"Quem pensa faz melhor": dois casos de miopia em comunicação e a proposta da construção de utopias

Jorge Tadeu Borges Leal

Feliz aquele que transfere o que sabe
e aprende o que ensina.
Cora Coralina

Uma das preocupações mais freqüentes que procuramos observar na orientação e encaminhamento dos alunos em comunicação social, tem sido a de que não se limitem a pensar a comunicação somente a partir da própria especificidade da habilitação, evitando restringir o campo das possibilidades de atuação profissional.

A solução onírico-existencial de uma boa parte dos formandos nas habilitações de jornalismo, publicidade e propaganda ou relações públicas tem sido, respectivamente, a idealização da trajetória profissional como jornalista de grande imprensa, profissional de agência de publicidade famosa, ganhadora de prêmios ou, ainda, como um destaque na assessoria de relações públicas, organização de eventos ou comunicação interna de grandes organizações.

Ao contrário do que a média dos alunos poderia supor, a interação diária com organizações das mais diversificadas naturezas e portes nos mostram o quanto estão carentes na área de comunicação, se considerarmos a necessidade que possuem, mas sequer admitem possuir, de um pensamento estratégico para orientar e integralizar a sua ação comunicacional explorando todo o potencial interativo e significativo (no sentido de uma verdadeira "arquitetura da percepção") de acordo com as boas práticas (estéticas, éticas, filosóficas) que a comunicação social requer.

Se, como professor, fazer essa recomendação aos alunos tem sido uma constante, na minha própria experiência técnica em comunicação social, nas organizações onde trabalhei (agência de publicidade, *free lancer*, produtora, empresa multinacional e, agora, administração pública) quando me deparo com a evidência da comprovação das idéias e ideais tão propagados aos alunos, é sempre uma confirmação da certeza de que, assumindo a prevalência do "aprendendo a pensar" sobre o "aprendendo a fazer", estarão sendo orientados na melhor direção possível, se considerarmos a dimensão da nossa ignorância e desconhecimento relacionados ao que se vai configurando a partir do cenário das novas tecnologias de informação e de comunicação e do seu impacto nos ambientes jurídico-político, sócio-econômico e ideológico e no contexto caracterizado pela tensão nacional/internacional/global, na altermundialização (Mattelart, 2006: 239) em que estarão sendo operadas.

Nesse breve trabalho, o professor-aprendiz pretende demonstrar a pertinência, para quem pretende trabalhar em comunicação, do posicionamento "Quem pensa faz melhor", adotado pela FACHA há alguns anos atrás, como *slogan* para evidenciar a sua orientação pedagógica ao curso de comunicação.

Tentarei fazê-lo através do relato de uma oportunidade que me foi proporcionada pela participação em um evento ocorrido na semana de 21 a 25 de agosto de 2006: o II Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais, realizado nas dependências do Centro de Documentação e Disseminação de Informações (CDDI) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Rio de Janeiro, aonde trabalho durante o período diurno como publicitário, na coordenação de *marketing*.

1. O evento

O objetivo definido para o evento: "iniciar a revisão, atualização e ampliação do Plano Geral de Informações Estatísticas e Geográficas – PGIEG, a partir da mobilização e consulta a produtores e usuários de informações, incluindo instituições governamentais, institutos de pesquisa, organizações não-governamentais, associações científicas, bem como técnicos e pesquisadores interessados na produção, disseminação e utilização de informações necessárias ao conhecimento da realidade do país e ao exercício da cidadania"[1].

O encontro era composto de três eventos principais: V Conferência Nacional de Estatística (CONFEST), IV Conferência Nacional de Geografia e Cartografia (CONFEGE) e Seminário Internacional de Produção e Disseminação de Informações Estatísticas e Geográficas (SIEG).

A idéia central do evento: "propiciar a oportunidade para que o IBGE e demais produtores de informações da esfera pública brasileira apresentem aos usuários e interessados o estado da arte da produção de informações estatísticas e geográficas e suas perspectivas de avanço, e possam ouvir os usuários e interessados quanto às deficiências, lacunas e novas demandas para a produção de informações... servir também para favorecer os contatos que levem a maior articulação, integração e cooperação na produção e disseminação de informações nos diferentes campos e temas, bem como a ampliar a utilidade e aproveitamento das informações produzidas"[2].

A finalidade do Seminário Internacional Integrado de Informações Estatísticas e Geográficas – SIEG: "permitir aos participantes o contato com as tendências internacionais através da visão de especialistas de diversos países, líderes em suas respectivas áreas temáticas de conhecimento, e com experiências cuja disseminação no Brasil virá contribuir para aprimorar o sistema de informações na esfera pública. Também será o espaço para o tratamento de temas transversais às áreas de informações estatísticas e geográficas"[3].

Havia uma pauta muito abrangente de palestras, mesas redondas, trabalhos livres e oficinas e entre as atividades complementares do evento, foi realizada uma mostra de tecnologia, produtos e serviços.

2. A experiência: as palestras assistidas

Preocupado com as questões presentes e futuras da disseminação das informações geradas pelo IBGE, relacionadas ao meu trabalho na instituição, efetuei a minha inscrição no evento e participei de quatro seminários, sendo dois relativos às tendências futuras da disseminação nas instituições produtoras de informações estatísticas e geocientíficas, um sobre disseminação e educação, outro sobre a sociologia das estatísticas e ainda outro sobre a importância da mídia na divulgação das estatísticas.[4]

2.1 Futuro da disseminação, disseminação e educação

Para falar sobre as "Tendências futuras da disseminação nas instituições produtoras de informações estatísticas e geocientíficas", o II Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais apresentou dois convidados.

Hans Rosling, professor sueco, da área de saúde internacional da *Karolinska Institutet,* de Estocolmo, foi o primeiro convidado a palestrar. Ele trabalhava na *Médicos sem Fronteiras* da Suécia, em meados da década de 1990, e ao apresentar o trabalho que desenvolvia na África, necessitava de informações estatísticas para respaldar a necessidade de investimentos e programas na área de saúde. Sentiu grande dificuldade em obtê-las de forma gratuita, compreensível e configuradas de maneira a produzir um rápido e bom entendimento, tendo constatado que essa necessidade ainda não era atendida pelas instituições estatísticas do mundo e pela própria Organização das Nações Unidas. Começou, então, a trabalhar, quando sobrava tempo durante a noite, com a esposa e o seu filho na configuração, para a web, dessas informações, utilizando os dados produzidos pelos órgãos produtores de estatística oficial do mundo inteiro, utilizados pela ONU. Para isso Hans participou da criação de uma instituição de tecnologia de informação e comunicação sem fins lucrativos – a *Gapminder Foundation* – com o objetivo de incrementar a compreensão e o uso das informações estatísticas da ONU.

O resultado surpreendente do seu trabalho pode ser constatado no site da instituição.[5] O seu objetivo tem sido o de disponibilizar, de maneira atraente, facilmente compreensível e gratuitamente, informações que, de outra forma, não seriam obtidas ou acabariam custando caro, em decorrência do agente/instituição intermediador. A *Gapminder Foudation*, hoje, tem como objetivo compreender o mundo se divertindo com as estatísticas; oferecer *download* e distribuição gratuita de *softwares* para um mundo em movimento e, como desafio, fazer com que os dados do desenvolvimento mundial sejam compreensíveis, fáceis de lidar e gratuitos, uma vez que as estatísticas do mundo são caras e difíceis de obter.

