



IBGE - CDDI/GEDOC
REDE DE BIBLIOTECAS
N.º de Reg: 138-e
Data: 21/02/96

4

ano I
número 4
dez-1990

Coleção
IBEGEANA

EDIÇÃO
ESPECIAL

Aqui você vê como foi a reunião técnica com os SDDIs

Essa Edição Especial do Informativo CDDI é para mostrar como foi a reunião técnica que o CDDI promoveu, aqui no Rio, com os Setores de Documentação e Disseminação de Informações (SDDIs) de Minas Gerais, Bahia, São Paulo, Pernambuco, Distrito Federal e Rio Grande do Sul. Durante cinco dias, de 3 a 7 de dezembro, o público que lotou o auditório Teixeira de Freitas teve a oportunidade de entrar em contato direto com esses verdadeiros postos avançados do IBGE e, como não poderia deixar de ser, também com suas dificuldades que vão desde a própria definição de suas atribuições, passam pelos obstáculos enfrentados pelo pessoal do atendimento ao usuário e chegam até aos meandros das relações dentro e fora da Rede Nacional de Disseminação.

Os seis temas tratados na reunião deram uma visão bem próxima da posição do IBGE como o semeador das informações sobre o Brasil, da Sociedade como a área que é semeada e do CDDI como o agente privilegiado dessa semeadura.


Lembrança permanente dessa missão é a escultura O Semeador no saguão de entrada do prédio principal do CDDI. A obra é do artista plástico Paul Ritgers, toda revestida em bronze, e está no IBGE desde 1947. Agora, O Semeador está incorporado ao CDDI e sua figura virou um símbolo que mostra a todos que entram a tarefa diária de espalhar para a Sociedade aquilo que ela mesma gerou - informações sobre o Brasil.



O Semeador acredita no germinar e por isso lança as sementes.

Presidente da República
Fernando Collor de Mello

Ministra da Economia, Fazenda e Planejamento
Zélia M. Cardoso de Mello

 Fundação Instituto Brasileiro
de Geografia e Estatística-IBGE

Presidente
Eduardo Augusto Guimarães

Diretor-Geral
José Guilherme Almeida dos Reis

Diretor de Pesquisas
Lenildo Fernandes Silva

Diretor de Geociências
Mauro Pereira de Mello

Diretor de Informática
Nuno da Costa Blitencourt

Superintendente do CDDI
Nelson de Castro Senra

Informativo CDDI

Publicação mensal do Centro de Documentação
e Disseminação de Informações do IBGE
Distribuição Interna

Centro de Documentação e Disseminação
de Informações-CDDI

Superintendente do CDDI
Nelson de Castro Senra

Superintendente-Adjunto
Lidia Vales de Souza

Núcleo de Atendimento Integrado-NAT
Reinaldo Silva Pereira

Núcleo de Planejamento e Organização-NPO
Maria Júlia P. M. Pereira

Núcleo de Desenvolvimento de Mercado-NDM
Jussara Colen Fleveres

Departamento de Documentação e Biblioteca-DEDOC
Maria de Nazareth Furtado Gomes

Departamento de Editoração-DEDIT
Elisabeth Granado

Departamento de Sistemas de Informações-DESI
José Ubaldino Baiao

Departamento de Produção Gráfica-DEGRAF
Ineu Guimarães

Divisão de Comercialização e Promoção-DICOP
Antonio Panteado

Gerência de Suporte Administrativo-GESAD
Osman Menna Barreto

Informativo CDDI

Ano I - dezembro de 1990 - nº 4

Editora Responsável:
Lacy Delfim (Reg. Prof. 18.009-RJ)

Comissão Editorial
Lidia Vales de Souza
Jussara Colen Fleveres
Lacy Delfim
Regina Sá

Planejamento Gráfico e Editorial
Departamento de Editoração-DEDIT

Programação Visual
Maria José Sales Monteiro

Digitação
Tânia A. B. de Castro

Diagramação e Arte-Final:
Diagramado pelo Sistema de Diagramação
Eletrônica com Emissão em Laser HP

