



## RELAÇÕES OU “SEMELHANÇAS DE FAMÍLIA” EM CRITÉRIOS UTILIZADOS PARA JULGAMENTO DE INFORMAÇÕES NA *WEB*

*Márcia Feijão de Figueiredo, Maria Nélide González de Gómez*

**Resumo:** Esse trabalho tem por objetivo apresentar possíveis critérios de julgamento de informações na *web* e categorias que os compõem, evidenciando as relações ou ‘semelhanças de família’ apresentadas na literatura de modo confuso para o pesquisador. Para a realização desse análise, levantou-se na literatura trabalhos que possuem conceitos e definições da Qualidade da Informação, Autoridade Cognitiva e Credibilidade dentro da Ciência da Informação e em seguida criou-se quadros descritivos de categorias para organizar e verificar o seu uso dentro de cada critério. Algumas observações a respeito de cada critério foram feitas e sugere-se estudos empíricos para confirmar ou confrontar os trabalhos teóricos utilizados para a realização desse estudo.

**Palavras-chave:** Qualidade da Informação. Autoridade Cognitiva. Credibilidade. Julgamento da informação.

### 1 INTRODUÇÃO

O advento da *web* como meio para o compartilhamento de informações é recente e, ao mesmo tempo, o que oferece mais oportunidades e facilidades para acessar informações. Todavia, não dispõe de recursos que auxiliem na discriminação e seleção das informações disponibilizadas, tal como ocorre com fontes de informação no meio impresso. Na última década, um volume significativo de literatura tem como tema os modos de selecionar informações na *web*, e os critérios utilizados pelos usuários no julgamento das informações encontradas durante o processo de busca. Porém, tais critérios são descritos pelos mais diversos conceitos, com cruzamentos de significados e de relações, sem que possa identificar definições consensuais.

Para reconstruir o que se entende como validade da informação, procedeu-se em realizar um levantamento mapeando os principais conceitos que lhe são atribuídos, na literatura da Ciência da Informação. A partir dos trabalhos de autores como RIEH e METZGER, dentre outros, foram identificadas num primeiro momento três grandes categorias: Qualidade da Informação (em geral referente ao objeto informacional ou à fonte de informação); Autoridade Cognitiva (a qual remete a autoria e os contextos de legitimação da informação) e a Credibilidade (que implica na aceitação de uma informação como válida pelo usuário). Em seguida verificou-se que tais categorias são apontadas por diferentes autores como tendo relações ou funções semelhantes, assim como podem



ser igualmente vinculadas a outros termos.

Essa análise é relevante para a compreensão do estado atual da definição e uso de critérios seletivos, sendo que, ao mesmo tempo em que a questão validade da informação é convertida em tema de muitos estudos e publicações, a literatura apresenta uma vasta e complexa rede de significados flutuantes: isto mostraria tanto o caráter contingente dos critérios como as incertezas que ainda encontramos na busca de informação em ambientes eletrônicos. O princípio wittgenstiano da construção de significados pelos usos, e de sua agregação por semelhanças de família, tem servido assim de matriz metodológica para a reconstrução da rede de conceitos, usados como critérios de seleção e aferimento da validade da informação.

Deste modo, a divisão desse trabalho está em apresentar, em um primeiro momento, os critérios escolhidos para análise através dos conceitos e definições difundidos principalmente na literatura da Ciência da Informação. Em seguida é demonstrado, por meio de quadros, uma análise exploratória dos critérios e categorias vinculadas e as “relações ou semelhanças de famílias” que o constituem, tornando perceptível a estreita e, por vezes, confusa inter-relação entre os conceitos. Finaliza-se essa análise avaliando esses quadros e qual seria sua finalidade nos julgamentos de informação na *web*.