Ao longo da apresentação, Hans, que hoje é membro do grupo de referência internacional da Academia Sueca de Ciência, utilizando uma boa dose de humor, demonstrou como a informação estatística tem

sido mal comunicada e a dificuldade que persiste, em se fazer compreendida pelo público em geral. Projeta como uma das tendências para o futuro, a modificação do foco atual na "disseminação" estatística para a disponibilização do "acesso" à informação.

Geoff Lee, o outro palestrante convidado para falar sobre o futuro, trabalha no *Australian Bureau of Statistics* (instituição que produz a estatística oficial da Austrália), exibiu o site da instituição em que trabalha[6] e enfatizou a importância da simplicidade, da organização espacial da informação, destacando a importância da funcionalidade do website para comunicar. Lee chegou a mencionar o fato de que os jornais estão na frente dos institutos na obtenção da compreensão da informação estatística e prevê, para o futuro, um confronto entre disseminação e comunicação: "É a informação usada sabiamente, visando a uma sociedade melhor".

Os canadenses Louis Boucher e Rosemary Campbell, do *Statistics Canada* (instituição produtora da estatística oficial do Canada) falaram sobre "Disseminação e educação", apresentando o resultado de um programa de educação construído ao longo dos últimos 25 anos, que possibilitou integrar a informação estatística ao sistema educacional canadense. Trabalhando com toda a rede de ensino, estabeleceram interações em todos os níveis da comunidade acadêmica, do ensino fundamental ao superior, estruturando um programa de comunicação (que não é chamado como tal) voltado para o setor educacional. "Somente com o apoio do setor educacional podemos obter o engajamento e as parcerias que buscamos. É com a educação que formaremos novos usuários de nossas informações, novos respondentes para nossas pesquisas e uma nova geração de especialistas. A alfabetização estatística dos alunos é um investimento para o futuro", disse Rosemary Campbell.

Os palestrantes do *Statistics Canada* demonstraram um fato inquestionável decorrente do programa educacional desenvolvido em um quarto de século: boa parte do que disponibilizam, em seu *site*, como apoio à educação, envolvendo programas de cursos, metodologias, planilhas de avaliações, etc., foi obtido, direta e gratuitamente, dos próprios professores que perceberam como o programa os auxiliava e, ao interagir com a instituição, se interessaram pelo assunto, participando ativamente dessa construção, sugerindo programas, realizando críticas e aplicando o trabalho em suas aulas.

Neste caso, como o programa já existia antes do advento da web, a nova ferramenta se desenvolveu orientada por este objetivo, quer dizer, não se construiu essa relação porque passaram a dispor da web, mas passaram a utilizar a *web*, quando esta surgiu, orientados por essa relação preexistente há cerca de uma década. Vale a pena conhecer o resultado exemplar do que pode ser construído a partir da consistência que possui esse tipo de orientação.[7]

2.2 Sociologia das estatísticas

Tendo como coordenador-debatedor Nelson Senra, pesquisador do IBGE e professor doutor em ciência da informação (ECO/UFRJ)[8], sob a chancela do tema "Sociologia das estatísticas" foram apresentados quatro trabalhos: "O IBGE bate à porta: vivência e perspectivas dos que trabalham na coleta", por Maria Angela Gemaque Álvaro, "Ampliando os benefícios da disseminação de informações: reflexões prospectivas sobre o papel do IBGE", de Alessandro de Orlando Maia Pinheiro (ambos da Unidade Estadual do IBGE do Pará); uma palestra sobre o desenvolvimento de uma ferramenta de busca para a página da Fundação SEADE na internet, apresentada por Sílvia Gagliardi Rocha (Fundação SEADE) e outra sobre a relação entre as estatísticas oficiais e o interesse público, de Carmem Aparecida do Valle Costa Feijó (pesquisadora do IBGE).

Maria Angela (IBGE/Pará) enfatizou a importância da interação entrevistador/informante, demonstrando como essa interação é guiada pelas percepções mútuas entre os agentes, em que empatias, hostilidades, impressões, sentimentos têm colocado entrevistador e informante em uma relação que é sempre negociada. O caráter processual da coleta de dados evidencia a importância das imagens institucionais (a pesquisa é feita sob a égide de uma instituição que, no caso do IBGE, tem uma associação com o plano governamental, é o "governo" entrevistando) e do papel dos agentes, sendo decisivo o papel do entrevistador e a sua influência na aplicação do questionário, uma vez que o entrevistador atua como "tradutor": ajusta a linguagem ao contexto em que se encontra e trabalha a maior parte do tempo apoiado no conhecimento tácito, procurando obter o "dado", a informação relevante para a pesquisa.

Maria Angela ressaltou a necessidade de que se valorize e observe com maior cuidado essa relação, apontando para as divergências entre as instruções presentes nos manuais de coleta e o que realmente acontece no campo, na prática da aplicação da entrevista, lembrando uma situação em que, numa pesquisa, um entrevistador, logo no início do questionário, se depara com um informante aos prantos, por ter momentaneamente se conscientizado de sua condição de carência generalizada. Questiona: "O que fazer? Aplicar as outras dezenas de perguntas? Parar a entrevista e reportar o problema? Se o fizesse, até que ponto isso seria tomado como ineficiência ou queda de produtividade por parte da administração central da pesquisa?

Alessandro Pinheiro (também IBGE/Pará) defendeu maior participação das unidades estaduais do IBGE no planejamento teórico das pesquisas realizadas pela instituição e um trabalho de disseminação descentralizado e mais regionalizado, ressaltando que o IBGE, na condição de coordenador do sistema estatístico nacional, precisa desenvolver maior permeabilidade ao conhecimento que advém do trabalho de campo, regional, uma vez que todo conhecimento tem origem no conhecimento tácito, não necessariamente expresso e sistematizado, e fazendo eco ao trabalho apresentado por Maria Ângela, reforça que este conhecimento é fundamental para a obtenção de qualidade no resultado final do trabalho estatístico.

Sílvia Rocha (Fundação SEADE), demonstrou como o desenvolvimento de uma ferramenta de busca para a página da Fundação SEADE na internet foi o produto de um trabalho de entendimento e exploração das possibilidades dessa busca, reposicionando o papel da documentação na era da tecnologia da informação e da comunicação.

Carmem Feijó (pesquisadora do IBGE) falou sobre a relação entre as estatísticas oficiais e o interesse público refletindo cautelosa e detalhadamente sobre a responsabilidade dos órgãos públicos de estatísticas e a necessidade de reforçar a confiança do público nessa relação.

2.3 A importância da mídia na divulgação das estatísticas:

As palestras de Flávia Oliveira (jornal O Globo) e Francisco Santos (jornal Valor Econômico), procuraram abordar o que representa, para os veículos de comunicação e para uma instituição como o IBGE, uma

divulgação bem realizada, os problemas que ocorrem no dia a dia, a importância da informação estatística para a imprensa e da imprensa para a informação estatística.

Ambos elogiaram a iniciativa do embargo das pesquisas estruturais, o que, segundo eles, tem permitido um amplo aproveitamento pela imprensa dos resultados divulgados (o IBGE, dentro de padrões rigorosos de confiabilidade no embargo, disponibiliza previamente, após passar para o governo, as informações produzidas pelas pesquisas estruturais, o que permite maior aprofundamento e análise devido à concessão de maior disponibilidade de tempo para que os meios de comunicação trabalhem).

