

# DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO E USUÁRIOS

MARILDA LOPES GINEZ DE LARA  
VIVALDO LUIZ CONTI

---

*Resumo:* A disseminação é analisada segundo a perspectiva da transferência de informação em face à reconfiguração da idéia de cidadão e cidadania. Contextualiza a discussão focando o universo das informações estatísticas e mostra as ações, serviços e produtos do Seade nessa direção.

*Palavras-chave:* informação estatística; usuário e cidadania; estatísticas públicas.

*Abstract:* Dissemination is analyzed from the perspective of information transfer and how it affects the reconfiguration of the notion of the citizen and his role in society. Emphasis is placed on the universe of statistical information and the services and products of Seade in this regard.

*Key words:* statistical information; the end-user and the role of the individual in society; publicly available statistics.

---

**D**isseminar informação supõe tornar público a produção de conhecimentos gerados ou organizados por uma instituição. A noção de disseminação é comumente interpretada como equivalente à de difusão, ou mesmo de divulgação. Assume formas variadas, dirigidas ou não, que geram inúmeros produtos e serviços, dependendo do enfoque, da prioridade conferida às partes ou aos aspectos da informação e dos meios utilizados para sua operacionalização. Em sua base existe um centro difusor – o produtor –, que, a despeito do controle exercido sobre o que é disponibilizado, não tem garantias quanto aos usuários atingidos, ao sucesso das operações de divulgação e à aplicação efetiva das informações.

Teoricamente, pela disseminação, busca-se oferecer informações úteis, mas o conceito de utilidade nem sempre é bem definido. O debate sobre o uso, por sua vez, remete *pari passu* não só ao próprio conceito de “informação” como também ao de usuário e envolve problemas de delimitação de públicos de linguagem.

Neste artigo, pretende-se introduzir o debate sobre disseminação de informações em geral (englobando as duas distinções, mas enfatizando, sobretudo, o segundo sentido) para, em seguida, discuti-la na ação governamental.

Parte-se do princípio que é importante compreender o significado da disseminação contemporaneamente, que, afetada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação, necessita observar a recepção de forma não monolítica.

Compreende-se como disseminação da informação governamental não só os resultados dos esforços e das iniciativas de divulgação à sociedade das atividades próprias da administração pública, como também as ações que visam a transferência de informações. Os dois tipos de disseminação podem compreender ampla gama de informações que vão desde as políticas públicas adotadas até as que possam subsidiar os indivíduos e a sociedade civil no desenvolvimento de suas tarefas ou mesmo no acompanhamento e cobrança da própria atividade pública. O leque de informações disseminadas pelas instituições públicas varia conforme sua atividade básica, seus objetivos e percepção de necessidades da sociedade.

As tecnologias de informação permitem ampliar o universo de disseminação das informações governamentais, mas é prudente verificar em que medida há efetivamente transmissão de informação e como e se ela atinge efetivamente a sociedade. Pode-se afirmar que existe, hoje, um número maior de canais de informação à disposição das

instituições e do público, mas não estamos seguros quanto a seu alcance: qual é a parcela da população que tem acesso à Internet? Quem utiliza as informações disponibilizadas? Com que facilidade e nível de compreensão? Qual é o significado dessas informações para o público? Qual é a relação entre as informações divulgadas e as demandas informacionais da população? Que aplicação é feita dessas informações? Perguntas do gênero devem ser feitas para que se possa aquilatar a extensão das realizações concretas de disseminação, e muitas delas são válidas mesmo nas situações em que são utilizados meios tradicionais de disseminação.

## INFORMAÇÃO E DISSEMINAÇÃO

Não existe um conceito único de informação. Sua concepção varia de acordo com os aspectos selecionados. Numa abordagem pragmática, a informação pode ser distinguida, como: processo (que se relaciona à alteração de um estado de conhecimento); conhecimento (o que é comunicado, o que concerne a algum fato, evento ou assunto particular, o que reduz – *ou aumenta*<sup>1</sup> – a incerteza); e “coisa” (atributo de objetos – documentos ou dados referidos como informação por serem considerados “informativos”) (Buckland, 1991). A informação, como processo, relaciona-se aos fluxos formais e informais que podem conduzir a alterações de estoques de conhecimento. Se, no entanto, a ênfase for no conhecimento, ela será intangível, já que depende de crença, opinião, concepções e conhecimentos anteriores, ou, enfim, de referências subjetivas. A informação como conhecimento pode depender da “coisa”, ou da existência de documentos informativos, mas não exclusivamente. Nos sistemas de informação, ela, como conhecimento, vincula-se a sua materialidade (coisa = documento, dado = informação), conferindo-lhe um estatuto tangível. A existência de fluxos informacionais e a materialidade (ou tangibilidade), porém, não significam necessariamente a geração de conhecimento.

