A informação empacotada a vácuo, *ready-to-use*, "segundo o IBGE"; mas de onde fala o IBGE?

Jorge Tadeu Borges Leal [1]

Noticiário e Documentário

Ao pensarmos em noticiário, cabe situar o conceito de notícia. Nilson Lage entende a notícia como "a articulação simbólica que transporta a consciência do fato a quem não o presenciou" (2001, p.24). Com relação ao novo ambiente sociotécnico ampliado pela mídia eletrônica da nova ecologia do marketing, em que as fontes passam a se organizar com assessorias, serviços ou agências de imprensa, Lage pondera que "em geral, trata-se não tanto de falsear a informação, mas de revesti-la com a versão conveniente" (2001, p.25).

Nessa análise, reconhece a mudança no modo de produção e no ambiente em que a informação e a notícias transitam:

> Mudou, de fato, o modo de produção da notícia: crenças e perspectivas nela incluídas não são mais as do indivíduo que a produzia, mas a da coletividade hoje produtora, cujas tensões refletem contradições de

> classe ou de cultura (LAGE, 2001, p.24).

Ao pensarmos em documentário, a grande questão que se coloca, geradora de tantas polêmicas, tem um caráter epistemológico e diz respeito ao esclarecimento do que seja, de fato, esse gênero de narrativa, onde se situa, quais são as suas principais características e como se diferencia das demais construções discursivas.

No livro *Introdução ao Documentário,* Bill Nichols entende que todas as narrativas fílmicas, em última análise, são documentários. Estabelece uma distinção entre documentários de representação social, que seriam os documentários de não-ficção e os documentários de satisfação dos desejos ou documentários ficcionais.

Os documentários ficcionais expressam nossos desejos e sonhos, pesadelos e terrores ao tornarem visíveis e audíveis os frutos da nossa imaginação. Expressam o que desejamos ou tememos que a realidade possa vir a ser. Transmitem verdades, se assim for a nossa vontade, podemos adotar as suas ideias ou, simplesmente, rejeitá-las.

Já os documentários de representação social são o que chamamos de não-ficção. Representam aspectos de um mundo que já ocupamos e compartilhamos. Expressam nossa compreensão sobre a realidade. Esses filmes também transmitem verdades, se assim quisermos. Os documentários de representação social proporcionam novas visões de um mundo comum, para que sejam exploradas e compreendidas.

Como são histórias, ambos os tipos de filme precisam de uma interpretação. A interpretação é uma questão de compreender como a forma ou organização do filme transmite significados e valores. A crença depende de como reagimos a esses significados e valores. Podemos acreditar na verdade das ficções como na das não-ficções (NICHOLS, 2005, p.26-27).

Por outro lado, estabelecendo a diferenciação entre reportagem e documentário, Fernão Pessoa Ramos em *Mas afinal*, *o que é documentário?* admite:

> Há casos, no entanto, em que reportagens de telejornais, ou de outros programas televisivos, se aproximam mais da forma enunciativa da tradição documentária. Reportagens mais amplas, mais distantes da cobertura cotidiana, compostas de diversos episódios, periodicamente exibidas por telejornais (RAMOS, 2008, p.59).

Diversos livros, entrevistas, artigos e textos em geral têm sido escritos sobre o tema e, no que toca a essa questão definitória, me parece que se destacam os trabalhos acima referenciados de Bill Nichols e o de Fernando Pessoa Ramos. Com base nestes dois trabalhos pretendo reivindicar o status de "micro-documentário" para uma determinada abordagem supostamente jornalística mas que contém muitas das características típicas do documentário, seja na forma como é produzida, no tempo que é empregado para a sua elaboração, como nos recursos estilísticos que utiliza e que alterna a forma de se apresentar entre não-ficcional e ficcional.

