5
Resultados da técnica de história oral

Este capítulo apresenta as informações resultantes de pesquisa realizada com a técnica de entrevistas de história oral. Pode-se afirmar que o seu emprego representou uma inovação para a investigação em Ergonomia, Interação Humano-Computador e Arquitetura de Informação, pois até o momento a técnica ainda não havia sido utilizada.

Conforme descrito em capítulo anterior, foram entrevistados os seguintes funcionários do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): Reynaldo, Maria Helena, Aldo, Cesar Nuñez, Edna Campello, Márcio Imamura, Luiz Paulo, Taissa, Tarsus, Alchorne, Jorge Tadeu, Cristina Castanheira, Paulo Quintslr e Müller. Cada um foi escolhido devido ao seu envolvimento com a tarefa de disseminação de informações e forneceram autorizações individuais para a publicação de seus depoimentos na tese.

Os temas tratados foram: as mudanças tecnológicas no IBGE, o surgimento do portal de Internet, o advento da informática no campo do Design, a acessibilidade, usabilidade e a compatibilidade do portal, o desafio de conhecer os usuários, a demanda de informações por parte dos usuários, além de detalhes sobre cada item de conteúdo (em *subsites* e *hotsites*) e da Arquitetura de Informação do portal.

Os resultados destas entrevistas são apresentados por temas, confrontando-se as visões pessoais entre si. O objetivo foi levantar dados a respeito dos canais específicos do portal, seus públicos, suas tecnologias, conteúdos e formatos, e um pouco da história de sua elaboração, segundo as palavras, recordações e visões dos que participaram de sua produção e gerência – na qualidade de designers, programadores, conteudistas, chefes ou responsáveis pelo atendimento aos

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

usuários. Visou-se proporcionar uma descrição abrangente de conteúdos e do contexto vivido.

Conforme a técnica de editoração empregada em história oral, os depoimentos foram mantidos fiéis às manifestações registradas em áudio. Para facilitar a apresentação, alguns trechos foram suprimidos, editados ou agrupados, sem, no entanto, serem submetidos ao copidesque tradicional de tipo "jornalístico".

5.1
A entrada dos microcomputadores no IBGE

O engenheiro Reynaldo Monteiro conta-nos sobre os primeiros tempos da informática no IBGE:

Entrei no IBGE em março de 1975 (...) Os computadores do IBGE, nessa época, nos anos 70 para 80, acompanhavam o que tinha de melhor. E era o parque IBM. (...) *Mainframes*.

Maria Helena acredita que houve resistência à entrada dos microcomputadores por parte dos técnicos de grande porte:

(...) O que eu vejo é que os técnicos superiores de grande porte ainda têm muita [resistência] à informática. (...) Eu acho que não apostavam no microcomputador, no pequeno porte (...) Houve muita gente que parou aí [na informática de grande porte].

Reynaldo conta-nos como viu a entrada dos micros e os problemas da mudança, ao longo dos anos 80:

A entrada dos micros se deu, também, não muito rapidamente, porque os micros ainda eram uma tecnologia ainda que o pessoal ainda tinha algum medo, em relação a ela. Dela cuidar das informações. Devido ao volume de informações do IBGE. Não existia, nos primeiros micros, nem armazenamento. Só existia armazenamento em disquetes (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Reynaldo explica a proposta de criação da área de Disseminação de Informações (CDDI), no final dos anos 80:

Foi uma área formada com vistas em ser a entrada do usuário no IBGE. Porque, até então, o usuário se comunicava com o IBGE, e o IBGE podia ser qualquer IBGE. IBGE da cartografia. IBGE da geografia. IBGE da informática. IBGE da estatística...

(...) Em cada uma das diretorias, existiam núcleos que faziam um atendimento, mas não existia uma coordenação única. Não se sabia o que é que um fazia, o que é que o outro fazia. E tinha todos os estados fazendo (...)

Ao longo desse período, o CDDI se organizou para centralizar o atendimento de bibliotecas, no Brasil todo, com a coordenação ficando aqui. E todos os atendimentos, de modo geral. (...) Para melhorar, para dar dinamismo e passar a se ter também resultados estatísticos desse atendimento.

A mensuração automática da qualidade do atendimento ao usuário foi uma das vantagens da centralização, explica Reynaldo:

(...) Mensurar isso. E também verificar a qualidade do atendimento. Antes, a gente não tinha como... Não tinha notícia – quando alguém demandava uma solicitação ao IBGE, para uma área específica – se levava um dia, dois, três, "ene" dias, ou se não respondia. E ninguém sabia porque não existia nada centralizado.

Reynaldo mostrou como foi desenvolvido o sistema que automatiza o atendimento ao usuário:

Existia, no início do CDDI, um sisteminha – que começou embrionário – de protocolo, que foi evoluindo... Hoje, já se tem um sistema mais complexo, que registra todas essas coisas (...) Quando chega uma solicitação [de um usuário], ela é alocada para um técnico. Mas é disparado um *e-mail* de retorno informando que foi distribuído isso. Você tem um prazo para responder.

Maria Helena comenta aspectos da apropriação da informática pelos trabalhadores e as dificuldades dos usuários:

(...) Eu já peguei a chegada da rede interna. Eu não lembro nem como era o nome. Era uma coisa engraçada, que a gente escrevia, e era ainda meio complicado... Internet é uma coisa muito recente (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Eu me lembro que, quando começou, a gente tinha medo de escrever. Com medo de que pudesse estourar e quebrar tudo...

5.2
A informatização atinge a área de Design

Maria Helena comenta as possibilidades do uso do computador na área de editoração:

Imagina o que era o "imprima-se" há 20 anos atrás. O "imprima-se", corrija-se, corrija-se... Significava corrigir uma página: você vai mexer em tudo! (...) A informática, nessas áreas, acho que foi fabulosa (...)

Aldo Victorio, ex-gerente de criação, descreve como foi o processo de informatização do campo do Design:

No início da década de 90, é que começam a chegar os primeiros equipamentos. (...) Depois, aí os primeiros 386 vão chegar por volta de 1994. É com o Ventura que o pessoal trabalhava (...)

Eu não vi nenhuma reação de medo, de preconceito ou de reserva, não. Uma expectativa e um interesse muito grande. (...) A reação foi de disputa pelos equipamentos melhores. (...) Uma reação muito positiva.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.3
A chegada da World Wide Web

Aldo explica como foi a chegada do portal da Web:

Foi criada uma divisão [inaudível] do Marcio Imamura, uma área para cuidar especificamente da Internet. (...) A gente, o pessoal daqui, tinha de alguma forma uma conversa com eles, mas logo eles entenderam que eram um perfil específico (...)

Edna Campello relembra aspectos do início da Internet:

Perceberam a importância e a rapidez com que as informações chegavam via Internet. (...) As áreas do IBGE passaram a se conscientizar daquele novo meio de comunicação, de disseminação, e aí começou a estourar.

5.4
Muita ênfase em tecnologia, mas pouca no Design

Aldo explica que a preocupação dos profissionais de Internet era com os aspectos técnicos e não com Design:

Eles [os técnicos da Internet] estavam muito preocupados em resolver um problema de ordem tecnológica e não visual. (...)

Edna dá a sua explicação:

O IBGE não contratava nenhum programador visual. Então nós, informatas como eu, é que tínhamos que criar o *layout*. (...)

Segundo Aldo, questões relacionadas ao Design da página Web acabaram logo vindo à tona:

Mas, logo, logo, eles entenderam que deviam investir nisso [no Design] (...) Foi o Cesar Nuñez o primeiro a entrar. Penso que ele foi o primeiro designer a ser contratado (...)

Pelo depoimento de Cesar Nuñez, podemos inferir o quanto eram mais importantes os problemas de ordem técnica:

Quando eu cheguei, eu acho que era a segunda versão do *site*. E tinha vários problemas, assim, de implementação, porque, na realidade, ninguém conhecia bem programação para a Web. Então, eles meio que faziam um *frankenstein* de programas. Juntavam um código daqui, um código dali e faziam a página. (...) Bom, aí quando eu cheguei, eu comecei a meter a mão no código.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.5
IBGE: muitos prêmios na Internet

Com habilidade de designer e de programador, Cesar Nuñez reescreveu os códigos do *site*, num esforço que foi premiado:

Bom, aí a primeira coisa que eu fiz foi consertar os probleminhas do *site*. Pelo menos minimizar alguns problemas dele. E aí, como a Edna viu que eu conhecia bem essa parte de... Não só da programação, mas também da parte de Design, ela me pediu para refazer o *site*. Foi quando eu fiz esta versão.

Figura 5.1 – Versão premiada do portal IBGE (2001).

Esta ganhou o primeiro Ibest [prêmio de melhor *website* da Internet, na categoria governo], (...) mas foi o primeiro Ibest do IBGE.

Segundo Edna, os prêmios recebidos pelo portal do IBGE vinham de data bem anterior:

Em 95, [a página] ela tinha ganho Ibest. Em 96 também (...). Olha, nós sempre estivemos em Top-3 [primeiros três lugares da lista de premiados] sempre. Nunca deixamos de estar no Top-3. Mas, o primeiro ano foi em 95. Depois, foi em 97, se não me engano. Depois, em 2000, comigo. Em 99, Top-3, sempre Top-3... Depois, com o Marcio [Imamura] em 2004, 2003, uma coisa assim...

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.6
Compatibilidade, acessibilidade e usabilidade

A intenção de Cesar, ao reescrever os códigos do *site* do IBGE, era alcançar a acessibilidade e compatibilidade:

A minha preocupação sempre foi compatibilidade. (...) Era fazer ele funcionar no máximo de browsers possíveis. (...) É acessibilidade. Não usei Flash nenhum aí. Não tem Flash [um formato proprietário de animação] nessa página porque justamente eu não queria depender de *plug-in*, até porque nessa época o *plug-in* do Flash nem era uma coisa nativa de um *browser*.

Nuñez se preocupou com os seguintes aspectos do Design de telas:

Como, nessa época, a resolução padrão de Web ainda era de 640 x 480 [pixels], mas que já começava haver uma tendência para 800 x 600, eu também me preocupei em fazer com que o *site* – mesmo em 640 x 480 – ele não tivesse *scrolling* horizontal, que é muito desconfortável, né? Então, a página se rearrumava: essa coluna aqui vinha para baixo. Então, ele funcionava superbem em todas as resoluções. (...) E [tinha] até [compatibilidade] com cor mesmo.

Por outro lado, Edna objetivava o avanço tecnológico e a implantação do "estilo portal":

(...) Eu, como analista de sistemas (...), resolvi colocar as informações num banco de dados. Tornar as páginas dinâmicas e com isso veio uma mudança em tecnologia mesmo. (...) Aí, nós caminhamos para criar mesmo um portal. Estava no auge da moda, da febre: UOL, Terra. Aí, eu falei, porque que a gente não (...) aí, porque não usar mais ou menos o portal?

Cesar Nuñez critica a pasteurização causada pelo *layout* de tipo "portal":

(...) Eu acho que isso é meio que uma síndrome, que ataca os *sites* que têm um volume muito grande de informações a ser disponibilizadas. É sempre ter uma cara meio de portal. E acho até que o *site* do IBGE é um portal, que dá acesso a vários *sites*, abrangendo várias naturezas de informação. Então, efetivamente, ele é um portal: um portal estatístico, de informações estatísticas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Só que também se criou essa idéia que todo portal tem que ter cara de portal. E a cara de portal o que é que é, normalmente, hoje em dia? É um *site* com *trocentos links*, menus gigantescos como a gente viu aqui e que, em geral – isso a gente vê no IG, no UOL, no Terra, em qualquer portal mesmo – são difíceis de navegar.

Eu acho até que, por esse desejo de mostrar que existem muitas informações ali, então se colocam muitos *links* visíveis, logo de cara. Isso faz com que a acessibilidade e a usabilidade fiquem bastante prejudicadas.

5.7
O grande desafio: realizar pesquisas com usuários

Nuñez defende a necessidade de uma pesquisa profunda sobre o uso da informação, para orientar o Design:

Eh, eu acho que, basicamente, seria necessário ter um estudo mais profundo da estrutura da informação, mesmo. Reorganizar a estrutura e fazer uma navegação mais amigável.

(...) É necessário um estudo, realmente muito grande, de priorizar as informações e... E realmente ver o que é que é mais importante. Até mesmo pelo uso, pelo retorno que os usuários dão.

Apesar da importância de se realizarem pesquisas com usuários, existe pouco conhecimento. É o que nos relata o designer Tarsus Magnus:

Bom, eu não tenho *feedback* de nada, nunca. Nunca fui apresentado ao *feedback* de uma pesquisa, de quantas pessoas acessam o *site*, quantas são assim, quantas são assado, quantas ganham bem, quantas ganham mal. A gente faz isso muito baseado no que a gente lê sobre os usuários de Internet. E apostando na generalidade do IBGE.

Tarsus apontou que a equipe não recebe *feedback* sobre os usuários:

Nós não temos retorno de absolutamente nada, nada, nada! A gente não tem dados estatísticos sobre o *site* (...) Eu nunca tive informação de nada disso catalogado. Assim, a gente resolve problemas emergenciais (...) Não há nada no

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

sentido de ter feito, ah, o nosso público do *site* é... O público que está acessando agora é tal, de tal idade, de tal escolaridade (...) Não há nenhuma sistematização deste acesso, nem do *feedback* (...) A gente faz [o *site*] meio que no escuro (...)

Marcio Imamura, na época gerente da Gerência Online, expôs as dificuldades técnicas de se realizarem pesquisas de usuários:

Nós temos o número IP [número Internet de protocolo dos usuários] da máquina, mas o que acontece? Hoje, todas as redes estão fazendo o acesso via *proxy* [servidor alternativo], inclusive o IBGE faz o acesso via *proxy*. Então, no nosso servidor está registrado apenas um IP. Às vezes, são centenas de pessoas acessando o *site* do IBGE mas é como se fosse só uma pessoa: só um endereço acessando. Isso aí você mascara muito.

De acordo com Edna, o arquivo de *log* pode revelar muita coisa sobre os padrões de utilização, mas não tudo:

No IBGE, a gente não usa o WebTrends [um pacote comercial para análise de arquivos *log*], não (...) No IBGE, é programado mesmo: você dá lá os comandinhos e...

(...) O *log* você pode programar ele para que ele te mostre muita coisa. Tipo assim, qual é o *browser* que você usa, qual a versão que você usou, que horas você acessou, qual foi o domínio, quem foi usuário, aonde você chegou... Você tem bastante opção sim, além do final da URL. (...) Com certeza, eu *não* consigo saber se ele está no Paraná ou se está aqui no Rio de Janeiro, só se o domínio dele me disser. Isso, realmente, eu não tenho como saber.

Marcio Imamura argumenta que a adoção de mecanismos de identificação pode entrar em contradição com os objetivos do portal:

(...) O que a maioria dos *sites*, hoje, está fazendo – por exemplo, os *sites* dos jornais estão fazendo – é deixar você ter acesso à informação, mediante um cadastro. Nós já discutimos isso aqui e, por enquanto, a gente acha que um cadastro é uma coisa que intimida um pouco o acesso à informação. Como o enfoque que se dá para a pessoa que está recebendo a informação, no IBGE, não é um enfoque de cliente, e sim de cidadão, né, então a gente acha que isso intimida um pouco.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Se a nossa função é democratizar a informação e fortalecer a cidadania, quanto menos amarra você tiver, quanto menos arreio você tiver melhor. Enquanto *O Globo* está preocupado em aumentar a sua vendagem, ou direcionar mais o seu foco de *marketing* regional, a gente não tem essa preocupação. Enquanto eles têm clientes, a gente tem cidadãos – é uma coisa bem diferente.

Marcio explica que a análise das mensagens que chegam dos internautas pode não ter validade estatística:

(...) Enquanto você tem um acesso anual de sete milhões de usuários, aproximadamente, 5% ou menos que isso que vão ter uma interação por *e-mail* com o IBGE porque a maioria resolve tudo pela própria Internet (...) Não é representativo, com certeza.

Paulo Quintslr, da coordenação de atendimento, revela que o IBGE tem dificuldades para captar o perfil dos usuários:

Hoje, a maioria das correspondências chegam por *e-mail*. Exatamente quando esta modalidade passou a prevalecer (que é o *e-mail*) nós sentimos dificuldade de captar, de capturar o perfil do usuário.

O que nós tínhamos já planejado foi solicitar que o usuário se cadastrasse, voluntariamente, após enviar a correspondência para o IBGE. Nós estaríamos fazendo um retorno para ele e solicitando que ele se cadastrasse. (...) Como nós tivemos dificuldade em implantar completamente (...), nós acabamos tendo que abrir mão dessa informação. (...)

Reynaldo dá a sua visão sobre o ônus de realizar uma pesquisa específica:

O usuário da Internet, a gente tem como mensurar a quantidade de acessos. Você não tem como qualificar aquele usuário. (...) A não ser que você faça uma pesquisa específica. Você não vai bancar o ônus de, pra cada um tipo de acesso, qualificar. (...)

Para Quintslr, a questão do usuário carece de um levantamento de dados objetivos:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Nós não temos uma verificação objetiva. (...) Nós não fizemos nenhuma abordagem. É só uma dedução. A rigor, nós poderíamos, deveríamos fazer alguma pesquisa junto a esses usuários, para conhecer melhor a motivação deles (...)

5.8
Missão: disseminar informações a todos os cidadãos

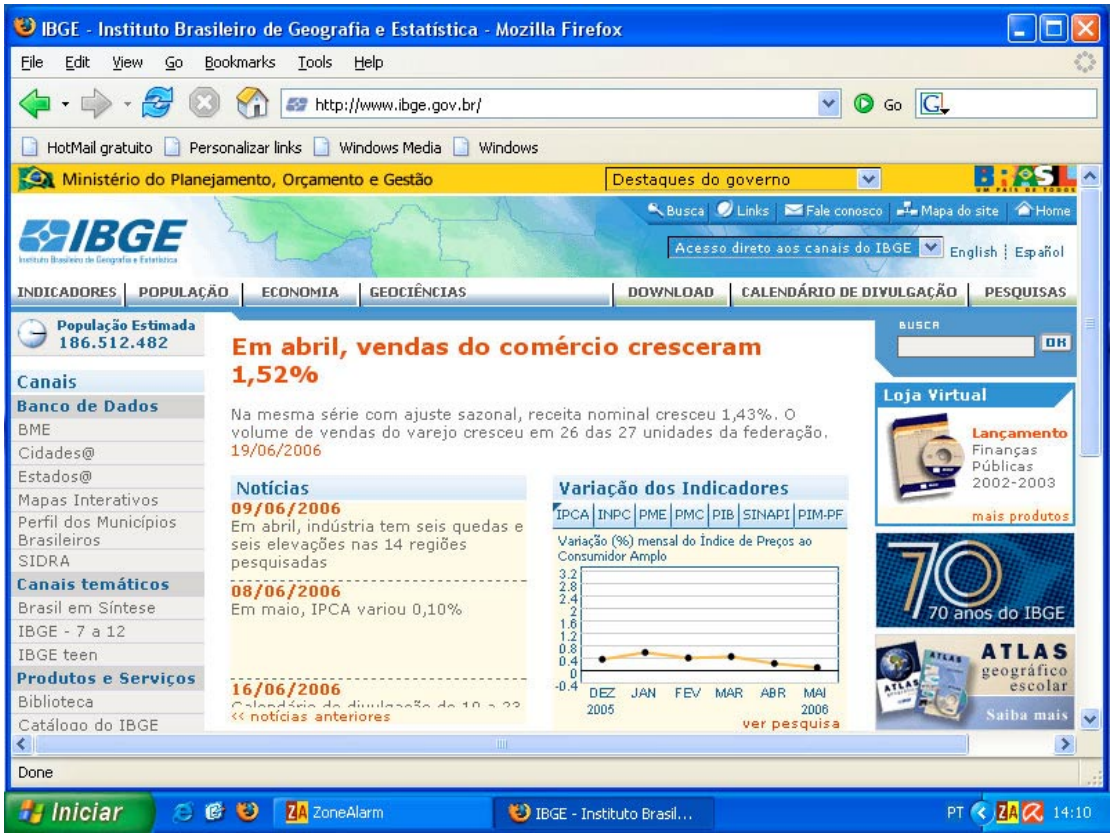

Figura 5.2 – *Home page* do portal IBGE na Internet (junho de 2006).

