

IBGE

Centro de Documentação e Disseminação de Informações - CDDI

MERCOSUL: Mercado Comum do Sul

Subgrupo 10: Coordenação de Políticas Macroeconômicas
Comissão de Estatística

Seminário Técnico de Difusión Estadística
Buenos Aires, 6 y 7 de diciembre de 1993

A Disseminação de Informações, um imperativo democrático

Nelson de Castro Senra

Economista e Mestre em Economia. Professor na Universidade Santa Úrsula. Pesquisador no IBGE. Superintendente do Centro de Documentação e Disseminação de Informações - CDDI/IBGE.

Rio de Janeiro, outubro de 1993

IBGE

Centro de Documentação e Disseminação de Informações - CDDI

MERCOSUL: Mercado Comum do Sul

Subgrupo 10: Coordenação de Políticas Macroeconômicas
Comissão de Estatística

Seminário Técnico de Difusión Estadística
Buenos Aires. 6 y 7 de diciembre de 1993

A Disseminação de Informações, um imperativo democrático

Nelson de Castro Senra

Economista e Mestre em Economia. Professor na Universidade Santa Úrsula. Pesquisador no IBGE. Superintendente do Centro de Documentação e Disseminação de Informações - CDDI/IBGE.

Rio de Janeiro, outubro de 1993

INTRODUÇÃO

Os pesquisadores, falamos em divulgação ao nos referirmos à finalização das pesquisas voltadas à mensuração do real. Ao longo de todo o processo de pesquisa, procuramos ter presente o seu instante final, mas nossa preocupação maior é com o fenômeno que estamos medindo.

Assim, ainda que queiramos ver nosso esforço reconhecido amplamente, tornando nosso trabalho, o resultado de nosso trabalho, conhecido e usado por todos, tratamos de sua divulgação de modo leigo, vendo-a como uma atividade não especializada do processo de pesquisa.

Entretanto, nos últimos anos vem-se tornando mais e mais evidente que o ato de tornar público um conhecimento tem especificidades, constituindo um saber próprio. Cresce sua importância em meio a uma complexidade cada vez maior da comunicação entre pessoas, numa dinâmica alucinante.

A finalização de uma pesquisa emerge como tarefa para especialistas. Deve ser posta nas mãos de profissionais preparados, afinados com os avanços tecnológicos, capazes de unir a forma ao conteúdo. Uma forma justa e ajustada só valoriza um conteúdo, tornando-o mais conhecido e mais utilizado.

Um novo pesquisador surge, aquele voltado à disseminação de informações, numa expressiva ampliação da noção de divulgação. Espaço e tempo se manifestam mais intensamente, coroando a dedicação dos pesquisadores na busca de um conhecimento maior e melhor da realidade.

Então, percebendo tal evolução, o IBGE houve por bem centrar sua atividade de disseminação, assumindo-a como uma especialização. O reformador de então, há cerca de cinco anos, ao criar o Centro de Documentação e Disseminação de Informações - CDDI, declarou princípios que convém explicitar.

INTRODUCCION

Los investigadores hablamos de divulgación cuando nos referimos a la finalización de las investigaciones volcadas a la mensuración de lo real. A lo largo de todo el procedimiento de investigación, procuramos tener siempre presente su instante final, pero nuestra mayor preocupación es con el fenómeno que estamos midiendo.

Así pues, aunque deseemos ver nuestro esfuerzo reconocido ampliamente, haciendo nuestro trabajo y el resultado de nuestro trabajo conocidos y por todos utilizado, tratamos de su divulgación como legos, considerándola una actividad no especializada del proceso de investigación.

No obstante, durante los últimos años se hace cada vez más evidente que el acto de tornar público un conocimiento tiene especificidad, representando un saber propio. Aumenta su importancia en medio de una complejidad cada vez mayor de la comunicación entre las personas, en una dinámica alucinadora.

La terminación de una investigación emerge como tarea para especialista. Debe dejarse en manos de profesionales preparados, perfeccionados y que estén a la par con los avances tecnológicos, capaces de unir la forma al contenido. Una manera justa y adaptada solo valora el contenido haciéndolo más conocido y más utilizado.