A Noção de Micro-Documentário

A divulgação/disseminação das informações produzidas pelo IBGE, seguem um calendário previamente definido e a disponibilização das informações para a imprensa em geral obedece a uma política de embargo (no caso do resultado das pesquisas, estão excluídas as pesquisas conjunturais). Um dossiê com todas as informações são distribuídos para o jornalistas com antecedência, tendo a contrapartida do sigilo absoluto, sob pena de, se furarem o pacto de sigilo, ficarem sem informações prévias por tempo indeterminado, o que pode desarticular o órgão de imprensa com relação à atualidade dos fatos jornalísticos e à concorrência.

Trata-se de uma maneira, encontrada pela instituição, de proporcionar aos órgãos de imprensa, no caso da mídia de massa, o tempo necessário para construírem uma análise, um raciocínio, enfim, uma "narrativa" que, no caso da televisão e, mais especificamente, invaria-

velmente é apresentada como uma reportagem diferente do noticiário convencional.

Essa reportagem adquire contornos que se aproximam do documentário, embora não o seja, que considerei como um micro-documentário enxertado no tempo dos noticiários. Não podem ser considerados como reportagem convencional porque não obedecem ao critério usual de cobertura do noticiário e nem são fatos que aconteceram no momento e sofreram uma edição na velocidade padrão da notícia tradicional da programação do telejornal e que, portanto, não estão amarrados a um critério de atualidade e novidade, à exigência de apuração de algo inusitado.

Comparando com o noticiário convencional, as matérias sobre os resultados das pesquisas do IBGE passam por maior maturação por parte dos órgãos de imprensa, possibilitada pela política de embargo. Elas são fruto de uma edição mais criteriosa, trabalham com a apresentação de personagens que ilustram os resultados das pesquisas, chegam a sobrepor valores conceituais à informação supostamente referencial, estatística, estabelecendo um processo de significação rico em possibilidades de leituras e semantizações, conotações, que podem projetar o sentido para campos bem diversificados, chegando mesmo a indicar uma construção que, por vezes, poderia ser considerada como ficcional.

Matérias ou Micro-Documentários?

Para ilustrar o trabalho cabe referenciar três matérias micro-documentários, duas relativas aos primeiros resultados do Censo 2010 que faziam parte de uma espécie de mini-série jornalística chamada *Retratos do Brasil*, veiculada entre 16 e 21 de novembro de 2011, pela Rede Globo de Televisão, no Jornal Nacional, horário de maior audiência média da televisão brasileira. A outra, bem recente, veiculada em março de 2017, refere-se ao crescimento de 1% do PIB brasileiro,

também veiculada no mesmo programa, emissora e horário.

1) Educação/desigualdade entre as regiões.

Um em cada 4 municípios brasileiros tem, pelo menos, 25% de analfabetos. É apresentada a desigualdade das regiões no tocante ao analfabetismo que, na faixa etária de 10 anos, chega a 6,5%. Em determinado momento, no meio da reportagem, a repórter diz que "os números do Censo apontam duas realidades, na opinião dos pesquisadores: ou as crianças estão entrando tarde demais na escola ou estão tendo um ensino de má qualidade. Identificar o problema é o primeiro passo para tentar reverter a situação." Segue um depoimento genérico de uma professora de língua portuguesa da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) ressaltando a falta da prática de leitura, o que capacitaria as crianças a fazerem as correlações necessárias para o entendimento de um texto. A partir daí é apresentada a taxa de 29,4% de analfabetismo entre as pessoas com mais de 65 anos de idade e, em 1 minuto dos 2,4 minutos totais da matéria/micro-documentário, segue o foco no processo de alfabetização do idoso.