Imamura relata-nos qual é a proposta estratégica do portal do IBGE:

Assim que o IBGE entrou para Internet, houve uma discussão do que iria para a Internet, do que que não iria, o que iria ser pago, o que é que iria ser gratuito... Mas, logo em seguida, a gente chegou a conclusão, nós, a direção do IBGE, as pessoas que estão mais ligados a isso, decidiram que a política seria colocar tudo que fosse possível colocar na Internet. E iria ser colocado de graça. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Alcides Braga, gerente da Loja Virtual, complementa com a sua visão:

Olha, o objetivo estratégico – a estratégia do IBGE – é a questão de colocar a informação da forma mais simples ao usuário, mais ágil. A Loja, ela atende essa demanda. Quer dizer, eu que vivenciei esses anos todos dentro do IBGE, eu vi essa mudança: o usuário encontrava dificuldade para acessar as informações do IBGE. Através da Internet e da Loja, isso é muito fácil. (...) Em alguns tempos atrás, *tu tinha* que vir no local ou ter algum conhecido. (...) Até você descobrir que o CDDI era o local para pegar as informações, o tempo já passou e já desistiu. Hoje não: é www.ibge.gov.br.

O webdesigner Luiz Paulo é mais sintético ao descrever a missão estratégica do portal IBGE:

É disponibilizar o máximo de informação possível a todo tipo de usuário. Não apenas pesquisadores, mas imprensa, usuários comuns, o máximo possível....

Já a designer Taissa Abdalla lembra que a missão do portal confunde-se com a própria missão da Instituição:

É disponibilizar as pesquisas do IBGE para as pessoas poderem exercer sua cidadania. É a mesma [missão].

O designer Tarsus vai na mesma linha de raciocínio:

Eh, tem aquela missão da empresa, que é missão da Instituição, que é divulgar o conhecimento... Eu não lembro a frase exatamente, agora. Mas, a missão do portal, ela se enquadra muito bem dentro disso. A nossa missão, no meu modo de pensar, é transmitir de uma forma livre, completamente desimpedida, a todas as pessoas, tudo o que o IBGE produz de informação.

O jornalista Francisco Alchorne relata-nos um ponto de vista semelhante ao dos designers:

(...) O que a Internet permitiu – e o portal do IBGE acho que cumpre muito bem isso – é justamente colocar, democraticamente, esse maior banco de dados sobre o Brasil à disposição de todo o público. (...) Então, acho, é mais um papel de cumprimento da missão do IBGE – em levar a informação à sociedade.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.9
Os usuários do portal IBGE

Francisco Alchorne considera que o portal deveria atingir a todos os cidadãos:

(...) Teoricamente, o portal deveria estar dirigido a todos, tá? Aí, ele deve ser – e ao longo desses 10 anos ele evoluiu muito para isso – o mais amigável possível.

E permitir que não só pesquisadores, conhecedores das informações do IBGE, procurem pela informação e a encontrem facilmente. Então, eu acho que no todo – dadas as restrições, as dificuldades que nós temos no Brasil, a nossa realidade – eu acho que o portal procura, né – levando sempre em consideração o que é a nossa realidade, cobrir o máximo possível dos públicos-alvo que nós teríamos.

O publicitário Jorge Tadeu acha que o público a ser atingido pelo portal é amplo e envolve todos os setores da sociedade:

(...) São todos os setores da sociedade, da economia, da política, da cultura – todos os setores. As informações do IBGE interessam a todos os setores. (...)

[O usuário] pode ser um cara de 17 anos, de bermuda, de chinelo e que é um cara que usa bem a informática, e que trabalha como assistente da prefeitura de Três Corações... Como pode ser um executivo, um técnico de alto nível do BNDES, que é responsável por dar o *OK* no pedido de subsídio (...) Como pode ser alguém da inteligência do Ministério da Cultura (...)

O portal é acessado desde o gabinete da Presidência da República até por crianças de 7 anos de idade, que estejam no ensino fundamental da rede pública.

Tarsus complementa:

(...) Quem acessa são todas as fatias do povo brasileiro: estudantes primários... Desde estudantes até especialistas econômicos, analistas financeiros, que buscam índices, geógrafos, pessoas que estão fazendo uma pesquisa sobre mapas que envolvam conhecimento geográfico (...). O nosso público é muito variado.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Paulo Quintslr concorda:

O perfil, de fato, do usuário do IBGE é bastante diversificado. Como em alguns documentos (que são divulgados) é citado, nós temos desde o aluno do 1º grau ao doutorando. Diversos órgãos de governo, tanto na esfera federal, como estadual e municipal, empresas e usuários em geral, profissionais liberais. Isso, de fato, é o que forma o leque de usuários do IBGE.

Alcides Braga também acredita que o público é formado por diferentes categorias de indivíduos:

A busca no portal é [realizada pela] pessoa que está fazendo uma pesquisa, que vai ali ter uma resposta no [*site*] Cidades@. Ou uma criança que vai lá no *site* Teen e consegue fazer o levantamento dele. Agora, na Loja Virtual, você já tem um perfil de empresas, de consultorias, de pesquisadores, que querem trabalhar com microdados ou com uma determinada publicação sobre Contas Nacionais, [para] fazer uma análise mais aprofundada. Aí, já é um público mais seleto, tá?

Com sua experiência de atendimento, Alcides sabe que há um público sofisticado em termos de informação:

Não é qualquer um que trabalha com microdados. Tem que ser uma pessoa que saiba gerar a sua própria tabulação. (...) Ele quer levantar as hipóteses dele, coisa que a tabulação do IBGE, de repente, não atende. (...) Com a experiência de atendimento, a gente sabe que – no caso do microdado e pesquisas como Contas Nacionais – isso envolve um grupo mais seleto de pessoas, a nível de informação. São pessoas que estão fazendo pesquisa, que estão desenvolvendo mestrado, doutorado. Ou empresas de consultoria, prefeituras municipais, governos estaduais.

Luiz Paulo enumerou, sinteticamente, os três principais grupos de usuários:

A gente tem um *feedback* pelo *e-mail* do atendimento. Então, dá para encaixar os *e-mails* que a gente recebe – praticamente todos – num desses três grupos. *Imprensa, pesquisadores* (assim tanto da área econômica quanto na área

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

de geociência, mas pesquisadores em si) e *usuários escolares* (por assim dizer, de pesquisas escolares).

Edna faz inferências sobre os usuários a partir dos *e-mails* recebidos e da análise de *logs*:

As pessoas escrevem elogiando, criticando, ou dando sugestões diariamente. (...) Então, eu percebia que estava muitas vezes respondendo para um estudante de 10 anos que estava elogiando, perguntando por que é que não tinha esse dado, que ela queria um mapa para colocar no trabalho. Aí, a gente começou a mapear no *log* da onde que estava vindo isso. Aí, observamos que o nosso acesso, muitas vezes, é muito grande da universidade, de escolas, entendeu? (...)

Alchorne acredita que os estudantes do ensino fundamental e médio procuram mais o portal:

É, eu acho que se pega mais nas faixas dos ensinos fundamental e médio. Os universitários, eu tenho minhas dúvidas se tem tanta procura. A não ser que seja um [curso] específico de economia, de estatística, de sociologia. Agora, para os outros cursos... O estudante de direito, tenho muitas dúvidas [se] ele tem consciência, se isso passa pelo curso de direito, medicina, odontologia, de muitos cursos universitários...

Alcides enxerga o usuário da universidade como sendo da pós-graduação:

O pesquisador de universidade é muito mais aquele pessoal que está desenvolvendo tese. Lá, então, eles procuram informações do IBGE para fundamentar aquilo que estão desenvolvendo.

5.10
Problemas de usabilidade e *encontrabilidade* de informações

O gerente Paulo Quintslr mostra que existem dificuldades para o cidadão localizar as informações do IBGE.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

(...) Nós temos basicamente, duas demandas: uma, clara, é de localização da informação. É encaminhada a correspondência, solicitando o acesso a determinada informação. São usuários que, no primeiro momento, não sabem como acessar as informações que necessitam. (...)

Isso vem por *e-mail.* (...) Muitas vezes, em grande parte, nós conseguimos indicar o portal do IBGE como ponto de acesso, para atender a demanda. (...)

A analista de sistemas Cristina afirma que ela própria tem dificuldades em encontrar informações no portal IBGE:

(...) As pessoas não conseguem achar exatamente o que precisam. Eu tenho dificuldade, imagine o público!

Alchorne acha que o papel da Internet é facilitar o acesso à informação, mas é preciso ter paciência:

Por mais que a Internet tenha esse objetivo – e tem sido – de facilitar o acesso. (...) Meu Deus, tenha um pouco de paciência! Não se pode também querer entrar e ter um dado, como uma coisa milagrosa. Alguém tem que tirar pelo menos 15, 10, 15 minutos para ter uma noção (...) Agora, também, um portal do IBGE, com um volume brutal, uma coisa imensa de informação, ele tem que ter uma organização que...

Paulo Quintslr credita uma parte das dificuldades ao próprio usuário:

(...) Tem uma dificuldade [em localizar informações] porque o perfil do usuário é o usuário que tem a expectativa de – ao encaminhar uma correspondência – receber a informação. Então, ele raciocina sob esta lógica. Eu posso, realmente, fazer uma busca no portal, posso. Mas me é mais fácil, no primeiro momento, escrever um *e-mail*, na expectativa de já receber a resposta com a informação que preciso.

(...) Teve uma fase que nós fazíamos uma busca mesmo de informação. Mas, com um volume maior de correspondências, a gente foi abandonando essa forma de trabalhar e passamos a indicar [o *link* do portal]. Por outro lado, também, parece que, dentro deste perfil das pessoas que mandam correspondência, há também um pouco de insegurança. (...) Então, parece que fica a dúvida: eu estou indo no local certo ou deveria acessar um outro ponto do portal?

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

O designer Luiz Paulo dá a sua visão:

(...) Mas a gente sabe que tem algumas seções em que o pessoal nos envia *feedback*. E não estão conseguindo encontrar a informação. Acham muito difícil encontrar...

Edna Campello admite a existência de problemas:

É um *site* muito grande. Não é qualquer profissional que segura um *site* desse tamanho, com a velocidade que nós temos (...)

Marcio Imamura credita a existência de problemas à complexidade informacional do IBGE:

O que acontece é que o nosso *site* ele é tido como se tivesse uma complexidade razoável para o usuário médio, né? Então, o que a gente nota é que qualquer tipo de simplificação que se faz (...) as pessoas acham [as informações] de forma mais fácil.

Quintslr ressalva que mesmo o usuário que encontra as informações pode se sentir não atendido:

Não tem como negar: há uma dose de dificuldades de localizar informações. A gente pode analisar pelo ponto de vista da organização do portal, mas também eu acho que tem uma análise anterior a esta, que é a da natureza da nossa matéria, que é a informação. Informação é uma coisa muito complexa para você organizar. Você não só não vai se ver atendido por não achar essa informação, mas também vai se sentir não atendido ao achar a informação e não conseguir compreendê-la.

5.11
A natureza da informação do IBGE

Segundo Quintslr, há problemas inerentes à natureza da informação que adicionam dificuldades ao usuário:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

É esse mesmo que é o ponto: quer dizer, a natureza da matéria, que é própria do IBGE, que é a informação estatística e geocientífica. Esta natureza é de difícil apresentação.

Para quem faz um consumo mais simples, eu diria que não. [Por exemplo], quero saber qual a população do Brasil. É tantos milhões. Mas, para quem está buscando informação para uma análise mais aprofundada da realidade, ele precisa passear sobre estatísticas ou características geocientíficas da informação - que já são mais exigentes.

Alchorne observa que há conservadorismo na divulgação das informações:

(...) É complicado, né?, a coisa do conservadorismo. As publicações do IBGE são pesadas: 300 páginas. E você coloca 20 de texto. E você bota, na parte de tabelas e resultados – bota 200 páginas. E tabela, tabela... Quer dizer, é muito voltado para esse público mesmo: essa coisa pesada da informação. (...) Como pode ser gostosa a informação e você se interessar pela informação, sem ser essa coisa da informação pesada, né? (...)

Quintslr acredita que há espaço para simplificar a linguagem da informação, visando à sua acessibilidade:

Quanto mais a gente souber explorar as formas de apresentação dos resultados, (...) quanto mais a gente evoluir nisso – a forma de apresentação –, se afastando um pouco das tabelas mais densas... Não deixando de produzí-las, mas associando-as. (...) Associando-as a gráficos, associando a mapas, associando a textos... Esse é o caminho que [o IBGE] já vem trilhando.

Ainda tem muito que caminhar mas, com certeza, já temos aí experiências que permitem acumular maior compreensão desta dificuldade – desta complexidade – para dar um salto de qualidade. (...) Eu acredito que nós temos hoje três linguagens, ao menos, (...) que é a *técnica*, a *jornalística* e a *pedagógica*. Acho que a gente vai encontrar alguma fusão disso, para uma *quarta linguagem*.

Mas isso está na pauta. Com certeza, está na pauta do IBGE, e está na pauta do CDDI [centro de disseminação de informações].

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Alchorne entende que vai chegar o momento em que poderá haver um avanço, sem prejuízo à seriedade da Instituição:

(...) Vai chegar o momento em que – não sendo nada ofensivo à seriedade da Instituição – você vai poder permitir algumas coisas que, de repente, na visão de um estatístico, de um economista ou um demógrafo – "Isso é uma coisa muito simplezinha, não precisava isso..." Não, mas aí entender esse outro: o cidadão. (...)

Quintslr acredita que, para a simplificação da linguagem, seria preciso selecionar um conjunto específico de informações:

Isso passa por saber selecionar esse conjunto mínimo de informações. Porque também um outro problema é você superpovoar de informações uma área. E aí você se perde. Os desafios estão aí: nessa busca de linguagem, em não deixar divulgar mais do que é preciso. Certamente, terá que haver espaço para se divulgar até a última informação mais complexa. Mas tem que se buscar um corte para, nesse corte, trabalhar uma linguagem.

Em alguns casos, admite o estatístico, a complexidade poderá ser intransponível:

(...) Você não vai conseguir falar em linguagem simples coisas que são complexas. É intransponível a complexidade delas. Você tem que abandoná-las e ficar num plano mais básico de divulgação, mais agregado. E ali você vai ver que há uma facilidade de comunicação. Agora, é preciso ainda descobrir essa linguagem...

5.12
Uma fonte para jornalistas

O primeiro conteúdo que salta aos olhos do observador do portal IBGE são as notícias e os *releases* dirigidos aos profissionais de imprensa e de órgãos de comunicação de massa.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

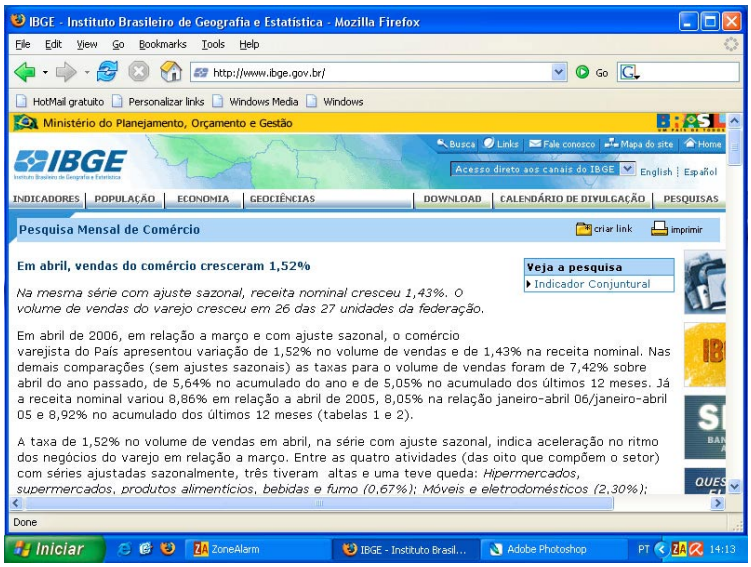

Figura 5.3 – Exemplo de *release* de lançamento de pesquisa do IBGE (2006).

Edna Campello informa que a publicação das pesquisas se tornou norma do Ministério do Planejamento:

(...) O primeiro compromisso da Internet foi pôr os indicadores conjunturais. (...) Sempre estiveram no *site*, mas – depois que o *site* ganhou credibilidade, se tornou uma resolução que veio do Ministério: que a gente publicasse com hora e dia marcado.

Roberto Müller fornece detalhes:

Tem uma lei que determina: esse dado deve estar no portal do IBGE às 9h30min do dia da divulgação. Então, ao mesmo tempo que o técnico está dando entrevista na CCS [área de comunicação social], lá com os jornalistas, esse dado entra na Internet, no portal do IBGE. (...)

Cristina Castanheira contribui com a sua visão:

Às 9h30min, tem sempre uma entrevista com o pessoal da CCS, que é a comunicação social aqui do IBGE. E, se é uma pesquisa estrutural, existe uma coisa chamada embargo que tem uns dois, três, acho que já chegaram até com sete dias de antecedência. Para eles conseguirem preparar o material, para depois chegar, realmente, à mídia impressa ou telejornal. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Marcio Imamura dá o seu relato sobre os caminhos que são trilhados até a divulgação *online*:

(...) Na hora da divulgação, é gerada uma massa da publicação, as páginas da publicação, os números e as análises. Essa massa é passada para os técnicos, (...) para verem se está tudo correto, se está tudo ajustado e tudo mais.

Em seguida, muito próximo do lançamento, é passado para nossa assessoria de imprensa, que é responsável por ler aquilo ali e transformá-lo num *release* para imprensa. Ou seja, eles vêem os fatos que podem dar, eh, mais impactos na imprensa. Que os jornalistas vão achar mais interessante divulgar na TV ou no jornal ou na rádio. E colocam isso da maneira mais resumida, no que a gente chama de *release* de imprensa.

