

# Problematização do conceito "Qualidade" da Informação

Isis Paim\*, Rosa Maria Quadros Nehmy\*\*, César Geraldo Guimarães\*\*\*

*A qualidade da informação constitui-se num conceito problemático. A literatura o têm analisado, enfatizando uma das seguintes dimensões: transcendente, intrínseca e contingencial. A primazia de uma ou outra dimensão não permite a apreensão da complexidade da "qualidade" da informação, apresentando implicações para a prática do profissional da informação.*

111

A análise do tema qualidade da informação esbarra inicialmente na dificuldade de se conceituar o termo qualidade. A verificação, por exemplo, das definições que se seguem permite concluir pela superficialidade com que o conceito é tratado.

*"Qualidade é uma propriedade, atributo ou condição das pessoas, capaz de distingui-las das outras e de lhes determinar a natureza; numa escala de valores, a qualidade é uma propriedade, atributo ou condição que permite avaliar e, conseqüentemente, aprovar, aceitar ou recusar qualquer coisa." (FERREIRA)*

*"Qualidade significa ir de encontro às necessidades do cliente." (CROSBY) "Qualidade é adequação ao uso." (JURAN)*

*"Qualidade é aquilo que o cliente percebe quando sente que o produto ou serviço vai de encontro às suas necessidades e corresponde às suas expectativas. " (TOWSEND)*

\* Professora da Escola de Biblioteconomia da UFMG

\*\* Professora de Ciências sociais aplicadas à saúde no Departamento de Medicina Preventiva e Social da Faculdade de Medicina da UFMG, aluna do Programa de Pós-Graduação/EB/UFMG.

\*\*\* Professor de semiótica do Departamento de Comunicação Social da FAFICH/UFMG.

+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+  
+

*"Qualidade é a capacidade de satisfazer as necessidades, tanto na hora da compra quanto durante a utilização, ao menor custo possível, minimizando as perdas, e melhor do que os nossos concorrentes." (TEBOUL)*

*"Qualidade consiste em minimizar as perdas causadas pelo produto não apenas ao cliente, mas à sociedade, a longo prazo." (TAGUGHI)*

*"Qualidade indica o valor relativo de produtos e serviços, a eficiência e a eficácia de processos para gerar produtos e suprir serviços. Do ponto de vista prático, qualidade é uma arma estratégica e competitiva." (SMITH)*

*"Qualidade é a totalidade das propriedades e características de um produto ou serviço que lhe conferem habilidade para satisfazer necessidades explícitas do cliente." (Norma ISO 8402 - Vocabulário da Qualidade)*

**Fonte: ALMEIDA (1994, p. 5)**

112

De fato, a definição de Buarque de Holanda Ferreira atribui à qualidade a idéia de propriedade ou atributo, mas não atinge o cerne do que realmente seja a qualidade. Igualmente insatisfatórias, as demais definições enfatizam adequação ao uso, ou necessidades e expectativas do cliente, atributos do processo produtivo de serviços e produtos, o que também não define propriamente a noção de qualidade. Mesmo a definição constante na Norma ISO 8402 apresenta a mesma deficiência.

Essas características - superficialidade e inadequação do conceito - reproduzem-se no tema qualidade da informação<sup>1</sup>, conforme se pode verificar numa breve revisão da literatura sobre o assunto. Em primeiro lugar, pode-se afirmar que autores que trabalham com a noção de qualidade da informação estão usualmente interessados em identificar aspectos de avaliação da informação que sirvam a objetivos gerenciais e que sejam passíveis de medida. De um modo geral entendem qualidade - ou valor - como a categoria mais abrangente sob a qual são agrupados fatores ou indicadores de diferentes significados. A qualidade da informação é considerada como uma categoria multidimensional. Deve-se notar, no entanto, que não há consenso na literatura sobre definições teóricas e operacionais da qualidade da informação. Há uma alusão recorrente entre autores interessados no tema de que as definições de qualidade de informação são ambíguas, vagas ou subjetivas. (WAGNER, 1990; SCHWUCHOW, 1990; WORMELL, 1990). Um dos sintomas que expressa a condição de ambigüidade da noção está na indeterminação do termo apropriado para representar a categoria mais geral - qualidade ou valor. Por vezes os termos qualidade e valor são utilizados indiscriminadamente, sendo tomados até mesmo como

---

<sup>1</sup> para efeito deste artigo, considera-se "informação" como um símbolo - ou um conjunto de símbolos - com potencial para sentido (FABIOSOFF, 1974, p.9)

sinônimos. Embora haja predominância da utilização da palavra *qualidade* nos textos de autores da área gerencial, pode ocorrer uma inversão de lugar, adotando-se o valor como a categoria mais ampliada e a qualidade como um de seus aspectos, como é o caso da classificação de TAYLOR (1985), para quem a qualidade é vista como um dos fatores do valor agregado da informação.