Comentário: as causas apontadas para o analfabetismo chegar à casa dos 6,5% aos 10 anos de idade, segundo os pesquisadores, seriam a criança entrar tarde na escola ou ter um ensino de má qualidade. Se considerarmos que a grande massa de crianças é alfabetizada nas escolas públicas, o problema fica situado diretamente na instância pública. O comentário da repórter, baseado em pesquisadores sugere claramente que os pesquisadores são os do IBGE, do Censo. O depoimento da professora de Língua Portuguesa, da UERJ, como foi editado, projeta o problema para uma generalização, a falta de leitura, que pode ser atribuída a várias situações em que ela ocorreria e não propriamente na escola. O depoimento "soluciona" a tensão causada pelos números e conta, daí para a frente, com o apelo emocional da alfabetização do idoso, resolvendo a situação incômoda trazida pelos números através da emoção e dramatização com cerca de um minuto dedicado aos idosos sendo alfabetizados, quando, no cômputo total representam uma

parcela pequena dos analfabetos, uma vez que estão presentes em pequena quantidade, poucos são os idosos no total da população.

2) Censo 2010 traz número de mortes no Brasil pela primeira vez.

Fátima Bernardes, na época âncora, sugere a matéria como uma continuidade de alguma notícia sobre acidente de trânsito. O microdocumentário abre com homem carioca de classe média alta lamentando a perda de um filho jovem em acidente automobilístico. Os números gerais do país são apresentados – 1.034.418 mortes, para cada 100 mulheres, 133 homens. Na sequência, a informação de que a faixa etária de 20 e 24 anos é a mais crítica. Nessa faixa, para cada 100 mulheres, 420 homens morrem. Foco em Alagoas, onde, para cada 100 mulheres morrem cerca de 800 homens. É apresentado o caso do alagoano "seu Pedro", mulato, que teria perdido vítima de um assalto. Corta para cientista político falando sobre a violência e fecha com depoimento de mulher branca, de classe média, que perdeu o filho vítima de violência.

Comentário: a perda de um filho, dramatizada por um homem de classe média alta, que perdeu o filho em acidente automobilístico e da mulher, também de classe média, que perdeu o filho vítima de violência, não representam o grande contingente de mortes que ocorrem entre homens de 20 a 24 anos, que são pretos, pobres, jovens, a maioria da periferia. A matéria poderia ter focado, no caso, como exemplo, o estado de Alagoas, aonde, para cada 100 mulheres, 800 homens são mortos. Mas a representação simbólica, neste caso, no caso do maior contingente de mortos nessa faixa, recairia em evidenciar os mortos das classes menos favorecidas, os rapazes que se envolvem com contravenção. As vítimas apresentadas, nesse caso, jovens de classe média, quantitativamente a menos expressiva.

3) PIB brasileiro cresce 1,0% em 2017, após 2 anos de retração.

A âncora anuncia o crescimento do PIB após dois anos e atribui o crescimento à agricultura e ao crescimento do consumo das famílias.

A matéria começa em ambiente de praça de alimentação, afirmando que já é possível perceber o aquecimento da economia, com a fala sincronizada no momento em que um suculento bife está sendo grelhado. O repórter declama um texto semi-poético, no balcão em que a comida está sendo servida, e remete o micro-documentário ao campo, à agricultura. Corta para a fala da pesquisadora do IBGE que revela o fato de que 0,7% do crescimento de 1% se deve à agropecuária. Segue para uma pipoca sendo preparada para referenciar a produção de milho, que cresceu 55,2%, seguida da soja com 19,4% ("quase 20", segundo o repórter), e a laranja com 8,2%. Corta para a queda na produção industrial. Segue para uma sequência de elucubrações sobre uma suposta "década perdida", em que um pesquisador da FGV/IBRE criando a metáfora de "alguém se fosse dormir em 2011 e acordasse em 2017 iria descobrir que não tinha tido nenhum desenvolvimento nesse meio tempo". Corta para a área de serviços da praça de alimentação e fecha associando um bife sendo servido ao reaparecimento do PIB, com a locução do repórter "volte sempre, seu PIB!".