Na linha de que os pesquisadores têm que ter consciência de que só encerram a pesquisa que produzem quando ela for divulgada, Francisco Santos enfatizou que "(...) a repercussão das pesquisas é importante para todos os segmentos sociais, entretanto, creio que seja importante uma melhor organização do calendário de divulgação, o que facilitaria aos profissionais da mídia a absorção do conteúdo das pesquisas".

Uma das perguntas feitas pela platéia aos jornalistas foi sobre a rotatividade do profissional que realiza a cobertura. Reclamava-se de que, quando um jornalista começa a entender a natureza e a mecânica da informação estatística e das pesquisas, logo é substituído por outro. Flávia Oliveira, com a transparência necessária, declarou não poder dar uma resposta confortável porque é assim que a imprensa brasileira trabalha, essa é a prática desse mercado.

3. Uma percepção: um caso de miopia em comunicação[9]

A experiência de ter assistido e participado das palestras foi muito rica e, ao mesmo tempo, insólita. Após a experiência, ao juntar o quebra-cabeças das informações obtidas e das possíveis conexões correspondentes, começou a ficar nítido, para mim, o fato de que as instituições estatísticas, logo elas que tanto ajudam o mundo a enxergar a realidade que retratam, parecem sofrer de um altíssimo grau de miopia, ao restringirem a comunicação, no seu trabalho atual, apenas à condição de ferramenta para a divulgação e estimulação do uso da informação estatística, àquilo que historicamente nomearam como sendo disseminação.

Certamente, no século passado, atendendo a todas "as microdemandas por informações" que motivavam a sua colocação "seja em meio impresso, seja em meio magnético", quando a divulgação era pensada a partir "da estruturação, elaboração e a utilização dos acervos" para atender à sociedade, "seja por um movimento de re-ação, quando por ela procurado, seja por um movimento de pró-ação, quando se a procura",[10] (Senra, 1993: 15) cabia acomodar a divulgação da informação estatística à visão clássica da economia, em que a produção serial das informações, dependentes de um saber meramente informático-estatístico, seriam estocadas (o acervo) e disseminadas (distribuídas) obedecendo aos fluxos e defluxos decorrentes da tensão entre a oferta e a demanda.

Rosa Porcaro, pesquisadora no IBGE e doutora em ciência da informação pela ECO/UFRJ, na apresentação de um artigo elaborado a partir de sua tese de mestrado "A informação estatística oficial na sociedade da informação: uma (des)construção" analisa como o choque paradigmático que a nova noção de sociedade da informação e as tecnologias de informação e de comunicação têm afetado o sistema de informações estatísticas oficiais.

> O artigo tem por objetivo discutir como as grandes transformações que marcam a sociedade contemporânea se refletem na pertinência das informações estatísticas oficiais, consubstanciadas no denominado Sistema de Informação Estatística. A configuração social atual, em transformação, é focada sob o ângulo da abordagem da sociedade da informação. Questiona-se, então, se as transformações apontadas por este recorte interpretativo são passíveis de serem apreendidas com o arcabouço conceitual-metodológico dos atuais levantamentos estatísticos construído e consolidado para "retratar" a sociedade capitalista industrial moderna de escopo nacional, dos pós-guerras, hoje completamente modificada (Porcaro, 2001).

Se considerarmos a trilogia pesquisador/entrevistador/informante, que compõe a célula básica da informação estatística, existe, nesse âmbito, uma caixa fechada. Pelo que a cultura estatística (pelo menos a

nacional) indica, ainda permanece intocada e, talvez, se pretenda intocável à aproximação de uma proposta de trabalho multidisciplinar que inclua, por exemplo, o saber comunicacional. Exatamente no momento em que se precisa obter a informação, quando, para isso, é utilizado um processo de interação comunicacional visando coletar com qualidade a unidade básica da informação estatística, qualidade essa que será o alicerce de tudo o que se vai processar e analisar, não existe qualquer interferência profissional de comunicação e as questões dessa interação, as formulações dos enunciados, a orientação do momento presencial, ficam geralmente entregues à intuição e à logotecnia do estatístico-pesquisador.

O entrevistador (que não é o pesquisador) aplica um questionário com perguntas elaboradas pelo pesquisador de forma a obter do informante a informação mais exata possível segundo o que definiu o pesquisador. Na elaboração do questionário a ser aplicado na pesquisa, tentam-se construir enunciados através das perguntas formuladas (estruturas de informação/significação) de forma a reduzir ao máximo as possibilidades de ressignificação por parte do entrevistador e do informante e obter a resposta que corresponda à possibilidade de obtenção do dado mais exato (sob o ponto de vista estatístico) possível. Na verdade, a grande meta do pesquisador tem sido, usualmente, a de transformar a figura do entrevistador em um robô, um ser automatizado, programado para a obtenção de respostas objetivas.[11]

Paradoxalmente, o que se pôde constatar através da apresentação de Maria Angela (O IBGE bate à porta: vivência e perspectivas dos que trabalham na coleta), grande parte da qualidade da aplicação da pesquisa tem sido decorrente da capacidade de manejo do próprio entrevistador, que estará inevitavelmente colocado em um confronto de subjetividades. Quando o entrevistador/sujeito apresenta o enunciado de uma pergunta para a obtenção de uma resposta, produz sentido/significado para um informante/sujeito e quando o informante responde, estaremos armazenando dados para produzir outros sentidos, uma vez que o que se pretende na ação de pesquisa não é a obtenção ou a tabulação de dados, nem tão pouco a construção de acervos estatísticos modelares, diante dos quais se faça reverência, mas, a partir dessa ação, proporcionar o entendimento de sentidos, ampliando as possibilidades de percepção dos significados que orientem cursos de reflexão e de ação (tomadas de decisão) vetorizados pela ética e pela cidadania.

Através das informações estatísticas possíveis de serem construídas a partir dos dados obtidos, "lemos" o mundo e, com base nesse entendimento, nele interferimos.

A obtenção dos dados será sempre dependente da instrumentalização técnica de uma situação interacional e, portanto, comunicacional. Como conceber um processo de comunicação em que se queira destituir as subjetividades quando o que se pretende é a obtenção de dados que serão tão mais ricos quanto mais representarem as subjetividades? Trata-se de uma questão conceitual, filosófica mesmo, que poderá modificar muito essa área de trabalho nos próximos anos. Vimos que é a habilidade do manejo entrevistador/entrevista na relação de sujeitos, que, quando realizada com objetivos e com a técnica adequados, poderá proporcionar objetividade e qualidade.

Ao contrário do que o pensamento estatístico convencional vem pregando, não é a anulação do sujeito/subjetividade que enriquecerá a pesquisa, mas a clareza na definição de objetivos, a aplicação de metodologia estatística adequada e o cuidado com a qualidade técnica no momento interacional/comunicacional com o informante (que inclui o enriquecimento do trabalho com os saberes de ciências humanas, principalmente de comunicação, por ser, notoriamente, uma área de saber multidisciplinar). "A informação ganha sua existência tão-somente no plano de quem a recebe e não no plano de quem a emite... a informação é da ordem da subjetividade, enquanto o dado é da ordem da objetividade" (Senra, 1994: 40).