Por outro lado, WAGNER (1990) afirma que há preferência pelo uso de valor em detrimento da qualidade e diz que, embora exista uma convergência de significados em torno da idéia de excelência, a diferença entre os dois termos estaria em que o valor tende a trazer consigo uma significação aproximada ao de valor de troca. No entanto, pelo exame da literatura, observa-se que, mesmo quando os cientistas da informação dão preferência ao uso da palavra *valor*, estão-se referindo mais ao valor de uso da informação do que ao valor de troca. O valor de troca é diretamente relacionado à dimensão propriamente econômica de mercadoria, como seria, por exemplo, seu preço no mercado, como bem nota REPO (1989). A maior preocupação com o caráter não estritamente econômico pode estar ligada à própria característica da informação que, ou não é considerada como uma mercadoria ou é vista como uma espécie diferente de mercadoria, e por isso teria de ser abordada de maneira diferenciada de outros bens (COONEY, 1991). Uma advertência vinda de TAYLOR (1985) refere-se à confusão costumeira de se tomar de modo conjunto a avaliação do produto da informação e dos serviços de informação, considerando-se a qualidade ou valor em relação a duas entidades diversas, misturando-se critérios relativos ao conteúdo da mensagem com o desempenho do serviço. Outro ponto questionado pelos autores é a subjetividade que permeia a categoria qualidade da informação. A característica subjetividade da informação é considerada como limitante sob dois aspectos. De um lado, as preferências de usuários variam, são contingenciais e nem sempre se explicitam de forma adequada em demandas claras e objetivas. De outro, existe normalmente um ponto de tensão entre essas preferências e as prioridades de produção que os provedores ou profissionais da informação tendem a estabelecer.

Tais considerações sobre as dificuldades existentes em torno da qualidade da informação não querem dizer que o tema não esteja sendo discutido, tanto do ponto de vista teórico como operacional. A importância do tema está expressa na realização em 1989 de um seminário sobre qualidade da informação em Copenhague-Dinamarca, promovido pelo NORDINFO. A publicação decorrente da reunião tornou-se marco de referência sobre o tema<sup>2</sup>. Na literatura, embora não exista consenso sobre que aspectos a categoria qualidade ou valor deva incorporar, há uma tendência a estudá-la sob três grandes vertentes. Uma, que trata da qualidade ou do valor transcendente

---

<sup>2</sup> Ver WORMELL (1990)



(ou filosófico, ou metafísico) da informação; outra, que se baseia nos aspectos intrínsecos e outra nos atributos contingenciais. A qualidade, considerada sob a ótica transcendente, implica o reconhecimento do valor da informação como absoluto e universalmente aceitável. Qualidade nesse sentido aproxima-se da idéia de excelência, é extratemporal e permanente, mantendo-se portanto com as mesmas características através dos tempos e nos diversos lugares, apesar das mudanças de gostos e estilos (MARCHAND, 1990). Isso significa que existiria uma essência de qualidade da informação, independente do tempo-espaço histórico. Entretanto, vários autores que descrevem esse tipo de qualidade (COONEY, 1991; EATEN & BADEN, 1991; MARCHAND, 1990; REPO, 1989) questionam sua possibilidade enquanto categoria analítica. Vão argumentar que a idéia de excelência, inerente à qualidade, é intangível e só adquire pertinência quando relacionada ao usuário da informação, pois o valor está sempre na dependência de sua utilização por usuários particulares em ocasiões particulares. Sendo assim, o valor transcendente não pode ser atingido em si, mas é dependente do ponto de vista do usuário.

114

Em relação aos aspectos contingenciais ou práticos da qualidade da informação, a tendência mais marcante na literatura é o enfoque no usuário. A proposição central é a de que o valor ou a qualidade da informação depende do usuário e do contexto em que é considerada. O usuário, quer individual ou coletivo, faz o julgamento da informação. O foco no usuário, em estudos de qualidade, segue o movimento mais geral da ciência da informação de apostar no paradigma do usuário (DERVIN, 1977; VAKKARI, 1994; WAGNER, 1990), em contraposição ao modelo de abordagem anteriormente dominante, que pensava a informação a partir da teoria matemática de Shannon. Nessa **vertente**, a qualidade da informação é relativa à medida quantitativa de eficácia técnica da transmissão de uma mensagem entre um emissor e um receptor. (ROSZAC, 1989).