Ilustrações:
Setor de Edição de Imagens

Copidesque/Revisão:
Setores de Copidesque e Revisão do DEDIT

Impressão:
Reprografia da GESAD

Distribuição:
CDDI/DICOP

Tragem: 2000 exemplares

CDDI: Rua Gen. Canabarro, 666 - Maracanã
20271 - Rio de Janeiro - RJ
Telefones: (021) 234-2043 - Fax: (021) 228-6575
Telex: 2139128

Mensagens sobre a Reunião Técnica



Narcisa Sara Amador Santiago - Chefe do SDDI de Minas Gerais

A reunião técnica foi uma oportunidade de nos sentirmos integrados ao contexto do CDDI, na medida em que conhecemos, de perto, cada aspecto de suas atividades. Pudemos visualizar o longo caminho a percorrer diante da reconhecida escassez de recursos humanos e materiais, comuns a quase todos os SDDIs e a importância de um mais profundo conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos pelo IBGE.

Celeste M. Tavares Moreira - Chefe do SDDI da Bahia

Queremos destacar três pontos muito importantes: a identificação do Superintendente do CDDI como o "Descobridor das Agências" por sua luta incansável para inseri-las, efetivamente, na Rede Nacional de Disseminação; a avaliação do nosso atual posicionamento como disseminadores pela reação com o despertar da consciência de nos tornarmos crescentemente capazes de atender pela prática; e, por último, a percepção mais madura de que empregar tempo em reflexão nos tira da concentração solitária e individualista e nos une na observação do mundo à nossa volta.

Fanny Elizabeth Moore Bevilacqua - Chefe do SDDI de São Paulo

O diálogo foi a forma predominante e a troca, a ação mais presente nesses dias de uma verdadeira maratona de diagnósticos e idéias, onde cada um teve a liberdade de apresentar suas propostas e, ao mesmo tempo, usufruir da reflexão de todos. A postura aberta do CDDI, considerando os trabalhos e procedimentos já existentes e identificando as lacunas que têm impedido ou retardado a realização plena da disseminação, deixou a certeza de estarmos contribuindo de forma responsável e participativa para a formação da Rede.

Marlene Feitosa de Azevedo - Chefe do SDDI do Distrito Federal

Ficamos impressionados com a organização do CDDI no novo endereço na General Canabarro, suas instalações e, especialmente o "pique" de trabalho que vislumbra-mos em todos que ali encontramos. Voltamos para Brasília entusiasmados com o ritmo de trabalho a que se propõe o CDDI, ou melhor, toda a Rede Nacional de Disseminação, e, com a responsabilidade cada vez crescente de cada SDDI na função de disseminar as informações do IBGE com seriedade, conhecimento técnico, interesse, clareza, entusiasmo.

João Rosendo de Lima Sobrinho - Chefe do SDDI de Pernambuco

Foi muito relevante o fato de técnicos das unidades regionais terem participado deste grande momento de elaboração dos novos métodos de trabalho. A consolidação dos subsídios oferecidos por cada participante, decorrente das formas peculiares com que vem trabalhando, será muito útil na elaboração de rotinas técnicas de trabalho que atendam, uniformemente, todo o País. Para este rumo tem que caminhar a disseminação, a fim de que os meios utilizados no Sul, possam ser igualmente usados no Norte, Nordeste, etc., deixando a marca registrada da nossa instituição.

Leda Stocker Ries - Chefe do SDDI do Rio Grande do Sul

Este evento serviu para demonstrar a capacidade de trabalho do CDDI frente aos desafios que uma sociedade moderna exige de seus órgãos públicos. O CDDI através de práticas eficientes vem demonstrando o quanto o IBGE precisa abrir janelas à sociedade e a si próprio. Acrescido do conhecimento dos novos métodos utilizados, um evento como o que há pouco vivenciamos oferece a oportunidade de crescer dando-nos a certeza de que a meta proposta pode ser atingida num trabalho coletivo com um só propósito, que é o de melhor servir à sociedade.