Originalmente referida com base no esquema tradicional de comunicação – emissor, canal, mensagem, receptor –, o debate sobre disseminação da informação associado à transferência sugere, atualmente, abandonar a unidirecionalidade emissor-receptor para contemplar o usuário numa dimensão mais ampla que o inclui como participante ativo do processo informacional. Essa perspectiva põe em destaque o significado da mensagem, cuja compreensão e utilização dependem da forma como ela é veiculada e das condições do receptor e da recepção. Quando há condições

para a assimilação, ocorre, segundo Barreto, modificação do estoque de informações do indivíduo, razão pela qual o autor sugere que ela seja concebida como uma “estrutura significativa” capaz de gerar conhecimento (Barreto, 1994).

Dito de outro modo, falar em transferência da informação via serviços de disseminação de informações – distribuição física ou virtual de documentos e dados – supõe considerar que os benefícios dessa ação se relacionam diretamente às possibilidades de geração do conhecimento. Caso contrário, há apenas divulgação unilateral que atinge heterogeneamente o conjunto da sociedade. Se o conhecimento é inseparável do indivíduo (sujeito do conhecimento), as ações de disseminação para transferência devem observar os requisitos que permitam adaptar as informações e suas formas de acesso aos veículos, públicos e contextos. Do mesmo modo, enfatizar os serviços de disseminação de informações no emissor, ignorando as características de seu público, ou concebê-lo em sua condição supostamente potencial valendo-se de referências imaginadas ou idealizadas, não corrobora seu êxito.

Enfrentar essas questões não é tarefa simples. Se, teoricamente, os vínculos entre a emissão e a recepção são visualizados como necessários, sua operacionalização requer investimentos, a começar pela definição do usuário.

## O USUÁRIO, O CIDADÃO

As atividades de disseminação formuladas pelos serviços e produtos, em geral e, sobretudo, governamentais, buscam, quase sempre, a “democratização da informação”. O conceito, porém, tem sido desgastado pelo uso, particularmente quanto se verifica que as decisões sobre quais informações e em que formato divulgá-las são permeadas por julgamentos unilaterais. As instituições nem sempre se questionam sobre o que produzem, sobre a relação entre seus produtos e as necessidades de informação, sobre as formas de disponibilização utilizadas e, em especial, sobre seus públicos. E se o termo “democratização da informação” gradativamente desaparece dos discursos públicos e é substituído pelos de “cidadão” ou “sociedade civil”, tal fato não vem necessariamente acompanhado de uma análise quanto a seu significado efetivo.

O conceito de cidadão, não raras vezes, é delimitado com base em referências hoje sob suspeita. Houve um tempo, bastante próximo, que o cidadão era incorporado como “cliente”, embora essa prática caracterizasse menos as instituições públicas (por um certo cuidado ou pudor humanista?) em reservar o termo para relacioná-

lo a operações que envolviam lucro. Prevalece, todavia, a imagem de cidadão desenhada de acordo com um critério político-jurídico: a cidadania é reconhecida pelo Estado como um direito, principalmente em relação à igualdade (mas não à diferença).

O conceito de cidadão como alguém que participa das discussões e decide sobre assuntos de interesse coletivo é cunhado no séc. XVIII na Alemanha e na França. Seu alcance era restrito, reservado àqueles que *liam* e participavam dos *círculos ilustrados*. Como revela Canclini (1999), a condição de participação nos debates sobre o interesse comum e sobre o estabelecimento de uma cultura “democrática centrada na crítica racional” e limitada àqueles que podiam informar-se *lendo*, compreendia “o social a partir das regras comunicativas da escrita”. Segundo o autor, essa situação perdura até meados do século XX, quando os setores excluídos da esfera pública burguesa – mulheres, operários, camponeses – eram considerados, no melhor dos casos, virtuais cidadãos, cuja inserção nos círculos de debate dependia da assimilação da cultura letrada. A alteração desse quadro é lenta, sendo percebida por políticos e intelectuais (Bakhtin, Gramsci, Raymond Williams e Richard Hoggart) e referida como identificadora da existência de “culturas paralelas” que constituiriam uma espécie de “esfera pública plebéia informal” (Canclini, 1999:49). Nos dias de hoje, tende-se a reconhecer o papel dessas diferentes modalidades de comunicação, mas o mesmo não acontece com o papel que os circuitos populares demonstram no desenvolvimento de redes diferenciadas de informação e aprendizagem, nas quais o consumo dos meios de comunicação apresentam papel preponderante.

Como observa Canclini, as oportunidades criadas pelos novos meios de comunicação são tão ou mais responsáveis pelas alterações do que as revoluções sociais ou movimentos alternativos políticos e artísticos. “Foram estabelecidas outras maneiras de se informar, de entender as comunidades a que se pertence, de conceber e exercer os direitos. Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre ao rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção” (Canclini, 1999:50). Contra a lentidão dos órgãos públicos, a rapidez (mas não necessariamente a eficácia) da televisão.

Os meios massivos de comunicação corroboram uma reestruturação das articulações entre o público e o privado e a remodelação do consumo e da vida. Entre as várias

conseqüências desse fato, destacamos a transformação do conceito de cidadão, de um “representante de uma opinião pública a um cidadão interessado em desfrutar uma certa qualidade de vida” (Canclini, 1999:50). Mais do que querer participar do debate e da crítica, o novo cidadão transforma-se em um consumidor que prefere a fruição. Essa é uma saída, a nosso ver, individual, e a despeito de seu significado distante do ideal cidadão iluminista que de certa forma também estava na base da cultura do “democratizar a informação”, é uma situação real que não podemos ignorar. É notório verificar como a participação cidadã (partidos, sindicatos, associações) perde sua força diante da oferta da distribuição global de bens e de informação proporcionados, primeiramente, pela transnacionalização da economia e, depois, pela globalização.