Paralelamente a isso, o que acontece é que o departamento que é o dono da pesquisa também manda para gente o material que vai ser divulgado na Internet. Por exemplo: o conjunto de tabelas, a síntese da pesquisa, os números, os gráficos associados, o texto e a metodologia (...)

Imamura mostra que o IBGE dá muita atenção à qualidade das informações:

A assessoria de imprensa gera um *release*, devolve para a DPE [Diretoria de Pesquisas] dizendo: “Olha, é isso que eu vou divulgar. Está tudo certo? Não estou falando nenhuma bobagem?” (...) A DPE fala: “Não, isso aqui você pode, isso aqui você não pode, isto estatisticamente está incorreto. Não pode falar uma coisa dessas. Não pode dividir um número pelo outro, como você está achando” (...) Nossa diretora de pesquisa dá o Ok naquele *release*, e aquele *release* é programado para ser lançado no horário da manhã – 9h30min ou 10:00h – dependendo da pesquisa, no *site* do IBGE.

Alchorne fornece detalhes sobre esse processo:

O que acontece – e é a nossa prática e esta é a verdade – é que, mesmo depois do envio, durante os acertos com a área de editoração (molduras, títulos de tabelas), pode-se ter também a revisão de um dado que depois foi verificado que teria algum problema. Na análise, viram que “Ihh, falamos da Região Norte... Mas isso aí pega a Região Norte e uma parte da Região Nordeste!” Esses ajustes são normais.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Quintslr ressalta como o material jornalístico vem sendo bem aproveitado:

Esse material jornalístico, ele vem, a cada ano, tornando-se mais bem aproveitado pela imprensa. Hoje, é praticado embargo permitindo que, com antecedência, os órgãos de imprensa estudem todo esse material. (...) Creio que seja raro as situações em que a imprensa divulgue dados de uma forma equivocada, em relação ao que se preparou originalmente dentro do IBGE. (...) Este entrosamento vem evoluindo muito. O que permite exatamente que esta transposição, transformação da comunicação técnica para jornalística, se dê com bastante segurança e fidelidade. E preservando o que é fundamental do ponto de vista técnico e preservando o que é fundamental do ponto de vista jornalístico. (...)

Imamura dá a sua visão sobre o público-alvo dos *press-releases*:

Olha, é o jornalista de imprensa e – dependendo do índice – o pessoal do mercado financeiro. (...)

Paulo Quintslr conclui sobre o canal de notícias:

Ele é o resultado de todo um trabalho de divulgação que é voltado, de fato, para os jornalistas. Para a imprensa (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.13
Dados *a la carte* para o usuário avançado

Imamura descreve o que é o Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA), uma ferramenta colocada à disposição dos usuários.

Esse aí é o nosso banco de dados agregados. Você tem aí as pesquisas: a Pesquisa Mensal de Emprego, o Censo Demográfico... Várias pesquisas sobre vários temas. (...) O banco de dados faz cruzamentos para você de acordo com a tabela. (...) Deixa você construir algumas tabelas, meio assim *a la carte*.

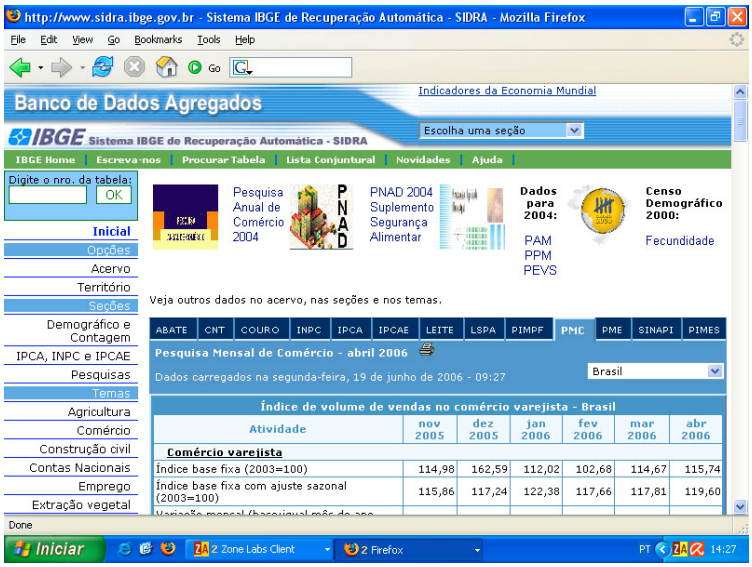

Figura 5.4 – *Home page* do sistema SIDRA na Internet (junho de 2006).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Quintslr revela que o SIDRA nasceu na plataforma *mainframe*:

(...) Esse sistema já existia em *mainframe*. Podia acessar através da Renpac [rede precursora da Web]. (...) Então, era um conjunto de usuários bastante limitado. (...) Com a Internet, foi gerada uma versão para plataforma PC. (...) E ele fica sob a gerência da Diretoria de Informática. (...)

O publicitário Jorge Tadeu descreve o SIDRA:

Mais de 30 pesquisas, totalizando 600 milhões de dados agregados. (...) É um consolidado. (...) Se você solicitar alguma coisa através de filtros, a informação pode ser apresentada na hora, e você vai modelando o seu pedido. O SIDRA mostra tabelas e números (...)

Imamura explica como o usuário pode manipular as tabelas de dados, utilizando o SIDRA:

(...) Você poderia pegar uma tabela (...) e fazer um recorte. Dividir uma coluna pela outra ou gerar um substrato daquilo. A tabela, por exemplo, tem todo o Estado de São Paulo. E você pega só a cidade de São Paulo, você quer recortar. Qualquer tipo de manipulação desse tipo, que você pode fazer com a tabela. (...) Você tem a população, então tem uma variável específica de população. Faz cruzamentos com aquela variável. Ou você quer aquela variável só para as

capitais brasileiras. Ou você quer a evolução daquela variável, em vários anos. Então, ele te ajuda a construir essa *query*, essa pesquisa...

Imamura descreve o tipo de pessoa que está apta a utilizar o SIDRA:

(...) Quem está a fim de fazer uma pesquisa, mas não é uma coisa estatisticamente muito diferente do que o IBGE já divulga. Ele vai conseguir fazer isso no SIDRA. Recuperar uma série histórica, por exemplo, de um índice... Ele quer saber a evolução, porque ele tem que reajustar um determinado contrato lá e pagar a multa. E aquela multa está atrelada ao INPC, por exemplo, de alguma maneira especial. Esse tipo de pessoa acessa o IBGE (...)

Advogado, contador, sei lá... Um economista, talvez, querendo fazer algum trabalho em que ele dá algum apoio mais estatístico (...) Então, ele vai verificar uma tendência, ver no índice financeiro, por exemplo (...) A queda da produção do arroz, por exemplo, está atrelada a algum tipo de exportação/importação? Então, é esse o tipo de pessoa que não quer ter a manipulação estatística dos quadros, mas quer analisar o quadro de uma maneira um pouco mais fina. (...)

Quintslr relata que o SIDRA é uma opção para um usuário avançado:

O SIDRA é uma opção para um usuário mais avançado, mais especializado – tal qual é o Banco Multidimensional de Estatísticas. (...)

Para Quintslr, o usuário precisa conhecer previamente as metodologias do IBGE:

(...) Ele tem de fato que conhecer, minimamente, qual o conjunto de resultados que aquela pesquisa oferece. (...) Se ele não tem esse domínio sobre o fenômeno que ali o IBGE observa (...) E, em segundo lugar, ele conhecer propriamente o que o IBGE divulga. Que linha ele divulga. Digamos um caso de sistema de preço ao consumidor, pegando esse exemplo. Eu sei que eu vou acompanhar o movimento de preços de alguns hábitos de consumo. Então, esses hábitos de consumo são quais? Eu preciso saber como o IBGE organizou esses hábitos de consumo, então é “Alimentação e Bebidas”, e não outro nome. E saber que para eu fazer as buscas eu tenho que fazer as buscas dentro desses limites.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Então, este é o segundo aspecto: conhecer (...) a metodologia do trabalho da pesquisa.

Por último, de fato a ferramenta, que se tenta fazer o mais simples possível, que exija o mínimo de esforço do usuário. De todo modo, o Workshop de Ferramentas Digitais é um claro reconhecimento de que – por mais que você busque oferecer ferramentas de fácil utilização – elas nunca vão conseguir atingir plenamente o objetivo. (...)

Edna revela qual é o conteúdo do banco SIDRA:

O conteúdo são todas as pesquisas do IBGE, não é só o Censo não. (...) Tudo o que é disponibilizado. E, atualmente, eles têm por norma: todas as publicações são colocadas nesse banco de dados. Todas, todas!

(...) A concepção desse projeto é disponibilizar os dados que já foram agregados. (...) Era, realmente, disponibilizar para o público. Não para o estatístico; o estatístico tem outras ferramentas.

Reynaldo descreve as suas funcionalidades:

O SIDRA permite, hoje, gerar cartogramas, permite gerar *ranking*, classificar resultados por alguma variável. Permite recuperar informações, nos diversos níveis geográficos, com "ene" tipos de entrada. Você pode entrar pelo acervo, que é o elenco de pesquisas do IBGE. (...) Você pode entrar por um tema - agropecuária – e descobrir o que é que tem de agropecuária. Pode entrar por um dado geográfico, entrar com município (...) e descobrir o que é que eu tenho para esse município ou para um distrito ou um bairro (...)

(...) Por exemplo, pegar um município, e pegar, sei lá, a relação de homens e mulheres ou... O número de mulheres, por exemplo, por município, e separar por faixa etária, por faixa de idade. Você tem, assim: quais os municípios que têm menos de mil mulheres, mais de mil mulheres? Você distribui e você tem no estado inteiro, esta distribuição. Você pode fazer com qualquer variável. (...) Gerar mapinhas, imprimir e gravar, salvar, ilustrar o seu trabalho e tal...

Reynaldo revela-nos a ferramenta de busca do SIDRA:

(...) No "Procurar Tabela", você pode procurar tabelas por palavras-chave, ou por todas as palavras, no caso de uma frase. Aí, você pode escolher todos os

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

descritores, uma tabela, uma variável, uma classificação, uma categoria... Então, o mais difícil disso é saber se a palavra é a palavra que é usada no IBGE.

Cesar Nuñez explica a quem é dirigido o banco:

(...) A qualquer pessoa que precise de uma pesquisa mais aprofundada, em termos de valores estatísticos. Aí, poderiam ser mesmo economistas, estatísticos, área acadêmica, porque ele retorna informações bastante detalhadas e ele tem muitos filtros, que podem resumir uma informação bastante específica (...)

5.14
Uma síntese das pesquisas sobre o Brasil

Jorge Tadeu explica que o *subsite* Brasil em Síntese (figura 5.5) interessa a todos:

(...) Numa só navegação, você tem população, educação, trabalho, agropecuária, indústria, comércio, serviços, contas nacionais. Você tem indicadores gerais de tudo: IPCA, INPC, PME, PIB, PMC (...)

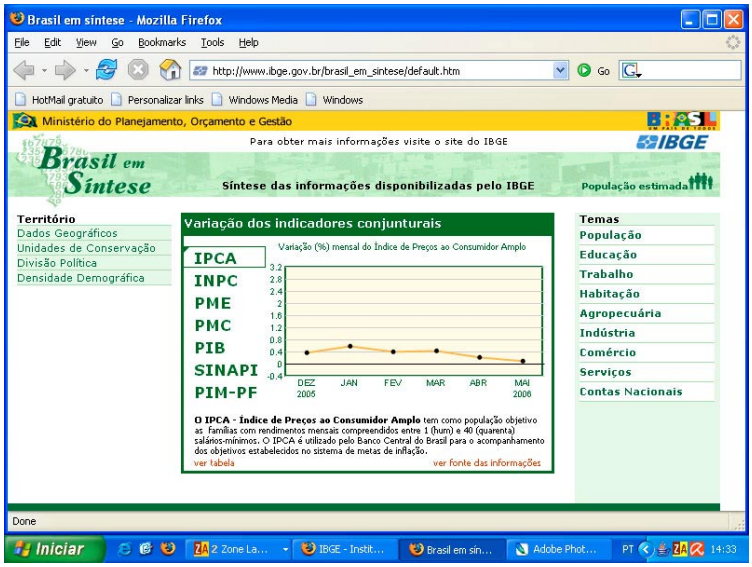

Figura 5.5 – *Site* Brasil em Síntese (junho de 2006).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Nos *workshops* [de ferramentas digitais da Instituição], muita gente diz que vai colocar nos favoritos este *subsite* do portal do IBGE, em função desses indicadores porque eles ficam buscando esta informação na imprensa. Em geral, através de caminhos tortuosos (...) e, muitas vezes, não tem os indicadores corretos. (...)

Imamura descreve como a proposta Brasil em Síntese foi definida, a partir da percepção da demanda dos usuários:

O Brasil em Síntese, ele foi pensado para atender a um público que quer os índices de vários temas de informação (...) de uma forma centralizada. (...)

A estrutura, o que a gente chama de estrutura temática do IBGE – que é dívida lá na Diretoria de Pesquisas pelo tipo de informação que é gerada – muitas vezes, não é entendida, tecnicamente, pelos nossos usuários. Mesmo porque, na maioria das vezes, o usuário tem só um foco de informação. Se a pessoa está na Bolsa de Valores, ela quer um tipo de índice. Se ela está no mercado rural, ela quer outro tipo de índice do IBGE. Ou, sei lá, se ela é de uma ONG, ela vai querer um outro tipo de número do IBGE, né? (...)

(...) Isso aí é uma forma rápida de integrar vários indicadores que são produzidos nas áreas, nos vários departamentos lá da nossa diretoria de pesquisa, entendeu? (...)

Então, [é] um jeito de colocar a maioria dos números que a gente selecionou como mais pedidos ou mais importantes, mais significativos de uma maneira geral num local só.

Quintslr descreve o esforço para focalizar um público mais genérico:

Esse foi um esforço de focalizar um público genérico, um pouco inspirado na Brasil em Números [uma revista impressa], que é uma espécie de consolidação anual dessas informações estatísticas e geocientíficas do País [trecho inaudível].

O que se faz aí é trazer um corpo reduzido de informações mais gerais. Por exemplo, população brasileira. Está lá um conjunto mínimo de informações. As mais agregadas. Seria o mínimo de informações sobre alguns temas. Você aqui vai encontrar o que precisa saber de início sobre aquele tema.

Cesar Nuñez avalia o público-alvo deste *site*:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Olha, eu acho que o Brasil em Síntese tem um público-alvo um pouco mais abrangente. Porque, como ele tem um aspecto mais de resumo (...)

Mas Cristina acredita que o Brasil em Síntese não consegue atingir o seu público-alvo:

Eu acho que [quem utiliza] continuam sendo os mesmos estatísticos e pessoas mais, eh... que têm um conhecimento melhor da área, para conseguir entender...

5.15
O banco multidimensional de estatísticas

Imamura explica que o Banco Multidimensional de Estatísticas (BME) (figura 5.6) é uma ferramenta de microdados:

Foi feito um projeto audacioso: que é colocar todos os questionários – por exemplo, do Censo – todos os questionários dentro do banco de dados. E você tem uma ferramenta que possibilita você fazer qualquer tipo de cruzamento. (...) Os cruzamentos que você pode fazer são exatamente os mesmos (...) cruzamentos que os estatísticos da nossa Diretoria de Pesquisas podem fazer. (...)

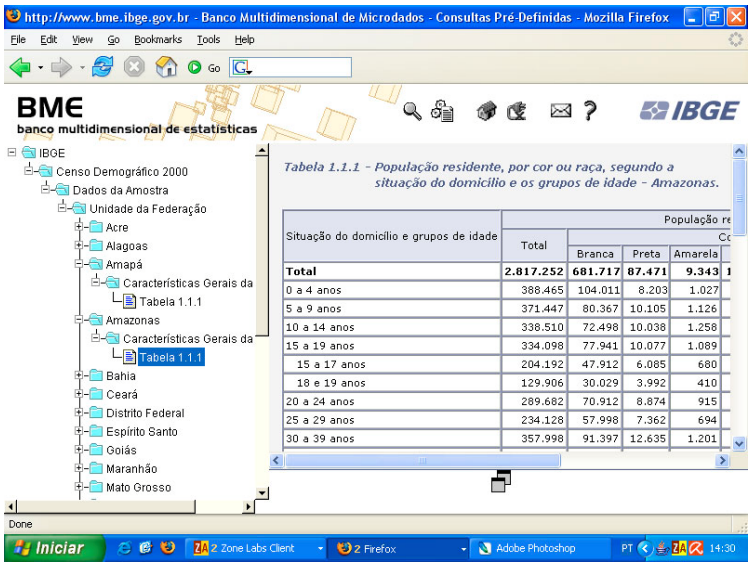

Figura 5.6 – Aspecto do banco de dados *online* BME (junho de 2006).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Imamura ressalva que o seu alto custo exige a venda de assinaturas:

Só que ele tem um problema: ele é um projeto caro. Porque o *hardware* associado com isso, pelo volume das informações, pela segurança que você tem, e pela velocidade que você tem que ter no desempenho das consultas, é uma coisa muito cara.

É como se fosse um *mainframe*. (...) é um servidor específico de tratamento paralelo da IBM. (...) Você não compra um computador, você paga como se fosse uma manutenção. Mesmo porque o equipamento é tão delicado que se você for comprar e substituir, e tal, é uma coisa inviável. (...)

Como o público é mais específico – e é um público de empresas – não é um cidadão comum que vai fazer esse tipo de acesso, adquirir uma assinatura do banco, né? Eu acho que era R$500 por cada três ou quatro meses. (...)

Imamura descreve com detalhes como é o modelo de negócios do BME:

No acesso público, você recebe as consultas só pela tela. Já no acesso pago, se a consulta for muito grande, é gerada uma massa que é colocada numa área especial de *download* para você... depois poder recuperar, entendeu? Então, tem um serviço também associado ao BME. (...)

O SIDRA e o BME, eles dependem de *hardware* e de *software* muito específicos e de uma administração muito específica – administração das ferramentas. Então, estão em servidores separados. Inclusive, com as equipes de suporte e manutenção separadas também, entendeu?

Imamura descreve o perfil dos usuários que podem utilizar o banco BME e ressalta o conhecimento de estatística exigido pela ferramenta:

Muito provavelmente ou é gente da área de *marketing*, ou que está fazendo qualquer tipo de projeto e precisa de um ajuste mais fino... Ou, então, é um pesquisador de uma universidade (...) que está fazendo doutorado e precisa provar uma determinada hipótese...

Quintslr mostra que o banco permite a busca de cada questionário do IBGE:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Dados agregados você vai somando: a população tem tantos milhões. E esse número é colocado no banco de dados. Quantos de zero a cinco anos de idade? Você vai somando os resultados obtidos nos questionários, pessoa a pessoa, domicílio a domicílio. Se a pesquisa é a taxa demográfica ou estabelecimentos, questionário a questionário. Aqui, no Banco Multidimensional de Estatísticas, nós temos a resposta questionário a questionário, pessoa a pessoa, domicílio a domicílio, estabelecimento a estabelecimento.

