece explicitamente, mas é insinuado através da sua claridade que surge por trás de uma cadeia de montanhas e ilumina uma placa de circuito eletrônico. A imagem de uma placa de circuitos integrados que simula uma cidade, é uma potente representação do amanhecer tecnológico e da ideia de um amanhã que se prenunciava nos idos de 1984. Os componentes eletrônicos que recriam prédios e avenidas de uma cidade organizada racionalmente funciona ainda como uma metáfora que relaciona o amanhã não apenas ao futuro próximo e aos computadores como transmite, inclusive, a ideia da chegada da sociedade informacional.

A menção à palavra amanhã não se restringe ao título e à representação visual, pois tal palavra aparece outras três vezes ao longo do texto. Na primeira, para associar o futuro (amanhã) com o passado (ontem) e justificar a atuação da Edisa. A Edisa foi uma empresa sediada no Rio Grande do Sul, que fabricava computadores no Brasil desde o final dos anos 1970. Na época da veiculação do anúncio, os seis anos de existência da empresa, obviamente, não se comparavam com os 65 anos de atuação da IBM, mas a Edisa sem dúvida podia ser considerada uma das empresas pioneiras na fabricação de computadores no país. Na segunda, o amanhã é mostrado como algo que poderia e deveria ser planejado ("pense no seu amanhã"), e o uso do verbo despertar é alusivo à própria ideia de amanhecer. Na terceira, o amanhã é mostrado como algo que só poderia ser garantido, segundo o anúncio, com a aquisição de um computador Edisa.

Como em outros anúncios encontrados durante a pesquisa, a promessa geral era a de que o futuro e o amanhã estariam ao alcance de todos, sendo reduzidos à uma questão de escolha e vontade. Isso não deixava de ser irônico, uma vez que, na época, os brasileiros, apesar da redemocratização, ainda não podiam nem mesmo escolher o presidente. Além disso, embora os anúncios mostrassem que o futuro computadorizado vendido em lojas de departamento estaria ao alcance de todos, nos espaços da experiência cotidiana a realidade era um pouco diferente: os preços dos computadores eram proibitivos para a maioria da população. Como pode ser verificado no próximo anúncio (Figura 3) veiculado pela famosa loja de departamentos Mesbla em dezembro de 1984, em meio às campanhas de vendas do Natal.

Em termos de conteúdo textual e visual, o anúncio é simplório; está em preto e branco, e além das configurações de dois modelos de computador da Microdigital, TK85 e TK2000,

tem apenas um título e uma frase que transmite a ideia de que o fascinante mundo dos computadores estaria ao alcance de todos.

A Microdigital, sediada em São Paulo, foi uma das muitas empresas que surgiram no boom da computação da brasileira e aproveitou o protecionismo das novas legislações para se tornar a empresa com o maior número de computadores domésticos vendidos no país. A linha TK era ideal para iniciantes em computação, pois tinha um custo relativamente baixo, comparado a outras opções do mercado, contava com um grande número de programas, dezenas de jogos e possuía os equipamentos mais utilizados nos programas de informática nas escolas durante a década de 1980.



Figura 3 Anúncio da Mesbla / Microdigital - O Futuro a seu alcance. Veiculado na edição 850 da Revista Veja (19/12/1984)

A linha TK, em tese, era fruto de tecnologia reversa, pois a empresa pegava equipamentos de outras fabricantes, desmontava, adaptava e remontava com sua própria tecnologia. Na prática, contudo, o que se via era a clonagem indiscriminada de computadores

de baixo custo que haviam sido bem sucedidos comercialmente em seus países de origem⁷. Os dois modelos anunciados pela Mesbla, o TK 2000 e o TK85, eram respectivamente cópia de versões atualizadas do Apple II⁸ e dos computadores Sinclair⁹.

O modelo mais simples, o TK85, era comercializado por Cr\$ 699.850,00 e o TK2000, mais sofisticado, era vendido por Cr\$ 1.449.859,00, sendo os dois valores passíveis de parcelamento em 3x sem juros. Para efeito de comparação, o salário mínimo, que havia sido reajustado em novembro, era de Cr\$ 166.560,00. Ou seja, mesmo o modelo mais barato custava o equivalente a 4 quatro salários mínimos e o mais caro nove. Se o consumidor optasse por parcelar o produto, teria que arcar com parcelas cujo valor era quase o dobro do salário mínimo.