A legitimidade da informação estatística, no mundo de hoje, só acontece com a percepção da sua utilidade e a conseqüente utilização, principalmente quando essa informação é gerada por um órgão público de Estado, mantido com recursos públicos, através do imposto pago pelo contribuinte. E a disponibilização dessa informação vai se dar através da elaboração de formatos (mensagens) de acordo com as operações de mixagem de meios (mídia) para torná-la comum (para que todos possam "comungar" da mesma informação – dispor em comum, comunicação).

A própria definição das pesquisas a serem realizadas e de como o serão, dependem de informações proporcionadas por uma interação comunicacional permanente com os diversos setores da sociedade, da compreensão da sua dinâmica, da sua cultura, das demandas por infor-

mações para retratar a realidade, para que possa ser melhor acompanhada, para que nela se possa intervir através de iniciativas bem orientadas na área organizacional pública, privada, acadêmica ou não-governamental. E aí devem ser considerados os processos sociais, econômicos, ambientais, o que pressupõe um complexo e sistemático processo de comunicação.

Pode-se dizer que está configurado um marco divisório em duas épocas distintas, que definem duas maneiras diversas de trabalhar com a informação estatística:

- *a era da produção/disseminação:* a informação estatística regida pela lógica econômica e regente da lógica econômica, que pretende apenas e radicalmente retratar a realidade de forma objetiva e obter o seu prestígio institucional pela cadeia de valor do pensamento econômico;

- *a era da comunicação:* o caminho para o entendimento e a intervenção no meio-ambiente humano, o que inclui o saber econômico, mas não se deixa confinar pelo pensamento exclusivamente econômico – a informação estatística tem um compromisso com o exercício permanente da cidadania e para isso é necessária uma verdadeira "ecologia da informação".

Mas não será pouca e nem tão breve a capacidade de resistência ao óbvio, à evidência, se ponderarmos sobre a máquina bur(r)ocrática que orquestra a produção estatística no mundo.

> Embora as Agências Estatísticas reconheçam as transformações em curso, este reconhecimento é, na maioria da vezes, genérico e difuso, sem a devida reflexão de como tais transformações relacionam-se com os modelos conceituais de construção das estatísticas oficiais. Esta reflexão é difícil de ser enfrentada pelo sistema, dado seu pressuposto constitutivo de harmonização das diferenças, e não da explicitação delas. Há que se considerar, ainda, ser este um campo de conhecimento especializado, formado por produtores e consumidores desse tipo particular de conhecimento, o que fecha a discussão entre pares. Esta se realiza, na maioria das vezes, sob a coordenação dos organismos internacionais encarregados das padronizações de conceitos e de procedimentos metodológicos e operacionais

> e/ou sob orientação de institutos técnicos-científicos altamente especializados em metodologia estatística, como o *International Statistical Institute e seus órgãos complementares (a International Association of Survey Statisticians* - IASS e *a International Association for Official Statistics* - IAOS*, entre outros).*
>
> Com esse fechamento do sistema em si mesmo é quase inexistente a articulação e a interação com outras áreas envolvidas com a dinâmica das mudanças atuais, seja o campo do conhecimento formalizado (que vem elaborando novas abordagens de se ver o mundo), sejam os próprios agentes econômicos e atores sociais, que vêm produzindo tais mudanças. Assim, pouco se tem caminhado na discussão da inserção das estatísticas no novo cenário econômico-social (Porcaro, 2001).

4. A espetacularização da informação estatística

Até aonde pude observar através da CONFEST/CONFEGE, a comunidade estatística internacional encontra-se fascinada pelos novos recursos tecnológicos de informação e comunicação e a instituição coordenadora do sistema estatístico nacional, o IBGE, paralelamente a isso, vive uma fase de hipnose e euforia em decorrência da espetacularidade obtida através da exploração da dimensão noticiosa massiva da informação estatística, em decorrência do que a instituição conseguiu em termos de visibilidade através de um trabalho bem articulado de relacionamento e da definição de uma política de trabalho com a grande imprensa brasileira, um desdobramento natural de um grande esquema de imprensa articulado para a divulgação do Censo 2000, que permanece até hoje.

> A transformação na divulgação das estatísticas do IBGE se alastrou pelos corredores da instituição mobilizando praticamente boa parte dos departamentos. A inserção do IBGE nos noticiários aumentou a demanda e a disseminação das pesquisas, contribuiu com a credibilidade e a legitimidade do Instituto, facilitou a coleta de informações na pesquisa de campo e forneceu ingredientes

para melhorar a linguagem e a qualidade do atendimento ao público, sem falar na busca de recursos e apoio para a instituição (Fonseca, 2005: 127).

4.1 A assessoria de imprensa

A apresentação dos jornalistas Flávia Oliveira e Francisco Santos serviu como uma boa vitrine de como os jornalistas entendem a comunidade estatística e vice-versa. Lá pude obter mais visibilidade sobre o que é entendido, hoje, como comunicação social na instituição que coordena o sistema estatístico nacional.

A divulgação da informação estatística tem sido realizada, em nosso país, dentro da lógica do espetáculo que rege os meios de comunicação de massa. No caso da informação produzida pelo IBGE, trata-se de uma informação com credibilidade, informação "com marca", uma grife informativa, produzida por uma instituição que desfruta de um conceito técnico reconhecido internacionalmente e, o que é importante, mantida pelo imposto do contribuinte, produzindo noticiário de primeira sem qualquer grande custo direto.

Os aspectos de referencialidade noticiosa e a aura de credibilidade que cercam esse tipo de informação acabam se transferindo e contaminando a percepção que o grande público tem da própria imprensa, de maneira mais absoluta. Ao trabalhar com a chancela do IBGE, os meios e veículos de comunicação, de certa forma, desenvolvem a percepção de estarem cumprindo o seu papel noticioso, de estarem realizando a sua missão informativa e o seu compromisso em "dizer a verdade", em noticiar o fato-país.

No Brasil, de 1990 para cá, assistir ao noticiário tem sido uma experiência de alto teor ficcional. Atualmente, é mais fácil uma mensagem telenovelística gerar credibilidade do que as mensagens pautadas editorialmente A credibilidade da informação estatística ajuda a neutralizar a falta de credibilidade que o público, hoje, tem com relação a quase tudo o que a grande imprensa publica. Divulgar a informação produzida e chancelada pelo IBGE, para a grande imprensa, representa uma espécie de blindagem, é como reiterar de maneira ressonante para os seus leitores, telespectadores, ouvintes: "eu sou um veículo que

trabalha com isenção, estou noticiando, é verdade o que publico/divulgo, você pode sempre confiar em mim, repare a informação precisa, inquestionável e objetiva que estou te oferecendo".

O professor Marcos Alexandre (FACHA) e a jornalista Renata Fernandes trabalham, de uma certa forma, um conceito que pode ser entendido como o de faixas de modulações, de graduações manipulativas na imprensa, no trabalho "O poder hoje está na mídia", publicado na Revista Comum nº 26, que situa muito bem o esquema operativo aplicado ao noticiário na interseção entre o jornalismo, o fato e a ocultação da verdade.

> O público é cotidiana e sistematicamente colocado diante da realidade artificial criada pela imprensa e que se contradiz, se contrapõe e freqüentemente toma conta da realidade real que ele vive e conhece. Afinal se dá a manipulação da informação, através da manipulação da realidade.
> Mas não é todo material publicado que é manipulado pela imprensa. Se isso acontecesse, a imprensa se autodestruiria e sua importância seria reduzida. Essa manipulação também não é um fenômeno que ocorra esporadicamente, se isso fosse verdade os efeitos seriam insignificantes (Alexandre e Fernandes, 2006: 157).