Surge un nuevo investigador, aquél dedicado a la diseminación de informaciones, en una expresiva ampliación de la noción de divulgación. Espacio y tiempo se manifiestan más intensamente coronando la dedicación de los investigadores en la búsqueda de un conocimiento mayor y mejor de la realidad.

Entonces, notando esta evolución el IBGE tuvo a bien centrar su actividad de diseminación asumiéndola como una especialidad. El reformador de entonces, de hace cerca de cinco años, al crear el Centro de Documentación de Informaciones - CDDI declaró principios que es conveniente explicar.

Primeiro, deu-lhe status de órgão técnico-setorial, a par com as Diretorias de Pesquisa, de Geociências e de Informática. Segundo, como Centro e não como Diretoria, tornou leve sua inserção na estrutura institucional. Terceiro, enfatizou a idéia de documentação como essencial à disseminação.

Desde então, vem ocorrendo crescente reconhecimento da disseminação como atividade especializada (o que será tratado na segunda parte deste texto). Ademais, contribuindo para essa transformação cultural, vimos pensando teoricamente a disseminação (o que será tratado na primeira parte deste texto).

1. A TEORIA DA DISSEMINAÇÃO

Passemos, então, à concepção teórica da disseminação, com ênfase na sua inserção no processo de produção de informações. Antes, porém, será útil tratar da informação em si: ela deve ser desejada, ser planejada e ser liberada como pressupostos à disseminação.

1.1. Atributos da informação

O valor de uma informação será função da maior eficácia que irá imprimir às ações de seu receptor final, uma vez que uma ação às cegas raramente alcançará seus fins. Por suposto, estamos tratando de informação capaz de reduzir a incerteza ou a ignorância de seu receptor, que por isso a deseja.

A transmissão de uma informação, constituindo uma mensagem coerente, pressupõe um código total ou parcialmente comum entre emissor e destinatário. A comunicação da mensagem será tanto mais eficaz quanto menos presente sinais indesejáveis, ruídos, deformadores da própria informação.

Pela comunicação difunde-se o patrimônio de conhecimento que a humanidade vai acumulando no tempo. Concretiza o direito do homem à emissão, à expressão e à recepção de informações, configurando-se como uma liberdade individual. Pretende-se que todos tenham livre acesso à informação.

Primero. Le dio status de organismo técnico-sectorial a la par con las Direcciones de Investigación de Geociencias y de Informática.

Segundo. Como Centro y no como Dirección hizo fácil su inserción en la estructura institucional.

Tercero. Dio énfasis a la idea de documentación como siendo esencial a la diseminación.

Desde entonces, es creciente el reconocimiento de la diseminación como actividad especializada (de lo que se tratará en la segunda parte de este texto).

Además, contribuyendo para esa transformación cultural estamos pensando teóricamente en la diseminación (lo que trataremos en la primera parte de este texto).

1. LA TEORIA DE LA DISEMINACION

Pasaremos a la concepción teórica de la diseminación enfatizando su inserción en el proceso de producción de informaciones. Mas antes, será de utilidad tratar de la información en sí: ella debe ser deseada, debe ser planificada y ser liberada como presuposiciones a la diseminación.

1.1. Atributos de la información

El valor de una información será función de la mayor eficacia que imprimirá a las acciones de su receptor final, puesto que una acción a ciegas, difícilmente logrará sus fines. Por supuesto, estamos tratando de información capaz de disminuir la incertidumbre o la ignorancia de su receptor que por esto la desea.

La transmisión de una información, representando un mensaje coerente presupone un código total o parcialmente común entre el emisor y el destinatario. La comunicación del mensaje será más eficaz cuanto menos señales indeseables, ruidos deformadores de la propia información, presente.

Uma vez desejada, será preciso produzir sistematicamente a informação, pautando-se num rigoroso planejamento. Há que se promover o encontro entre os que desejam e os que produzem as informações, ajustando-se as expectativas às possibilidades, num debate edificante.