Entretanto, vários autores, apesar de reconhecerem a justiça de se privilegiar o sujeito que utiliza a informação, alegam dificuldades no tratamento dos aspectos da qualidade a partir do usuário, em virtude do *subjetivismo* que este carrega, trazendo limitações importantes para a medida. Mas o profissional terá "que conviver com esse elemento da qualidade da informação, segundo opinião de SCHWUCHOW (1990, p. 67), que afirma: "Qualquer critério de avaliação da qualidade da informação é, por natureza, subjetivo. É praticamente impossível encontrar um critério de mensuração simples, preciso e satisfatório". O mesmo argumento está implícito nas palavras de CASANOVA (1990, p. 50,51), quando diz que "a informação nunca será exata porque depende do contexto; nunca está isolada, tem vida própria e sua qualidade depende da visão, do nível de conhecimento, da interpretação de seu receptor. A busca da qualidade total da informação é similar à busca do *eldorado*."

Apesar de constatado o privilégio do usuário, grande parte das definições de qualidade da informação consideram também o lado *objetivo* da avaliação da informação, ou seja, os atributos do *produto-informação*, tais como dados, documentos, textos. Nesse caso, está-se considerando a necessidade, segundo BUCKLAND (1991), de se tratar a informação enquanto coisa. A vantagem percebida nessa forma de abordagem é sua tangibilidade. De acordo com MARCHAND (1990), a qualidade assim definida pode ser tratada em termos precisos e identificáveis, podendo ser mensurados e quantificados.

De um modo geral, a abordagem da qualidade da informação opera com várias dimensões. Neste artigo adotam-se as dimensões transcendente, intrínseca e contingencial, explicitando sua multidimensionalidade, as quais se desdobram através de diferentes atributos de cada dimensão, conforme se vê no Quadro 1. Alguns autores consideram o valor transcendente como equivalente ao valor intrínseco. Outros autores associam os atributos relacionados neste artigo à qualidade intrínseca como pertencentes à 'dimensão baseada no produto' (MARCHAND, 1990). A adoção da classificação 'transcendente, intrínseca e contingencial' para a qualidade da informação tem o objetivo de ressaltar os atributos de responsabilidade do provedor da informação, evitando o excessivo subjetivismo de definições usuais de qualidade da informação.

Quadro 1 - Multidimensionalidade da qualidade da informação

<b>Dimensões e Atributos</b>			
	Intrínseca	Contingencial	
		Usuário	Formato do Produto
<ul style="list-style-type: none"> <li>● valor filosófico ou metafísico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● validade</li> <li>● confiabilidade</li> <li>● precisão</li> <li>● completeza</li> <li>● novidade</li> <li>● atualidade</li> <li>● significado através do tempo</li> <li>● abrangência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● valor percebido</li> <li>● eficácia</li> <li>● relevância</li> <li>● redundância</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● eletrônico</li> <li>● impresso</li> <li>● oral</li> <li>● microforma</li>   <li>● integral</li> <li>● sintético</li>   <li>● formal</li> <li>● informal</li> </ul>

Fontes: Categorias estruturadas pelos autores com base na literatura

O modelo multidimensional acena para a complexidade própria do processo de avaliação da informação que integrará sistemas ou serviços de informação. Assim, os atributos intrínsecos referem-se aos valores inerentes ao dado, ou ao documento enfim, à informação. Os valores citados no Quadro 1 incluem dimensões como validade, confiabilidade, precisão, completeza, novidade, pertinência, atualidade, significado através do tempo, abrangência, as quais mantêm entre si uma estreita interrelação. Por exemplo, para que a informação tenha valor real, ela deve também ser válida, confiável, precisa, etc. A definição de validade segundo FERREIRA (p. 1439), é "*qualidade, condição de válido; legitimidade*". Embora a literatura não registre definição satisfatória, pode-se afirmar que o conceito *validade* pressupõe integridade da fonte de informação e forma de registro fiel ao fato que representa. A *confiabilidade* significa credibilidade no conteúdo e na fonte da informação. Relaciona-se com a idéia de autoridade cognitiva - prestígio, respeito, reputação da fonte, autor ou instituição. A confiabilidade assemelha-se a uma espécie de fé (GIDDENS, 1991). A precisão tem o sentido aproximado de exatidão, correção, o que nos remete à "forma de registro fiel ao fato representado", acima mencionado. A *completeza* implica a inclusão de todos os dados necessários, relativos a um determinado problema. E finalmente a *novidade* representa o novo, o recente. A *atualidade* implica consonância com o ritmo de produção da informação, ou seja, opõe-se à obsolescência. Esse atributo merece atenção especial. Segundo OLAISEN (1990, p.95), na era da modernidade, na ausência de outros critérios, costuma considerar-se como regra: "o mais novo é o melhor, o mais velho, o pior...", o que pode ser questionado do ponto de vista da provisão da informação. Devese notar que a relação entre os diferentes atributos intrínsecos da qualidade da informação é extremamente forte, dificultando o estabelecimento de fronteiras entre um e outro, como por exemplo entre os atributos *precisão e a validade*, que têm significados muito próximos. Na verdade, a integridade da noção de qualidade da informação pressupõe necessariamente a presença do conjunto dos atributos intrínsecos.