Nelson de Castro Senra - Superintendente do CDDI

Com esta reunião técnica é natural que nos perguntemos se chegamos a bom porto. Talvez, um simples talvez, deva ser nossa resposta. E por duas razões: a primeira, em nome da prudência, entregando-nos ao exercício da dúvida na busca da verdade, como sugere a boa filosofia; a segunda, em nome da incerteza, como convém àqueles que pensam o futuro. Assim, de imediato nada muda no cotidiano dos SDDIs pois seus representantes que aqui estiveram vão retornar às suas áreas como que de mãos vazias, sob a perigosa ameaça da frustração. Os problemas aqui expostos foram muitos e vão nos exigir profunda reflexão e mais intensa ação. À frente, viveremos muita tensão; que a possamos beneficiar, criando; que nosso até breve, seja realmente breve.

Os SDDIs nos Escritórios Estaduais



Tópicos:

- Organização interna
- Recursos humanos
- Recursos materiais
- Conhecimento dos produtos e serviços
- Informações sobre as pesquisas e resultados

Auto-retrato dos SDDIs

O primeiro dia (3) da reunião técnica foi de boas-vindas, apresentações e muitas reivindicações. Os ouvintes que lotaram o auditório Teixeira de Freitas do CDDI, no Rio, puderam ver por dentro como atua um SDDI, quais os obstáculos que tem que vencer e quanto é preciso fazer para que possa ter pleno êxito na sua missão de disseminador.

Primeiro, o funcionário

Há grandes diferenças entre os recursos humanos de que cada SDDI dispõe. Entre os seis estados, só a Bahia considerou satisfatório seu quantitativo de pessoal. Os outros, querem a ampliação dos seus quadros. A ampliação do quadro de pessoal parece vir, quase sempre, da necessidade de contar com o conhecimento de especialistas como bibliotecários, geógrafos, operador de xerox etc. Daí surge a segunda reivindicação que enumera vários cursos de treinamento: para o atendimento ao público, para a venda, para lidar com a base de dados e treinamento em geociências. No caso dos mapas, ficou bem claro que poucos, entre vendedores e compradores, sabem "ler" um mapa. Interpretá-lo então, nem se fala!

Segundo, os recursos materiais

Todos querem os mesmos recursos materiais que o SDDI de São Paulo tem: microcomputadores, terminais-vídeo, fac-símile, te-

Por definição, todos os 25 Setores de Documentação e Disseminação de Informações (SDDIs) dispõem de uma Sala de Leitura e de um Posto de Venda. Alguns deles têm também uma Sala Pública. Em tese, mais sua localização em todas as capitais brasileiras, é a base para a descentralização ideal da disseminação. Na prática, há o risco de dispersão. Como usar plenamente esse potencial foi a tônica desse diálogo com os SDDIs.

lex, assinatura de jornais locais e mapoteca. Isso não quer dizer que o SDDI paulista não tem problemas, pois, como os outros, e como o próprio CDDI, todos aguardam a saída do novo Catálogo de Produtos e Serviços que o CDDI promete para breve. Com o catálogo, qualquer pessoa estará apta a conhecer e a informar sobre o que o IBGE já produziu, está produzindo e até o que pretende produzir daí pra frente.

O funcionário ideal

Fixar o perfil do funcionário ideal para os SDDIs é atribuição de cada um deles; seu quantitativo também. O essencial é que estejam preparados para as ações de atendimento, de comercialização e de promoção, ou seja, estejam preparados para ser disseminadores. O CDDI conta com um plano de formação de pessoal que oferece cursos de treinamento à distância perfeitamente estruturados para integrar cada técnico em sua atividade. Fazer uso dos recursos disponíveis no CDDI, entre eles o Catálogo de Produtos e Serviços e os futuros Manuais com os métodos para atendimento, para documentação e para promoção e comercialização, é uma perspectiva que os presentes na reunião técnica esperam ver concretizada a curto prazo.

Conhecer as pesquisas

Os resultados das pesquisas do IBGE ficam disponíveis de várias formas: impressa, base de dados, arquivos de recuperação imediata, produtos de informática, microfichas e outros. A questão é :

até que ponto os funcionários conhecem esses produtos e, a partir desse conhecimento, conseguem satisfazer e até ampliar cada pedido de informação e de aquisição? Um folheto explicativo da pesquisa é um meio rápido de solucionar isso. Para disseminar é preciso conhecer o que se tem na prateleira. Senão, ficará sempre mais fácil desviar o usuário para que ele procure informação em outra instituição. Pior pode acontecer se o visitante for um repórter atrás de mais dados sobre matéria do IBGE recém-lançada na mídia. Nesse caso, os chefes dos SDDIs sentem cair em suas cabeças o efeito bumerangue de uma demanda sem oferta.