Em que se pesem as desigualdades, na década de 1980, os computadores pessoais começaram a se popularizar em todo o mundo e entre os discursos usados para promover esses equipamentos, invariavelmente, estavam aqueles que os relacionavam com um futuro irremediável e imediato, e em última instância com a chegada do próprio futuro, como será mostrado em outros dois anúncios veiculados pela Edisa em 1986.

⁷ Na época, o governo federal permitia que empresas nacionais comercializassem no mercado doméstico produtos resultantes de tecnologia reversa. No entanto, a linha TK era comercializada não apenas no Brasil, como em todo o cone-sul, sendo exportada inclusive para Portugal, onde competia com o modelo original da Sinclair. A situação inusitada foi motivo de processo movido na OMC (Organização Mundial do Comércio) pela Sinclair Research Lt contra a Microdigital.

⁸ O Apple II foi lançado em 1977 e é considerado um dos primeiros pessoais e um dos responsáveis pelo início da difusão da computação doméstica / pessoal.

⁹ De fabricação britânica, o computador doméstico Sinclair ZX foi adotado por escolas e repartições públicas do país e foi o modelo de computador mais vendido na Europa e o Reino Unido era o local com maior número de computadores domésticos do mundo (Lean 2016).



Figura 4 Anúncio da Edisa - O Futuro bate à sua porta.
Veiculado na edição 922 da Revista Veja (7/5/1986)

Como na peça publicitária mostrada anteriormente, a Edisa veiculou um anúncio com outra potente metáfora visual para um futuro que se avizinhava. O anúncio era voltado aos empresários e, em tom profético, a Edisa fazia uma ameaça e dava um conselho para seus potenciais clientes: "As empresas que não abrirem as portas para a informática só vão ter uma saída no futuro próximo, fechar as portas. E quem abre os olhos para essa realidade deve caminhar com segurança em direção ao futuro". Em seguida a peça publicitária retornava o pioneirismo da Edisa e tratava das vantagens e usos dos seus produtos que prometiam "soluções exatas para os problemas que você quer resolver". A Edisa destacava ainda que seus produtos poderiam auxiliar pequenas, médias e grandes empresas de todos os ramos de atividade: comércio, serviços, setor financeiro e de automação bancária. E o anúncio concluía: "Quem abre às portas para a informática, atende às próprias necessidades".

A imagem do anúncio exibindo uma porta aberta, mostrada do ponto de vista interno do cômodo, ilustra a mensagem de abrir a porta para a entrada do futuro e também transmite a ideia de "emoldurar" o céu, o infinito e em última instância o próprio futuro, isso porque quando a atenção se volta ao futuro que bate à porta na imagem, percebe-se que o futuro representado no anúncio é praticamente igual ao encontrado no anúncio da Edisa de 1984; lá está a mesma

placa de circuitos eletrônicos simulando uma cidade. As diferenças são a ausência das montanhas e, principalmente, o sol que não está mais nascendo, já amanheceu, é dia e o céu está claro. Dois anos depois do primeiro anúncio, a empresa não apenas retomou, como também ressignificou sua própria concepção de futuro. O amanhã (futuro) que podia ser escolhido, logo sujeito passivo da ação, agora adquire vontade própria e bate à porta, cuja abertura é mais uma prescrição do que um direito de escolha. Ao contrário dos anúncios anteriores, nos quais o futuro representado pelos computadores era mostrado como uma opção e uma escolha, nesse o futuro, em certo sentido, é imposto ao empresário cuja única opção é abrir as portas agora para não fechá-las no futuro. O futuro informatizado e computacional tornava-se assim, uma imposição.

Ainda em 1986, outro anúncio veiculado no final do ano pela Edisa reciclou mais uma vez a imagem da porta aberta, adicionando dessa vez um computador ao cenário.