Entretanto, verifica-se que os atributos acima descritos não esgotam o seu significado em si mesmos. Carecem de referências ao contexto ou ao usuário da informação, que se constituem nos atributos contingenciais, mencionados no QUADRO 1. O *valor percebido* refere-se à compreensão que o sujeito tem a respeito do valor da informação. Liga-se ao significado subjetivo atribuído à informação. 'Eficácia significa o grau de adequação da informação na solução do problema do sujeito-usuário da informação. A eficácia decorre do uso da informação, isto é, a informação é eficaz se contribui para algum resultado positivo para o sujeito da ação, como por exemplo tomada de decisão adequada. Próximo à eficácia, o atributo relevância significa para SARACEVIC (1970, p. 112) ... "*medida do contato eficaz entre uma fonte e um destinatário*". A abrangência diz respeito ao volume de dados necessários para que a

informação se torne eficaz, nem muito, nem pouco. A *redundância* é a repetição de dados, tomando-se como parâmetro um determinado usuário, ou seja, o que se apresenta redundante para um usuário, pode não o ser para outro. Na dose certa, a redundância significa reforço da informação, e se excessiva tende a diminuir a qualidade da informação.

O formato é uma das categorias contingenciais da qualidade da informação. Seus atributos relacionam-se à forma de apresentação do produto. Essa categoria é às vezes denominada de estética (MARCHAND, 1990). Fazem parte dessa categoria os seguintes atributos: meio de apresentação oral, impressa, eletrônica ou em microformas; modo de exposição integral ou sintética; fonte formal ou informal. Esses atributos devem adequar-se à preferência ou ao interesse do usuário. Daí estarem classificados como contingenciais.

A descrição feita acima propicia visão da complexidade do conceito da qualidade da informação e permite algumas conclusões. Há uma tendência a se enfatizar uma determinada dimensão da qualidade da informação em detrimento de outras. Entretanto, como ressalta MARCHAND (1990, p. 10) ... "*cada [dimensão] oferece apenas uma visão parcial e às vezes vaga dos elementos básicos da qualidade da informação*". E apesar disso, a aparente divisão entre o intrínseco e o contingencial tende a ser desfeita na prática da avaliação da informação. No momento da prática, os atributos contingenciais, principalmente aqueles referentes ao usuário, adquirem força de forma a diluir os atributos intrínsecos. Assim, atributos como validade ou confiabilidade além de se superporem, são relativizados face à especificidade de um contexto, de um usuário... A defesa da predominância do valor contingencial tem poder de argumentação grande, aproximando-se da anulação dos atributos intrínsecos. Por outro lado, a eliminação da dimensão transcendente do valor da informação acarreta, como adverte MENO (1993), conseqüências éticas e políticas. Diz o autor que não se pode eliminar o valor intrínseco da informação pelo menos em relação ao uso coletivo a médio e longo prazos. Exemplifica através de uma biblioteca. Embora a maioria das pessoas nunca visite uma biblioteca, e mesmo que essa não seja apropriada para a maioria, a informação ali contida não perde o seu valor. Conseqüências práticas e políticas da negação desse valor podem revelar-se perversas.

Esse cenário, em que se inscreve o conceito *qualidade* da informação, marcado pela dicotomia entre atributos intrínsecos e contingenciais, com forte tendência para hegemonia dos últimos, implica riscos para a leitura e para a provisão da informação. A absolutização do usuário pode levar à renúncia de busca do rigor e da exatidão da informação, enfim, à renúncia aos atributos intrínsecos, resultando num relativismo exacerbado e caótico, implicando, no limite, o atendimento a cada desejo do usuário. Por outro lado, o apego exclusivo aos atributos intrínsecos pode conduzir à criação de sistemas ou serviços de informação alienados quanto ao interesse dos usuários, comprometendo também sua eficácia.