Quando os meios de comunicação recebem o kit de informações com os resultados de uma pesquisa, em que é observada a antecedência prevista na política de embargo, e começam a trabalhar as matérias que serão veiculadas na grande imprensa, selecionam as imagens, entrevistam o pesquisador do IBGE responsável pela condução da pesquisa, fazem as fotos, tudo isso orientado por critérios editoriais.

A seleção das pessoas (a tradicional ilustração das matérias com "personagens") selecionadas, como falam, como se vestem, a aparência que têm, o contexto, o ritmo, as imagens que são mostradas, a pré-produção das fotos, tudo isso estabelece um resultado final que opera na manipulação das percepções introjetadas a partir de uma realidade supostamente objetiva, respaldada pela referencialidade estatística.

Seguindo a linha de análise do trabalho de Marcos Alexandre e Renata Fernandes, não é um discurso da realidade, mas sobre esta (no

sentido de prótese, uma outra realidade sobreposta àquela que pode ser diagnosticada através dos dados, da "retratação da realidade") uma construção discursiva arquitetada, sujeita aos valores que norteiam a grande imprensa, com todas as suas formas mais usuais de manipulação (ocultação, inversão, fragmentação e indução) do fato-jornalístico mercadoria que atendem às demandas cada vez mais complexas estabelecendo uma "ecologia da informação" "em que os veículos funcionam como máquinas de propaganda a serviço do mais poderoso, revelando total falta de compromisso com a verdade e com o bem-estar da comunidade"! (Alexandre & Fernandes, 2006: 164). "Estamos vivendo duas histórias distintas: a de verdade e a criada pelos meios de comunicação. O paradoxo, o drama e o perigo estão no fato de que conhecemos cada vez mais a história criada pelos meios de comunicação e não a de verdade (Ryszard Kapucinski).[12]

Pode-se evidenciar essa operação na captação das imagens dos próprios pesquisadores da instituição em que a manipulação se evidencia através da pré-produção do ambiente de trabalho, da roupa desse pesquisador e o cenário de fundo, em que geralmente a imagem que aparece como suposto prédio do IBGE é a do famoso edifício Metropolitan, da avenida Chile, centro nevrálgico da iniciativa empresarial do Rio de Janeiro. No edifício, uma das edificações pós-modernas mais conhecidas da cidade, onde o IBGE mantém cerca de 15 andares alugados, onde fica localizada o departamento de pesquisa e a imagem que geralmente fica é que ali é o IBGE.

Na verdade, a instituição não possui uma sede à altura da expressão do trabalho que realiza, tem sérias dificuldades orçamentárias e, por isso, não consegue reunir todo o seu pessoal técnico e administrativo em um único local, no Rio de Janeiro. Mas o prédio é vizinho das sedes do BNDES, da Petrobras, do Centro Cultural da Caixa Econômica, da Catedral do Rio de Janeiro e a percepção que se quer produzir é sutilmente trabalhada: o primo-pobre, responsável pela produção dos indicadores que retratam o país e vão orientar as políticas públicas, desenvolve uma formação reativa ao seu conceito de inferioridade, um traço muito freqüente da cultura da administração pública brasileira, não quer se mostrar tão pobre assim, a sua realidade precisa ser atenuada para não gerar desconforto ao *management* da coisa pública (*res-publica*).

O grande eixo em torno do qual o trabalho de assessoria de imprensa, no IBGE, se orienta, é a disponibilização da informação/notícia/novidade para a grande imprensa, por meio do estabelecimento e da manutenção permanentes de uma relação com os principais órgãos de imprensa do país: o IBGE é um provedor de conteúdo para o noticiário e a referencialidade estatística desse conteúdo funciona como uma espécie de âncora para a modulação do imaginário nacional através da grande mídia.

O trabalho é realizado por uma assessoria de imprensa interna, extremamente eficiente, diretamente subordinada à presidência da instituição, com o nome de "coordenação de comunicação social".

4.2 A "webestialização"

De certa forma, as apresentações sobre as tendências futuras da disseminação já apontavam para o conceito de comunicação. Porém, o que mais me incomodou nestas apresentações é que, com a exceção do *Statistics Canada*, que apontou para um programa integral e sistematizado de educação desenvolvido ao longo de 25 anos, o que se apresentou como "tendências futuras da disseminação" foram dispositivos técnicos de configuração da informação estatística na web. O futuro da disseminação seria, então, determinado pelo ajustamento da divulgação estatística e geográfica às novas possibilidades oferecidas pelas ferramentas tecnológicas da informação e comunicação.

O deslumbramento com a tecnologia é uma síndrome comum nas organizações em geral, no que subjaz uma idéia de evolução e de ajustamento ao futuro, ao conferir certa ilusão de que se esteja vivenciando a condição de passageiro da pós-modernidade ou da modernidade tardia. Ao largo desse furor tecno-ilógico, aspectos conceituais, capazes de perceber e de promover a mudança de práticas ultrapassadas, mas viciadas, o que seria o produto de uma reflexão séria e mais abrangente, costumam ser colocados à parte, a serem considerados como um entrave à velocidade de implantação dos novos dispositivos tecnológicos.

> O fechamento na visão tecnicista das mudanças tecnológicas dificulta o entendimento dos avanços culturais inerentes ao caráter estruturante da informação, en-

> tendida como novo "recurso intelectual", novo "capital cognitivo" (Mattelart, 2006: 235).
> Hoje em dia, aceita-se como válida a idéia de que vivemos em uma sociedade do conhecimento. A crise contemporânea seria justamente a de como transformar informação em conhecimento. Mais informações deveriam representar mais oportunidades para a compreensão do mundo. Mas isso não é o que ocorre na prática (Agner, 2006: 57).

Parece haver um entendimento de que agora, através das tecnologias de informação e comunicação, da relação com o informante à "disseminação", tudo estaria virtualmente resolvido. Só se for virtualmente, porque se migrarmos a coleta de dados para a *web* sem procurarmos entender detalhada e profundamente boa parte do que acontece, hoje, no trabalho de coleta, sem olharmos com seriedade para essa unidade mínima de encadeamento comunicacional, entrevistador/informante, viabilizadora da obtenção da informação estatística com qualidade, cabe refletir sobre o quanto nos distanciaremos da missão de "retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento de sua realidade e ao exercício da cidadania"[13].

O perigo que se configura, em um país com as características do Brasil, e isso vale para todas as instituições estatísticas, inclusive e principalmente para o IBGE, é enveredarmos para uma grande pirotecnia informacional *webestializada*, uma produção de fetiches pseudo-informativos para atenuar, através da lógica do espetáculo, a ausência de um projeto realmente integral como o do *Statistics Canada*, com 25 anos de existência, radicalmente voltado para a educação, formando hoje o usuário que será o informante de amanhã, desenvolvendo uma cultura de utilização da informação estatística, uma ação preexistente ao surgimento da *web*.

Para se ter uma idéia mais aproximada da nossa realidade, até meados dos anos 1990, o principal veículo empregado pelas agências estatísticas estaduais para disseminar as informações era a publicação de calhamaços de 300 a 500 páginas, os tradicionais Anuários Estatísticos (Januzzi e Gracioso, 2002: 16).