A maior oferta de informação e de bens de consumo potencializada pelos meios eletrônicos e mais recentemente pela Internet e a emergência de um parâmetro de “bem-estar” e fruição não levam efetivamente ao exercício da cidadania, nem nos moldes tradicionais, nem no que restaria desse modelo se ele pudesse ser revisado para contemplar a diferença. A generalização de direitos, projeto iluminista, no projeto neoliberal esbarra em uma concepção desigual de direito, já que “as novidades modernas aparecem para a maioria apenas como objetos de consumo, e para muitos apenas como espetáculo. O direito de ser cidadão, ou seja, de decidir como são produzidos, distribuídos e utilizados esses bens, se restringe novamente às elites” (Canclini, 1999:54).

A aproximação das idéias de cidadania e de consumo impõe ver este último não estritamente vinculado à aquisição do supérfluo, ao impulso primário e individual, mas como algo movido por escolha e reelaboração do sentido social. Conseqüência da reorganização da vida social contemporânea em função dos meios massivos de comunicação, consumir passa a ser selecionar bens e apropriá-los com base no que se considera publicamente valioso. O processo que relaciona cidadania e consumo não se desenha mais pelo reconhecimento de um estado de direito – quando os contornos da noção de cidadão passavam pela idéia de nação, língua, etnia – mas às práticas sociais e culturais que unem e separam as pessoas. “O princípio democrático acha-se então transferido de uma igualdade real, das capacidades, responsabilidades, e possibilidades sociais, da felicidade (no sentido pleno da palavra) para a igualdade diante do objeto e outros sinais evidentes do êxito social e da felicidade.” (Baudrillard, 1990:62). A congregação de indivíduos não se atém a valores tradicionais, nem

tampouco geográficos, ela se configura em comunidades de interesse, nas quais os participantes se reconhecem mutuamente (como, por exemplo, as tribos, conforme sugere Maffesolli (1991), as minorias ou mesmo os grupos esporádicos formados via Internet), apoiadas em uma diversidade multicultural. A constituição de um novo modo de ser cidadão está embasada no consumo.

### **CIDADÃO, CONSUMIDOR E PÚBLICO(S) DA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES**

Vê-se, pelo exposto, que as características socioespaciais que definiam a identidade e o cidadão passam a ser, com o processo de globalização, delimitadas por traços sociocomunicacionais. A nova identidade cidadã forjada depois do modelo moderno e iluminista (jurídico-político, postulante do direito à igualdade) não é única, uma ou homogênea, mas, ao contrário, difusa e múltipla. Ela se constitui atravessando fronteiras territoriais e de classe, e se conforma por agregações estabelecidas por vínculos de interesse pulverizados, fugidios e, muitas vezes, esporádicos. O juntar/separar conhece o movimento imposto pelas regras de um contínuo fazer e desfazer, pois os interesses não são mais permanentes. Alternam-se momentos de agregação e desagregação de indivíduos pela precariedade de sedimentação dos vínculos que os unem. Por consequência, perante esse novo estado de coisas, não se poderia falar em usuário de forma genérica e todas as formulações de serviços de disseminação nascidos de políticas de informação que ignoram os aspectos da pluralidade dos públicos têm seu âmbito de cobertura comprometido.

A rigor, não existe o usuário da informação pública governamental, mas os de diferentes motivações, origem, nível de instrução e idade. Pode haver, ao mesmo tempo, os eventuais e, sistematicamente, os que procuram por informação. Em face da gama de informações fornecidas tradicionalmente, os distintos usuários escolhem determinados assuntos ou aspectos: alguns buscam informação utilitária, relacionada à satisfação de necessidades básicas; outros são motivados pela necessidade de conhecer para manter sua sobrevivência em determinados grupos; outros, ainda, procuram informação por vontade de auto-realização (Lara et al., 2002). Variam, do mesmo modo, os níveis de especificidade e de profundidade relativos às informações desejadas e consultadas. Quanto à forma de apresentação das informações, alguns preferem as visuais, gráficas, outros textuais. Há os que são estimulados a voltar a pesquisar (numa instituição ou num sítio) e os que de-

sistem, de início, pela ausência de referenciais facilitadores de busca e acesso. Muitos são, porém, os excluídos do universo de usuários, por razões socioeconômicas e mesmo culturais. Existem certamente usuários cujas necessidades informacionais não são cobertas ou mesmo identificadas. É claro que cada instituição tem um público mais freqüente que compartilha do mesmo universo cultural e simbólico e cujas necessidades informacionais convergem aos objetivos institucionais, mas o uso de segmentações tradicionais que ignoram a complexidade de formação de vínculos compromete as ações de disseminação que visam a transferência e a aplicação.