Acredita-se que a descrição das relações pode favorecer novos estudos sobre esses critérios, viabilizando estudos teóricos mais profundos e proporcionando conceitos para o desenvolvimento de estudos empíricos de informações disponíveis na *web*. A evidenciação das relações torna possível a aplicação dos critérios e das categorias em estudos empíricos sobre o julgamento realizado por usuários. O objetivo neste trabalho foi tornar mais evidente o papel que cada critério possui para estudar como o usuário pode realizar um processo de validação de informações imagéticas disponíveis na *web*, possivelmente desenvolvido em um próximo artigo.

## 2 CONCEITOS ACERCA DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS INFORMAÇÕES

### 2.1 Qualidade da Informação

A Qualidade da informação é um dos critérios mais citados nos estudos empíricos de julgamentos de informações, de acordo com o trabalho de Rieh e Belkin (1998; 2000). Contudo, seu contexto de uso é diversificado e não há um consenso do conceito dentro da Ciência da Informação. Para Paim, Nehmy e Guimarães (1996, p. 112) “a qualidade da informação é considerada uma categoria multidimensional. Deve-se notar, no entanto, que não há consenso na literatura sobre definições teóricas e operacionais da qualidade da informação”.

Os pesquisadores utilizam a Qualidade da Informação sem situar de forma clara a definição ou extensão. O resultado é a ocorrência de interpretações ambíguas ou conflituosas do conceito de Qualidade da informação (WORMELL, 1990, *apud* RIEH; BELKIN, 1998, p. 280). Para desenvolver estudos sobre julgamento preditivo e avaliativo na *web*, Rieh e Belkin (1998) utilizam o conceito de Qualidade da informação apresentado no modelo de valor agregado de Taylor (1986) entendido como uma das categorias de critérios utilizados pelos usuários e detentor de cinco valores: precisão



(*accuracy*), abrangência (*comprehensiveness*), informação corrente/ informação atualizada (*currency*), confiabilidade (*reliability*) e validade (*validity*).

Os cinco valores apresentados por Taylor, além de outros valores encontrados na literatura, são chamados por Paim Nehmy e Guimarães (1996, p. 115) de “atributos intrínsecos” em um modelo multidimensional que desenvolveram, se referindo “aos valores inerentes ao dado, ou ao documento enfim, à informação. [...] Na verdade, a integridade da noção de Qualidade da informação pressupõe, necessariamente, a presença do conjunto dos atributos intrínsecos”. As outras classificações de atributos utilizados no modelo multidimensional com “o objetivo de ressaltar os atributos de responsabilidade do provedor da informação, evitando o excessivo subjetivismo de definições usuais de qualidade da informação” (PAIM, NEHMY E GUIMARÃES, 1996, p. 115).

Rieh (2002, p. 146) é a única autora na Ciência da Informação que apresenta dois níveis de definição para a Qualidade da Informação: no nível conceitual utiliza o argumento de Taylor ao afirmar que é “um critério do usuário que tem a ver com a excelência ou, em alguns casos a veracidade da rotulagem” (TAYLOR, 1986, p. 62 *apud* RIEH, 2002, 146, tradução nossa) e no nível operacional, compreende que é a extensão do que os usuários pensam da informação, se é útil (*useful*), excelente (*good*), atualizada (*current*) e precisa (*accurate*).

Paim, Nehmy e Guimarães (1996, p. 115) descrevem as características da fonte de informação a partir do caráter contingencial do meio, ou seja, se é eletrônico, impresso, oral ou microforma, integral ou sintético, se formal ou informal, entendendo que seus atributos se relacionam com a forma de apresentação do produto. Rieh (2002, p. 146) observa que, no meio impresso, os indicadores de qualidade se encontram consolidados, como: a reputação das editoras, os processos de arbitragem, além de opiniões sobre a fonte. Nesse processo de julgamento, as pessoas possuem menos dificuldades porque acumularam também conhecimentos e experiências com os recursos de informação tradicionais de qualidade, como é o caso da seleção editorial.