Se considerarmos a dívida interna do Estado brasileiro com a educação, as dimensões do que existe na conta do "por fazer", se observar-

mos os nossos tomadores de decisão, tanto nas organizações públicas como privadas, o que acontece na academia, a falta de preparo dos dirigentes, dos nossos políticos, devemos temer o quanto a *webestialização* poderá produzir de prejuízo e distanciamento à formação de uma cultura de convívio, aprendizado e utilização da informação estatística georreferenciada. E o pior é que isso acontecerá a bordo do paradoxo do simulacro de uso da tecnologia da informação, trazendo danos a um dos mais importantes patrimônios público do Estado nacional brasileiro: a qualidade da informação estatística.

> O preocupante, e inclusive escandaloso do ponto de vista ético, é que a distância entre as promessas baseadas nas tecnologias digitais e seus usos reais, em proveito da felicidade de todos os humanos, não deixa de aumentar dia após dia. A obsessão pela inovação técnica não guarda relação com a potencialidade das inovações sociais (Mattelart, 2006: 245).

5. O que, na minha opinião, precisaria ser feito

Pensando nas informações recebidas através do evento do qual participei e fazendo uma análise estrutural do trabalho de comunicação atualmente desenvolvido pelo IBGE, constata-se uma total esquizofrenia com relação à organização estrutural dos núcleos produtores de divulgação ou disseminação de informações.

Não existe um pensamento orgânico, integral, da atividade de comunicação como um todo, e esta se encontra distribuída em diversos setores da instituição, com os mais diversos nomes e alocações funcionais: disseminação, *marketing*, assessoria de imprensa, comercialização, gerência *on line*, promoção, vídeo, etc. Todos os núcleos de trabalhos de comunicação aqui relacionados são regidos de forma personalista, constituindo-se em verdadeiros "feudos pessoais" que mantém, entre si, um convívio relativamente amistoso em face do pacto implícito de produzirem uma dinâmica de trabalho para que tudo possa continuar assim, para que tudo possa se manter inalterado o máximo de tempo possível, talvez indefinidamente.

Paralelamente, a hipnose do espetáculo da grande mídia de massa, alimenta o ego institucional, faz com que a assessoria de imprensa tenha uma designação hegemônica de comunicação social e obtenha reporte direto à presidência da instituição.

É interessante assinalar que, por diversas vezes, a informação produzida pelo IBGE e divulgada na grande mídia, se vê contestada pelo principal cliente – o governo. São diversos exemplos, mas só para citar alguns mais graves e ainda recentes, começo por lembrar de 2002, logo quando entrei no IBGE, por ocasião da divulgação de um índice da Pesquisa Mensal de Emprego que teve a sua metodologia contestada pelo senador Aluisio Mercadante.

Mais adiante houve ainda outro susto (ou surto?) maior, proporcionado pela divulgação da 2ª Etapa da Pesquisa de Orçamentos Familiares, no final de 2004, quando foi diagnosticado o fato de que 40,6% da população adulta pesava mais do que deveria e isso estaria diretamente associado à má nutrição e ao consumo exagerado de gordura.

Nesse caso, o questionamento foi realizado pelo próprio presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, uma vez que os resultados se chocavam com a metáfora de campanha que acenava para uma legião de famintos a serem atendidos pelo programa Fome Zero, então ponto de honra do governo.

Na ocasião, entrevistado pela rede de televisão brasileira, Lula rechaçou o resultado da pesquisa, ao declarar que conhecia como ninguém o constrangimento da pobreza e da fome, que nenhum pobre faminto declararia que estava com fome para institutos de pesquisa como Ibope ou Datafolha. No dia seguinte foi preciso o âncora da Rede Globo noticiar que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, esclarecia que, nesse tipo de pesquisa, seguia os padrões internacionalmente aceitos, utilizando para isso o acompanhamento do orçamento familiar, balança e trena.

Outro choque aconteceu recentemente, na virada de agosto/setembro 2006, tendo coincidido com a semana do evento Confest/Confege, quando o ministro do trabalho, Luiz Marinho, questionou os números não muito favoráveis ao governo, divulgados pela Pesquisa Mensal de Emprego. “Eu não sei aonde o IBGE arranjou estes números”, foi a afirmação do ex-sindicalista ministro, questionando a metodologia utilizada pelo IBGE (que segue padrões internacionalmente aceitos e, no

caso, considerou as seis principais regiões metropolitanas) e que fora informado de que teria havido aumento de emprego no campo *(sic)*.

Diante deste cenário em que o próprio poder público questiona levianamente a credibilidade da informação obtida graças aos recursos do contribuinte, informação que existe para orientar a adoção de políticas públicas que gerem benefícios para a população e não para legitimar politicamente governos estabelecidos (ou apenas para abastecer de informações agências internacionais, Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional ou Organização Mundial do Comércio), vê-se o quanto ainda temos que caminhar para que se possa, nessa atividade, contar com um amadurecimento institucional que produza maior respeitabilidade e reconhecimento por parte do poder público e, consequentemente, de toda a população brasileira. E tenho absoluta certeza de que isso não será obtido através da lógica do espetáculo.

Tendo em vista o gigantesco trabalho de um programa de educação a ser desenvolvido no país, formando hoje o usuário/informante da informação estatística georreferenciada de amanhã, que poderá vir a ser um(a) gestor(a) empresarial do setor público ou privado, um(a) professor(a), um(a) líder comunitário(a), um(a) secretário(a) de estado, um(a) prefeito(a), um(a) deputado(a), um(a) presidente da república, um(a) senador(a) ou ministro(a) etc., etc., precisaria ser desenvolvido um trabalho de justaposição de todas as partes que produzem a comunicação do IBGE em um só espaço, definindo uma política de comunicação para a instituição (política de Estado e não de governo).

A comunicação, em uma instituição dessa natureza, não pode se refugiar em ilhas organizacionais funcionando como *bureaus* de serviço. Precisa se aglutinar para trabalhar os vasos comunicantes da instituição, ajustar percepções em todos os níveis, ter poder para interferir. Deve, necessariamente, ser uma diretoria que possa integrar e integralizar a inserção institucional da produção estatística georreferenciada brasileira no século XXI, segundo consta, o século da informação e da comunicação, alterando substancialmente o paradigma cultural da disponibilização da informação estatística como mera "disseminação". Há necessidade de interferir em todo o processo de trabalho, da obtenção da informação à sua disponibilização nas diversas mídias.

O principal público-alvo de um trabalho sério e conseqüente, hoje, no Brasil, para a informação estatística georreferenciada, encontra-se na principal mídia através da qual essa mensagem precisa ser trabalhada, introjetada e assumida como uma nova forma de cultura: a sala de aula. Na matriz da tradicional sala de aula, com ou sem recursos neomidiáticos de tecnologia de informação e de comunicação, utilizando o recurso mais atual e o mais convencional, da televisão digital ao quadro negro e ao álbum seriado, aproveitando o jornal que estava sendo jogado fora e que contém a tradução da informação estatística trabalhada pelos jornalistas, ou as embalagens de papelão ondulado que podem ser bons suportes de materiais a serem utilizados como apoio, precisamos urgentemente construir a percepção da utilidade de uma informação que estabelecerá, na sua utilização, a existência, no imaginário desse público, de um conceito de nação, apoiando a formação do estudante de todos os níveis e de todos os locais do país.