Figura 5 Anúncio da Edisa - O Futuro bate à sua porta.
Veiculado na edição 926 da Revista Veja (4/6/1986)

O título do anúncio (Entre sem bater) dá outro sentido à imagem da porta aberta. A peça publicitária divulgava o Sistema de Automação de Escritório da EDISA, que se apresentava como a responsável por abrir a porta para o futuro: "A EDISA, abre mais uma porta em direção

ao futuro". No anúncio são descritas as vantagens e os usos do Sistema de Automação de Escritório para "facilitar o dia-a-dia, agilizar informações e possibilitar a tomada de decisões rápidas e seguras". A conclusão do anúncio é: "Caminhe para o futuro. A Edisa abre as portas para você".

Ao contrário do tom ameaçador do anúncio anterior (Figura 3), este tem um espírito mais amistoso, mas não menos prescritivo, e a empresa é o sujeito ativo de toda ação. A imagem da porta aberta é similar, mas o ponto de vista da imagem de dentro da edificação revelava uma mesa com um computador que exibia em seu monitor "Sistema de Automação Bancária". O futuro do lado de fora permanecia praticamente o mesmo, só mudava a posição das nuvens e a cor, agora em preto e branco.

Ao longo da série de anúncios da Edisa (Figuras 3, 4 e 5), o futuro representado pela placa eletrônica que simulava uma cidade foi o único elemento que praticamente não sofreu alterações, todavia, a maneira como esse futuro é concebido varia como pode ser percebido se colocamos os anúncios lado a lado (Figura 6).



Figura 6 Tríptico da Edisa

As peças publicitárias produzem uma narrativa que em certa medida sintetiza a chegada dos computadores e, por consequência, do futuro nos espaços de experiência cotidiana em fins da década de 1980. O futuro havia chegado, primeiro como escolha, depois como uma visita que batia à porta, a quem era recomendado abrir e, por fim, ele já estava definitivamente instalado dentro do espaço edificado de convivência e/ou trabalho. O computador havia entrado

na vida dos brasileiros, não como um equipamento doméstico, devido aos custos inacessíveis para a maioria das pessoas, mas o equipamento era quase onipresente em atividades cotidianas da população urbana, nos escritórios, nas agências bancárias, no comércio, nas telas da televisão e do cinema e em muitas outras áreas que marcavam a experiência cotidiana. Em algumas delas, ele definitivamente entrara sem bater e deixara atordoados aqueles que o recebiam, pois o futuro do qual ele era emissário era um pouco diferente daquele prometido.

Presentismo e a quebra no Regime Moderno de Historicidade

Mais para o final da década, a banalização da associação do futuro com os computadores ficou clara no anúncio veiculado por outra empresa nacional que produzia computadores, a NovaData, em 1987. O título do anúncio era claro e direto: "*Em informática, não perca tempo com quem fala muito de futuro, invista em quem trabalha por ele*".

De acordo com o historiador François Hartog, no final dos anos 1980, ocorre uma quebra no Regime Moderno de Historicidade. O símbolo dessa quebra foi a queda do Muro de Berlin em 1989, contudo, segundo o historiador, o processo de fragmentação do tempo já estava ocorrendo desde o final dos anos 1960. O Regime de Historicidade marca a experiência temporal na organização do passado como sequência do tempo (individualmente e socialmente). No regime moderno de historicidade predominara um ponto de vista voltado para o futuro e tinha no progresso uma palavra chave que direcionava o tempo a um fim no futuro. Portanto, com a quebra no Regime Moderno de Historicidade deixa de ser possível escrever a história do ponto de vista do futuro, e mesmo o passado se torna imprevisível e opaco, provocando, assim, uma ruptura entre a experiência e a expectativa. Essa quebra acarretou uma fragmentação das noções de tempo e o passado, o presente e o futuro fundiram-se no presentismo, como resultado, o tempo passa a ser percebido como um agora infinito e o futuro passou a ocupar cada vez menos espaço, sobrando o presente e o imediato. O presente e nada além dele passa a ter papel determinante, desempenhado pelas solicitações de mercado, pelo funcionamento da sociedade de consumo, pelas mudanças científicas e técnicas e pelos ritmos da mídia. Assim, o presente passa a ser regido pelos auspícios da velocidade e da aceleração.