Parece, pois, imprescindível o desenvolvimento de reflexões teórico/epistemológicas mais aprofundadas, visando à reformulação conceitual, de maneira que os conceitos não operem através de exclusão mútua das abordagens da qualidade da informação. Essa reformulação teria o potencial de orientar de forma mais consistente a praxis profissional. Na situação atual o profissional da informação situa-se num espaço pretensamente neutro entre os dois polos: o da *verdade* da informação e o do desejo do usuário. Essa situação limita o papel do provedor da informação, que na realidade é chamado a atuar como filtro de qualidade entre os dois extremos...

*Problemizing the 'information quality' construct*

*Information quality is a problematic construct. Authors have analysed it, emphasizing one of the following dimensions: transcendent, intrinsic or contingent. Assigning priority to only one of these dimensions won't allow one to apprehend the complexity involving "information quality", what presents implications for the praxis of information providers.*

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALMEIDA, M. S. **Qualidade da informação**, uma revisão bibliográfica. Belo Horizonte: Curso de Pós Graduação em Ciência da Informação da UFMG, 1994. 26 p. Texto avulso.
2. BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of American Society for Information Science**, v.42, n.5, p. 351-360, 1991.
3. CASANOVA, M. B. **Information**: the major element for change. In: WORMELL, I. (Ed.). Information quality: definitions and dimentions, London: Taylor Graham, 1990. P. 42-53.
4. COLE, C. Operacionalizing the notion of information as a subjective construct. **Journal of American Society for Information Science**, v.45, n.7, p. 465-476, 1994.
5. COONEY, J. P. Qual o real valor da informação? **Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG**, v.20, n.2, p.176-190, jul./dez. 1991.
6. DERVIN, B. Useful theory for iibrarianship: communication, not information. **Drexel Library Quarterly**, v.13, p.16-32, 1977.
7. EATON, J. J., BAWDEN, D. What kind of resource is information? **International Journal of Information Management**, n. 11, p. 156-165, 1991.
8. FABIOSOFF S. G, FLY, D. P. **Information and information needs**. New York: School of Library Service, Columbia University, 1974.96 p.



9. FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, /199-?/.
10. GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.
11. GINMAN, M. Quality information and information for quality.In: WORMELL, I. (Ed.). **Information quality: definitions and dimentions**. London: Taylor Graham, 1990. p.18-33.
12. MARCHAND, D. Managing information quality. In: WORMELL, I. (Ed.). **Information quality: definitions and dimensions**. London: Taylor Graham, 1990. P.7-17.
13. MENO, J. M. **Measuring the impact of information on development**. Ottawa-Canada: International Development Research Centre (IDRC), 1993.
14. NEILL, S. D. The information analyst as a quality filter in the scientific communication processo **Journal of Information Science**, v.15, n.1, p. 3-12, 1989.
15. OLAISEN, J. Information quality factors and the cognitive authority of eletronic information. In: WORMELL, I. (Ed.). **Information quality: definitions and dimensions**. London: Taylor Graham, 1990. P. 84-91.
16. REPO, A. J. The value of information: approaches in economics, accounting and management science. **Journal of American Society for Information Science**, v.40, n.2, p.68-85, Mar.1989.
17. ROSZAC, 1. **The cult of information: the folklore of computers and the true art of thinking**. London: Paladin, 1988.
18. SARACEVIC, T. **Introduction to information science**. New York: Bowker, 1970. Capo 14: The concept of "relevance" in information science: a historical review, p.111-151.
19. SCHWUCHOW, W. Problems in evaluating the quality of information services. In: WORMELL, I. (Ed.). **Information quality: definitions and dimensions**. London: Taylor Graham, 1990. P.69-72.
20. TAYLOR, R. S. Information values in decision contexts. **Information Management Review**, v. 1 n.1,p.7-55, Summer 1985.
21. WAGNER, G. The value and the quality of information: the need for a theoretical syntesis. In: WORMELL, I. (Ed.). **Information quality: definitions and dimentions**, London: Taylor Graham, 1990. P. 69-72.
22. WORMELL, I. (Ed.). **Information quality: definitions and dimentions**, London: Taylor Graham, 1990. Introduction, p.1-6.
23. VAKKARI, P. Library and Information Science: its context and scope. In: **ADVANCES in Librarianship**. San Diego: Academic Press , 1994. V. 18, p.1-55.