(...) O SIDRA tem dados agregados já prontos. (...) Se eu quiser a população de zero a dois anos, eu não tenho, porque já foi agregado. (...) Aqui [no BME] eu posso fazer o meu intervalo: eu não quero de zero a cinco, mas quero de zero a seis. E eu posso, então, fazer esse tipo de agregação, que vai seguir registro a registro, informação de pessoa a pessoa, para somar apenas aquela característica que eu quero.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Quintslr defende a decisão de limitar o acesso ao BME:

A decisão da assinatura foi, primeiro, porque (...) um banco como esse é para um usuário ainda mais especializado. Então, dar acesso livre geraria até um desperdício de recursos. (...) Recuperar informação desse nível – microdado – exige uma capacidade de processamento significativa. (...) É a máquina mais poderosa do IBGE que está dedicada a este banco. (...) Ele vem atendendo a esse público, que é muito pequeno – o número de assinantes é pequeno –, mas é natural que seja assim mesmo.

Edna explica que o BME é dirigido a grandes empresas:

O público-alvo do BME realmente são grandes empresas. Eu acho que são poucos usuários que nós temos para esse banco, porque numa pesquisa errada você compromete toda a banda do IBGE. Se você fizer um cruzamento errado aí, você pode ficar horas e horas e ocupar todo o banco. (...) Não é qualquer um que consegue trabalhar com microdados. Dentro do IBGE, inclusive, eu acredito que pouquíssimas pessoas consigam trabalhar com microdados. (...)

5.16
Um serviço para distribuir os mapas do Brasil

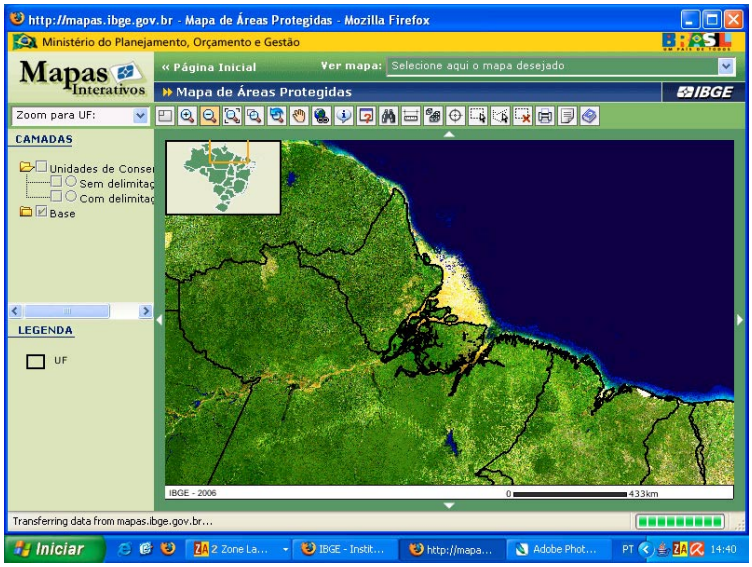

Figura 5.7 – Aspecto da interface do serviço de Mapas Interativos (junho de 2006).

Imamura descreve qual é a proposta embutida no servidor de Mapas Interativos:

A proposta do Servidor de Mapas é você ter toda a parte de mapeamento cartográfico e mapeamento temático (...) e você ter em forma de mapa. Então, você tem, por exemplo, o mapa da vegetação, o mapa da fauna ameaçada de extinção. (...)

Sobre os usuários do serviço de Mapas Interativos, Imamura esclarece:

(...) Nesse tipo de mapa você pode ir desde um estudante... Sua professora pode chegar e falar: “Olha, tarefa de casa, vocês vão no *site* do IBGE e vão me dizer qual é o clima predominante do Maranhão”, por exemplo... Estudantes de 2º grau. Ou uma ONG qualquer quer saber sobre... A WWF quer saber sobre a fauna ameaçada de extermínio. (...)

Quintslr mostra como opera o serviço de Mapas Interativos:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

O Servidor de Mapas é uma oferta, diria, ousada do IBGE, que buscou aliar a informação estatística com a informação geocientífica – propriamente, juntar as informações estatísticas com mapas e com uma ferramenta que roda através da Internet. Tudo isso, eu digo que é ousado fazer essa associação, e com uma ferramenta com capacidade para dar solução a isso. Já a junção dessas duas coisas adiciona uma complexidade. Eu diria que é um canal, um dos canais mais complexos que a gente tem.

Quintslr tenta definir o perfil do usuário do serviço de Mapas Interativos do IBGE:

(...) O perfil é mais de pessoal ligado à área de geociências. São os usuários que consomem mapas que vão buscar essa área. Existe, claramente, um conjunto de usuários que consomem estatística. Está começando a crescer essa demanda por consumir estatística georeferenciada, mapeada.

(...) Hoje, o IBGE vem trabalhando agora nos mapas, mesmo. Na vetorização dos mapas, na geração de arquivos vetoriais dos mapas. Aí, tem todas as nuances de um mapa: o relevo, a vegetação, os rios, tudo num arquivo vetorial. Já disponível no portal para se fazer um *download* gratuito. (...)

Cristina admite não conceber um estudante consultando o serviço de Mapas Interativos:

Eu acho que precisa ser uma pessoa... Um geógrafo, um cartógrafo, que tenha mais afinidade com isso. Eu não vejo um estudante olhando isso. Pelo menos não um estudante de nível médio.

Tarsus acredita que o serviço de Mapas Interativos é para especialistas:

(...) Esse banco de dados é um banco de dados matemáticos. (...) São mapas especializados, que permite algum cruzamento de dados, e feitos para usuários mais especialistas, mais especializados (...)

Edna cita um exemplo de aplicação prática do serviço de Mapas Interativos:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Se houver um acidente em Angra dos Reis, num raio de tantos quilômetros, que cidades atingiria? Para traçar o quê? Eh, estratégias e políticas públicas, mesmo.

Reynaldo fornece detalhes sobre o canal de Mapas Interativos:

De um modo geral, alguns mapas estão em formato só visual, que é o PDF, e alguns outros são vetorizados, em mais de um formato. Geralmente tem Shape [formato de imagem vetorial usado no aplicativo ARCView].

Por exemplo, (...) um dos mapas mais utilizados é o mapa das divisões territoriais. (...) são as malhas que contêm os municípios, na atual divisão. Você tem – [atualização] periódica – naquele ano.

Cesar Nuñez revela as intenções na origem desse servidor de mapas:

(...) Eh, eles iam oferecer isso como um serviço para o governo. E a idéia era fazer o Servidor de Mapas evoluir, a ponto de você poder ter uma visão de satélite de todo o Brasil, entendeu? Tipo um Google Earth. (...)

Cesar relata a sua participação no projeto:

Bom, a minha participação foi mais, realmente, cosmética. (...) Eu não tive muita liberdade em termos de diagramação como um todo, porque esse produto é um produto que o IBGE comprou. (...) É um *software*, ele já exige uma certa configuração básica de interface, entendeu?

Cesar explica aspectos do serviço de Mapas Interativos:

Esta empresa [fornecedora do *software*] é uma empresa bastante conceituada. Eu acho que ela já tem, basicamente, o mundo inteiro digitalizado em arquivos vetoriais. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.17
Informação para a gestão dos municípios do Brasil

Figura 5.8 – Página interna do site Cidades@ (junho de 2006).

Imamura acredita que a proposta do *site* Cidades@ é parecida com a do Brasil em Síntese:

Cidades@ tem uma proposta parecida com a Síntese, (...) mas a Síntese tem só os números que o IBGE produz, aí você tem os números de várias fontes, inclusive externas ao IBGE: Ministério da Educação, Ministério da Saúde, Banco Central, Previdência, MEC. (...)

Você tem os mapas desses estados e (...), quando você clica num estado (...) ele *te abre* todos os municípios daquele estado, e quando clica num município, *te abre* uma série de temas de informação (...)

Imamura informa que o Cidades@ é o canal mais acessado do portal do IBGE:

Aqui, as pessoas acham [informações] de forma mais fácil. (...) Aqui, está meio que "mais mastigado", digamos assim, para o pessoal. Tem muita gente que vem ao Cidades@ – o *site* mais acessado do IBGE – (...) pela facilidade. (...) Talvez porque a interface seja fácil de consultar, é o mais acessado.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Imamura acredita que o "cidadão em geral" é usuário do Cidades@:

Primeiro, como informação geral (...) teoricamente, o usuário médio comum, todo mundo. O cidadão em geral. Um pesquisador que quer uma coisa mais apurada, com certeza, ele não vai procurar aí (...)

Luiz Paulo discorre sobre os usuários:

(...) Ele é bem acessado por usuários comuns e também por funcionários das prefeituras, para obter informações estatísticas específicas daquela localidade. (...) A gente vê muito *e-mail* de prefeitura ou de empresas que pretendem atuar em determinada área (...)

Quintslr admite ser difícil falar sobre o usuário:

É difícil falar – como eu já lhe falei antes – do perfil de cada usuário dos canais. O que é mais fácil falar é sobre o público-alvo que a gente focalizou, que é esse que você tem aí: pessoas que vão fazer investimento em outros pontos do País.

Tarsus cita exemplos do uso do Cidades@ :

(...) Meu irmão trabalha no Ministério Público. Ele é (...) analista pericial ambiental. Aí, outro dia ele me ligou dizendo que queria uma informação sobre quantidades de usinas de reciclagem de lixo, numa determinada região do País.

Eu tenho um amigo que trabalha na Petrobras e ele faz avaliação de imóveis na Petrobras. E outro dia ele me perguntou se a gente tinha (...) a quantidade de postos de gasolina na cidade de Catulé do Rocha (...) lá no interior do Ceará, entendeu? (...)

Todas as pessoas precisam de informações específicas. Pode ser um estudante de mestrado em medicina, pode ser uma pessoa que está planejando fazer uma viagem ao interior do Amazonas, pode ser um estudante de Design que está querendo fazer uma luminária de bateria de luz solar e quer saber a ensolação da região. (...)

Edna Campello concorda que definir quem é o público-alvo é complicado:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

É meio complicado. Porque a gente observou que desde estudantes, pesquisadores, jornalistas, até a sociedade em geral o usam. (...) Então, o público-alvo é a sociedade...

Nuñez narra como foi o processo de Design do Cidades@:

(...) Foi uma versão que eu fiz com fundo preto. Aí, eu realmente puxei a cara do *site* mais para uma interface de computador, de equipamentos eletrônicos que tem as coisas forçadas mais luminosamente. (...) A gente manteve um canal para os usuários e uma das reclamações mais ouvidas era justamente o fundo preto. Aquela coisa do contraste exagerado entre letras etc. incomodava um pouco. Isso aí era sabido. Óbvio! Mas foi uma solicitação da diretoria, né? (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.18
Informações sobre cada Estado da federação

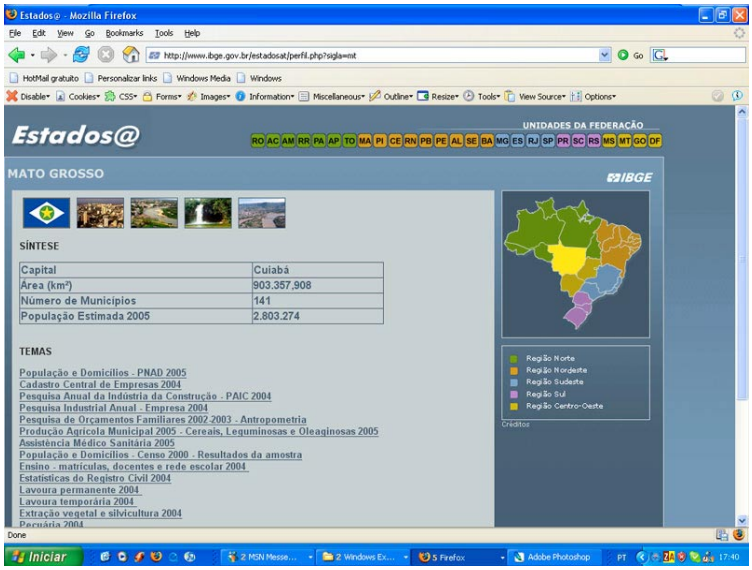

Figura 5.9 – *Home page* do *site* Estados@ (dezembro de 2007).

A designer Taissa descreve a proposta do *site* Estados@:

A proposta era fazer algo similar [ao Cidades@] só que para os estados. (...) É uma coisa fácil de ver. Não é como o SIDRA (...) que você precisa saber

fazer uma pesquisa, aqui os dados (...) estão prontos. É só clicar e você vai ver, não precisa juntar variáveis, entendeu?

Paulo Quintslr descreve a origem do Estados@:

O canal Estados@ foi pensado a partir da existência do Cidades@. (...) Como é que eu posso ter uma visão rápida sobre cada estado brasileiro, cada unidade da federação.

Isto foi inicialmente debatido também com nossos setores de documentação e disseminação de informações [SDIs] em cada capital (...) e veio também deles esta sugestão. (...) O canal surgiu como uma demanda forte em uma das reuniões que fizemos aqui no Rio de Janeiro com os SDIs.

(...) Um pouco do raciocínio era atender a uma lógica de organização dos resultados. (...) Havia uma sensação de que 'devíamos ter mais'. Claro que isto certamente foi despertado nos contatos, nas conversas com os usuários.

(...) Daí para a frente, o trabalho todo foi reunir essas informações. (...) dando um salto de cada agregação de município (...) para uma agregação das informações para o estado como um todo. (...) O IBGE tem procurado diversificar a apresentação do seu banco de dados de forma a permitir várias visões do País.

Para Jorge Tadeu, o público-alvo do Estados@ é o mais "diversificado possível":

Você pode estar fazendo uma pesquisa escolar, você pode ter uma empresa que quer se instalar em uma região, quer entender melhor a região, você pode ser alguém que quer desenvolver uma política pública e depende de uma informação. Por exemplo, ali você vê: morbidades hospitalares de 2004, em São Paulo, produto interno bruto, estrutura empresarial... Quer dizer, isso são temas que interessam a diversos setores da vida pública, privada e acadêmica.

Quintslr descreve o perfil dos supostos usuários:

Um deles é o investidor que vai buscar levar os seus investimentos para uma determinada parte do País. E ter conhecimento sobre aquela unidade da federação é bastante relevante para ele, comparando com outras unidades próximas (...) Este, certamente, é um perfil de usuário para este canal.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

O outro, certamente, são os estudantes, para a pesquisa. (...) De outra forma, eu tenho que (...) localizar dados, tabelas... Com o canal, eu já estou com tudo isto na minha frente. O sentido de utilidade é muito grande. (...)

Para o governo, me parece que tem utilidade mais para servir como um apoio, mas não para revelar algo desconhecido.

A designer Taissa relata que apresenta as informações também por meio de gráficos comparativos:

Ele apresenta esses gráficos. (...) Ele dá o valor e compara os estados da região. Em cada tema, ele vai te mostrar os estados todos, entendeu?

Taissa relacionou os seus parâmetros para desenvolvimento da interface gráfica do Estados@:

Eu queria fazer uma interface fácil de navegar, e também agradável, né? Então, você consegue navegar pelo mapa e pelas siglas [dos estados]. Este *site*, inclusive, ele já funciona no PDA [dispositivo móvel]. Você tem uma boa visualização porque ele se adapta para a tela tanto do PDA quanto do celular. Aí, foi o primeiro *site* que a gente desenvolveu assim. (...) Para ficar mais agradável, também, a gente colocou fotos dos estados.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.19
Uma loja virtual para disseminar informações

A Loja Virtual do IBGE (figura 5.10) é o lugar que concentra os produtos disponibilizados para venda. Para falar sobre o modelo de negócios, ninguém melhor do que o seu administrador Alcides Braga:

Você teria dois caminhos para implementar o comércio eletrônico no IBGE. Um que seria seguindo modelos que eu verifiquei em várias outras empresas, onde você tem uma equipe voltada para o comércio eletrônico. Um exemplo: as Lojas Americanas. (...)

(...) Eu avaliei que – como era uma coisa pioneira – não era uma coisa dentro da cultura da empresa. Eh, eu não vi este [como] um caminho viável.

Muitas pessoas não acreditavam, inclusive, em o comércio eletrônico deslanchar como deslanchou. Você tem que em torno de 40% a 50% do faturamento do IBGE é com o comércio eletrônico. Mas isso é uma coisa que está tendo visibilidade hoje (...)

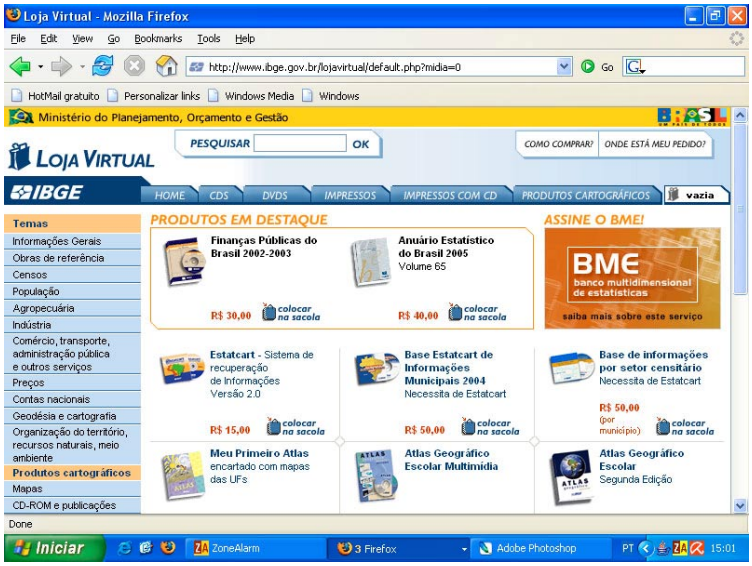

Figura 5.10 – Interface gráfica da Loja Virtual do IBGE (junho de 2006).

Alcides explica que o comércio eletrônico custou a ganhar credibilidade devido à cultura organizacional:

(...) A questão é cultural na empresa. O IBGE estava muito voltado para a questão da produção da informação.

Alcides destaca o papel da Loja na garantia do acesso às informações:

Você tinha muita dificuldade de acesso à informação. Com a Internet, essa dificuldade foi sumindo, a partir do momento que o IBGE foi assimilando a tecnologia de Internet (...) Hoje, o portal do IBGE é a mostra do que você pode ter de acesso à informação, gratuitamente. Não só a venda na Loja. (...)

Entre os clientes da Loja Virtual, Alcides acredita que há predominância de grandes empresas:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

(...) Empresas como as de telefonia, para estruturar bancos, para (...) abrir uma agência, fazer uma expansão, (...) principalmente, no que diz respeito à expansão dessas empresas. (...)

Alcides revela que a maior parte dos pedidos de compra vem do setor privado:

A nível de pedidos, na Loja, é mais do setor privado. Agora, não quer dizer que quem utiliza mais as informações do IBGE é o setor privado, porque o governo não faz compras, mas consegue acessar muita coisa. Consegue direto. (...) Existem doações, intercâmbios que são desenvolvidos pela gerência de comercialização e o comércio eletrônico entra com uma parcela pequena.