Teixeira Coelho (1997:324, verbete público), referindo-se às políticas culturais, menciona a preocupação em relação à formação do público, que pode ser estendida à definição de políticas de informação. A formação do público (ou para nós, dos públicos) passa pela homogeneização de juízos de valor, reações e usos que atuam como denominadores comuns entre as pessoas que o constituem. Ignorar as nuances que conformam os vários públicos é, na melhor das hipóteses, continuar a conceber o usuário moldado à semelhança da instituição veiculadora de informações, isto é, um modelo moderno e iluminista.

O esforço na identificação dos gêneros de usuários e de suas necessidades tem, como implicação, a possibilidade da própria revisão de conteúdos disseminados ou mesmo produzidos, cuja ignorância ou indiferença reforça o dirigismo e corrobora a estagnação.

### **DISSEMINAÇÃO QUE VISA A TRANSFERÊNCIA: AÇÃO PEDAGÓGICA OU CRIAÇÃO DE CONDIÇÕES DE FAMILIARIDADE COM A INFORMAÇÃO?**

As políticas de informação e de disseminação correm o perigo de ser desenvolvidas exclusivamente numa perspectiva orientada da emissão para a recepção. A modificação dessa situação pressupõe considerar as alterações já apontadas e, por conseguinte, observar o espectro multivariado de seus públicos. Não há, todavia, modelos para enfrentar essa questão. Num primeiro momento, pode-se julgar que uma ação voltada à educação dos usuários seja o caminho. A ação pedagógica, porém, é também marcada pela moral moderno-iluminista, orientada por um desejo humanista que pretende salvaguardar determinados princípios que considera, a seu modo, fundamentais. É a mesma moral que está na base da concepção da democratização da informação e, de certo modo, das políticas de inclusão. Supõe um processo claro, com início e ponto de

chegada (numa paráfrase à situação que opõe a ação educativa à ação cultural, conforme sugere Teixeira Coelho (1989:30). Não se dá conta da centralidade dessa visão em torno de princípios apriorísticos, como não discute, hoje, o significado que está latente no conceito de inclusão que pressupõe uma relação lógica de pertinência: incluir significa abranger e, por conseqüência, não compreende a diversidade.

Há outro discurso que é de desesperança, cético em relação a qualquer possibilidade de ação: não se acredita na possibilidade de estabelecer vínculos entre pólos tão distintos. Se o setor público responde formalmente por uma orientação política determinada, que possibilidades haveria de uma ação que contemplasse a diversidade?

Existirá um caminho alternativo que permita desencadear uma política de informação que dê conta da nova reconfiguração do universo de usuários? Será contraditória a perspectiva que procura buscar uma ação de disseminação perante uma cultura notoriamente individualista? Se essas questões não podem ser respondidas integralmente, convém ao menos enunciá-las para explicitar os limites de atuação das políticas de disseminação da informação pública institucional.

Qualquer ação de formação deve ser entendida com a finalidade de renovação. A disseminação para transferência e utilização, diferentemente da disseminação como “propaganda”, como divulgação ou como ato educacional dirigido, objetiva mais o processo do que o objeto, pretende, antes de tudo, criar familiaridade com as informações, para que os usuários sejam um pouco mais eles mesmos os motores de sua formação, numa analogia à proposta já citada (Teixeira Coelho, 1989; 1997). É, também, uma aposta que poderá exigir alterações na própria oferta de informações produzidas. Como formulação teórica, está embuída de um humanismo que aspira transformar a ação do dever moralista e aplacador de consciências, numa conduta pautada numa “ética prudente” (expressão utilizada por Lipovetsky), que contenha, em princípio, uma possibilidade de intervenção do Estado como promotor do desenvolvimento das pessoas.

Para Lipovetsky, a adoção de uma ética prudente não significa uma ruptura com as leis ou uma invenção de novos valores. Os princípios morais têm sido os mesmos ao longo do tempo: as alterações relacionam-se mais aos pontos de referência<sup>2</sup> e é em relação a eles que se faz necessário, agora, pensar as formas de ação. Se a moral laica manteve da moral religiosa a noção de dívida e dever, compreende-se onde estão as raízes da ação educativa e mesmo da

inclusão. E se agora a obrigação não é mais ligarmo-nos aos outros, mas a nós próprios, há que se verificar que o abandono do dever não é necessariamente acompanhado do declínio das virtudes (Lipovetsky, 1994:15-18).

Uma ação formadora desenhada em torno desse conflito – individualismo e virtude – deve, para Lipovetsky, recuar o individualismo irresponsável e estimular um individualismo responsável. Não há modelos, mas diante de um moralismo insensível em relação ao individual e ao social, e um neoliberalismo que conduz à fratura da sociedade reforçando a oportunidade de poucos, o autor propõe uma “ética inteligente”, dialogada, que procura equilíbrios entre eficácia e equidade, voltando-se ao respeito ao indivíduo e ao bem coletivo. Se essa ética é menos exigente para o indivíduo, menos categórica para os homens, deve ser mais imperativa para as organizações, numa aposta na inteligência científica e técnica, política e empresarial (Lipovetsky, 1994:23). Se ela é ainda teórica, vale ao menos verificar o estado das políticas de disseminação públicas para que, apoiada em sua análise, possa nascer uma reflexão que aponte algumas formas de trabalho.