Comentário: trata-se de um trabalho absolutamente ideológico, em que o crescimento de 1% do PIB, decorrência da atividade agrícola e da produção de dois itens de exportação de *commodities*, milho e trigo, face a um cenário de queda na indústria, é embalado simbolicamente a partir do que melhor sensibiliza o telespectador médio: a alimentação da praça de alimentação. Até a ficção de um pesquisador que empresta o seu nome e titulação para transformar o resultado de 6 anos em uma década é construída. Cabe lembrar que, em apenas 2 anos desse suposta "década de 6" os resultados foram negativos, 2015 e 2016.

De um lado temos uma instituição de excelência na área da geografia e da estatística, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, cuja missão institucional é "retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania".

Do outro temos a maior rede de televisão do país que, pela sua

história, tradição e posição que ocupa no Brasil e no mundo, é responsável pela construção do nosso próprio ideário de nacionalidade. Como Maria Rita Kehl coloca no seu texto *Um só povo, uma só cabeça, uma só nação*, quando fazia um balanço sobre a TV brasileira na década de 70, "escrever sobre a TV brasileira neste período é reconstituir a história da indústria cultural no país ligada à atuação dos grandes monopólios econômicos, e consequentemente, à história da Globo" (KEHL, 1980, p.405).

Como produto dessa relação institucional entre um órgão público e a maior rede de televisão da América do Sul e uma das maiores do mundo, a principal responsável pela construção de um sistema de comunicação de massa no país, são produzidos o que ensaiei chamar de micro-documentários, um conjunto de matérias informativas que não se encaixam num padrão convencional de noticiário e que, também, não possuem a estatura ou o *status* de documentário.

Pode-se evidenciar que através do que foi chamado de micro-documentário através da série *Retratos do Brasil* ou da divulgação do crescimento de 1% do PIB, ambos programados no horário de maior audiência média da televisão brasileira, o Jornal Nacional, realiza-se uma sofisticada operação discursiva que vai muito além da divulgação referencial dos resultados estatísticos obtidos.

Produz-se a modulação de visões de mundo, verdadeiras construções e operações simbólicas, através de enunciados que se sobrepõem à referencialidade da simples divulgação de resultados, de natureza informativa, utilizando fortemente o recurso da imagem neste sentido. A seleção das pessoas, dos depoimentos, a edição destes depoimentos, o tempo dedicado a cada aspecto ligado às questões abordadas, tudo "significa", conceitua.

A crítica não se refere à existência destes micro-documentários mas ao fato de que através deles se dá o conhecimento, em primeira mão, do que chamamos de *commom*, um bem comum, público, pago com recursos do imposto da população brasileira. Essa operação não condiz com a ideia de preservar a missão institucional do IBGE que é

“Retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania."

A maior parte da população brasileira, com relação aos principais dados sobre o país, vê o que está ali, diante da câmera, o que a Rede Globo está mostrando, e se a Rede Globo está mostrando, se a imagem, o(a) âncora, repórteres estão “falando”, então é verdade. Assim se trabalha a imagem do que é e do vir-a-ser do país, a identidade de uma nação que opera com propriedade cruzada de veículos em redes de comunicação. E hoje, em “redes”, se constrói, se descontrói e reconstrói, em segundos, através da manipulação de imaginários.

Para melhor refletir sobre estas questões, cabe lembrar o que Bill Nichols colocou com relação a dualidade ficção/não-ficção no documentário e as consequências de cada orientação:

> A ficção talvez se contente em suspender a incredulidade mas a não-ficção com frequência quer instilar crença (aceitar o mundo do filme como real). É isso que alinha o documentário com a tradição retórica, na qual a eloquência tem um propósito estético e social. Do documentário não tiramos apenas prazer mas uma direção também (NICHOLS, 2005, p.27).

“Segundo o IBGE...”