Alcides observa a predominância da Região Sudeste:

Sei que a maior concentração é na Região Sudeste. Vamos dizer, assim, que a Região Sudeste pega 75% da informação que é demandada. O restante se distribui em regiões Sul e Nordeste e uns pingadinhos nas demais.

Alcides enumera os produtos do IBGE mais vendidos na Loja Virtual:

É o Atlas Geográfico Escolar, o Atlas Multimídia e o Estudo Nacional de Despesas Familiares. (...) Esses três aí, com certeza. Síntese dos Indicadores Sociais é um produto que é bastante procurado, uma publicação com CD.

Jorge Tadeu acredita que a Loja Virtual é o IBGE 24 horas:

Ali você tem uma operação compatível, comparável com Lojas Americanas, Submarino, Amazon, Livraria Saraiva e tal (...) Aceita cartão de crédito, boleto bancário e tem incessantemente – o dia inteiro – o pessoal empacotando e mandando coisas para o Brasil inteiro. (...) Vinte e quatro horas por dia, isso está lá.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.20
Um IBGE para crianças e professores

O canal "IBGE 7 a 12" é o canal do portal IBGE que se dirige ao público da rede escolar de ensino fundamental (figura 5.11). Marcio Imamura descreve a leveza de seu conteúdo:

(...) É um conteúdo mais leve, mais simplificado, para essa faixa de 7 a 12. Então, você vê que isso é mais colorido, é mais gráfico. A gente procura colocar mais apoio visual para as coisas e menos coisas escritas, né? (...) O que a gente procura fazer é adaptar este nosso conteúdo para que ele possa ser ensinado e seja usado como apoio para algum tipo de atividade, dentro da sala de aula.

Figura 5.11 – Páginas do *site* IBGE 7 a 12 (junho de 2006).

Quintslr observa que o "7 a 12" é voltado tanto para crianças como professores:

Aí, o que é percebido é a oportunidade de você se comunicar com os dois, nesses dois segmentos. O aluno é a criança. Mas o professor vendo essa criança como seu aluno... Então, fez um casamento muito interessante. (...) E aí, esse enfoque do professor está dentro da política do IBGE de procurar aumentar a cultura do uso de informação estatística e geocientífica. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Tarsus dá a sua visão do "7 a 12":

(...) Ele é destinado ao público infantil. Mas com um detalhe: ao público infantil e aos professores do público infantil. Porque é meio complicado você dizer que uma criança de sete anos vai sozinha, dentro do *site* do IBGE, procurar um *site* infantil. (...)

Tarsus revela-nos que os *sites* para crianças e adolescentes são objeto de discussão sobre a possibilidade de remodelação:

(...) Agora, existem outras discussões também: inclusive, talvez, de tentar unir os dois [o *site* para crianças e para adolescentes] num portal só, fundir os dois e colocar informações para públicos diferenciados ali dentro.

Edna Campello relata que o *site* "7 a 12" é criação de uma empresa externa e o contrato foi interrompido:

(...) E, como era muito difícil para nós – somos muito técnicos – escrever para crianças, então, a gente preferiu contratar uma empresa que fizesse isso porque tinha experiência com crianças. (...)

Jorge Tadeu acredita que o IBGE tem uma interseção com a educação:

Aonde termina a disseminação de informações geocientíficas e aonde começa a educação? Inevitavelmente, o IBGE tem uma interface com a educação. (...) Fazer com que a maior parte das pessoas que entram no ensino fundamental, concluam o ensino médio e se interessem por isso, eu acho que é a grande missão, a realização dessa missão estratégica e institucional. (...)

5.21
O IBGE adolescente

Marcio Imamura explica que o *site* IBGE Teen (figura 5.12) possui uma linguagem simplificada:

No caso o *site* Teen (...), ele tem uma interface diferenciada e tem uma linguagem diferenciada também. (...) Digamos assim, é um pouco mais

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

simplificado no sentido de que a gente não tenta manter um rigor estatístico na linguagem. Se propõe a explicar um pouco mais facilmente, numa linguagem mais fácil, mais acessível, os números do IBGE... E a proposta também é isto: estar integrado com o currículo da escola.

Figura 5.12 – *Home page* do *site* IBGE Teen (junho de 2006).

Segundo Luiz Paulo, a interface do IBGE Teen pretende ser atraente para adolescentes:

Conteúdos dele: você tem mapas para serem impressos para pesquisa escolar, por exemplo. Você tem os *pop-ups* e janelinhas, que dão lembretes sobre calendários, sobre datas comemorativas... E a interface pretende ser atraente para os usuários dessa faixa etária.

Paulo Quintslr explica que o IBGE Teen é para o jovem:

Então, aqui, é o jovem, o adolescente, e fazendo um pouco um paralelo com a comunicação jornalística – com todo esse trabalho de fazer uma comunicação própria de linguagem jornalística – aqui é feita toda uma divulgação. (...) Aqui você produz uma outra linguagem, que é uma linguagem para os jovens, voltada para a escola e para o professor poder trabalhar, com essa ligação didática. A gente busca uma linguagem mais didático-pedagógica. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Tarsus revela que há outros públicos que acessam o *site* para adolescentes do IBGE:

O IBGE Teen tem uma outra característica curiosa: muitas pessoas que vão no *site* do IBGE estão procurando informações simples. E acabam entrando adultos entrando no Teen porque lá têm informações menos complicadas para eles poderem acessar.

Edna ressalta que o IBGE Teen foi o primeiro canal temático do portal:

O IBGE Teen foi o primeiro que surgiu em 1999, 2000. É aquela preocupação (...) de preparar os usuários do futuro (...)

Cesar Nuñez relata que a equipe do IBGE teve pouca participação no IBGE Teen:

Foi uma empresa externa que fez. (...) O público-alvo dele é, principalmente, estudantes de 2º grau e final de 1º grau. Apesar de ser Teen, tem informações que servem para estudantes de primeiro grau. Ele tem uma abordagem mais suave mesmo. São informações bem mais abrangentes dando um perfil mais suave sobre os dados do Brasil, (...) sem carregar muito nas informações, sem ter textos muito extensos, nem muito técnicos.

Jorge Tadeu revela que há muitas controvérsias a respeito da adoção do termo "Teen":

A gente está querendo mudar esse nome "Teen" porque dá a impressão de estrangeirismo, mas não consegue uma palavra substituta. Se você colocar IBGE Adolescente, nenhum adolescente vai acessar. Fazemos, às vezes, concursos de melhor redação e a gente tem um retorno de que é, de fato, um público *teenager*. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.22
Taxonomia dos menus

Ao comentar o *menu* principal do IBGE, Imamura explica que foi criado com base na estrutura de informações existente (figura 5.13):

Essa hierarquia, ela foi feita de acordo com a estrutura de informações do IBGE. Então, no caso da informação da nossa Diretoria de Pesquisas, resolveu-se separar em três grandes temas que são: *Indicadores* (indicadores conjunturais, aqueles que são acompanhados mensalmente ou trimestralmente, você acompanha a conjuntura do País num período mais curto, né?); *População* (que tem a ver com o Censo 2000, com censos de uma maneira geral, e a contagem, né? Então: números de população, que é um grande tema do IBGE); e *Economia* (que são números da economia. da agricultura, por exemplo, do País, e tudo o mais).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

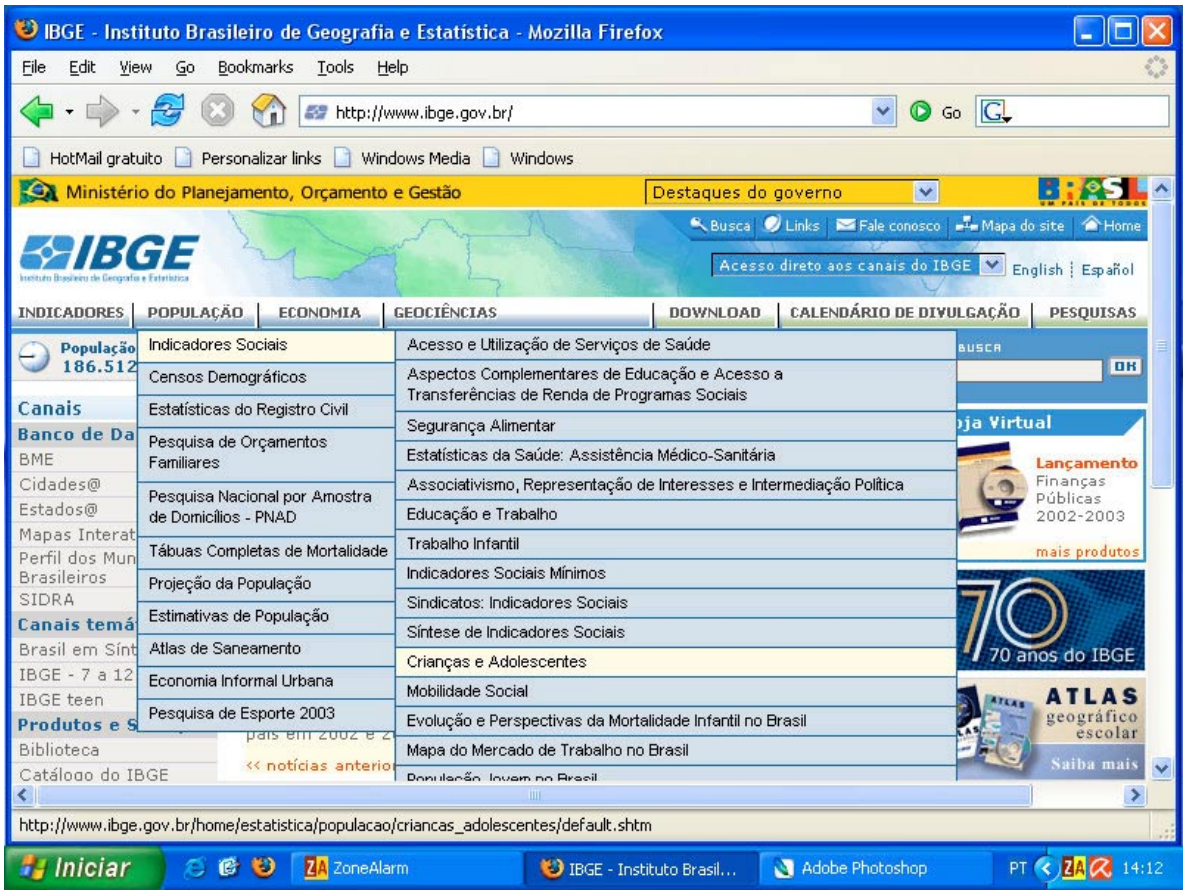

Figura 5.13 – *Home page* do portal IBGE com menu aberto (junho de 2006).
Tamanho e complexidade: as opções não cabem na tela.

Luiz Paulo observa que o portal cresceu de modo não planejado:

O que eu posso dizer é que esse menu [principal] horizontal sempre foi a base do *site*. (...) O menu dos canais, ele surgiu por uma necessidade de você agregá-los, porque, cada vez mais, foram surgindo canais. O crescimento de canais não foi uma coisa tão planejada, tão esperada. (...)

Luiz Paulo acredita que a utilização do *menu* horizontal se dá por um usuário que conhece a informação e já sabe onde encontrá-la:

(...) Acredito que o usuário que usa o *menu* horizontal sabe, bem claramente que tipo de informação está procurando. Ele não é um usuário que está querendo explorar o *site*. Ele já sabe que a informação dele é relacionada à População ou à Economia e que, dentro de Economia, ele vai ter uma seção voltada para a indústria.

Luiz Paulo avalia que o *menu* apresenta problemas, mas a equipe não tem tempo para revisões:

(...) O usuário não tem uma clareza muito grande na divisão das seções, não está bem hierarquizado ali. (...) Baseado no *feedback* do usuário, a gente está sempre revisando, tentando tornar a página mais leve, com menos informações. Nossa idéia era fazer uma revisão completa.

Quintslr explica que os itens do *menu* reproduzem a lógica da divulgação de pesquisas e a lógica de produção dos dados:

Essa variação, essas aberturas, essas passagens são de acordo com os produtos que são oferecidos. Por exemplo, o Censo, ele divulgou resultados de famílias e de domicílios. Então, você vai encontrar uma saída para famílias e domicílios. (...) Você vê, ele está estruturado conforme foi organizada a divulgação dos resultados. Então, foram geradas publicações distintas, em geral isto está refletido nessas áreas.

Em “População” estão as pesquisas domiciliares, que são próprias para investigar fenômenos populacionais e domiciliares. Então, você vai encontrar resultado de censos, resultados da PNAD [pesquisa por amostra de domicílios], resultados da POF (Pesquisa de Orçamentos Familiares). Então, está dentro desse

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

grupo aí. Mas, de acordo com as pesquisas e, quando se desdobra mais, é de acordo com a forma como foram geradas as divulgações. Essa é a lógica.

Quintslr afirma que há dificuldades em organizar informações no *site* e que uma evolução maior ainda está por vir.

Tem sido uma dificuldade convergir essas formas de organizar as informações. De forma virtual, em termos de *site*, você vai passando de uma página para outra, nas camadas inferiores, e a própria solução clássica documental... Isso ainda vai evoluir muito.

Cristina explica que o Catálogo do IBGE foi o critério seguido, mas falta um critério específico:

Hoje, a gente obedece ao Catálogo do IBGE: População, Economia e Geociências. (...) Infelizmente, a gente ainda não tem um critério fechado de ordenação ou coisa desse tipo. (...) A gente vai colocando sempre o que foi lançado primeiro (...) Mas a gente sabe que está muito enrolado para o usuário estar visualizando. Talvez seja feita uma proposta de ordem alfabética ou qualquer outra coisa de melhor visualização.

Edna informa que após a sua saída da gerência, o menu cresceu desordenadamente:

A gente tem que tomar cuidado, ter alguém responsável olhando o conteúdo [do menu]. Porque, eu acho, não tem ninguém. Tudo o que se pede, vai se colocando. (...) Passa a ficar confuso. (...) Há tempos atrás, a gente sabia muito claramente até onde eu ia, o outro não podia chegar, aquelas coisas, para as coisas não serem conflitantes. Isso cresceu muito com a minha saída, esse menu aí.

(...) [O botão] “Pesquisas” não foi colocado por mim. (...) Pessoalmente, não gosto disso aí não, dessa estrutura de informação. Eu acho muito ruim, mas...

Edna explica como os canais foram divididos entre as diretorias:

Nós tínhamos, realmente, três canais com indicadores – que seriam as pesquisas mensais, quinzenais – e tínhamos os canais que a gente destinava às Geociências. E um canal que a gente destinava à Diretoria de Pesquisas.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

Cesar acha que o *site*, desde a origem, sempre tentou apresentar as mesmas coisas:

Em termos de conteúdo, o *site* sempre tentou mostrar as mesmas coisas (...) São essas áreas assim de “Indicadores”, “População” e tal.

Nuñez explica que a navegação do portal IBGE sempre foi uma coisa difícil de resolver:

A navegação do *site* sempre foi uma coisa difícil de resolver, por conta da estrutura da informação que já estava amarrada. Sempre foi uma navegação um pouco pesada. (...) Com certeza a navegação, hoje, é bem complicada.

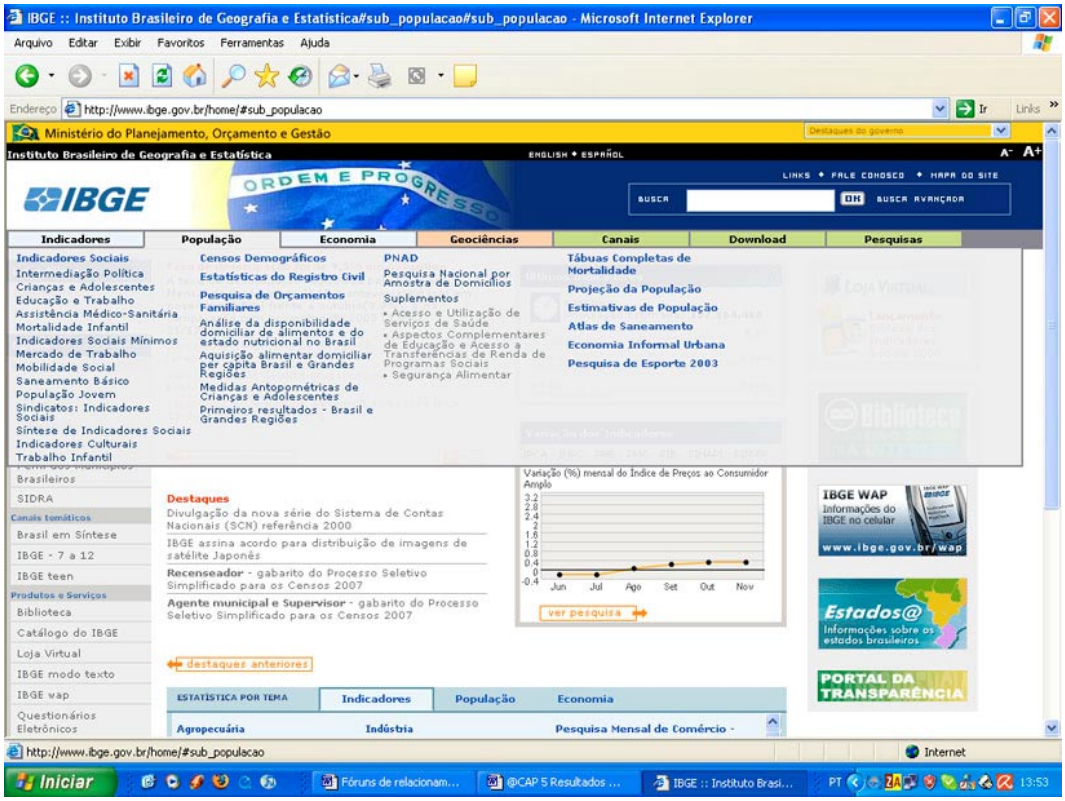

Figura 5.14 – Novos menus da *home page* (dezembro de 2006).

No final de 2006, os menus da *home page* sofreram uma reformulação. A designer Taissa explica o sentido das alterações (Figura 5.14):

Antigamente, ficava tudo escondido: tinha que passar o mouse e ele ia abrindo. (...) Às vezes, você não sabia aonde é que tinha aberto aquilo. A proposta é deixar tudo aberto de cara. (...)

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

(...) A gente recebia o nome da pesquisa para colocar lá. A gente queria separar por temas. Como eu não tenho esta autonomia para alterar, eu mudei o que dava. (...) Por exemplo, eu reduzi os nomes [rótulos do menu]. Eram, assim, uns nomes muito grandes, era o nome da pesquisa. Então, a gente reduziu. E mesmo assim reclamaram. (...) Eles querem o nome da pesquisa. Isto ainda não é uma coisa que está muito definida...