#### **DA REFLEXÃO TEÓRICA AO EXAME DA PRÁTICA: O CASO DAS AGÊNCIAS PÚBLICAS DE ESTATÍSTICA**

Há certamente uma distância entre a reflexão teórica e uma situação concreta de disseminação de informações. Vários fatores intervêm na formulação de propostas pragmáticas, particularmente quando se trata de instituições governamentais. Ao trazer o debate para situações mais concretas, é importante tecer algumas observações que possam auxiliar a definição de políticas de informação mais consistentes.

Ao falar de disseminação de informações no Brasil e na América Latina, não se identificam políticas públicas claras para o setor. Julio Cubillo aponta como principal responsável por essa ausência o vendaval neoliberal que soprou a partir dos anos 90 e os modelos de gestão pública nele inspirados que afastaram o estado da coordenação dos projetos de mudança social (Cubillo, 2003). Pondera-se, entretanto, que em épocas anteriores a situação não era muito diferente. A falta de políticas de informação não é novidade, já que mesmo os discursos passados de democratização da informação ou de promoção da cidadania não eram sedimentados em bases claras e não encontravam eco suficiente nas instituições públicas. À exceção de iniciativas pontuais, as políticas de informação e de

disseminação (se é que se pode concebê-las como políticas) tendiam (e tendem) a refletir as fronteiras fluidas de um marco teórico rarefeito.

Tomando o caso das agências públicas de estatística, verifica-se que a situação é muito parecida. Não raras vezes, a disseminação é vista como uma consequência, um resultado natural da produção, mais ou menos como um apêndice ao capítulo crucial dos levantamentos e pesquisas que dão origem à informação. É como o final de uma maratona, no qual os atletas exauridos pelo esforço despendido nas etapas anteriores querem apenas chegar, sem importar com a precisão ou elegância das passadas. Prova disso, além da escassa literatura existente sobre o tema, é que os planos tabulares, a seleção dos recortes de informações a serem divulgadas, as formas de saída dos dados são quase que inteiramente pré-definidas, praticamente à revelia da recepção.

Observa-se, ao mesmo tempo, que o debate sobre a disseminação é restrito, grande parte das vezes, às Tecnologias de Informação e Comunicação – TICs. Sem desprezar sua importância, há uma tendência em circunscrever a disseminação ao problema da melhor escolha e combinação entre *hardware*, *software*, quando a questão é principalmente de conteúdo e de formas de instituição de elos com os públicos. Essa situação é, talvez, resultante do vazio criado pela falta de uma política sólida de informação que, preenchido apressadamente pelas TICs, passa a subordinar, a interesses empresariais, o esforço das ações governamentais de fornecer informações que possam ser transformadas em conhecimento. A tecnologia passa a pensar (e a limitar) a disseminação. Metafraseando a célebre frase sobre a guerra, cuja autoria é motivo de dúvidas, sendo atribuída ora a Talleyrand, ora a Clemenceau ou Lloyd George: “a disseminação é uma coisa muito importante para ser deixada nas mãos dos ‘informáticos’”.

A expansão vertiginosa da Internet, a economia de custos e agilidade que ela permite aliadas ao crescente fascínio das novas tecnologias têm levado as instituições a investir maciçamente nessa mídia, deixando de resolver problemas a ela anteriores concernentes às condições reais para a transferência da informação. Como tantos aqueles que atualmente alimentam, como aqueles que formam o público cativo das informações conhecem e se utilizam da rede, cria-se entre esses atores a sensação do alcance universal da Internet. Em consequência, empalidece o prestígio de outras mídias, esquece-se de suas diferentes linguagens e apaga-se quase que definitivamente a discussão sobre o ponto nevrálgico da questão: a criação de

condições para a apropriação da informação e sua transformação em conhecimento.

A emergência das novas tecnologias, ao mesmo tempo de sua absorção muitas vezes desacompanhada de políticas de informação, insere também na esfera das discussões a questão da inclusão. Segundo levantamentos da International Telecommunication Union – ITU, 14,3 milhões de pessoas tinham acesso à Internet em 2002, no Brasil. No mesmo ano, os indivíduos de 10 anos e mais no país somavam 138,5 milhões, o que significa que 89,7% da população nessa faixa etária estavam à margem do caudal de informações contidas na *web*. Em face dos custos para se ter acesso à Internet, desde os preços dos equipamentos às elevadas tarifas da comunicação telefônica privatizada, não é arriscado estabelecer uma relação direta entre poder econômico e inclusão digital. Todavia, não é pertinente discutir a inclusão digital sem analisar, anteriormente, a inclusão social. Ainda que não se questione o significado de “incluir” (incluir em que, onde), há que se considerar que, se verifica hoje uma exclusão digital, a exclusão social lhe é anterior. Saber ler ou ter acesso à informação não significa necessariamente a possibilidade do conhecimento. Os números, portanto, devem ser interpretados como um potencial teórico. As afirmações sobre exclusão digital, para serem interpretadas em profundidade, deveriam também ser comparadas ao alcance das tiragens de publicações, por exemplo. A correlação de resultados poderia indicar uma situação mais próxima do real.