A divulgação/disseminação das informações produzidas pelo trabalho do IBGE, seguem um calendário previamente definido em que a disponibilização, para a imprensa, das informações de pesquisas estruturais, obedece a uma política de embargo: kits preparados pela assessoria de imprensa, com todas as informações, são distribuídos para os órgãos de imprensa credenciados por essa política (mídia de massa) com antecedência e a contrapartida do sigilo absoluto, sob pena de, se furarem o pacto de sigilo, ficarem sem informações prévias por tempo indeterminado, o que pode levar o veículo de imprensa a ficar prejudicado na corrida contra o tempo com relação à atualidade e

o sentido de novidade dos fatos enquanto fatos jornalísticos e, consequentemente, defasados em relação à concorrência.

A política de embargo foi assumida pela instituição como uma forma de proporcionar, aos órgãos de imprensa, o tempo necessário para construírem uma análise, um raciocínio, enfim, uma "narrativa" que, no caso da televisão e, mais especificamente, na Rede Globo, invariavelmente é apresentada como uma reportagem diferente do noticiário convencional, adquirindo contornos que se aproximam do documentário, embora não o seja, que considerei como um micro-documentário enxertado no tempo dos noticiários.

Não podem ser considerados como reportagem convencional porque não obedecem ao critério usual de cobertura do noticiário e nem são fatos que aconteceram no momento e não estão amarrados a um critério de atualidade e novidade, à consequência de apuração e oportunidade de divulgação de algo necessariamente atual ou inusitado.

Comparando com o noticiário convencional, as matérias sobre os resultados das pesquisas do IBGE, em decorrência do embargo, passam por maior maturação por parte dos órgãos de imprensa. Elas são fruto de uma edição mais criteriosa, trabalham com a apresentação de personagens que ilustram os resultados das pesquisas e acabam por conceituar e imantar de valores a informação supostamente referencial, estatística, estabelecendo um processo de significação rico em possibilidades de leituras e semantizações, conotações, que acabam projetando o sentido para campos bem diversificados, chegando mesmo a uma construção que, por vezes, pode ser considerada como ficcional.

O IBGE definiu como a sua missão institucional: retratar o Brasil com informações necessárias ao conhecimento da sua realidade e ao exercício da cidadania. Existe um momento em que essa missão se explicita de uma forma concreta, viva e sempre nova diante de quem com ela interage: o instante em que uma nova informação é disponibilizada.

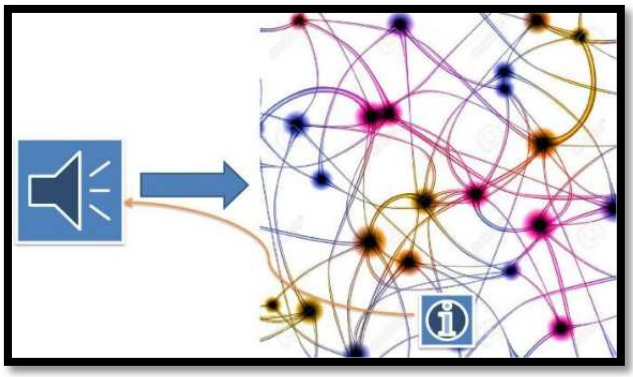

Figura 1

No modelo de divulgação (representada pelo "I" da figura 1), a instituição tem privilegiado o sistema de comunicação de massa, ao desenvolver todo um trabalho de alimentação permanente do *broadcasting* (representado pelo alto-falante), de forma anterior à produção da produção do bem comum informativo (*common*).

Há uma contribuição permanente para a perpetuação do esquema da comunicação de massa, legitimando os grandes grupos de comunicação como depositários fiéis do momento sagrado: o segundo, minuto, hora, em que se dá o compartilhamento da informação, o "Segundo o IBGE...".

É importante lembrar que cabe ao IBGE a curadoria desse instante, desse momento e desse compartilhamento para o ambiente de "massa de meios" e não mais de "meios de massa", como acontecia no século XX.

Considerando a importância do "momento", do "instante" da informação para a plena realização do bem comum informativo (*common*), o atual modelo ibegeano de divulgação/disseminação não condiz com a nova ecologia comunicacional do século XXI.