Compreende-se que a Qualidade da Informação se aplica na avaliação da informação enquanto fonte documental. Seus aspectos enquanto documento podem trazer ao usuário pistas que resultem em filtros no processo de seleção das fontes de informação encontrada durante a busca, como a apresentação da página, e, no caso da *web*, a velocidade de carregamento da página (*download*) e a qualidade da resolução das imagens.

## 2.2 Autoridade Cognitiva

O conhecimento adquirido pelo homem ocorre de duas maneiras: através da experiência em primeira mão, ou seja, o que as pessoas adquirem através de um estoque de idéias adquirido sozinho, levando-a a interpretar e compreender o mundo e; em grande parte, o conhecimento que se adquire através das idéias e informações fornecidas por outras pessoas, o que Wilson (1983) denomina



“conhecimento de segunda mão”<sup>17</sup>. Patrick Wilson (1983) introduz o conceito de “Autoridade Cognitiva” para explicar esse tipo de conhecimento adquirido através de uma autoridade que influencia pensamentos e que as pessoas conscientemente reconhecem como apropriado (RIEH, 2003).

Wilson (1983, p.13) utiliza o termo Autoridade cognitiva para o fenômeno que aborda, apesar de “autoridade epistêmica” (*epistemic authority*) ser, em seu entendimento, uma alternativa melhor. A Autoridade cognitiva difere da Autoridade Administrativa (*administrative authority*), que é a pessoa que se encontra em posição de dizer a outros o que fazer, um direito reconhecido de comandar, dentro de certos limites prescritos. Wilson (1983, p. 18 *apud* SAVOLAINEN, 2007) observa que a Autoridade cognitiva não é valorizada apenas pelo seu estoque de conhecimentos (respostas para perguntas fechadas), mas também pelas suas opiniões (perguntas abertas).

As Autoridades cognitivas não se limitam ao domínio da produção científica, mas se estendem a todo tipo de área: moral, religiosa, política, estética, técnica, filosófica, e em áreas que possuam questões abertas indefinidamente. (WILSON, 1983, p. 18). Assim, nos apresenta algumas pontuações sobre a Autoridade cognitiva:

a. Autoridade cognitiva requer um relacionamento que envolve pelo menos duas pessoas; a autoridade de alguém é reconhecida por aquele indivíduo, o constitui num especialista, embora outra pessoa possa não reconhecê-lo como tal; é logo uma atribuição social de competência;

b. Autoridade cognitiva é uma questão de formação (*degree*), podendo-se ter muita ou pouca sobre o assunto;

c. Autoridade cognitiva é relativa à esfera de interesse e experiência de um indivíduo, em algumas questões pode-se falar como autoridade, enquanto que em outras situações pode não ter autoridade nenhuma;

d. Autoridade cognitiva implica o exercício de um tipo de influência, que não está relacionada a autoridade administrativa ;

e. Autoridades cognitivas são aquelas consideradas fontes credíveis de informação. (WILSON, 1983, p. 13-15).

Com relação às fontes de informação, Wilson (1983, p. 166) afirma que a base para o reconhecimento de uma autoridade cognitiva é o autor. Rieh (2003) apresenta algumas considerações sobre o reconhecimento de autoridade através de testes externos:

a) A Autoridade cognitiva está relacionada ao reconhecimento da autoria, onde o texto é confiável se o indivíduo ou grupo de indivíduos que o produziram são confiáveis<sup>18</sup>;

17 Para algumas linhas de pensamento, em todo conhecimento novo se parte de um conhecimento previamente existente, de modo que não se poderia diferenciar tão claramente um “conhecimento de segunda mão”.