Como a presença do presente, que crescia inexorável, inundasse tudo, um papel determinante foi certamente desempenhado pelas solicitações do

mercado, o funcionamento de uma sociedade de consumo, as mudanças científicas e técnicas, os ritmos das mídias, que cada vez mais rapidamente tornam tudo (bens, acontecimentos, pessoas) obsoleto. Assim fomos do futurismo para o presentismo e ficamos habitando um presente hipertrofiado. (Hartog 1996)

Esse presente hiperatrofiado e a mudança na relação entre o futuro e o computador foi representado de maneira clara e precisa pela Fujitsu, a primeira empresa no Japão e a segunda no mundo na fabricação de grandes computadores, e que na época contava com filial no Brasil. O anúncio foi veiculado em uma peça publicitária de página tripla em agosto de 1989.



Figura 7 Anúncio da Fujitsu - Daqui ao infinito. Veiculado na edição 1093 da Revista Veja (23/8/1989)

O anúncio tinha por objetivo divulgar o novo logotipo da Fujitsu, as áreas de atuação da empresa (agricultura, medicina, telecomunicações, astronomia, robótica, pesquisa aeroespacial, além da informática) e explicar que os computadores estavam em todos os níveis de atividade humana e, portanto, já faziam parte do presente. Embora os computadores domésticos ainda fossem um objeto longe da realidade doméstica da maioria dos brasileiros, eles efetivamente faziam parte da realidade e do imaginário cotidiano urbano, logo, não havia mais sentido em mostrá-lo como um emissário do futuro, já que o futuro, mesmo que não aquele prometido no começo da década, havia chegado.

O anúncio da Fujitsu é notável por conseguir expressar de maneira textual e gráfica a ruptura com a perspectiva de futuro. O símbolo do infinito, usado como novo logotipo pela empresa, representa a fusão, no presente, do passado com o futuro.

Em certo sentido, foi isso que os anos 1980 representaram: o momento em que a temporalidade era anulada, o passado servia apenas para ser celebrado e o futuro perdia sua relevância, importando o agora, o presente e o infinito.

Considerações finais

Nos primeiros anos da década de 1980, os espaços de experiência e os horizontes de expectativas apontavam para a ideia de uma iminente chegada do futuro; tal ideia era corroborada não apenas pela publicidade e pelos meios de comunicação, mas também pelo contexto histórico de mudanças que se processavam não apenas no Brasil como no restante do mundo. Na metade da década, o ano consagrado no romance de George Orwell, apesar das fundamentais diferenças, foi utilizado como uma metáfora de que, definitivamente, o futuro havia chegado. O símbolo desse futuro era, principalmente, o computador doméstico/pessoal, que aglutinava a promessa da utopia informacional, a promoção de um mundo melhor, mais organizado, mais produtivo, mais informatizado, mais democrático e de mais tempo livre e de lazer.

No Brasil, essas ideias apareceram nos anúncios publicitários e, independentemente do uso doméstico ou empresarial, o computador foi mostrado como um meio e uma ferramenta para acessar esse futuro utópico e apresentado como uma escolha que estaria ao alcance da vontade de quem quisesse, desde que pudesse pagar. A partir do final da década de 1980, a associação entre computadores e o futuro se tornou cada vez menos comum, sendo que essa redução na associação da imagem dos computadores com o futuro pode ter diversas causas, entre as quais: a noção de que o futuro havia efetivamente chegado, devido a uma série de fatores culturais, políticos e sociais e o fato dos computadores, símbolos de um futuro que poderia ser acessado no presente, se tornarem banalizados na realidade cotidiana, se não em termos de uso doméstico, nos comércios, empresas, repartições públicas e bancos.

Os anúncios mostram como as noções de futuro foram apresentadas no decorrer dos anos 1980 e corroboram a tese da fratura do Regime de Historicidade Moderno apontada por (Hartog 1996) na qual o futuro se torna fragmentado e sai do horizonte de expectativas.