Os SDDIs simplesmente não sabem e não têm respostas: porque esses resultados ainda não chegaram lá, porque a publicação ainda não está disponível. Emparelhar, nessa corrida, o talento da Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) e a produção do CDDI é uma alternativa proposta e a ser pensada em conjunto.

Recomendações

- Definir as atribuições dos SDDIs
- Organização interna
- Articular a divulgação com a disseminação
- Catálogo de Produtos e Serviços
- Instalações adequadas
- Melhores recursos materiais
- Folhetos explicativos das pesquisas

Atendimento nos SDDIs e nas Agências



Tópicos:

□ Atendimento

- Telefone, fax, telex
- Correspondência
- Pessoalmente
- Sistemas automatizados
- Tabulações especiais

A hora certa do atendimento

Atendimento tem hora? Ou pode acontecer no próximo minuto? Os SDDIs de Minas Gerais, Bahia, São Paulo, Pernambuco, Brasília e Rio Grande do Sul têm horários variados de atendimento ao público. Alguns dão atendimento das 10 às 17 horas. É o caso de São Paulo. Outros, como Bahia e Brasília, fecham para almoço. Pela experiência das chefias desses SDDIs, esses horários acompanham as horas de pico e de baixa na demanda. Por outro lado, a alternativa de atendimento integral tem que lançar mão de revezamento entre os funcionários para cobrir o horário integral de expediente. Uma decisão foi unânime: é preciso selecionar uma equipe exclusiva para o atendimento por telefone.

Informações municipalizadas

Seja qual for o tipo de atendimento, duas propostas foram levantadas nesse dia: uma é o levantamento do perfil do usuário e outra é a urgência de se corresponder à insistente procura por dados municipais. Quanto a pesquisar o perfil do usuário, é impraticável, visto que o IBGE não tem vocação para esse tipo de pesquisa; quanto aos dados municipais, a própria proximidade das Agências, que estão distribuídas pelos municípios, estimula esse tipo de demanda. E, no caso, realça mais de perto o desconforto do não atendimento ou do atendimento parcial.

A produção de informações tem por princípio, origem e fim a sociedade, mas pode-se dizer que sua obra final é a própria disseminação, que é quando aquelas informações fecham seu ciclo de saída e de retorno para essa mesma fonte, antes geradora, agora receptora. Esse retorno das pesquisas é dado pela oferta de produtos e serviços do IBGE, os estudos e análises que mostram, e provam, a realidade social, econômica, demográfica e espacial desse País. Como tem sido dado esse retorno foi o tema do segundo dia da reunião técnica com os SDDIs.

O X da questão

Quando o usuário escreve pedindo uma informação curta, ele recebe, de graça, uma xerox com a resposta. Já uma resposta mais longa sai por duas vias: em xerox - e aí manda-se antes um orçamento desse serviço ou aconselha-se, também, a compra da publicação que tem o que ele quer; a segunda opção é a mais econômica, pois se o usuário optar pela xerox vai dar dor de cabeça em muita gente. Isso porque o SDDI gasta pessoal, papel, energia elétrica e máquina, mas não fica com o dinheiro pago pelo serviço. A situação é a mesma no atendimento pessoal. Saída pela tangente: emprestar o livro para ser xerocado "lá fora". Funciona! O livro sempre volta. Mas e a imagem da Instituição? Essa só sofre desgaste nesse vaivém.

Fila do banco de dados

Mesmo nos SDDIs do Distrito Federal e de São Paulo, que são dos mais bem equipados, o sistema Sidra (Sistema IBGE de Recuperação Automática) é pouco utilizado por causa da defasagem das informações. Conforme a chefe do SDDI do Distrito Federal, Marlene Feitosa de Azevedo, esses serviços têm custos diferenciados e mesmo nos seus reajustes não seguem uma padronização. A cobrança é em BTN e em Brasília é cobrado o dobro do valor que tem nos

outros estados. Fanny Elisabete Moore Bevilacqua, chefe do SDDI de São Paulo, aponta o problema das tabulações especiais, cujos orçamentos demoram a sair, o que provoca cancelamentos constantes dos pedidos. Quando o usuário aceita o orçamento, tem início a fila da elaboração das informações. Nessa espera, muitos desistem. Essas desistências causam terríveis desgastes à competência do SDDI local e, por extensão, à credibilidade que o próprio IBGE tem que fazer por merecer.