Inicia-se tal encontro com o estabelecimento de uma **metademanda** por informações sobre a realidade que nos envolve e da qual somos partícipes. Nessa etapa, dá-se ordenamento ao conjunto de informações desejáveis à compreensão do real, em toda sua interdependência e sua fluência.

Prossegue-se o encontro com o estabelecimento de uma **macrodemanda** colocando-se produtores e usuários em dialética de cooperação. Nessa etapa, dá-se contorno a cada informação a ser produzida, definindo-se um isolado da realidade. Ademais, materializa-se a cidadela da ciência pelo encontro dos pares.

Enquanto produzindo uma informação é essencial que se tenha tratado de seu armazenamento e que se o tenha feito em meio magnético, donde se poderá transportá-la para diferentes formas de veiculação. Atualmente, não é mais aceitável que se pense em armazenamento de informações em meio impresso.

Naturalmente, o armazenamento deve supor a identificação e a recuperação das informações, em ambiente de base de dados, sob efetivo gerenciamento. Referenciar informações é um saber existente a séculos entre os documentaristas, sendo inútil tentar reinventá-lo, ademais da perda de tempo.

Desta forma, sabendo-se de antemão como as informações estarão armazenadas, será possível antecipar o processo de disseminação. Por essa ação paralela, justapondo-se o tempo da disseminação ao tempo da produção, ganham os usuários que receberão uma informação precisa, em tempo certo, no veículo adequado.

A través de la comunicación se difunde el patrimonio de conocimientos que la humanidad va acumulando con el correr del tiempo. Concreta el derecho del hombre a la emisión, a la expresión y a la recepción de informaciones, configurándose como una libertad individual. Se pretende que todos tengan libre acceso a la información.

Una vez deseada, será necesario producir sistemáticamente la información orientándose en rigurosa planificación. Se debe promover el encuentro entre los que desean y los que producen las informaciones, adaptándose las expectativas a las posibilidades en un debate edificante.

Empieza este encuentro al establecer una **metademanda** de informaciones sobre la realidad que nos rodea y de la que somos participantes. En esta etapa se da ordenación al conjunto de informaciones deseables a la comprensión de la real en toda su interdependencia e influencia.

Prosigue el encuentro estableciendo una **macrodemanda** colocándose productores y usuarios en dialéctica de cooperación. En esta etapa se contorna cada información a ser producida, definiéndose un aislado de la realidad. Y también se materializa la fortaleza da la ciencia por el encuentro de los pares.

Mientras se produce una información es esencial que se haya tratado de su almacenamiento y que hecho en medio magnético donde se podrá transportarla hacia distintas maneras de vehiculación. En la actualidad, ya no se acepta pensar en almacenamiento de informaciones en medio impreso.

Lógicamente, el almacenamiento presupone la identificación y la recuperación de las informaciones en ambiente de base de datos, con efectiva gerencia. Referenciar informaciones es un saber que existe hace siglos entre los documentalistas, resultado inútil intentar reinventarlo ya que además representa pérdida de tiempo.

De este modo, sabiéndose de antemano como serán almacenadas las informaciones, será posible anticipar el proceso de disseminación.

1.2. Concepção da disseminação

Não obstante, com frequência vive-se o inaceitável, ou seja, orienta-se o processo de produção à elaboração de um produto básico em meio impresso. Dá-se pouca ou nenhuma importância à base de dados, inviabilizando-se a disseminação de produtos alternativos.

Trata-se de uma prática reducionista da disseminação, comunicando-se pouquíssimas informações à Sociedade. A prestação de serviços e a geração de produtos ficam situadas em patamares muito baixos. Relativamente, em consequência, tornam-se desmesurados esforço e o custo de produção.

Disseminar é um conceito mais amplo, é adequar conteúdo e forma de modo a atender às demandas já identificadas, bem como, antecipar demandas. Há que se investir em pesquisas de opinião e de mercado, identificando-se como que uma **microdemanda** da sociedade.

A disseminação ganha crescente especialização, o disseminador torna-se um especialista, conformando um saber eclético unificado no conhecimento das potencialidades da informação, vale dizer, no equacionamento das necessidades presentes e futuras do mercado de informações.