Alchorne revela que, desde o início, a arquitetura dos menus não reuniu consenso:

Eu não poderia dizer para você que, quando o portal foi feito, nos primeiros anos, não vou dizer para você que foi de comum acordo não. (...) Vários antigos chefes de departamento (atuais coordenadores) manifestavam esta preocupação de que: "Olha, a gente tem que colocar de qualquer maneira uma coisa muito simples. A pessoa tem que entrar no portal e listar todas as pesquisas." "Ah, não! Mas tem 50." "Ah, não! Mas vamos listar!"

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.23
Atendendo aos usuários

Segundo Reynaldo, as demandas de informação por *e-mail* ganham tratamento padronizado por um *software*:

Quando você manda um *e-mail*, você recebe um retorno, certificando que foi aceito. (...) O sistema já faz a triagem automaticamente. (...) Este sistema, ele permite repassar pelas áreas, usando o próprio sistema. Permite o acompanhamento gerencial (...) e você pode obter um relatório de quantos atendimentos referenciados à Internet foram feitos. (...)

Reynaldo explica que o atendimento é realizado com o auxílio de outras áreas da organização:

(...) Quando se tem uma demanda – por exemplo, em relação a um problema, em relação a algum mapa – que a gente não consegue resolver por aqui

(...) ele é passado para uma área da DGC [Diretoria de Geociências do IBGE]. (...) Mesma coisa na DPE [Diretoria de Pesquisas].

Reynaldo fornece exemplos e mostra que o auxílio de outros setores pode se tornar imprescindível:

(...) Um exemplo: uma pessoa está fazendo uma tese de mestrado, doutorado, usando o cadastro total de emprego. E ele, usando um conjunto de dados, quer fazer um cruzamento específico de informações, esse cruzamento específico de informações esbarra no conceito cruzado de duas variáveis. Então, ele não consegue saber se, com aquelas definições, aquelas duas variáveis, é possível fazer aquele cruzamento e obter um resultado válido, por exemplo. Esses conceitos são específicos. Então, só a pessoa que gerou a pesquisa vai poder conseguir ajudar esta pessoa, se ela pode ou não pode fazer esta tese de doutorado.

Bom, outro tipo de demanda que existe: uma pessoa está trabalhando num mapa vetorial de um município. (...)

Segundo Reynaldo, algumas demandas são complexas:

Têm algumas demandas que são mais complexas, que a gente tem que repassar. Por exemplo, um usuário que está trabalhando com a RBMC (Rede Brasileira de Monitoramento Constante). São os pontos geodésicos que existem no Brasil e são importantes para serem usados na construção de estradas, e tudo o mais. Esses pontos são monitorados e estão disponíveis na página. De repente, uma estação cai e fica dois dias sem emitir sinal, e o cara não consegue pegar o sinal. Não consegue pegar na página. Então ele, apavorado – está no campo com uma equipe –, manda pra cá um *e-mail*. Como é que ele faz pra recuperar isso?

Reynaldo pondera que o portal é muito grande e complexo, e que não é possível nem aos próprios funcionários conhecer o *site*:

O que acontece é o seguinte: a página é muito grande e complexa, não é isso? (...) Como a gente, internamente, não consegue conhecer a página toda – de modo geral o usuário interno do IBGE usa o foco na sua área só, e não sabe de outras áreas...

Reynaldo cita exemplos de demandas simples:

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

(...) Se o usuário entra perguntando: “Ah, eu queria recuperar um mapa do Brasil pra usar em um trabalho de escola. Eu não sei como achar isso no IBGE...” É uma demanda simples. Se ele mandou um *e-mail*, ele vai ser tratado como um outro qualquer, que chegou e fez um pedido. Esse pedido é informado pra ele: entra na página do IBGE e dá o caminho pra ele. Dá o caminho que ele tem que fazer pra achar. (...) Em algumas demandas, as pessoas entram, às vezes, perguntando muitas coisas que já estão disponíveis em *download*, tá? (...)

Reynaldo observa que, para efetuar a busca de informações, o usuário deve saber qual é o termo utilizado pelo IBGE:

No “Procurar Tabela”, você pode procurar tabelas por palavras-chave, ou por todas as palavras, no caso de uma frase. (...) Então, o mais difícil disso aqui é você saber se a palavra é a palavra que é usada no IBGE. (...) Quando você pesquisa por palavra-chave, você tem que saber o que está perguntando.

Após a entrevista, Reynaldo forneceu a seguinte tabela, com dados da demanda de informação dos usuários, por temas:

Total	**14.987**
Temas classificados	**14.106**
Censo	1.570
População	2.728
Agropecuária	398
Indústria	382
Comércio e serviços	323
Preços	578
Contas nacionais	542
Geodésia e cartografia	1.928
Organização do território e meio ambiente	517
Informações gerais	2.309
Outros	2.831
Temas não-classificados	**881**

Tabela 5.1 – Temas solicitados nas correspondências de usuários ao IBGE (2005).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24
Outros *sites* do portal IBGE

O portal IBGE abriga ainda toda uma série de *sites* secundários, *subsites* ou *hotsites* (sobre temas e conteúdos específicos, instituições, serviços diferenciados ou eventos). É o caso dos canais: ENCE, Mercosul, Perfil dos Municípios, Download, Pioneiros do IBGE, História Oral, 500 Anos do Descobrimento, CONCLA, Acessibilidade, Atlas Escolar Multimídia, Questionários, IBGE Wap, Busca, Censos 2007, Confege/Confest, Concar e Fóruns. Devido à extensão do conteúdo, esses canais serão comentados de modo bastante resumido a seguir:

5.24.1
Questionários eletrônicos

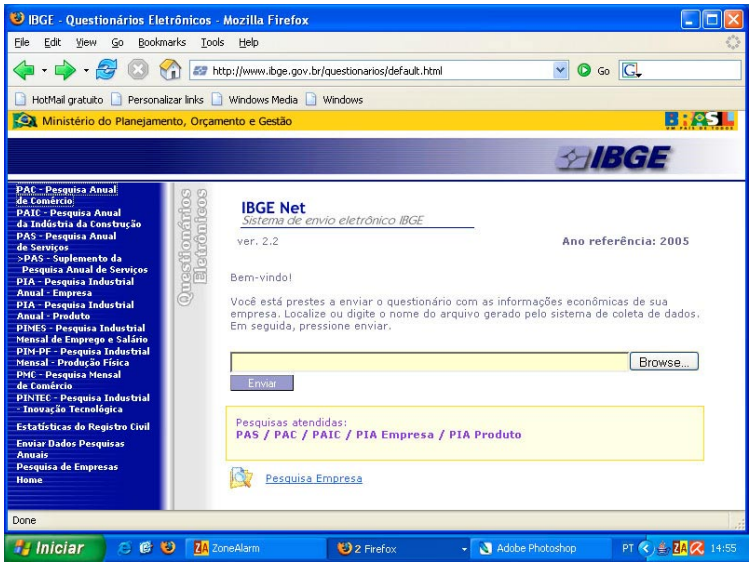

Figura 5.15 – Aspecto do *site* de Questionários Eletrônicos do IBGE (junho de 2006).

Uma coisa de *grandecíssima* importância, que não é comentada, é esse *link* Questionários Eletrônicos. Essa é a grande novidade do Censo para cá – que é a mudança. Antes, o IBGE tinha, para todas as pesquisas, um pesquisador que chegava lá e coletava a informação. Os Questionários Eletrônicos são

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

questionários que, em algumas pesquisas, o usuário preenche e manda. Isso pela Web, tá? (Reynaldo Monteiro).

(...) Nosso objetivo era fazer tipo o ReceitaNet, que o usuário respondesse (Edna Campello).

É, o IBGE vem se modernizando na área de coletas das informações. Então, os usuários – por exemplo, da indústria, do comércio – já têm uma certa cultura de preenchimento eletrônico dos dados e, provavelmente, têm lá uma rede de apoio de informática razoável. (...) Eles fazem no tempo deles, com a maior segurança (Marcio Imamura).

5.24.2
Área de *Download*

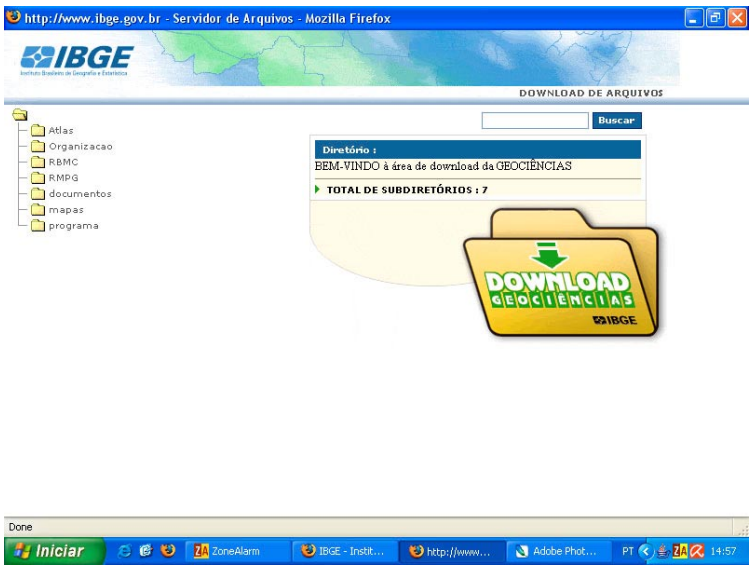

Figura 5.16 – *Home page* da área de *Download* do portal IBGE (junho de 2006).

Uma coisa que está cada vez ficando mais importante é a opção de *Download* do IBGE. (...) Com a opção de *Download*, você pode baixar um mapa, baixar um arquivo, e você trabalha *off-line*, na sua máquina. Então, cada vez mais

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

o *Download* está sendo incrementado com informações e os usuários vão recuperando essas informações (Reynaldo Monteiro).

[Aí estão] todas as pesquisas que têm divulgação eletrônica, tabelas, e tudo o mais. E que tenham um tamanho razoável para se baixar, né? (Marcio Imamura).

Arquivos de vários anos formando conjuntos de séries históricas. Então, esta é uma característica desta área. Esta área é diferente das demais áreas do portal. Nas demais áreas do portal, você oferece o que é mais atual (...), o último resultado divulgado. No *Download*, você pode ir deixando disponíveis as informações mais antigas (Paulo Quintslr).

Eu acho que este é o grande problema. Exatamente por ter tudo [o que é] informação, (...) a gente está tentando organizar, estruturar, direcionar melhor o usuário (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.3
Memória institucional

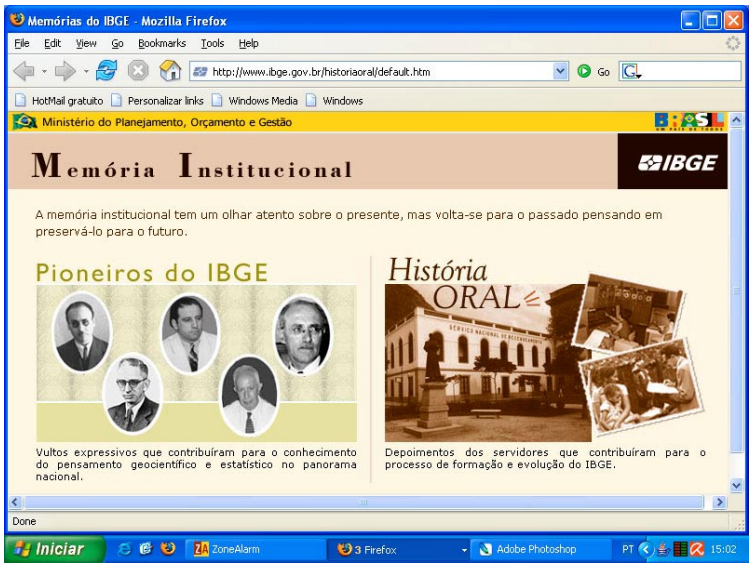

Figura 5.17 – *Home page* do *site* Memória Institucional (junho de 2006).

(...) Isto aí foi uma decisão da diretoria da casa e a gente tem que acatar (Edna Campello).

Eu acho que essa parte de Memória Institucional tem um público, assim, interno, lá do IBGE, basicamente. De repente, são as pessoas que têm um envolvimento um pouco mais íntimo [com a Instituição] e curtem ver essas coisas da história do IBGE (Cesar Nuñez).

5.24.4
Catálogo do IBGE

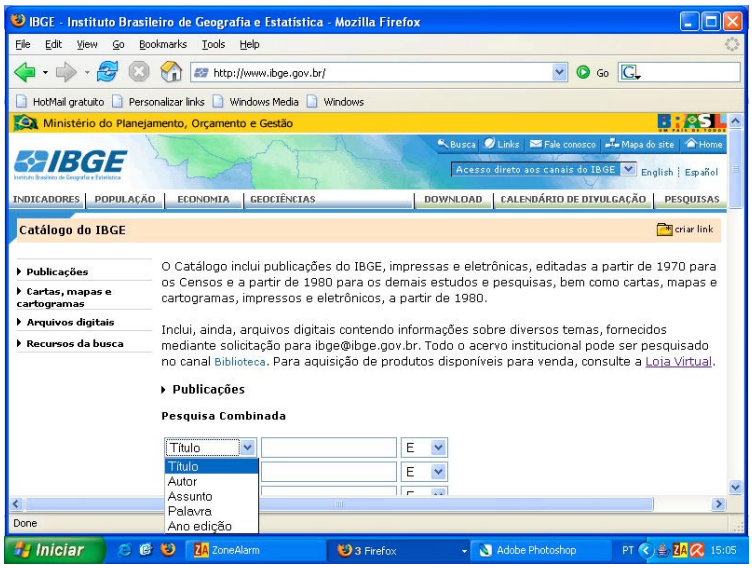

Figura 5.18 – *Home page* do Catálogo do IBGE (junho de 2006).

Também foi uma determinação da coordenação. O Catálogo, eu até acho interessante para você saber quais são os produtos que nós temos, fazer uma pesquisa, caso você esteja buscando algum tema específico. (...) Eu acho que o público-alvo seria realmente o pesquisador, que se interessasse por algum tema, alguma publicação que só nós tivéssemos (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.5
Cooperação Estatística

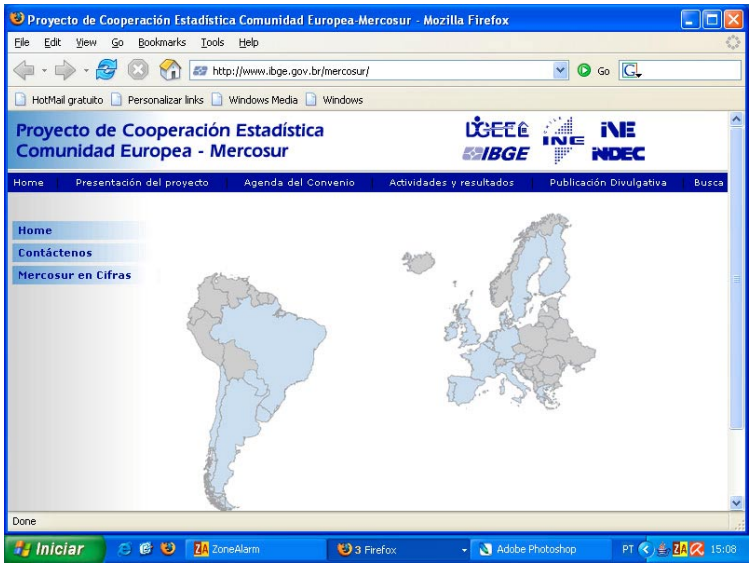

Figura 5.19 – *Home page* do *site* Cooperação Estatística (junho de 2006).

É uma troca de informação estatística dentro da América do Sul. (...) Da mesma forma que o *site* do IBGE é para o mercado, acho que aí o público-alvo é o mesmo, só que mais aberto aos países do Mercosul (Cesar Nuñez).

O que acontece também é que, às vezes, a gente faz um *site* para públicos específicos. (...) Muitas vezes, os membros-parceiros desses projetos acham mais confortável que o IBGE fique hospedando isso (Marcio Imamura).

A importância dele, na época dos eventos, é uma importância grande. Agora, depois... Realmente, eu não sei te dizer (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.6
Escola Nacional de Ciências Estatísticas

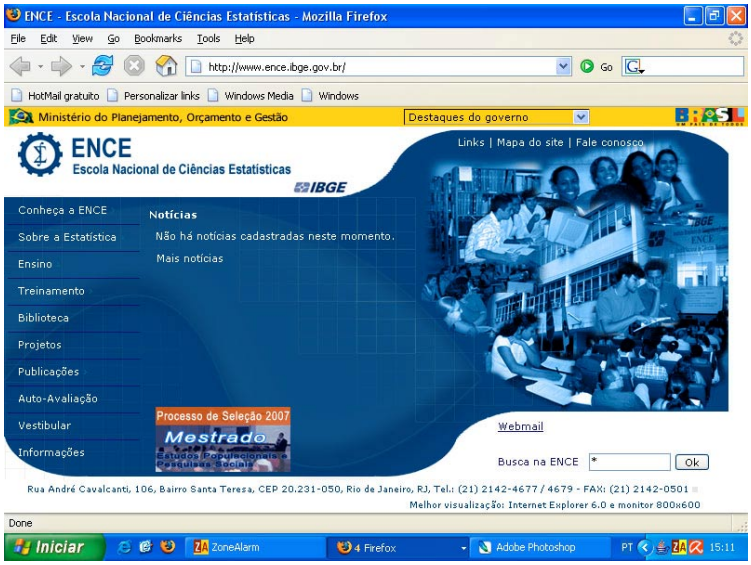

Figura 5.20 – *Home page* do *site* da ENCE (junho de 2006).

O *site* foi feito pela ENCE. Não foi feito por nós. (...) O conteúdo não foi preparado por nós, não temos nenhuma ingerência. Inclusive, esse servidor não fica aqui. (...) Nunca tive curiosidade de ver no *log* quem está acessando... (Edna Campello).

O *site* da ENCE é um *site* mais institucional da Escola. Não tem muito a ver com a divulgação de informações estatísticas e geográficas do IBGE (Marcio Imamura).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.7
Perfil dos Municípios Brasileiros

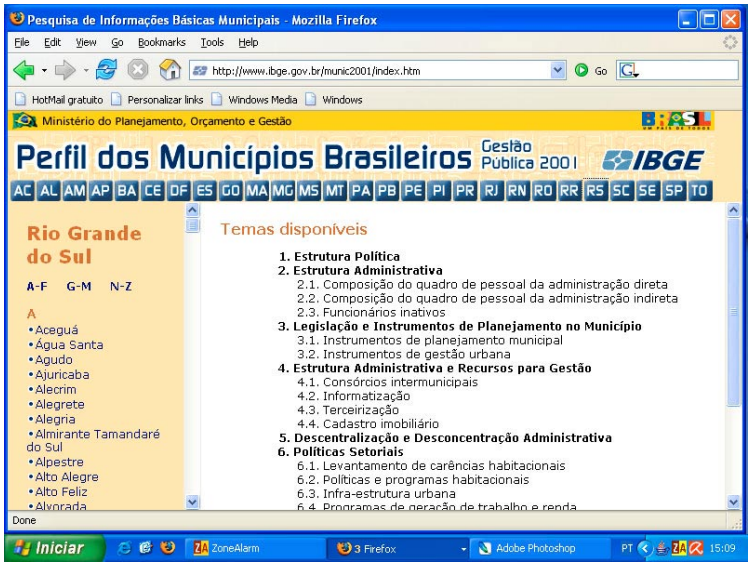

Figura 5.21 – *Home page* do Perfil dos Municípios Brasileiros (junho de 2006).