Recomendações

- A confecção do manual para o atendimento é urgente
- Pessoal exclusivo para o atendimento por telefone
- Mais linhas telefônicas nos SDDIs
- Atualização do Sidra
- Tabulações especiais:
 - orçamento mais rápido
 - tempo de resposta mais curto
- Mapas estaduais e municipais
- Uniformizar a cobrança de xerox



Tópicos:

- Organização e atualização do acervo impresso
- Acervo nas agências

Quem tem medo do acervo?

A primeira condição para o funcionamento de uma biblioteca é saber tudo que cada obra tem a oferecer para o leitor. Isso significa não só ver o que está dentro da obra (suas seções e capítulos), mas o que estava "do lado de fora", isto é, como, onde e por que foi realizada tal pesquisa ou se desenvolveu tal serviço. Essa relação com as áreas técnicas proporciona uma intimidade muito proveitosa com o material que chega às mãos do pessoal das bibliotecas.

O Departamento de Documentação e Biblioteca (Dedoc) pode perfeitamente ser o intermediário de todas as carências dos SDDIs nas questões da documentação como tratamento do acervo e sua constante atualização. Isso pode ser feito com a criação de uma supervisão interestadual.

Biblioteca tem nome

Atualmente, com raras exceções, as bibliotecas estão quase que totalmente descaracterizadas: não têm bibliotecários para organizá-las, estão mal instaladas e não há critérios de definição do acervo (mínimo e máximo). Em sua maioria, nem nome têm. Isso sem contar com a constante ameaça dos fungos. A chefe do Dedoc, Maria de Nazareth Furtado Gomes, disse que o Departamento de Segurança do Trabalho e Saúde Ocupacional do IBGE vai dar orientação para prevenir e para combater os fungos. Parece que só o uso de aparelhos contra a umida-

Uma biblioteca ou um setor de documentação faz parte integrante do processo de geração de novos conhecimentos. Como isso é feito? Um livro, um mapa, uma lei, qualquer documento é tratado com a intenção explícita de uma pronta recuperação, isto é, de estar acessível quando é procurado. Com isso, a biblioteca pode responder não apenas ao corpo técnico, mas à população em geral. Isso caracteriza todas as bibliotecas como parte integrante da disseminação.

de não adianta, pois se um dos livros já estiver contaminado vai acabar passando sua "doença" para os outros. Vale a pena fazer a encadernação, pois ela é um dos meios mais eficientes de conservação das obras. A formalização das bibliotecas nos SDDIs e destes nos Escritórios Estaduais vai dar uma personalidade gerencial a cada um desses componentes da Rede Nacional de Disseminação.

Ao alcance da mão

A programação visual das bibliotecas tem que levar em consideração o espaço físico de que dispõem e, dentro desse limite, torná-las confortáveis e funcionais a ponto de o próprio usuário achar e pegar o que quer nas estantes. Isso economiza o trabalho e o tempo do funcionário, ao mesmo tempo em que proporciona maior intimidade com a biblioteca.

A periodicidade do Informativo CDDI mudou. Em 91, passa a ser de dois em dois meses. O Informativo CDDI nº 5 vai sair no começo de fevereiro e trará o balanço de 90 das atividades desenvolvidas no CDDI

Venda ou doação?

Antigamente as bibliotecas recebiam dois exemplares de cada publicação. Hoje, muitas têm que tirar esses exemplares da cota de doação. Quando isso acontece, um dos lados fica desfalcado. A opinião geral na reunião técnica é a de que as bibliotecas e as agências devam sempre receber dois exemplares das obras.