Uma nova proposta

O ambiente criado a partir da nova ecologia da informação, da cultura da conexão, da cultura da mobilidade e da *web* social determinam um novo cenário de possibilidades e alterações de metodologia de trabalho para todas as organizações em geral e, em particular, para o IBGE, uma instituição que produz essencialmente informação.

Além da informação divulgada através da tradicional mídia de massa, o IBGE conta com uma presença na internet através de um portal e tem perfis no Facebook, Instagram, Twitter e Youtube. No âmbito interno, há um trabalho de comunicação que evoluiu bastante através da "Intranet IBGE". O novo canal realiza a divulgação permanente do que acontece com a instituição, assim como de diversos assuntos a ela relacionados.

Levando em consideração a nova ecologia da informação, a cultura da conexão, cultura da mobilidade, ambiente de compartilhamento e o novo movimento do IBGE na rede, que modificação estrutural precisaria ser levada a efeito em seu ambiente informacional?

Cabe evidenciar a resposta através de uma figura que simplifica e viabiliza a compreensão imediata do assunto:

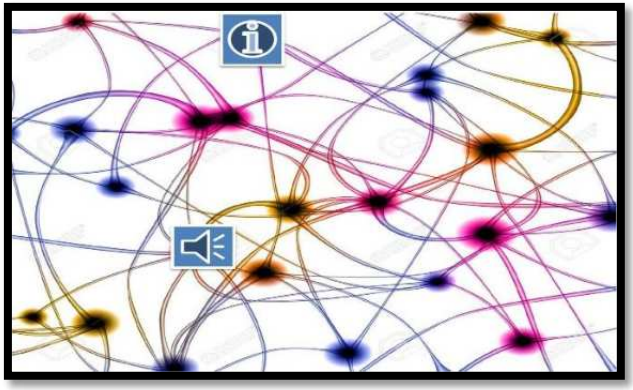

Figura 2

No esquema acima temos uma clara noção do que pode ser desenvolvido para a instituição se ajustar à circulação de informações, conexão e mobilidade do século XXI. Reparem que tanto o "i" como o "alto-falante" estão conectados em rede. É dentro, e a partir dessa rede, que o *buzz* acontecerá. A informação chancelada pelo "Segundo o IBGE...", é democraticamente compartilhada no mesmo instante, no mesmo momento, disposta em rede para todos, para o mundo inteiro: mídia convencional, blogueiros, cidadãos, empresas, organizações, instituições, etc., nacional e internacionalmente.

Cabe ressaltar que, neste modelo, o IBGE não está em rede se limitando a repercutir, a fazer eco, ao que a mídia noticiou. Nesse caso, a instituição IBGE antecederá o "Segundo o IBGE..." que poderá permanecer como a repercussão de uma voz, de um enunciado do emissor IBGE.

O "Segundo o IBGE..." é marca, possui um valor que precisa ser preservado. Trata-se de uma construção que, como hoje é percebida, levou 82 anos para ser realizada. É compreensível que seja tão cobiçada pelos meios de comunicação de massa. Ela acentua a legitimidade e o caráter informativo de organizações produtoras de notícias mas que, hoje, exalam publicidade e propaganda ideológica e encontram grande dificuldade de conviver com a nova realidade das mídias sociais, *fake news*, etc.

Considerações finais

Para avaliar a pertinência e a oportunidade da reflexão exposta nesse trabalho, tanto para a instituição como para o país, cabe lembrar que, no momento, a instituição concluiu o Censo Agropecuário 2017 e acontecerá um novo Censo Demográfico em 2020, ou seja, haverá uma grande produção midiática em torno destes fatos. Além disso, de acordo com o que é noticiado, caminhamos para eleições majoritárias, em 2018, no Brasil.

Mais do que nunca é o momento de relembrarmos os *Príncipios Fundamentais das Estatísticas Oficiais* nos seus itens 1 e 2:

1) Relevância, imparcialidade e igualdade de acesso.