No campo de ação da disseminação das informações estatísticas, pode-se dizer que, de certo modo, as agências disseminam para seus pares, de modo que seus atuais usuários estão no mesmo estamento social, têm voz, podem realizar uma interlocução com os responsáveis pela oferta da informação. Como quem não tem voz não reclama (ou mesmo que a tenha nem sempre possui os meios para fazê-lo), não é preciso muito esforço para identificar de onde advém a impressão de que o acesso às informações está universalizado, porque se entende que o “dever” foi cumprido. Na realidade, porém, o universo de usuários é dessa forma e não de outra, porque nem todas as pessoas estão preparadas para receber informação (ou pelo menos a informação que está sendo divulgada e a sua forma), como nem sempre as informações divulgadas são as que as pessoas desejam. Pode-se dizer, portanto, que as agências estatísticas nem sempre estão suficientemente atentas quanto ao universo de usuários potenciais. É aí que uma ação de formação de públicos, em sentido amplo e renovado como já se sugeriu, pode fazer sentido.

O grande problema da disseminação é a criação de condições para facilitar o fluxo de informações para propiciar o conhecimento. E ele reside na linguagem, ou mais especificamente, nas linguagens, que requer, antes de tudo, a existência de elos de significação entre produção e recepção. Não se pode confundir, porém, os meios com as mensagens. Ao par da crítica à circunscrição do problema da disseminação a seus aspectos tecnológicos e informáticos, também não se deve esquecer que os meios são distintos e devem ser utilizados considerando suas especificidades. Do mesmo modo, cada meio (ou suporte informacional) é caracterizado por linguagem própria. Assim como para cada tipo de usuário há uma linguagem e uma informação, cada meio é mais (ou menos) apropriado para diferentes tipos de informação.

Nesse ângulo, verifica-se que, de modo geral, os *sites* das agências estatísticas nem sempre se utilizam, de forma devida a linguagem específica da Internet. A organização das páginas nos *sites* é, na maioria das vezes, excessivamente elaborada na perspectiva do produtor da informação, exigindo do usuário esforço para compreender sua lógica ou o conhecimento prévio do universo de informações normalmente produzidas. Há problemas relacionados à linguagem, seja porque a mesma informação é apresentada com diferentes denominações e não há mecanismos de compatibilização entre as linguagens, seja porque tais denominações são excessivamente marcadas pelo jargão técnico. Não é raro verificar que os usuários encontram dificuldades para localizar informações, pois na construção do *site* e das páginas não se considera se ele conhece ou não as principais pesquisas da instituição ou não se questiona se eles entendem a linguagem na qual as informações são veiculadas. Se ele desconhece, resta-lhe a tarefa de peregrinar pelo *site* na tentativa de adivinhar os princípios de arranjo utilizados pelo proprietário ou sua forma de expressão que, invariavelmente, deixam pouco espaço à participação de quem se aventura a navegar nele.

Faz parte da formação do público a inclusão de estratégias incorporadas nas próprias páginas na *web*: metadados (definições, explicações sobre conceitos, formas de mensuração de eventos, fonte), seções para públicos especiais (por exemplo, crianças, jovens) ou mapeamento de informações ou *sites* relacionados. Eles constituem recursos importantes para viabilizar o acesso e promover a apropriação das informações.

Observe-se, também, que uma mídia não substitui necessariamente outra. O uso do CD-ROM, embora não goze

de uma possibilidade de aplicação em todos os segmentos da população, tem vantagens não desprezíveis, como a grande capacidade de armazenamento de informações, a incorporação dos recursos de som e imagem e o baixo custo da mídia e da gravação. Não se deve desprezar o significado, para os poucos recursos, que ele traz para a economia de pulsos telefônicos e de tempo de conexão a provedores de acesso. O CD-ROM é um suporte extremamente adequado para veiculação de grandes volumes de dados, séries históricas, informações institucionais. Essas características os tornam ideais também para utilização em locais que possuam equipamentos de informática compartilhados por vários usuários, como escolas, bibliotecas, associações e ONGs, por exemplo. Assim, mesmo baixas tiragens teriam potencial para alcançar um número significativo de pessoas, cuja capacidade de explorar as informações poderia ser aperfeiçoada por instruções incluídas no próprio CD-ROM.

A promoção de palestras, cursos e seminários também é um meio a ser explorado pela disseminação. Além de seu papel de divulgação institucional e de apresentação das pesquisas desenvolvidas, esses recursos podem mobilizar públicos inicialmente não atendidos ou previstos. Essa ação terá maior sentido desde que sua concepção origine-se num intenso processo de negociação com os públicos-alvo: quais seus desejos, quais suas necessidades, que familiaridade possuem com as informações e com os meios, que utilidade elas poderiam ter para eles, que exemplos concretos poderiam fazer sentido para o universo de expectativas dos diferentes grupos? Percorrendo diferentes gradientes de profundidade e realizando experiências dialogadas, eventos, cursos ou outras formas sugeridas também pelos usuários poderiam ser uma forma de trabalho. Algumas questões relativas à produção poderiam surgir no decurso dessas experiências: que significado há no espectro de informações produzidas, qual seu limite representativo em face do que se observa extra-institucionalmente, que carências de coleta existem? Além disso, que observações, críticas e sugestões poderiam advir desse processo? Esse pode ser um investimento formador e ampliador do universo dos públicos da informação estatística.