Recomendações

- Ativar o diálogo entre o Dedoc e os SDDIs
- Formalização das bibliotecas no SDDI e deste nos Escritórios Estaduais
- Inclusão dos SDDIs no intercâmbio de publicação com outras instituições, via Dedoc
- Bibliotecários volantes: recrutamento na mesma região para dar instrução de avaliação, organização e conservação do acervo
- Diagnóstico das Agências/Supervisão interestadual
- Definição da Catalogação: recuperação, complementação e acompanhamento
- Estatística das obras mais procuradas



Tópicos:

- Controle de estoques
- Layout das livrarias
- Vitrines
- Material de venda
- Uso dos mapas-índices

Os Postos de Vendas dos SDDIs podem simplificar e baratear as atividades da Divisão de Comercialização e Promoção do CDDI, a partir do momento em que passem a participar, e influir, decididamente na própria veiculação dos produtos e serviços que o IBGE oferece. Aí o SDDI passaria a fazer, além do atendimento por re-ação (em resposta a uma demanda da sociedade), um atendimento por pró-ação (quando toma contato com os desejos e as necessidades dessa mesma sociedade). Entre esses dois pontos, movem-se os componentes da Rede Nacional de Disseminação.

Vitrine é pra chamar a atenção

As vitrines dos Postos de Vendas exibem mapas do Brasil enquanto os SDDIs de São Paulo, Pernambuco e Minas Gerais sugerem a confecção de mapas-índices estaduais que estão sendo muito procurados. No momento, eles estão lançando mão dos mapas do Instituto Geográfico e Cartográfico no atendimento. Outro problema em relação aos mapas é quanto à sua interpretação, pois é raro o funcionário que sabe fazer isso. Todos querem receber esse tipo de treinamento dos especialistas da Diretoria de Geociências. Isso vai atender a outra necessidade, que é a de contar com uma mapoteca em cada SDDI.

Outro atrativo são as peças promocionais que ajudem a chamar a atenção não só para os produtos que estão lá dentro, como também para a própria Instituição. Cartazes, folhetos, marcadores de livros, adesivos gratificam o usuário e ampliam o poder de alcance do Posto de Vendas. O que se pode fazer de mais imediato seria uma tiragem suplementar da capa da publicação. Isso resolve? Não, pois o êxito do atendimento depende, e muito, das instalações físicas dos SDDIs.

Estética é fundamental

As instalações físicas dos SDDIs precisam ser atraentes e confortáveis para que o usuário volte sempre. Outro consenso entre os par-

tecipantes da reunião é o de que a Biblioteca e o Posto de Vendas devem estar juntos, pois uma atua como chamariz para o outro e, dessa forma, se complementam. Isso compreende, também, economia de pessoal e de tempo.

Controle dos estoques

Os Postos de Vendas de Minas e Pernambuco controlam seus estoques por meio de fichas individuais de cada publicação; São Paulo já está utilizando o Programa de Administração de Estoque. Há reclamação pela demora entre a divulgação das publicações e sua chegada ao Posto de Vendas. Por causa disso, ocorrem aqueles atropelamentos de anunciar o que ainda não se tem. Para o usuário, isto é inexplicável. Dizer, por outro lado, que a coleção de Geografia do Brasil está esgotada deixa uma frustração tão grande quanto a anterior. Um levantamento desse tipo de demanda deve ser feito e encaminhado ao CDDI para pleitear, ou não, uma nova edição. As duas situações caracterizam um não-atendimento terrivelmente desestimulante para ambas as partes. É aconselhável que a Divisão de Comercialização e Promoção mantenha uma lista das publicações disponíveis. A seção "Já nas Bancas" do Informativo CDDI tem ajudado quanto aos lançamentos do mês.

Recomendações

- Programação visual das vitrines
- Centralizar na Dicop os pedidos de publicações esgotadas
- Levantamento das demandas (obras mais procuradas)
- Mapotecas em todos os Postos de Vendas
- Material promocional:
 - capas, cartazes, etc.
- Mapa-índice estadual
- Sistema de Controle de Esto que gerenciado pela Dicop

A direção do IBGE reúne, de 14 a 18 de janeiro, no auditório Teixeira de Freitas do CDDI, os chefes dos Departamentos Regionais, dos Escritórios Estaduais e das Divisões de Geociências.