Essa é que seria a verdadeira continuidade do trabalho que foi iniciado no Censo 2000, coerente com a missão institucional que, na virada do século, foi assumida pelo IBGE, coordenador do sistema estatístico nacional: "Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania".

Estamos diante de uma empreitada que já começaria com um grande atraso e que depende, a médio e longo prazos, da formação de agentes comunicadores em sintonia com a natureza e o vulto da proposta e do desafio. É trabalho para uma vida inteira. Trata-se do atendimento a uma demanda que, em termos de cidadania, não se explicita por si, mas que repousa no anonimato de muitas sobrevidas viabilizadas por um programa assistencial da vez, do tipo Bolsa Escola, Bolsa Família ou Fome Zero, a grande massa de brasileiros que só conseguem, de forma hábil e com tanta força de vontade, construir algum sentido na sua experiência de trocas informais no plano comunitário, onde ainda pode-se dormir o sono tranqüilo dos que não precisam ter a consciência de que, no plano societário, só lhes resta a utilidade de pagarem impostos e serem transformados em mais um dado estatístico a ser analisado ou, talvez, manipulado.

6. A segunda miopia está associada a uma utopia: a proposta de uma reorientação no ensino da comunicação

Com base na experiência relatada, o professor-aprendiz fez a seguinte reflexão: ingressei no IBGE através de concurso público realizado em 2001 para atuar na área de publicidade e promoções. Tal como entrei, um aluno recém-formado, preparado por mim e pelo atual curso de comunicação, poderia ter entrado. Penso no que faria esse aluno, utilizando como instrumento de trabalho e entendimento da instituição, a sua formação meramente técnica, aprendida na faculdade.

Certamente, diante da complexidade de cada problema, a sua jornada de trabalho aconteceria tal como a performance de um carro de autopista, batendo e desviando, movido pelo recuo a cada batida efetuada, visualizando a solução de todos os problemas de "disseminação" do IBGE através de um anúncio, de um cartaz, ou da matéria jornalística, da mensagem colocada no portal, na *web*, de uma promoção, de um evento. E o que estou descrevendo não é uma situação exclusiva do IBGE, o local da minha atual experiência, porque ao longo de 30 anos como profissional com atividades técnica e acadêmica, o grande desafio, estando na agência de publicidade, na produtora ou na empresa multinacional sempre foi, desde quando iniciei, entender as organizações para poder realizar as interfaces necessárias para produzir qualquer trabalho na área de comunicação, o que não se obtém pelo fato de "saber elaborar o anúncio, a matéria jornalística ou o evento", mas da capacidade de entendimento do todo, de "ler" o processo comunicacional.

Sem uma visão mais global de comunicação, o aluno, seguindo a orientação tecnicista que contamina os cursos de comunicação do país, seria um jornalista, um publicitário ou um relações públicas e estaria pronto para realizar as tarefas características de sua área, ou seja, totalmente perdido no emaranhado da esquizofrenia das fontes de demanda de trabalho de comunicação no *corpus* institucional e do que precisa ser feito para revertê-la.

E aí tive a exata consciência da necessidade de radicalização do slogan da FACHA, o tão conhecido "Quem pensa faz melhor". Nessa linha de raciocínio, aponto a segunda miopia, a orientação comumente utilizada na formação em comunicação: este não poderia ser um curso de quatro

anos e muito menos de dois, como o *business* do ensino de massa, que está abastardando a formação em comunicação no país, quer nos impor.

Comunicação deveria ter uma prova, tal como os advogados fazem a deles, sob o controle da Ordem dos Advogados do Brasil – OAB, em que o aluno precisaria atingir uma nota 6 ou 7 como comunicólogo e só os aprovados poderiam fazer mais um ano ou um ano e meio de especialização na profissão escolhida. Deveria haver uma OCB – "Ordem dos Comunicólogos do Brasil", fiscalizando isso. Para pretender uma especialização de comunicador o aluno de comunicação precisaria se instituir como comunicólogo.

Em quatro anos formar-se-ia o comunicólogo, a partir de conhecimentos fundamentais indispensáveis (filosofia, antropologia, arte, sociologia, psicologia, ética, português, etc.) para o entendimento do fenômeno da comunicação. O resto seria especialização técnica, que muda a todo momento, e agora, com o advento do cenário de convergência e interatividade digital, mudará com uma velocidade e uma radicalidade muito difícil para que qualquer experiência laboratorial acadêmica, no Brasil de hoje, possa acompanhar.

Essa mudança de mentalidade quanto à estrutura de curso e a relação ensino/aprendizagem em comunicação social, se realizada, seria o início da desmontagem do cenário de "marcusvalerização" que vem orientando as relações que conduzem as atividades e o seu mix de especializações, segundo núcleos de perversidade e manipulação, desde o governo da revolução, passando pela abertura, era Collor, FHC e, agora, Lula.

A própria instituição dos cursos de comunicação social, desde quando estes surgiram no Brasil, escondeu-se na dificuldade da definição do seu objeto de estudo, e serviu como refúgio para interesses, acomodações e válvula de escape para egressos de todas as áreas. Comunicação foi um curso que, na década de 1970, ao longo dos piores anos da ditadura militar, se instituiu como espaço de todos, como ponto de fuga, e acabou sacrificando a definição do seu objeto de estudo, da sua pertinência entre os outros saberes de ciências humanas.

O cenário está, finalmente, se modificando. A hora, agora, pode ser a do aproveitamento de uma boa oportunidade de *quem pensa fazer melhor.*

7. Conclusão

Não precisamos da tecnoutopia a que estão querendo nos sujeitar, vetorizada pelo extermínio das formas de inteligência, reflexão e construção de conhecimento. Se prosseguirmos nessa direção estaremos (de)formando hoje o profissional de ontem.

Poderíamos, sem dúvida, seguindo uma visão pragmática típica do nosso neo-feudalismo-liberal anular as fronteiras, modificar as regiões do país, transformar áreas do território nacional em condomínios globalizáveis e adotar outro idioma. Pronto, estaria tudo fácil e rapidamente resolvido, acabando de vez com este conceito de República pelo qual tanto lutamos.

Ao contrário, dependemos, com urgência, da construção de uma utopia enraizada na realidade brasileira, revalorizando o legado que nos deixaram pensadores como Darcy Ribeiro, Sérgio Buarque de Holanda, Gilberto Freire, Glauber Rocha, entre tantos. Temos uma cultura, temos a nossa mitologia e temos demonstrado uma grande habilidade no manejo da mídia nesse país. Os nossos produtos televisivos, por exemplo, já estão no circuito das trocas internacionais, são exportados e levam consigo o nosso rosto, a nossa fala, a nossa expressão, os nossos valores. Fazemos a melhor telenovela do planeta. O nosso cinema dá sinais de extrema vitalidade. Ainda em circuito restrito, ao sabor das desigualdades sociais, temos demonstrado habilidade no convívio com a *web* e os espaços de inserção vêm sendo trabalhados por iniciativa da sociedade, ou melhor, das comunidades.

Não se trata aqui de um neo-nacionalismo, mas o que está em questão, a rigor, é o próprio conceito de nacionalidade, de um modo de ser, que pode e deve circular com a legitimidade e a qualidade indispensáveis no trânsito nos fluxos comunicacionais.