Bom, o Perfil dos Municípios Brasileiros é um outro canal de base de dados, que é um canal que traz a informação de existência ou não de algum equipamento urbano. Esta pesquisa foi levantada em todos os municípios do Brasil e as prefeituras é que responderam. Então, em Quixeramobim, chega lá, você pode ver se tem cinema, se tem teatro, se tem isso, quanto foi a participação do município, pessoal contratado. Tem uma série de dados sobre administração municipal (Reynaldo Monteiro).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.8
IBGE WAP

Figura 5.22 – Página explicativa do serviço IBGE WAP (junho de 2006).

[O modo WAP] envia os indicadores conjunturais, só notícias. Sai a PME, aí ele te diz, no celular, qual foi o índice (...) É só você digitar no seu celular: o wap.ibge.gov.br (Edna Campello).

Eu acho que vai evoluir. Mas, a princípio, né, a expectativa para esse tipo de oferta de serviço, eu diria, seria um pouco semelhante – como estamos falando de celular – ao atendimento telefônico, que é um serviço que nós temos de atendimento. O atendimento telefônico tem, como uma das características, ser um serviço de rápida comunicação, de curta duração. (...) Então, são resultados rápidos. (...) São três informações que se destacam aí, que é a inflação, o sistema de preços ao consumidor – IPC, IPCA – a Pesquisa Mensal de Emprego, a taxa de desemprego e o PIB trimestral (Paulo Quintslr).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.9
IBGE em modo acessível

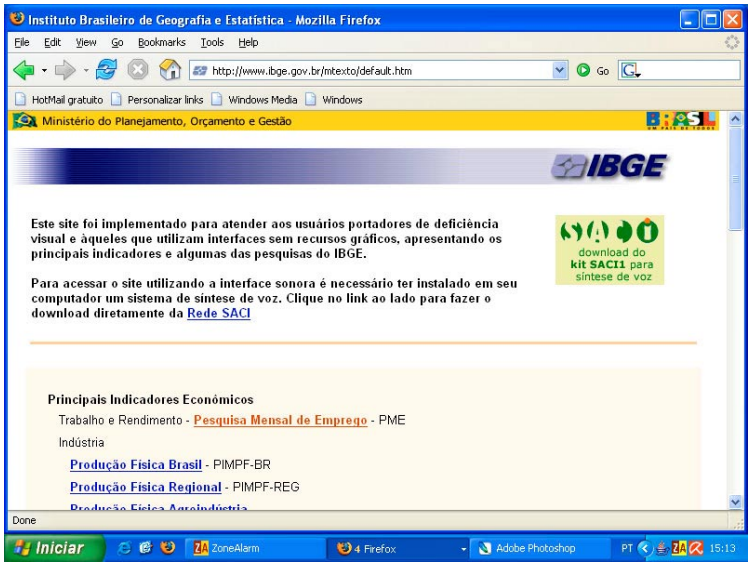

Figura 5.23 – *Home page* da área IBGE Modo Texto (junho de 2006).

[Este *site*] não é muito difundido (...) Os deficientes visuais precisam ter um *software* para estar adaptando o computador, para estar escutando a pesquisa (Cristina Castanheira).

Ele tem poucas tabelas, exatamente para esse *software* da UFRJ poder ler. (...) Eu fiz, inclusive, dei uma entrevista na CBN dizendo isso, que a gente ia colocar todo o conteúdo do IBGE. Mas, infelizmente, eu tive que sair da GEON [Gerência Online] e se perdeu... (...) Infelizmente, não avançou muito. Com a minha saída, ficou meio que... (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.10
Atlas Escolar Multimídia

Figura 5.24 – Aspecto do Atlas Escolar Multimídia do IBGE (junho de 2006).

Como nós publicamos esse Atlas, esse CD-Rom, ficou uma preocupação: puxa, porque não usar a Internet para a gente atualizar isso? E os usuários que compraram o CD? Como é que eles vão ter os dados de população e os econômicos atualizados? Então, a gente criou um *site*, especificamente para isso: só para atualizar. (...) Seriam as pessoas que tivessem comprado, que têm uma senha e entrariam num fórum, por que tem um fórum também. E ali fariam as atualizações. Veio uma cobrança grande, as pessoas, todo mundo, queriam mapas, mapas, mapas. (...) De repente, colocaram isso na Internet. Quando eu vi já tinham colocado. (...) Não entendo. Porque não funciona. Porque a mídia não é adequada... (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.11
Censo 2000

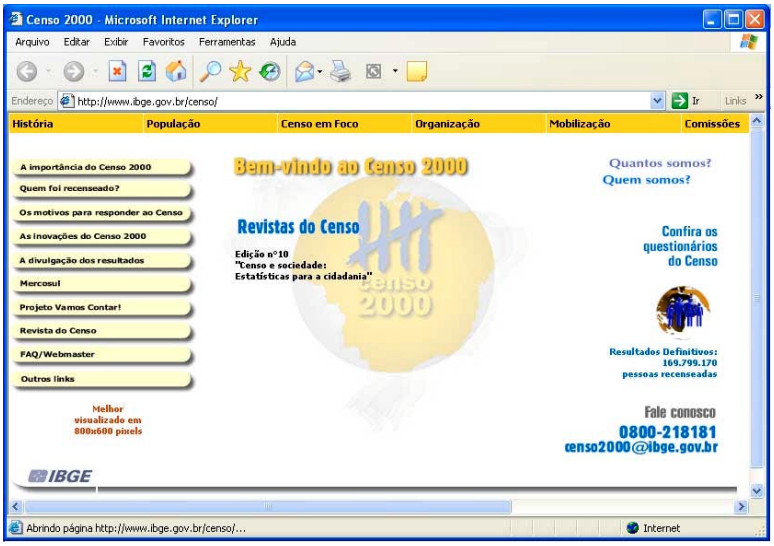

Figura 5.25 – *Hotsite* do Censo 2000 (setembro de 2006).

Bom, aí o público, acho, já era mais abrangente, né? Como o Censo tinha informações de diversos assuntos, né? Temas que poderiam ser úteis para pesquisadores, professores e empresários também (Cesar Nuñez).

Todo mundo usava. Porque, inclusive, dava tudo o que estava acontecendo no Censo [2000], em que fase estava. A gente publicava e todo mundo queria saber (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.12
Brasil 500 Anos

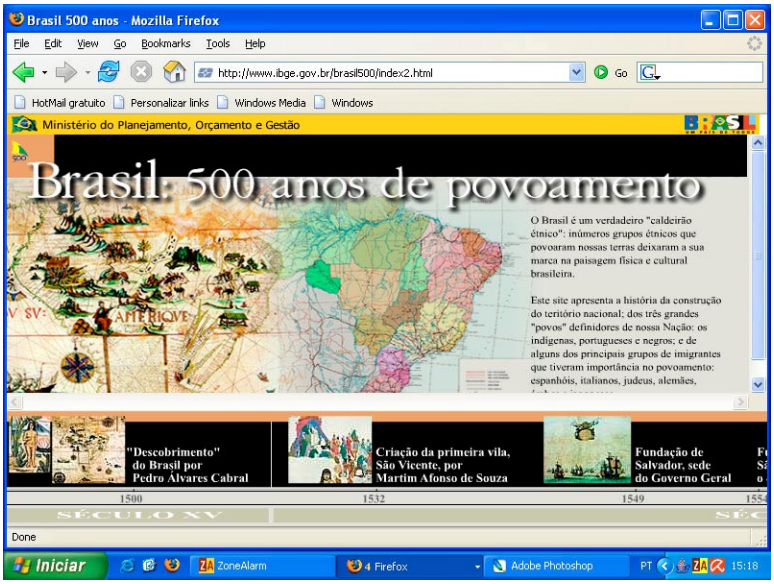

Figura 5.26 – *Hotsite* Brasil 500 Anos (junho de 2006).

Como eu *te falei*, a gente sempre inovava com os *subsites*. (...) A gente não podia inventar muito no *site* oficial porque as pessoas estavam muito acostumadas com aquele formato. Então, tudo o que a gente podia criar, a gente criava no *subsite*. Foi exatamente isso nos 500 Anos (Edna Campello).

Pois é, eu acho que o público-alvo dele, no início... A idéia inicial foi atender esse público estudantil mesmo. Ter informações mais sucintas, mais objetivas dos fatos relevantes da História do Brasil (Cesar Nuñez).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.13
Estatísticas do Século XX

Figura 5.27 – *Home page* do Estatísticas do Século XX (junho de 2006).

(...) A gente percebeu que todas as publicações que nós lançávamos, muitas vezes, as pessoas não tinham acesso (...) e elas cobravam do IBGE: “Por que não coloca na Internet? Publica isso, porque eu estou aqui em Mato Grosso do Sul, preciso ter isso aqui e agora.” E a gente passou a colocar algumas publicações, que a gente considerava relevantes, na Internet. Como no caso do Atlas Multimídia, da própria Estatística do Século XX, que é uma publicação muito requisitada no mercado (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.14
Concla

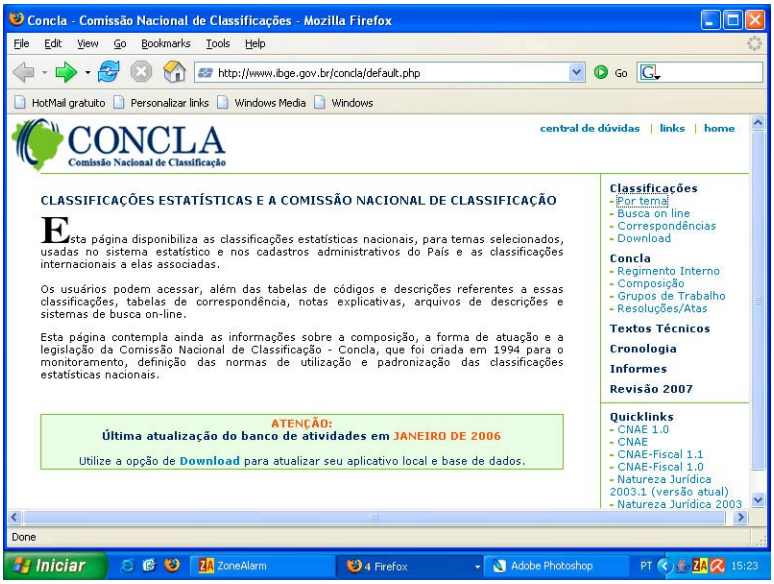

Figura 5.28 – *Home page* do *site* Concla (junho de 2006).

Todo mundo precisa saber qual é a sua classificação – contadores... – tudo o que se preenche hoje, em termos burocráticos do IBGE, você tem que colocar a classificação. (...) Ah, eu sou um engenheiro não sei das contas, aí você vai receber o código da sua classificação, entendeu? (...) [Este *subsite* é utilizado] por profissionais contadores, estatísticos, pessoas do meio burocrático, né, que precisam daqueles códigos. Departamento pessoal. Uma empresa contrata diversas pessoas – tem que pagar Cofins, esses impostos – e precisa da classificação, do código da profissão... (Edna Campello).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.15
Áreas de busca

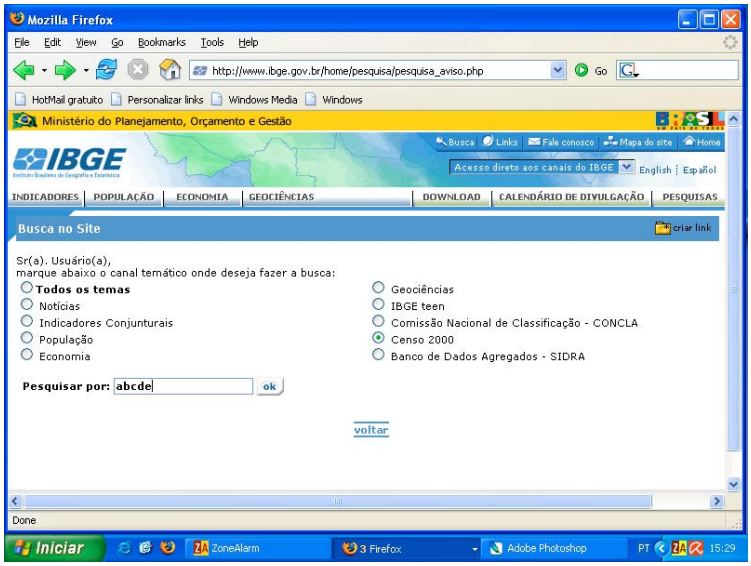

Figura 5.29 – Aspecto da área de Busca por Palavras-chave (junho 2006).

Eu me lembro que o *webmaster* – que, no caso, apesar do título, ficava cuidando mais do recebimento de *e-mails*. Uma coisa curiosa que ele comentava é que muita gente, às vezes, colocava assim: “padaria-de-não-sei-o-quê”. As pessoas colocavam qualquer coisa e esperavam um retorno. E aí como eles viram que tinha muita consulta feita desse jeito, de uma forma totalmente livre, já que era um campo de texto, eles fizeram uma segunda versão da ferramenta de busca, que era mais estruturada. As pessoas já selecionavam alguns *checkboxes* [áreas para seleção de opções] e determinavam alguns assuntos. E isto já fazia mais ou menos uma pré-filtragem para depois, efetivamente, entrar com uma chave mais precisa, né? (...) Mas, eu me lembro que, apesar de ter tido essa melhora, ainda não é uma ferramenta de busca muito eficiente, não (Cesar Nuñez).

Em dezembro de 2005 (...), dois analistas do setor implementaram isso, mas colocando num banco de dados. (...) Ele consegue, além de *te direcionar* somente para as pesquisas, encontrar todas as ocorrências que acha no *site*. E tem também a busca [da área] do *Download* que, através de uma palavra, *te coloca*

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

também quais as pesquisas que têm dentro do *Download*. (...) É uma busca específica só para o *Download* (Cristina Castanheira).

O mecanismo de busca principal está utilizando basicamente o banco de dados de notícias que é todo em MySQL (...) Por já estar em um banco, ele consegue buscar a palavra, embora ele não esteja conseguindo ver a relevância. Ele está pegando somente uma das palavras procuradas para estar buscando aquela reportagem. (...) Ele conseguiu trazer também um exemplo de SHTM, que é uma aplicação basicamente em HTML com alguns *links* em banco de dados. E, dentro [da área] do *Download*, acredito que a relevância ainda esteja um pouco pior porque ele está exigindo que o nome do arquivo seja exatamente aquele que a gente está colocando na busca (Cristina Castanheira).

A busca [específica no *subsite* Cidades@] ficou restrita aos municípios do Brasil. (...) Não houve nem uma preocupação em se fazer (...) uma limpeza de caracteres para que você pudesse digitar sem acento e ele encontrar. Se você digitar "*Sao* Luis" em vez de "São Luiz" ele não vai achar... Se a gente fosse pensar em melhorar a busca, a gente teria que alterar todo o banco [de dados]. Com o banco atual é difícil você pensar numa busca mais apurada (Cesar Nuñez).

Não é uma busca tipo Google ou Yahoo. (...) Não usaram uma ferramenta tão boa quanto (...) Teriam que ter investido mais no *software*. (...) Só usaram na época PHP com banco de dados MySQL, que era o que a gente tinha lá (...) Se eles usaram, foi algum *software* que já tinha no mercado, *free*. (...) Eu acho que tinha que tentar aprimorar mesmo, tentar ver no mercado algum *software*. (...) Eu acho que eles desistiram realmente por causa disso: porque já têm tantos mecanismos de busca aí, tipo o Google e o Yahoo (...), que eles resolveram deixar isso de lado. Mas é um grande problema do nosso *site*, porque as pessoas não acham o que procuram (Cristina Castanheira).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.16
Censos 2007

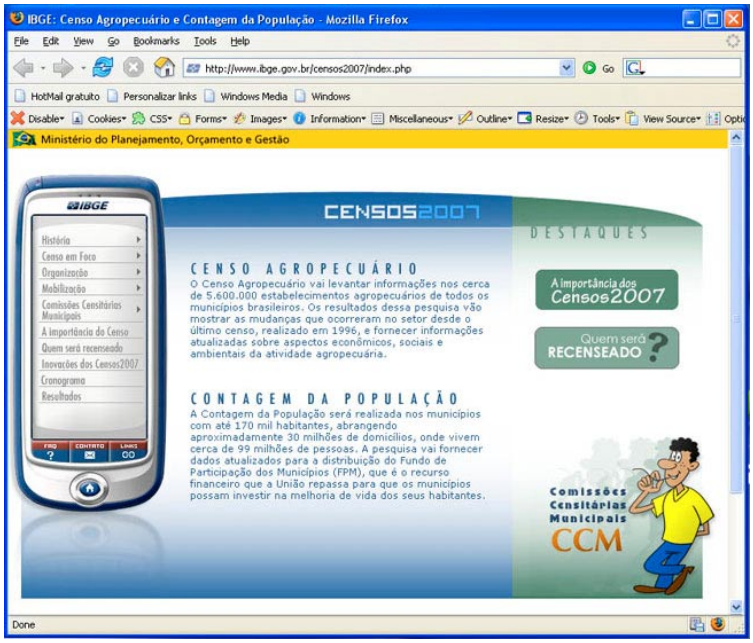

Figura 5.30 – *Home page* do *site* Censos 2007 (dezembro de 2006).

Censos 2007 é um nome de um trabalho que vai ser feito de contagem da população e de censo agropecuário (...) A proposta do *site* é... [hesitação] estimular o conhecimento do que é Censo 2007 e, também, fomentar a instalação das comissões censitárias municipais, que são os facilitadores, no município, da realização desse trabalho (Jorge Tadeu).