As estatísticas oficiais constituem um elemento indispensável no sistema de informação de uma sociedade democrática, oferecendo ao governo e à sociedade civil dados sobre a situação econômica, demográfica, social e ambiental. Com esta finalidade, os órgãos oficiais de estatística devem produzir e divulgar, de forma imparcial, estatísticas de utilidade prática comprovada, para honrar o direito do cidadão à informação pública.

2) Padrões profissionais e ética.

Para manter a confiança nas estatísticas oficiais, os órgãos de estatística devem tomar decisões de acordo com considerações estritamente profissionais, aí incluídos os princípios científicos e a ética profissional, para a escolha dos métodos e procedimentos de coleta, processamento, armazenamento e divulgação dos dados estatísticos.

Levando em consideração o que foi exposto, e os *Príncipios Fundamentais das Estatísticas Oficiais*, me parece um caminho natural o IBGE democratizar o instante de compartilhamento da informação, o momento de sua transformação em um *common*. É o IBGE quem, na condição de "primeiro", vai compartilhar em imagem, voz, textos, gráficos, em rede, capitalizando o instante, o momento da condição informativa.

Na atual Cultura da Mobilidade, o público não é mais visto como simples consumidor de mensagens preconcebidas mas como agente criador de valor e significado. E não o faz de forma isolada, mas como integrante de comunidades mais amplas de rede que estendem a propagação além do seu limite geográfico.

Ao democratizar a informação, disponibilizando ao mesmo tempo, com as mesmas possibilidades de acesso, aderência e propagabili-

dade, a instituição estará projetando o valor percebido, introjetado e compartilhado do "Segundo o IBGE..." na nova realidade informacional da conexão e ubiquidade, características da cultura da mobilidade. Há um crescimento exponencial de nômades virtuais com um sofisticado computador de bolso, os *smartphones*, *tablets*, etc., conectados ao "território da informação", perambulando em todos lugares do Brasil e do mundo, no ritmo da comutação *on/off* dos seus dispositivos em rede.

A miríade de meios e ambientes midiáticos, hoje existentes, talvez ainda não saiba mas está esperando pela informação produzida pelo IBGE. Depende unicamente da disposição empreendedora e da coragem da instituição para ir ao encontro do século XXI.

.

Referências

LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: Insular-Edufsc, 2001.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Campinas: Papirus, 2005.

KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves (Coord.). *Anos 70: televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1980.

RAMOS, Fernão Pessoa. *Mas afinal... o que é mesmo documentário?* São Paulo: Editora Senac, 2008.

[1] Professor da graduação em Comunicação Social (FACHA). Pesquisador certificado pelo Curso de Desenvolvimento e Habilitação em Pesquisa – CDHP da ENCE. Publicitário da Coordenação de Marketing do IBGE. Mestre em Comunicação Social (PUC/RJ). E-mail: jortad@gmail.com.

Resumo
A divulgação da informação estatística produzida pelo IBGE alimenta o noticiário na programação dos veículos que compõem o sistema brasileiro de comunicação. Através da análise do que é trabalhado através do noticiário, pode-se acessar campos de semantização, conotação e conceituação na configuração das mensagens que vão povoar o imaginário coletivo, legitimando e fixando valores no corpo social. Coordenador do Sistema Estatístico Nacional, o IBGE deve exercer a liderança no desenvolvimento de práticas sintonizadas com o século XXI para o compartilhamento das informações que produz. O objetivo desse trabalho é refletir sobre o novo ambiente e propor uma nova metodologia de trabalho para o momento em que uma informação se transforma em "bem comum" (common), em que é compartilhada. Cabe analisar em que medida o manejo da informação, no plano da comunicação desenvolvida, corresponde ao que foi definido como missão institucional para a organização.

Palavras-chave
IBGE; mídia; Estado; rede.