A questão da disseminação ganha crescente importância na razão mesma em que a informação se torna vital à Sociedade moderna, já se identificando um quarto setor na economia, o setor da informação. A disseminação de informações torna-se um imperativo democrático.

Mediante esta acción paralela, con la yuxtaposición del tiempo de la diseminación al tiempo de la producción, salen ganando los usuarios que recibirán una información exacta, en tiempo cierto, en el vehículo adecuado.

1.2. Concepción de la diseminación

No obstante, se vive con frecuencia lo inaceptable, es decir, se orienta el proceso de producción hacia la elaboración de un producto básico en medio impreso. Se da poca o ninguna importancia a la base de datos inviabilizando la diseminación de productos alternativos.

Se trata de una práctica reducionista de la diseminación, comunicándose poquíssimas informaciones a la Sociedad. La prestación de servicios y la generación de productos se ubican a niveles muy bajos. Por consecuencia, resultan, relativamente, desproporcionados el esfuerzo y el costo de producción.

Disseminar es un concepto más amplio. Es adecuar contenido y forma de modo que se atiendan las demandas ya identificadas, así como también anticipar demandas. Hay que invertir en pesquisa de opinión y de mercado, identificándose como una **microdemanda** de la sociedad.

La diseminación adquiere creciente especialización. El diseminador se convierte en especialista configurando un saber eclético unificado en el conocimiento de las potencialidades de la información, es decir, en la racionalización de las necesidades presentes y futuras del mercado de información.

La cuestión de la diseminación gana creciente importancia en la misma razón que la información se hace vital a la Sociedad moderna, identificándose ya cuarto sector en la economía, el sector de la información. La diseminación de informaciones es un imperativo democrático.

2. A PRÁTICA DA DISSEMINAÇÃO

No IBGE, principal agência brasileira produtora de informações estatísticas, a disseminação ganhou fôro institucional e vem conquistando legitimidade. Entretanto, ainda estamos distantes do necessário paralelismo entre os tempos da produção e da disseminação, com uma robusta base de dados fazendo a intercessão dos dois processos.

Infelizmente, a cultura do meio impresso ainda é dominante, restringindo o espaço da disseminação, tornando-a algo improvisada. Contudo, vimos tendo vitórias significativas, ainda que pontuais, mas já insinuando um novo horizonte de melhor atendimento à Sociedade. Se não, vejamos.

2.1. Definição da forma

A produção é soberana, a disseminação é caldatária. A potencialidade do mercado só tenuemente é levada em conta. Ainda se insiste na finalização tabular de uma pesquisa a ser divulgada em meio impresso. A base de dados não é o alvo do produtor de informações, limitando-se a disseminação.

A tradição sugere o público, mas não se conhece o seu perfil como ator no mercado de informações. Não se promove pesquisas de mercado. São poucas e frágeis as pesquisas de opinião (em geral associadas a uma ou outra publicação). Nada é sistemático, a disseminação não é planejada.

A definição de um portfólio de disseminação para cada pesquisa e/ou cada área temática ainda é um sonho. Mas, a consolidação dessa idéia, o que é inegável, sugere esperança de um novo tempo, ainda mais em se percebendo o quão se empenha atualmente na consolidação de uma base de dados abrangente.

Não obstante, há significativos ensaios da noção de portfólio de disseminação. Por exemplo, os resultados do Censo Demográfico, 1991, estão sendo disseminados tanto em meio impresso, quanto em meio magnético, com ligeiro predomínio deste.

2. LA PRACTICA DE LA DISEMINACION

En el IBGE, principal agencia brasileña productora de informaciones estadísticas, la diseminación adquirió forum institucional y está conquistando legitimidad. No obstante, todavía estamos lejos del necesario paralelismo entre los tiempos de la producción y de la diseminación con una fuerte base de datos haciendo la intersección de los dos procesos.