5.24.17
Confest e Confege

Tanto essa Confege – que é a conferência ligada à área de Geociências – como a Confest – que é uma conferência tradicional ligada à área estatística – foram reunidas num grande encontro (...) que aconteceu entre 21 e 25 de agosto. Este *site* (...) refere-se ao conteúdo deste encontro e a tudo que ia acontecer. (...) Já deveria ter sido retirado (Jorge Tadeu).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

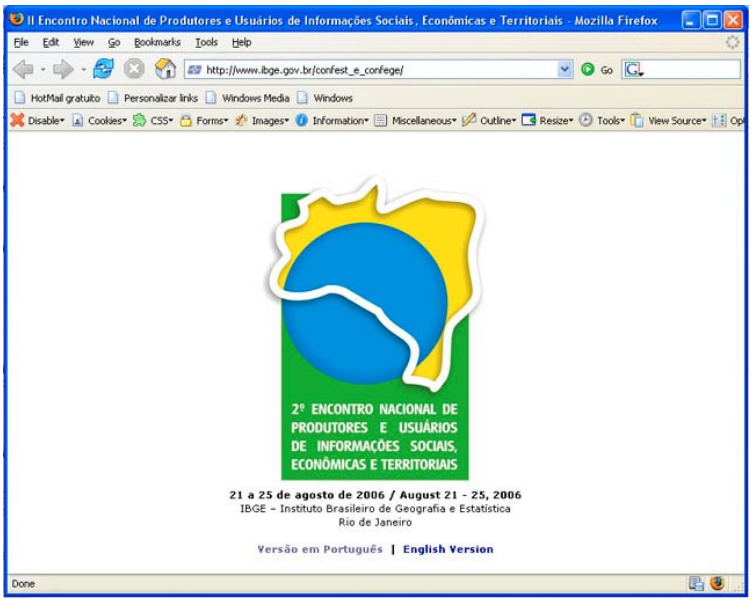

Figura 5.31 – *Home page* do *site* Confest/Confege (dezembro de 2006).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.18
Concar

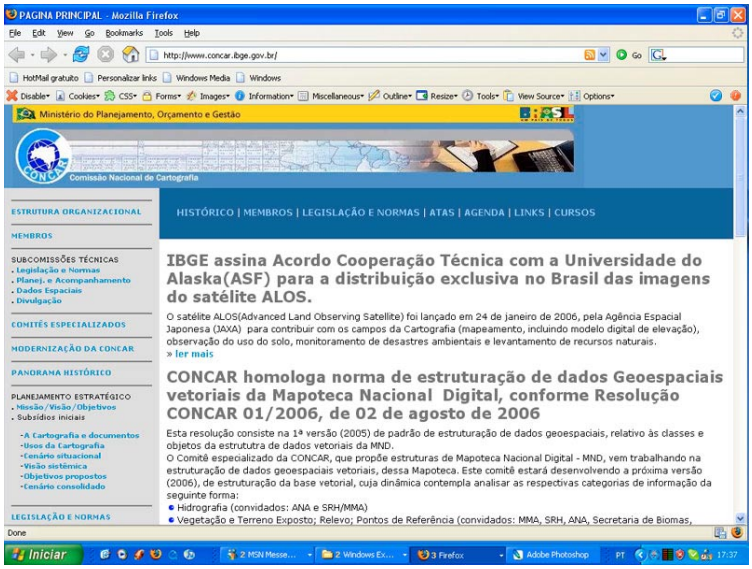

Figura 5.32 – *Home page* do *site* Concar (dezembro de 2006).

Esse *site* Concar, ele não foi desenvolvido lá na Geon [gerência *online*] (...) Foi desenvolvido em outro local, mas precisa ter um link no *site* [principal], então eles falam para a gente colocar um *link*. É um *site* de cartografia, deve ter sido desenvolvido em Lucas [uma unidade do IBGE] (...) Todos os *subsites* ficam pendurados na *home* (Taissa Abdalla).

5.24.19
Fóruns do IBGE

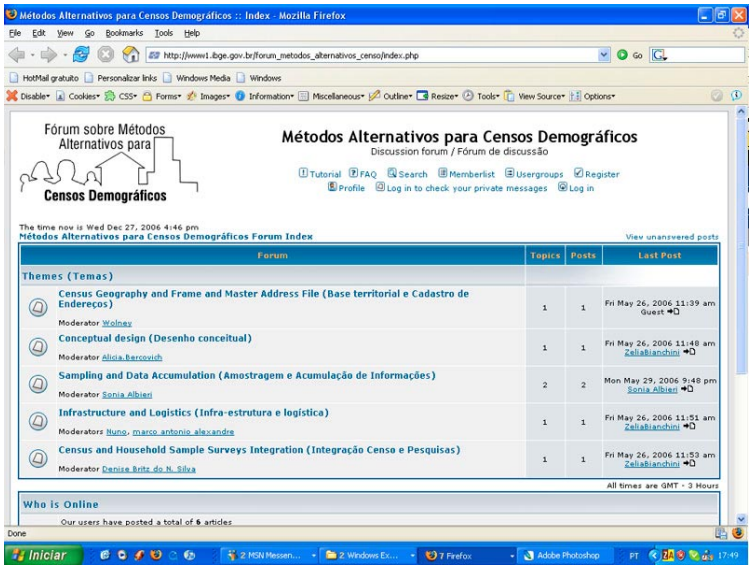

Figura 5.33 – *Home page* do *site* Fóruns (dezembro de 2006).

[A proposta é] disponibilizar um espaço que possibilite a continuidade do debate e da reflexão com relação a diversos temas que interessam ao IBGE, formatados como fóruns de discussão e de relacionamento. (...) Costumam ser acessados mediante uma senha específica para cada participante cadastrado. [O público-alvo é formado por] produtores e usuários de informações (...) para fóruns de interesse geral, e funcionários do IBGE, para fóruns de temas internos (Jorge Tadeu).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.24.20
Gráficos dinâmicos

Figura 5.34 – Gráficos dinâmicos do IBGE (janeiro de 2007).

A proposta é mostrar os gráficos do IBGE de uma forma bem simples para qualquer um entender, qualquer leigo. (...) Eles não são dinâmicos, eles são animados. Eles são interativos também. (...) Ao invés de mostrar linhas, eles mostram mais volume. Mostram uma bolinha [onde] já tem uma informação. O tamanho da bolinha é diferente para cada Estado. Você pode mexer na linha do tempo. Você interage com o gráfico e torna até mais atrativo (...) e mais fácil para compreender (Taissa Abdalla).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.25
Dados, informação ou conhecimento?

O estatístico Paulo Quintslr sublinha que a Instituição observa os fenômenos, mas não é sua missão produzir conhecimento:

(...) O IBGE não faz nenhuma avaliação ou análise de nenhuma ação. O que ele faz é divulgar o resultado enquanto fenômeno observado, isolado nele ali. Esta é a atuação do IBGE. (...) Não está bem debatido dentro da casa – ou exatamente – o que podemos compreender como “produção do conhecimento”.

5.26
Olhando para o futuro

Segundo o publicitário Jorge Tadeu, o conceito de "disseminação de informações" (tal como é entendido pela Instituição) é limitado e deve ser substituído pela idéia de "comunicação":

Disseminação: eu coloco o dado à disposição. Comunicação: eu trabalho com a utilização desse dado e a utilidade desse dado. E a percepção da utilização e da utilidade do dado está em consonância com a missão do IBGE – que é a construção do exercício da cidadania. (...) Quando coloca a expressão "exercício da cidadania", ele vai muito além das possibilidades de "disseminação".

(...) Olhando para o futuro e pensando na Web, o IBGE estará *online* com boa parte do público brasileiro. (...) Que tipo de demanda de informação ele vai ter? Que tipo de relação ele vai ter? Ele está pensando ainda em divulgação de dados, ele tem que começar a pensar numa relação: o IBGE é uma usina de interfaces... Interface para a obtenção da informação, interface para o entendimento dessa informação e transformação (...) em conhecimento, e interface para fazer com que essa informação (...) venha a orientar ações empreendedoras. (...) A gente não vem cumprindo esta missão hoje!

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

5.27
Conclusões deste capítulo

Este capítulo visou apresentar informações resultantes da pesquisa realizada com a técnica da história oral – com foco na investigação de Ergonomia e Arquitetura de Informação. Os temas tratados aqui foram desde mudanças tecnológicas introduzidas no IBGE pela tecnologia da informação, até o advento da informática no campo do Design, no contexto institucional estudado, passando pelas questões de acessibilidade e usabilidade, pelo desafio de conhecer os usuários e suas demandas, até detalhes sobre o público-alvo e cada item de conteúdo, confrontando-se as visões dos diversos entrevistados.

A partir da análise dos resultados das entrevistas, podemos concluir alguns fatos que caracterizaram o processo de criação, produção e gestão das informações formatadas para acesso do cidadão no portal IBGE:

1 – Em primeiro lugar, concluímos que as informações disponibilizadas pelo IBGE têm como público-alvo a sociedade brasileira, vista aqui como a totalidade dos seus cidadãos. Nesse ponto, podemos citar o publicitário Jorge Tadeu quando ele afirma que "as informações do IBGE interessam a todos os setores da sociedade, do estudante de ensino fundamental ao Presidente da República". Segundo o estatístico Paulo Quintslr, o leque é "bastante diversificado" e passa por órgãos de governo, na esfera federal, estadual e municipal, empresas, profissionais liberais e usuários em geral. Conforme observou o gerente Marcio Imamura, a função do portal do IBGE é a de "democratizar a informação e fortalecer a cidadania". Essas declarações fazem-nos crer que o portal precisa ser voltado para o acesso fácil e a compreensão de todos os cidadãos brasileiros. Em vista disso, concordamos com o jornalista Francisco Alchorne, quando ele destaca que o portal do IBGE deve tornar-se "o mais amigável possível".

2 – Em segundo lugar, com as entrevistas, foi possível aprofundar o entendimento de como se manifesta o problema. A *encontrabilidade* das informações no portal foi considerada deficiente por diversos entrevistados, em vista do grande volume, da complexidade e da própria natureza do conteúdo disseminado. Isso nos aponta para a questão da *findability*, conforme definida por Peter Morville. Como afirmou a analista de sistemas Cristina "as pessoas não conseguem achar exatamente o que precisam". Segundo o estatístico Quintslr, uma demanda clara dos usuários é a de localização da informação: "não tem como negar: há uma dose de dificuldade em localizar as informações". A *encontrabilidade* é um dos problemas clássicos de estudo no emergente campo da Arquitetura de Informação de *websites* (MORVILLE, 2005).

3 – Em terceiro lugar, observamos que uma parte das mudanças e atualizações de conteúdos e das interfaces do portal é realizada sem uma análise preliminar do *feedback* fornecido pelos usuários – o que torna insuficiente (ou incompleto) o desejável foco no cliente e na usabilidade. Não há implementação do ciclo de desenvolvimento *iterativo*. Ou seja, não existem técnicas de projeto centrado no usuário (*user centered Design*). Tal dificuldade faz com que muitas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

decisões de Design sejam tomadas orientadas por critérios outros que não o estudo do comportamento e das necessidades de busca de informações dos usuários. Questões relacionadas à interação humano-computador não são levadas em consideração e esta disciplina não está presente em meio às atribuições cotidianas e tarefas da equipe, pois estas se concentram na parte mais estritamente técnica. Um exemplo disso é que os designers precisam aprender a técnica, como o desenvolvimento de programação. Conforme disse o designer Cesar Nuñez, logo que chegou à equipe do portal IBGE, ele começou a "meter a mão no código". Problemas mais objetivos e tecnológicos acabam tendo predominância sobre questões ambíguas ou complexas (como a relação das interfaces com os seus usuários).

4 – Em quarto lugar, pode-se destacar que não havia (até o momento das entrevistas) uma aplicação consistente de pesquisas que envolvessem o estudo do perfil dos usuários, nem havia dados validados a respeito de seus padrões de busca de informações. Segundo o *webdesigner* Tarsus "não há nenhuma sistematização desse acesso, nem do *feedback*. A gente faz o *site* meio que no escuro". Quando os usuários são levados em consideração, as conclusões aparentam ser derivadas de observações assistemáticas, de critérios pessoais ou com base em senso comum. As observações para identificar os padrões de utilização do portal baseiam-se em análise eventual dos registros de *logs* dos servidores, sem a utilização de ferramentas profissionais específicas para auxiliar esta análise. Não havia, até então, uma identificação precisa dos perfis de cidadãos que comprovadamente utilizam cada canal do *site*, com base em dados confiáveis, apenas uma descrição vaga dos públicos-alvo a que se destinam. Embora compreensível durante os primeiros anos de consolidação do portal, tal enfoque não parece ser mais adequado diante da complexidade das necessidades atuais. Concordamos com o designer Cesar Nuñez, quando defende que seria necessário "um estudo mais profundo da estrutura da informação", com base "no retorno que os usuários dão". Mas o gerente Marcio Imamura explicou que as mensagens dos internautas não são representativas do universo e não têm validade estatística. Então, como fazer para estudar esses padrões de uso? Conforme destacou o estatístico Quintslr, desde o advento da comunicação eletrônica, o IBGE passou a sentir dificuldades em capturar o perfil dos seus usuários. "Nós não temos uma verificação objetiva."Além disso, as pesquisas com usuários são vistas como

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

ônus. Segundo o engenheiro Reynaldo, o IBGE não pode "bancar o ônus de, para cada tipo de acesso, qualificar". Embora pesquisas com usuários não sejam aplicadas de modo abrangente, construiu-se um entendimento intuitivo (baseado na prática) de que os usuários do portal são indivíduos pertencentes a três categorias: estudantes, jornalistas e pesquisadores. Estes últimos seriam pós-graduandos que defendem teses de mestrado e doutorado, consultores de empresas ou funcionários de governo.

5 – O fluxo de comunicação interna parece gerar um processo de Arquitetura de Informação implícita (KUNIAVSKY, 2003). Este é um problema comum nas organizações. A questão é que, algumas vezes, pode-se questionar se todas as decisões de Arquitetura foram tomadas a partir de critérios claros sob o ponto de vista de sua centralidade no usuário. Um exemplo é que há subáreas de conteúdo específico que estão aparentemente "penduradas" na *home* do portal, sem uma relação direta com as tarefas ou as necessidades de usuários. Tais fatos levam-nos ao questionamento de que podem haver opções que se destinam somente a acomodar demandas internas da organização, mas que poderiam ser adequadamente transferidas para uma intranet.

6 – Podemos imaginar que o modelo mental que inspira a Arquitetura de Informação do portal do IBGE não é centrado no modelo mental dos usuários ou em suas tarefas, e sim na própria empresa. Reflete o modelo existente na organização, centrado nos processos de produção de informações (as pesquisas do IBGE). Um exemplo disso é a taxonomia de itens que compõem o menu principal. "Eles querem o nome da pesquisa", revelou Taissa. Para o designer Luiz Paulo, "o usuário não tem clareza da divisão de seções". "A estrutura temática do IBGE não é compreendida pelos usuários", comentou o gerente Imamura. A lógica que tem sido aplicada é a lógica dos provedores internos de informação, e não necessariamente o modelo de busca dos usuários, que carece de maior investigação. Isto gera uma série de incongruências como a necessidade de que – para realizar uma busca com sucesso – o usuário precise conhecer previamente a metodologia das pesquisas ou o vocabulário específico empregado pela Instituição, como observou o profissional de atendimento Reynaldo. Isto se configura num problema muito comum de Arquitetura de Informação, no tocante ao respeito ao modelo mental e à terminologia dos usuários.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

7 – Questionamos a opção pelo estilo visual de “portal”, inspirado em *sites* famosos, como IG, UOL, AOL, Terra etc. Seria este estilo realmente adequado ou apenas um modismo estético? Segundo declarou o designer Cesar Nuñez, “a cara de portal é uma síndrome que ataca os *sites* com grande volume de informações”. Para ele, geram-se *sites* com “*trocentos links*, menus gigantescos, em geral, difíceis de navegar”. Esta questão merece ser melhor examinada pelos designers do IBGE.

8 – Em oitavo lugar, observamos que a própria natureza da informação estatística e a forma como esta é formatada e apresentada ao público é problemática. Faz parte do desafio institucional de disseminação trabalhar a linguagem estatística de modo mais criativo, superando as barreiras ao seu acesso e à sua compreensão pela população. Entretanto, um dos problemas levantados pelo jornalista Alchorne foi o “conservadorismo” da Instituição. Esta insiste em divulgar dúzias de tabelas numéricas tradicionais, evitando soluções inovadoras de Design visual. Há um receio de que isto possa ser “ofensivo à seriedade da Instituição”. Concordamos, portanto, com o estatístico Quintslr, quando ele observa que, além das linguagens *técnica*, *jornalística* e *pedagógica*, uma quarta linguagem precisa ser concebida – para facilitar a apresentação das informações ao *cidadão comum*. “Os desafios estão aí, nesta busca de linguagem”, afirma Quintslr. Esses desafios evidentemente adicionarão maior complexidade ao desenvolvimento futuro do portal IBGE, no sentido do cumprimento de sua missão institucional, e implicam a necessidade de superação do referido conservadorismo.

9 – Quanto à acessibilidade do portal IBGE, podemos observar que o enfoque dado (até o momento dessas entrevistas) era limitado, pois partia do pressuposto de que se deveria produzir um canal específico (com conteúdo reduzido) para o acesso de deficientes visuais e não focalizava o desafio da acessibilidade como um todo, nem utilizava os padrões do W3C (*World Wide Web Consortium*). A acessibilidade tem como objetivo fazer com que os *websites* tenham funcionalidades e conteúdos passíveis de serem utilizados plenamente por qualquer pessoa, independente de terem ou não deficiências. Também devem ser acessados por qualquer dispositivo ou navegador. Segundo confirmou Edna, precursora da idéia, a solução encontrada “não avançou muito”. Em dezembro de 2006, a *home page* ainda era rejeitada pelos principais mecanismos validadores

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA

(W3C, DaSilva e WebXact) – apresentando 42 erros de nível 1 de prioridade – e não se adequava ao modelo de acessibilidade proposto para o Governo Eletrônico. Entretanto, é preciso fazer a ressalva de que – após a realização destas entrevistas – novas tentativas foram conduzidas no sentido de adequar o portal à lei em vigor.

10 – Apesar da gama de problemas detectados, cabe ressaltar que o portal IBGE vem cumprindo bem, e com qualidade incremental, a sua missão estratégica de disseminar conhecimento sobre o País para os seus cidadãos, disponibilizando volume cada vez maior de dados, livre e gratuitamente, através da rede mundial de computadores. Ressalta-se que, antes do advento da Internet, obter informações era uma empreitada não muito simples para o cidadão comum. “Eu vi esta mudança. Tempos atrás, o usuário encontrava dificuldades para acessar as informações do IBGE. *Tu tinha* que vir no local ou ter algum conhecido”, relatou o gerente de comércio eletrônico, Alcides Braga. Este esforço dos profissionais do IBGE tem sido recompensado com o recebimento de inúmeros prêmios. O sucesso do portal é refletido no crescimento contínuo dos acessos de usuários que, em 2005, atingiram a impressionante marca de 10 milhões de atendimentos. Tais números reforçam a importância de pesquisas que, como esta, apontem para a identificação de parâmetros de melhoria da sua Arquitetura de Informação.

Por último, cabe observar que registraram-se questionamentos a respeito do tradicional conceito de “disseminação” de informações (no modo como tem sido compreendido e aplicado pela Instituição). Segundo o publicitário Jorge Tadeu, o conceito deveria dar lugar a um novo enfoque. “Na disseminação, eu coloco o dado à disposição... Na comunicação, eu trabalho com a utilização desse dado”. Um novo enfoque de comunicação precisará pressupor a interação com o usuário – vista de modo complexo, contextualizado e mais abrangente.

5.28
Referências bibliográficas

KUNIAVSKY, Mike. **Observing the user experience**: a practitioner’s guide to user research. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann, 2003. 560p.

MORVILLE, Peter. **Ambient findability.** O´Reilly, 2005.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0410920/CA