Promoção do Acervo e da Imagem Institucional



Tópicos:

- Lançamento dos resultados
- Instrumentos para promoção do acervo
- Instrumentos para promoção da imagem institucional
- Apoio à rede de coleta
- Participação em eventos

Sintonizar a divulgação com a distribuição

O mais ágil instrumento de divulgação dos resultados das pesquisas do IBGE tem sido os *releases* da Coordenadoria de Comunicação Social. No entanto, tal agilidade, ao mesmo tempo que alcança os meios de comunicação de massa, deixa vulnerável a imagem da Instituição, ao provocar uma demanda sem oferta, ou seja, ao deflagrar o efeito bumerangue. A divulgação dos resultados da PNAD 89 sofreu esses efeitos recentemente. Como os textos para a imprensa não abordam (nem poderiam) toda a extensão das pesquisas, o usuário corre para os SDDIs e as Agências para pegar mais informações, mas, ao chegar lá, não vai conseguir nem a publicação e nem mesmo o próprio *release* da CCS. Resultado: pede-se paciência a todos. Mais produtivo é que a divulgação e a distribuição caminhem paralelas, estâncias que são uma da outra, mas corram simultâneas, em direção ao destino comum às duas, que é o de devolver à sociedade os estudos e análises da sua realidade. Uma ação coordenada será bastante proveitosa tanto para a divulgação (CCS) quanto para a disseminação (CDDI) e é uma das reivindicações de todos os SDDIs que participaram da reunião técnica.

Entrando na universidade

Explicar para o público a razão da periodicidade das pesquisas

A efetivação da Rede Nacional de Disseminação é a meta maior de todo o CDDI e exige um enorme esforço de construção e de imediata reconstrução dos processos técnicos e de comunicação entre as partes envolvidas. Incluir a atividade de disseminação nas Agências de Coleta vai exigir todo o empenho do CDDI, mas, conforme seu superintendente, Nelson de Castro Senra, esse esforço dará uma colheita farta.

do IBGE torna-se cada dia mais urgente para que não se acusem de defasados seus resultados. Ensinar, por exemplo, que os fenômenos demográficos precisam de mais tempo para ser analisados exige só umas linhas a mais no texto e resgata a atualidade de uma das maiores pesquisas do IBGE, que é o Censo Demográfico. Esse tipo de explicação elimina um certo complexo de desatualização que muita gente boa (e mal informada) sofre.

Livres desse "complexo", os SDDIs dispõem de condições para entrar nas universidades vizinhas e oferecer seus produtos e serviços. Ideal é conhecer, também, todos os convênios que o IBGE tem com elas. Essa ocupação das universidades pelos SDDIs compreende doações promocionais e seminários com especialistas das duas instituições. Esse trabalho da imagem junto a esse segmento é essencial, pois tem grande poder multiplicador para outras áreas.

Disseminação nas agências

Esta Edição Especial do Informativo CDDI está sendo expedida também para todas as Agências dos

SDDIs. Antes disso, elas receberam uma tiragem especial do número zero (jul-ago) onde foi feita a apresentação de todas as áreas do CDDI. Tem início a aproximação com a rede de coleta. Abastecê-las para participação ativa nos eventos municipais passa pela disponibilidade de um calendário de eventos e seleção daqueles que servem à disseminação dos produtos do IBGE. Entre os produtos mais procurados estão as folhas topográficas e os dados do município. Será muito promissor também que as Agências passem a receber as informações que a Coordenadoria de Comunicação manda para a imprensa.

Recomendações

- Sintonia com a CCS - trabalho conjunto
- Malote exclusivo e diário do CDDI para SDDIs
- Calendário de eventos
- Calendário de lançamento das publicações
- Informativo CDDI também para as agências

Informativo CDDI / Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Centro de Documentação e Disseminação de Informações. - Ano 1, n.1 (set. 1990) - Rio de Janeiro: IBGE, 1990-

v.

Mensal.

Publicado n.0 jul./ago.90.

Acompanhado ocasionalmente do suplemento Espaço Extra

ISSN 0103-819X

1. IBGE. Centro de Documentação e Disseminação de Informações - Periódicos. I. IBGE. Centro de Documentação e Disseminação de Informações.