Lamentablemente, la cultura del medio impreso aún predomina, restringiendo el espacio de la diseminación, haciéndola un tanto improvisada. Mas, ya estamos alcanzando victorias de importancia, que aunque sean puntuales, insinúan un nuevo horizonte de mejor atención a la Sociedad.

2.1. Definición de la forma

La producción es soberana, la diseminación es dependiente. La potencialidad del mercado solo es considerada tenuemente. Todavía se insiste en la finalización tabular de una investigación a ser divulgada en medio impreso. La base de datos no es el blando del productor de informaciones limitándose a su diseminación.

La tradición sugiere al público, pero no se conoce su perfil como actor en el mercado de informaciones. No se promueven encuestas de mercado. Son pocas y frágiles las encuestas de opinión, generalmente asociadas a una u otra publicación. Nada es sistemático, la diseminación no es planificada.

La definición de un portafolio o cartera de diseminación para cada investigación y/o área temática, todavía es un sueño. Pero, lo que es innegable, la consolidación de esa idea, sugiere la esperanza de nuevo tiempo, sobre todo observando cuanto se empeña actualmente en la consolidación de una base de datos incluyente.

No obstante, existen importantes ensayos sobre la noción de portafolio de diseminación. Un ejemplo son los resultados del Centro Demográfica - 1991 - que están siendo disseminados tanto por medio impreso como por

Ainda não são construções complementares e sim alternativas. Mas vale.

Outro exemplo, vem-se ampliando as sínteses de informações, cujo centro continua a ser o Anuário Estatístico do Brasil, uma espécie de catálogo de informações em referência a todo o Sistema Estatístico Nacional. Além da forma impressa, vem sendo oferecido em disquete, com razoável aceitação.

Como derivação, vêm-se consolidando o Brasil em Números que visa a ser um instantâneo do país, constituindo-se numa extraordinária obra para-didática. Por sua finalidade, ainda é pequena sua aceitação, mas é uma questão de tempo. Suas versões em outros idiomas ainda não se rotinizou.

Noutro sentido, recompondo-se a noção de portfólio de disseminação, vendo como tal o próprio catálogo de publicações do IBGE, há significativo progresso. Diversas obras de geociências vêm sendo editadas e/ou reeditadas, diversas obras de estatística vem sendo editadas. Análises de valor vêm sendo divulgadas.

Recupera-se a idéia dos Indicadores IBGE para divulgar os resultados conjunturais, pensando-se em implementá-la com o que há de melhor em tecnologia de comunicação. Atualiza-se a idéia de um **sistema online** para divulgação de variada gama de informações estruturais e conjunturais.

2.2. Revelação da existência

Como quer que seja, mesmo que a noção de portfólio de disseminação não esteja satisfatoriamente implantada, vem-se praticando o mais possível a promoção dos produtos e serviços disponíveis. Trata-se de uma ação natural, porquanto é essencial revelar aos quatro cantos o que existe.

Assim, a cada lançamento, temos associado cartazes, postais, marcadores de livro, malas diretas e outros. Em cada ocasião, primorosas criações artísticas tem sido postas a serviço da comunicação. No conjunto, vem-se construindo

medio magnético, predominando ligeiramente este último. Todavía no son construcciones complementarias, sino alternativas, pero valen la pena.

Otro ejemplo es que las síntesis de informaciones se están extendiendo y su centro continúa siendo el Anuario Estadístico del Brasil, una especie de catalogo de informaciones con relación a todo el Sistema Estadístico Nacional. Además de la forma impresa, se ofrecen también disquetes que tienen mediana aceptación.

Como resultado, está consolidándose el Brasil en Números que tiene en mira ser una especie de instantánea del país, lo que constituye una extraordinaria obra paradidáctica. Dada su finalidad, su aceptación es todavía pequeña, pero esto es cuestión de tiempo. Sus versiones en otros idiomas aún no son rutinarias.

En otro sentido, remitiéndonos a la noción de portafolio de diseminación y considerando como tal el propio catálogo de publicaciones de IBGE, hay un significativo progreso. Varias obras de geociencias se están editando y/o reeditando, así como varias obras de estadística que están siendo editadas. Análisis de valor están siendo divulgados.