O período do final dos anos 1970 e, principalmente, a década de 1980 marcam uma transformação na percepção e na concepção de tempo e uma diminuição da importância do futuro e a chegada do presentismo, tal como apontado por Hartog. Em uma linha similar, o

historiador italiano Franco Berardi, no livro *Depois do Futuro*, analisa como a percepção do futuro evoluiu ao longo do século XX. Como Hartog, Franco Berardi também vai indicar o fim dos projetos de futuro no final do século XX. De acordo com ele, a última utopia do século XX foi a das tecnologias digitais, que transformam a produção e a comunicação a partir dos anos 1980. No entanto, essas mesmas tecnologias, que se constituíram em uma utopia de futuro, criaram o que ele chamou de cibertempo que está relacionado à "intensidade da experiência que o organismo consciente dedica a elaborar informações que provêm do ciberespaço e implica na falta de projetos de futuro na atualidade".

Oprimido pela saturação da atenção, o presente é tão denso que o cérebro não pode se separar dele, não pode projetar sua experiência para fora do momento presente. Para projetar a profundidade temporal, a mente precisa dispor os objetos mentais em perspectiva, elaborar sua relação, a sucessão, a potencialidade. A saturação do cérebro social pelos estímulos informativos tende a impedir isso. O futuro torna-se inimaginável.

(...)

Mas a experiência não pode ser intensificada além de certo limite. Pois, além de certo limite, a aceleração da experiência provoca uma redução da consciência do estímulo, uma perda de intensidade que concerne à esfera da estética, da sensibilidade e também da ética (Berardi 2009: 108-110)

Portanto, eu gostaria de terminar esse ensaio reforçando a ideia de que devemos resgatar a intensidade que concerne à esfera da estética, da sensibilidade e também da ética e passemos a imaginar outros futuros, que não estejam voltados apenas para os imperativos da máquina, mas que tenham como base princípios éticos, igualitários, ecológicos e que sejam tecnologicamente mais responsáveis. Nesse sentido, finalizo o texto com uma frase do historiador Nicolau Sevchenko refletindo sobre a importância da história e que pode ser pensada para esse contexto de aceleração, presentismo e do cibertempo:

Acredito que a reflexão histórica seja capaz de fazer as vezes desse leme de orientação, em particular em um momento como o atual, em que a própria lógica da sociedade de informação trabalha com bancos de dados acionados pelo sistema binário, que é um sistema de lógica formal e que não tem incluído em si nenhuma dimensão temporal que permita uma perspectiva à distância. A história estabelece um sentido de deslocamento que nos possibilita observar o processo sem nos sentirmos arrastados pela pressão dessa aceleração. É a

história que dá possibilidade de parar para respirar, a fim de recuperar outros paradigmas para julgar o funil para dentro do qual estamos sendo rapidamente sugados. (Sevcenko 2005: 79)

Referências

BERARDI, Franco. (2019) *Depois do Futuro*. São Paulo: Ubu Editora, 2019.

CORREIA, Luiz Filipe. (2018) Modulações entre o analógico e o digital: Apontamentos históricos da inserção do Brasil na era da informação (1977-2000). (Tese)

DANTAS, Vera. (1988). *A guerrilha tecnológica: a verdadeira história da política nacional de informática*. Rio de Janeiro: LTC-Livros Técnicos e Científicos.

DELEUZE, Gilles. (2000). "Post-scriptum das sociedades de controle". In: DELEUZE, Gilles. *Conversações 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed 34.

GUIMARÃES, Ulisses. (1985). "A Informática e a Construção do Futuro". In: MAMMANA, Cláudio. *A Informática e a Nova República*. São Paulo: Hucitec.

HARTOG, François. (1996). "Regime de Historicidade - Time, History and the Writing of History: The order of Time". *KVHAA Konferenser* (37), pp. 95-113.

KOSELLECK, Reinhart. (2006). *Futuro Passado: Contribuição semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-RJ.

LEAN, Tom. (2016). *Electronic Dreams: How 1980s Britain Learned to Love the Computer*. London: Bloomsbury Sigma.

MAMMANA, Cláudio (1985). *A Informática e a Nova República*. São Paulo: Hucitec.

SEVCENKO, Nicolau. (2005). In: M. ALMEIDA, Livro de ideias. Textos originalmente publicados na Revista E do Sesc São Paulo. São Paulo: Lazuli.