Em seu sentido renovado, portanto, uma política de informação deve utilizar vários meios, aproveitar as novas tecnologias, observar seus limites, as características de linguagem das distintas mídias e suas aplicações mais adequadas. Contudo, nem a Internet, nem os CD-ROMs, nem as publicações impressas, nem a promoção de eventos, cursos ou palestras realizam os fins de promoção do

conhecimento se não estiverem coordenadas numa política de informação sólida.

## DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES NA FUNDAÇÃO SEADE

O modelo de disseminação de informações adotado pela Fundação Seade é bastante semelhante aos utilizados pelas principais agências públicas de estatística, nacionais e internacionais. A seguir, faz-se um breve relato da situação atual dessa atividade e das formas e condições para obter informações da instituição.

Os meios utilizados pela Fundação Seade para a realização da tarefa de disseminar informações são as publicações, a Internet e a imprensa. No caso das primeiras, compreendem os resultados das pesquisas da instituição, dos registros administrativos e, mais raramente, de estudos especiais. Em virtude da política de contingenciamento de gastos a que estão submetidos os órgãos públicos em geral nos últimos anos, houve uma reorientação da política editorial nesse segmento. Além da diminuição da quantidade de publicações, houve uma migração do meio impresso para o eletrônico, ou seja, do papel para o CD-ROM e para a Internet. Em tempos de contenção, as despesas com a produção gráfica e papel tornam-se significativas, quando comparadas com a confecção de mesmo conteúdo em meio eletrônico. Assim, outra desvantagem adicional da mídia impressa é que elas precisam ser expedidas para que a informação chegue a seu destino, gerando novos custos, desta vez com as tarifas postais.

Dessa forma, mas, evidentemente, também pelos motivos já apontados, a Internet foi conquistando preponderância e hoje é, de longe, o principal veículo de disseminação das informações da Fundação Seade. No *site* <[www.seade.gov.br](http://www.seade.gov.br)>, existe um grande número de informações organizadas em temas e produtos que respondem pela quase totalidade da produção da instituição. Entre as ausências mais significativas pode-se citar a Base de Óbitos por Causa e a revista *São Paulo em Perspectiva*. Uma lacuna adicional é a falta de sistemas que permitam extrair resultados dos microdados de pesquisas como a Pesquisa de Emprego e Desemprego – PED, Pesquisa de Condições de Vida – PCV e da Pesquisa da Atividade Econômica Paulista – Paep. No entanto, existe uma tentativa, ainda modesta, de construir linguagens que permitam o relacionamento entre as diversas bases da instituição com a inclusão de metadados, para que o usuário possa

encontrar com mais facilidade as informações e tenha os elementos necessários para sua compreensão, mesmo não sendo iniciado nessas áreas de conhecimento.

Na imprensa, são divulgadas regularmente as principais pesquisas da instituição e também estudos e projetos especiais. A cobertura atinge todas as mídias, com preponderância dos grandes jornais diários, revistas semanais, televisão e rádio. A divulgação é feita por *press releases* e entrevistas coletivas, procurando-se sempre garantir a isonomia no acesso à informação para todos os órgãos de imprensa, ou seja, não se fornecem informações exclusivas para este ou aquele meio de comunicação.

O usuário pode dispor, ainda, de outras formas de acessar as informações da Fundação Seade:

- atendimento presencial – na sede da instituição (Av. Cásper Líbero, 478 – São Paulo/SP), das 9 às 17 horas, de segunda a sexta-feira, é possível consultar todo o acervo de informações existente (Internet, biblioteca, produtos e bases de dados), seja oriundo de pesquisas próprias, seja produzido por outros órgãos afins. É possível, também, a assessoria de técnicos especializados na busca de informações. A consulta é totalmente gratuita, mas cópias reprográficas, impressões, gravação de arquivos em disquetes ou CD-ROM e publicações são pagas.
- atendimento telefônico – no mesmo horário e dias da semana, pelo Serviço de Orientação ao Usuário (SOU), no telefone (11) 3313-5777, no qual se obtêm referências sobre, onde e como estão disponíveis informações socioeconômicas, assistência técnica aos produtos da Fundação Seade, esclarecimento de dúvidas acerca de informações e produtos, encomenda de publicações e preparações de dados e ainda informações disponíveis na Internet. Ou se preferir, a comunicação poderá ser feita por fax (11) 3224-1700.
- correio eletrônico – pelo endereço <[geadi@seade.gov.br](mailto:geadi@seade.gov.br)>, consegue-se os mesmos serviços prestados no atendimento telefônico. Todas as mensagens são respondidas em, no máximo, 24 horas.