Se recupera la idea de los Indicadores IBGE para divulgación de los resultados conyunturales y se piensa en llevaria a cabo con lo que de mejor existe en tecnología de comunicación. Se actualiza la idea de un **sistema on-line** para la divulgación de una variada gama de informaciones estructurales y coyunturales.

2.2 Revelación de la existencia

Aunque la noción de portafolio de diseminación todavía no esté satisfactoriamente implantada, se está ejerciendo al máximo posible la promoción de los productos y servicios existentes. Se trata de una acción natural ya que es esencial revelar a todos lo que existe.

De esta manera, a cada lanzamiento hemos asociado carteles, tarjetas postales, marcadores de libro, correspondencia y otros. En cada

uma identidade visual para a Instituição. Paralelamente, a área de Comunicação Social vem fazendo um excelente trabalho junto à imprensa, cada vez mais veiculando o nome do IBGE. Adicionalmente, temos procurado participar de diferentes eventos (congressos, seminários, simpósios, etc) com stands promocionais e/ou comerciais.

A atividade comercial está sob revisão de política, repensando-se as práticas de preços, de descontos e de gratuidade (doação, intercâmbio, etc). Está sendo intensificada a ação de vendas, direta e indireta, bem assim, a venda de assinaturas. A receita vem significativamente crescendo.

Contudo para além de permitir a aquisição de informações, dá-se ao público a possibilidade de apenas consultá-las, para o quê vem-se consolidando ampla rede de Salas de leitura, locais de acesso a uma sólida cadeia de bibliotecas com variado acervo.

Na verdade, vimos laboriosamente construindo uma prática de atendimento em todo o território nacional, oferecendo aos usuários assessoramento no acesso às informações estatísticas produzidas pelo IBGE. Compensa-se a falta de correto portfólio de disseminação negociando formas e tempos de atendimento.

Viabiliza-se esse trabalho através do Catálogo do IBGE, produzido a partir de uma base de informações referenciais cuidadosamente construída. Mais ainda, conta-se com publicações cada vez mais indexadas, ademais de um banco de metadados também indexado. A documentação tem consolidado posição.

CONCLUSÃO

Em pouco tempo será inevitável ajustarmos nossas reflexões teóricas e nossas vivências práticas a propósito de disseminação de informações, em consequência da criação da **Base de Dados do Mercosul**, fruto que será do trabalho em curso no âmbito da Comissão de Estatística (no marco do subgrupo 10).

ocasião se han puesto al servicio de la comunicación primorosas creaciones artísticas. En conjunto, se va construyendo una identidad visual para la Institución.

Paralelamente, el área de Comunicación Social está realizando un excelente trabajo con la prensa, vehiculando cada vez más el nombre del IBGE. Al mismo tiempo, hemos procurado participar de distintos eventos (congresos, seminarios, simposios, etc.) con stands promocionales y/o comerciales.

La actividad comercial está abajo revisión de política, repensándose las prácticas de precios, de descuentos y de la gratuidad (donación, intercambio, etc.). Se está intensificando la acción de ventas, directa e indirecta, así como la venta de suscripciones. Los ingresos están creciendo significativamente.

Además de permitir la adquisición de informaciones, se ofrece al público la posibilidad de tan solo consultarlas y a tal efecto se está consolidando una amplia red de Salones de Lectura, lugares de acceso a una sólida cadena de bibliotecas con variado acervo.

En realidad, estamos construyendo laboriosamente un ejercicio de atención en todo el territorio nacional, ofreciendo a los usuarios asesoramiento en el acceso a las informaciones estadísticas elaboradas por el IBGE. Se compensa la falta de correcto portafolio de disseminación, negociando modos y tiempos de atención.

Se hace factible este trabajo a través del Catálogo del IBGE, elaborado a partir de una base de informaciones referenciales cuidadosamente construida. Y más, se cuenta con publicaciones cada vez más indexadas y un banco de metadatos indexado asimismo. La documentación ha consolidado posición.