IBGE.CDDI.Dep.de Documentação e Biblioteca
RJ-IBGE/90-16

CDU 061.27/IBGE/CDDI:05



Tópicos:

- Relação atual
- Instrumentos para a sistematização da comunicação
- Estatísticas de atendimento
- Estatísticas do não atendimento
- Encontros e acompanhamentos
- Treinamento

Traçando o perfil

O perfil do funcionário que dá atendimento aos usuários nos SDDIs inclui bom conhecimento das pesquisas, gosto pela leitura, postura ética e facilidade de comunicação entre várias outras qualidades. Enquanto no âmbito do SDDI, essa relação é bastante cordial mas, a partir do momento em que o funcionário se volta para dentro da própria Instituição à cata da resposta, essa engrenagem deixa à mostra um vazio que assusta os mais desavisados. Pra onde correr? A quem recorrer? À área produtora? A outro SDDI? Ou ao CDDI? Essas indecisões quanto ao destinatário da pergunta denunciam fragmentação das relações dentro e fora da Rede Nacional de Disseminação que se quer inteira e abrangente.

Os SDDIs gastam um tempo grande e precioso na busca de informações dentro do IBGE. Por isso, é preciso criar, ou resgatar, a cultura da pergunta que está implícita em todas as ações da disseminação. A cultura da pergunta tem uma base lógica pois quem tem a informação também tem a obrigação de torná-la disponível para todos. E torná-la disponível em tempo útil. A disseminação não pode ter que empreender uma verdadeira corrida de obstáculos para receber a resposta que busca

A informação só é útil se puder ser recuperada pois a resposta tem que acompanhar a velocidade da pergunta. Dentro da tecnologia moderna os canais usados na transmissão gozam de um prestígio ímpar - a velocidade. Tão instantânea quanto eles deve ser sua recuperação. Um inimigo terrível dessa desejada instantaneidade é a burocracia, com sua lentidão genuína e seu horror a tudo que represente o novo. As dificuldades enfrentadas pelos SDDIs para conseguirem as respostas que precisam caracterizam um duplo prejuízo: tanto do SDDI diante do usuário, quanto do CDDI frente aos SDDIs. Coordenar a frequência dessa relação é vital para a disseminação.

como se fosse um troféu conseguido a duras penas. Se isso acontece, a disseminação perde sua própria razão de ser que é distribuir a informação.

Postos avançados da disseminação

O mapeamento da Rede Nacional de Disseminação envolve as 592 Agências de coleta e disseminação que integram os vinte e cinco SDDIs que estão compreendidos dentro de 23 Escritórios Estaduais (fora o do Rio) mais os Departamentos Regionais Sul 1 (Rio Grande do Sul) e Sudeste 3 (Minas Gerais). Esse mapeamento mostra uma rede gigante que dispõe de conexões em todas as capitais e em grande parte dos municípios brasileiros. Com essa amplitude, a configuração completa da rede liga esses autênticos postos avançados do IBGE em todo o País. Ligar todos esses pontos entre si e com a sede no Rio é uma questão de tempo e de decisão. Formada essa linha direta de comunicação, dentro e fora, da rede é nada mais do que democratizar os produtos gerados na própria sociedade.

Acordo de serviço

Cada SDDI pretende fazer um diagnóstico dos recursos humanos de que dispõe e com isto montar um "pronto socorro" que possa prestar auxílio a outro setor

que precise, por exemplo, de um bibliotecário. Esse funcionário especializado vai então ensinar e treinar outro que passa, então, a estar apto para repassar o que aprendeu. Esse treinamento em cadeia é extremamente eficaz e sai muito mais barato do que deslocar técnicos da sede ou promover estágios nas áreas produtoras. Outra opção econômica são os cursos de instituições como Sesc e Senai. Outro diagnóstico será sobre os recursos materiais de cada SDDI. Aqui as opções são sempre onerosas mas, ainda assim, não podem ser descartadas. Quanto às estatísticas do atendimento e do não atendimento são fundamentais para que se elabore um precioso cardápio dos assuntos mais procurados em todo o País. O CDDI aguarda esses diagnósticos e essas estatísticas.

Recomendações

- Catálogo telefônico das agências
- Estreitar relações entre os SDDIs
- Diagnósticos:
 - recursos humanos
 - recursos materiais
- Treinamento em cadeia