Por meio de qualquer uma dessas entradas, o usuário pode encomendar tabulações especiais, ou seja, construção de novos cruzamentos de informações e processamento de microdados em formatos por ele definidos, de acordo com suas necessidades. Após fazer a demanda, o usuário recebe orçamento e prazo de execução da tabulação. O trabalho começa a ser executado após a aprovação do interessado e o prazo é rigorosamente respeitado.

A política de preços da Fundação Seade permite, até o momento, que o acesso à Internet seja inteiramente livre, como estratégia para incentivar o usuário a utilizar cada vez mais essa mídia. No caso das publicações, os preços procuram apenas cobrir os custos de produção e distribuição tanto para o impresso como para o eletrônico e nunca as despesas com as pesquisas e atividades que dão origem às informações nelas contidas. Pelo mesmo critério, nas tabulações especiais, o usuário paga somente o valor da mão-de-obra dos técnicos envolvidos em sua confecção.

Os diferentes grupos de usuários têm *status* diversos no que se refere aos preços e acesso às informações da Fundação Seade:

- órgãos do governo estadual – têm acesso livre aos dados disponíveis, mesmo os que envolvem tabulações especiais. As publicações podem ser doadas ou cobradas, dependendo da análise de cada caso pela diretoria. Entretanto, quando as informações solicitadas não existem e precisam ser obtidas por meio de pesquisas ou levantamentos que impliquem dispêndios expressivos, orçamentos específicos são apresentados e, se aceitos, ensejam tabulações especiais e/ou a celebração de contratos remunerados para sua produção.

- imprensa – todos os dados são colocados à disposição da imprensa, desde que estejam disponíveis ou que sua obtenção não gere despesas significativas. As publicações são cedidas gratuitamente.

- demais usuários – compreendem vasta gama de organizações e indivíduos como empresas privadas, consultores, ONGs, instituições de ensino, órgãos do governo federal e municipal, estudantes, sindicatos, associações de classe, etc. Para todos eles, publicações e tabulações especiais são cobradas. Contratos remunerados para obtenção de informações de maior fôlego também podem ser celebrados dentro desse grupo. Estudantes de mestrado e doutorado podem ter descontos de até 80% em microdados e tabulações especiais, para obter informações que serão aplicadas em suas teses ou trabalhos de conclusão de curso. Eventualmente, alguns desses usuários que não disponham de recursos podem receber doações de publicações, dependendo do julgamento do mérito de cada pedido pela diretoria.

## NOTAS

1. Grifo nosso.
2. A moral religiosa (Deus) foi substituída pela moral laica (1700-1950, família, sociedade, pátria), que contemporaneamente o é pela moral individualista (o indivíduo como referência primeira). A moral laica, ao emancipar-se da religião, manteve a noção de dívida infinita, de dever absoluto. Entre a moral religiosa e a laica não aconteceu verdadeiramente senão uma transferência das obrigações: para com Deus, para com o homem e para com a coletividade ou, em outros termos, a moral moderna é a moral do de uma religião do dever laico. A lógica contemporânea é outra, e o processo de secularização da moral acaba por dissolver socialmente a sua forma religiosa, o *dever*. Liquidam-se os valores sacrificiais e o dever é substituído pelo *bem-estar* e pelos *direitos subjetivos* (Lipovetsky, 1994:15-16).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETO, A.A. A questão da informação. *São Paulo em Perspectiva*, v.8, n.4, out./dez. 1994.
- BAUDRILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1990.
- BUCKLAND, M. *Information and information systems*. New York; London: Praeger, 1991.
- CANCLINI, N.G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- CUBILLO, J. Políticas públicas de información en América Latina: cuanto nos hemos renovado? *DataGramaZero – Revista de Ciência da Informação*, v.4, n.4, ago. 2003. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/ago03/art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/ago03/art_03.htm)>. Acesso em: 26 ago. 2003.
- LARA, M.L.G.; CAMARGO, J.C.C.; ROCHA, S.G. Informação estatística e cidadania. *São Paulo em Perspectiva*, v.16, n.3, jul./set. 2002.
- LIPOVETSKY, G. *O crepúsculo do dever: a ética indolor dos novos tempos democráticos*. Tradução de Fátima Gaspar e Carlos Gaspar. Lisboa: Dom Quixote, 1994.
- MAFFESOLLI, M. *Aux creux des apparences*. Paris: Poche, 1991.
- TEIXEIRA COELHO, J. *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. São Paulo: Fapesp; Iluminuras, 1997.
- \_\_\_\_\_. *O que é ação cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- WORLD Telecommunication Indicators Database. Geneva, ITU, 2003. Disponível em: <<http://www.itu.int/itu-d/ict/statistics>>. Acesso em: 19 ago. 2003.

**MARILDA LOPES GINEZ DE LARA:** Professora da Escola de Comunicações e Artes da USP, Consultora da Fundação Seade (larama@usp.br).

**VIVALDO LUIZ CONTI:** Economista, Diretor Adjunto de Produção de Dados da Fundação Seade (vluconti@seade.gov.br).