Concluindo a breve e fugaz reflexão, na impossibilidade de fazer a comunicação que o IBGE necessita, o que poderá demorar dois anos, duas décadas ou, ainda, nem acontecer, e na impossibilidade de trabalhar da maneira que acho mais acertada para formar, hoje, o profissional que a atividade de comunicação já está demandando no presente (o meu texto/depoimento é uma constatação desse fato) fica o exercício de reflexão a ser publicado em um espaço onde o pensamento pode, ainda, pretender encontrar algum retorno, se considerarmos o seu público-alvo: a minha querida revista **Comum**, no caso a de nº 27 (27 é

carneiro, vou apostar no jogo do bicho; contemplando esse ícone, escolho a simbologia ritualística do sacrifício e da oferenda e nunca a do silêncio ou da subserviência).

> Aqui, contudo, reside a tarefa de qualquer pensamento filosófico: ir ao limite das hipóteses e dos processos, mesmo que eles sejam catastróficos. A única justificativa para pensar e escrever é que isto acelera estes processos terminais. Aqui, além do discurso da verdade, reside o valor poético e enigmático do pensamento. Pois, diante de um mundo que é ininteligível e problemático, nossa tarefa é clara: precisamos tornar este mundo ainda mais ininteligível, ainda mais enigmático (Baudrillard, 2001: 89).

Notas

1. Apresentação do evento no catálogo oficial do "II Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais", p. 3.
2. Idem, pp. 4, 5.
3. Ibidem, p. 5.
4. Foram assistidas as seguintes apresentações:
- "Tendências futuras da disseminação nas instituições produtoras de informações estatísticas e geocientíficas – Gapminder Foundation – palestrante: Hans Rosling - Institutionen För Folkhälsovetenskap (PHS); (22/8/06);
- "Tendências futuras da disseminação nas instituições produtoras de informações estatísticas e geocientíficas" - Australian Bureau of Statistics – palestrante: Geoff Lee - Australian Bureau of Statistics – ABS; (23/8/06);
- "Disseminação e Educação" – palestrantes: Rosemary Campbell e Louis Boucher - Statistics Canada; (24/8/06);
- "Sociologia das Estatísticas" – palestrantes: Maria Angela Gemaque Álvaro - IBGE/Unidade Estadual do Pará, Alessandro de Orlando Maia Pinheiro – IBGE/PA, Sílvia Gagliardi Rocha - Fundação SEADE e Carmem Aparecida do Valle Costa Feijó – IBGE, tendo como debatedor Nelson de Castro Senra - IBGE/Centro de Documentação e Disseminação de Informações; (25/8/06).
- "A importância da mídia na divulgação das estatísticas" – palestrantes: Flávia Oliveira (jornal O Globo) e Francisco Santos (jornal Valor Econômico)
Coordenação: Luiz Mário Gazzaneo - IBGE/Coordenação de Comunicação Social
Palestrante(s): Flávia Oliveira - O Globo / Francisco Santos – Valor Econômico.
5. www.gapminder.org
6. www.abs.gov.au
7. www.statcan.ca

8. O professor Nelson Senra, pesquisador no IBGE e professor do programa de mestrado da Escola Nacional de Ciências Estatísticas, do IBGE, onde leciona a disciplina de Sociologia das Estatísticas, é autor de diversos trabalhos na área, dentre eles, *O saber e o poder das Estatísticas e A história das estatísticas brasileiras* (este uma série de 4 volumes, cujo primeiro já foi lançado, apresentando um recorte de 180 anos da estatística nacional) ambos editados pelo IBGE.
9. O entretítulo é uma paródia a *Marketing Myopia*, de autoria do então professor da Universidade de Harvard, Theodore Levitt, publicado na edição de julho/agosto de 1960 na revista Harvard Business Review, considerado pela própria revista como um dos 16 artigos mais importantes da sua história.
10. Faço aqui um jogo de recortes com o que foi definido como a dimensão teórico-conceitual da disseminação da informação estatística no trabalho *Pensando a disseminação de informações (o caso do IBGE),* de autoria de Nelson Senra, publicado no terceiro exemplar da série Documentos para Disseminação, 2ª ed. Rio de Janeiro: IBGE, Centro de Documentação e Disseminação de Informações, 1993.
11. Estou me valendo, nesse breve e pretensioso recorte de um problema tão complexo, de uma rápida explanação que me foi gentilmente feita pelo professor Nelson Senra.
12. Reproduzo o recorte da citação que apresenta o livro Sociedade midiatizada (ver bibliografia), realizada pelo repórter, ensaísta, filósofo, cientista político, o polonês Ryszard Kapuscinski, foi correspondente de agência de notícias, tendo trabalhado na África, Irã, Índia, União Soviética, Paquistão, Chile, El Salvador e em Honduras. Autor de diversos livros, dentre eles *Ébano - Minha vida na Africa e O imperador.*
13. Trata-se de uma referência à missão institucional do IBGE.

Referências bibliográficas

AGNER, Luiz. *Ergodesign e arquitetura de informação. Trabalhando com o usuário.* Rio de Janeiro: Quartet, 2006.

ALEXANDRE, Marcos e FERNANDES, Renata. O poder hoje está na mídia. In: *Comum*, publicação das Faculdades Integradas Hélio Alonso, v. 11 nº 26, janeiro/junho 2006.

BAUDRILLARD, Jean. *A ilusão vital.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

FONSECA, Silvia Maia. *A notícia da estatística. Divulgação das estatísticas do IBGE na visão dos jornalistas*. Dissertação de mestrado em Estudos Populacionais e Pesquisas Sociais. Orientador: prof. doutor Nelson de Castro Senra. Rio de Janeiro: IBGE, Escola Nacional de Ciências Estatísticas, ENCE, 27 de julho de 2005.

JANUZZI, Paulo de Martino e Gracioso, Luciana de Souza. *A produção e a disseminação da informação estatística pelas agências estaduais no Brasil.* Re-

latório de Pesquisa. Campinas: PUC-Campinas, 2002.
MATTELART, Armand. Para que "Nova Ordem Mundial da Informação"? In: *Sociedade midiatizada.* Dênis de Moraes (org.). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
PORCARO, Rosa Maria. A informação estatística oficial na sociedade da informação: uma (des)construção.In: *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação* – artigo 4, v.2, n.2, abril, 2001.
SENRA, Nelson de Castro. Pensando a disseminação de informações (O caso do IBGE). *Série Documentos para disseminação. Rio de Janeiro: IBGE, Centro de Documentação e Disseminação de Informações, 1993.*
_____. *Por uma disseminação democrática de informações. São Paulo em perspectiva.* São Paulo: Fundação SEAPE, v. 8, n.4, out./nov. 1994.

Resumo

A partir da participação em uma conferência coordenada pela instituição em que exerce um trabalho técnico, um professor toma consciência de que, em decorrência de miopias na orientação do trabalho, tanto na atividade técnica organizacional como no ambiente acadêmico, não há como realizar o trabalho que a instituição necessita e nem formar o profissional necessário, se mantidos os padrões de trabalho e de formação atuais.

Palavras-chave

Comunicação Estatística; Disseminação Estatística; Formação de conhecimento; Desenvolvimento profissional em comunicação.

Abstract

From taking part in a conference coordinated by the institution he works in as a technician, a professor realizes that due to orientational myopias both in his technical activities at the institution and at the academic environment, if remaining those current patterns it will be impossible to be productive such as a technician or as a professor.

Key-words

Statistical Communication; Statistical Dissemination; Communication background; Communicational career development.