CONCLUSION

En poco tiempo será inevitable adaptar nuestras reflexiones teóricas y nuestras vivencias prácticas a propósito de disseminación de informaciones, por consecuencia de la creación

Sobre essa futura base de dados há que se legislar com urgência. Como já dissemos ao tempo da produção (sob responsabilidade dos grupos técnicos) há que se apor o tempo da disseminação, notadamente na figura do armazenamento das informações. Tecnologias precisam ser definidas, a par com responsabilidades.

Por suposto, as informações a serem armazenadas deverão estar indexadas sobre regras universais, viabilizando a melhor acessibilidade, sem o quê não haverá disseminação verdadeira. Claro, está-se falando de uma base de dados com a dimensão Mercosul, abarcando o trabalho de todos os subgrupos.

Assim, as quatro agências nacionais, detentoras de um saber próprio, verdadeiramente impar, deverão agir além das fronteiras da Comissão de Estatística. Trata-se de uma ação técnico-diplomata muito difícil, mas essencial, a se apoiar no saber da documentação.

A criação do **Grupo Técnico de Documentação e Disseminação** por ocasião da II^o Reunião da Comissão de Estatística estabelece o foro de debate. Em decorrência será possível definir padrões comuns de documentação na forma de vocabulário controlado para indexação, dentre outros temas pertinentes.

Enquanto isso, mesmo não contando ainda com o desejável ordenamento documental, temos feito alguma disseminação na dimensão Mercosul. Destaque-se as publicações **Mercosul: Sinopse Estatística e Mercosul: Inventário das Estatísticas Nacionais** compondo uma linha editorial comum.

Adicionalmente, foi assinada uma carta de intenções, pelos dirigentes máximos das quatro agências nacionais, no sentido de tornar cada Instituição, em seu espaço nacional, representante comercial das demais para a venda de publicações. Tal intenção está em fase de regulamentação.

Finalmente, o oferecimento que o IBGE fez às suas coirmãs de introduzirem propaganda institucional no Anuário Estatístico do Brasil, 53^o edição, 1993, dá pequena mostra de ação

de la **Base de Datos del Mercosur**, que será el fruto del trabajo en curso en ámbito de la Comisión de Estadística (en el marco del subgrupo 10).

Sobre esa futura base de datos hay de legislar con urgencia. Como ya se dijo, al tiempo de la producción (bajo responsabilidad de los grupos técnicos) hay de agregar el tiempo de la diseminación, sobre todo en la figura del almacenamiento de las informaciones. Tecnologías necesitan definirse a la par con responsabilidades..

Por supuesto, las informaciones a ser almacenadas, deberán estar indexadas sobre reglas universales, viabilizando la mejor accesibilidad sin la que no habrá verdadera diseminación. Naturalmente, se está hablando de una base de datos con la dimensión Mercosur, englobando el trabajo de todos los subgrupos.

Así pues, las cuatro agencias nacionales, poseedoras de un saber propio, verdaderamente singular, deberán actuar más allá de las fronteras de la Comisión de Estadística. Se trata de una acción técnico-diplomática muy difícil, pero esencial, que se apoya en el saber de la documentación.

La creación del **Grupo Técnico de Documentación y Diseminación** cuando se celebró la II Reunión de la Comisión de Estadística establece el foro de debate. Como consecuencia, será posible definirse estándares comunes de documentación en forma de vocabulario controlado para indexación, entre otros temas pertinentes.

Mientras tanto, aunque todavía no se tenga la deseable ordenación documental, hemos efectuado alguna diseminación en la dimensión Mercosur. Se destacan las publicaciones **Mercosur: Sinopsis Estadísticas y Mercosur: Inventario de las Estadísticas Nacionales** formando una línea editorial común.

Adicionalmente, fui suscrita una carta de intenciones por los dirigentes máximos de las cuatro agencias nacionales, al efecto de hacer cada Institución, en su espacio nacional,

conjunta a ser contruída cotidianamente. Há muito por ajustar nas disseminações nacionais em prol do espaço regional.

Anexo 1

Estrutura geral do CDDI/IBGE

- I. Direção (CDDI/D)
- II. Divisão do Planejamento e Organização (DPO)
- III. Divisão de Desenvolvimento de Mercado (DDM)
- IV. Divisão de Atendimento Integrado (DAT)
- V. Departamento de Documentação e Biblioteca (DEDOC)
 1. Divisão de Documentação
 2. Divisão de Bibliotecas
 3. Divisão de Acervos Especiais
- VI. Departamento de Editoração e Gráfica (DEDIT)
 1. Divisão de Editoração
 2. Divisão de Gráfica
- VII. Departamento de Sistemas de Informações (DESIF)
 1. Divisão de Desenvolvimento de Produtos e Serviços
 2. Divisão de Atendimento Automatizado
 3. Divisão de Suporte Tecnológico
- VIII. Departamento de Promoção e Comercialização (DECOP)
 1. Divisão de Promoção
 2. Divisão de Comercialização
- IX. Divisão de Suporte Administrativo (DISAD)

representante comercial de las demás para la venta de publicaciones. Esta intención se halla en fase de reglamentación.

Por último, el ofrecimiento que el IBGE ha hecho a sus cohermanas de introducir propaganda institucional en el **Anuario Estadístico del Brasil**, 53ª edición, 1993, ofrece una pequeña muestra de la labor conjunta a ser llevada a cabo cotidianamente. Hay mucho que adaptar en las disseminaciones nacionales en pro del espacio regional.

Anexo 1

Estructura general del CDDI/IBGE

- I. Dirección (CDDI/D)
- II. División de Planificación e Organización (DPO)
- III. División de Desarrollo de Mercado (DDM)
- IV. División de Atención Integrada (DAT)
- V. Departamento de Documentación e Biblioteca (DEDOC)
 1. División de Documentación
 2. División de Bibliotecas
 3. División de Acervos Especiales
- VI. Departamento de Edición y Gráfica (DEDIT)
 1. División de Edición
 2. División de Gráfica
- VII. Departamento de Sistemas de Informaciones (DESIF)
 1. División de Desarrollo de Productos y Servicios
 2. División de Atención Automatizada
 3. División de Apoyo Tecnológico
- VIII. Departamento de Promoción y Comercialización (DECOP)
 1. División de Promoción
 2. División de Comercialización
- IX. División de Apoyo Administrativo (DISAD)

Anexo 2

Concepção de Portfólio de Disseminação

- I. Meio Impresso
 1. Livro
 2. Fascículo
 3. Folheto
 4. Revista
 5. Listagem

- II. Meio Magnético
 1. Sistema on-line
 2. Arquivos Especiais
 3. Fitas Magnéticas
 4. Disquetes

Anexo 3

Atendimento à Sociedade

I. Acesso ao Acervo Impresso

1. *Consulta*
Referência (livros, periódicos, avulsos;
obras raras; ibegeana)
Documentação Territorial
Documentação Cartográfica
Documentação da Memória Institucional

2. *Aquisição*
Publicações
Mapas e Cartas
Listagens

II. Acesso ao Acervo Magnético

1. *Consulta*
Sistema on-line
Disquetes

2. *Aquisição*
Fitas Magnéticas
Arquivos Especiais
Disquetes

Anexo 2

Concepción de Portafolio de Disseminación

- I. Medio Impreso
 1. Libro
 2. Fascículo
 3. Folleto
 4. Revista
 5. Listado

- II. Medio Magnético
 1. Sistema on-line
 2. Archivos Especiales
 3. Cintas Magnéticas
 4. Disquetes

Anexo 3

Atención a la Sociedad

I. Acceso al Acervo Impreso

1. *Consulta*
Referencia (libros, periódicos, sueltos;
obras raras; «ibegeana»)
Documentación Territorial
Documentación Cartográfica
Documentación de la Memoria Institucional

2. *Adquisición*
Publicaciones
Mapas y Cartas
Listados

II. Acceso al Acervo Magnético

1. *Consulta*
Sistema on-line
Disquetes

2. *Adquisición*
Cintas Magnéticas
Archivos Especiales
Disquetes