18 “We can trust a text if it is the work of an individual or group of individuals whom we can trust”. [...]The second consideration is that cognitive authority can be associated with a publisher: a publishing house, a single journal, publication sponsorship, and published reviews, all can acquire this authority. The third consideration is found in document type. For example, a standard dictionary has authority in its own right; people do not concern themselves about the names of compilers in reference books. The fourth and final consideration is the recognition of a text’s contents as plausible or implausible and bestows or withholds authority accordingly. (RIEH, 2003);



b) a Autoridade cognitiva pode estar associada, também, ao editor (*publisher*): editoras (*publishing house*), um periódico singular, publicações patrocinadas (*publication sponsorship*) e publicações que possuem revisão realizada por pares possuem e transmitem autoridade;

c) um determinado tipo de documento pode impor Autoridade cognitiva. Por exemplo, um dicionário renomado para as pessoas é mais importante do que os compiladores da obra;

d) o reconhecimento do conteúdo de um texto como plausível ou não.

O uso das redes e das Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC's) no meio científico demonstra a interdependência entre os produtores de conhecimento, que aceitam e reconhecem os estudos desenvolvidos em outras disciplinas como fontes de consulta, e entendem que especialistas não conseguiriam produzir sozinhos todo o conhecimento requerido numa pesquisa. Para Pierre Levy (1999, p. 135) “o pensamento se dá em uma rede na qual neurônios, módulos cognitivos, humanos, instituições de ensino, línguas, sistemas de escrita, livros e computadores se interconectam” e o resultado são as novas formas de produção do conhecimento. Gonzalez de Gómez (2007) propõe reformular o conceito Autoridade Cognitiva, que estaria assentada em contextos centralizados de autorização, e não se aplicaria adequadamente a produção de conhecimentos em redes colaborativas, ou a empreendimentos transdisciplinares e intertemáticos, onde as questões e os julgamentos de validade requerem o julgamento participativo de mais de um especialista e modos de saber.

[...] autoridade epistêmica distribuída - não só entre diversos especialistas e áreas do conhecimento científico, mas também entre diversos atores econômicos e socioculturais, implicados nas novas configurações relacionais de conhecimento e ação (GONZALEZ DE GÓMEZ, 2007, grifo da autora).

A Autoridade cognitiva como um critério para julgamento de informações é, como a Qualidade da informação, amplamente citado tanto em estudos empíricos como nas revisões de literatura. A sua contribuição estaria em avaliar a fonte enquanto origem, verificando os tipos de autoria e suas afiliações, e reconhecendo também as colaborações desenvolvidas em rede, por diferentes atores e autores, “autoridade epistêmica distribuída”.

De fato, um dos critérios de avaliação da autoridade cognitiva é o conhecimento prévio que o usuário já possui sobre o assunto investigado.

### 2.3 Credibilidade

A Credibilidade na literatura científica começou a ser estudada na década de 50, principalmente nas áreas de psicologia e comunicação. Os estudiosos concordam que a Credibilidade é uma qualidade percebida que não se encontra no objeto ou na pessoa: o que deve se discutir é a percepção humana de avaliar a credibilidade de um objeto. Existem diversas dimensões que contribuem para a avaliação da Credibilidade, mas a grande maioria identifica a confiabilidade (*trustworthiness*) e a perícia (*expertise*) como essenciais. O uso conjunto desses dois conceitos permite avaliar tanto a idoneidade



como a experiência, permitindo uma avaliação global (TSENG; FOGG, 1999, p. 40, grifo nosso).

Metzger (2007, p. 2078), além de reconhecer as perícia e a confiabilidade como as principais dimensões da Credibilidade, observa que dimensões secundárias afetam a percepção, como é o caso da atratividade da fonte (*source attractiveness*) e o dinamismo (*dynamism*), todos como parte do julgamento baseado no receptor.

Tseng e Fogg (1999) observaram que na literatura se utilizam duas palavras em inglês que, em boa parte dos casos encontrados na pesquisa, são sinônimas quanto a seu significado e diferentes do idioma: credibilidade (*credibility*) e credibilidade (*believability*). “Pessoas credíveis (*credible*) são pessoas credíveis (*believable*) e informação credível é informação crível (*believable*)”. Porém, ressaltam que a definição de Credibilidade foi originada do termo *believability*.

O conceito de Credibilidade tem aplicação em diversas disciplinas, como a Ciência da Informação, comunicação, psicologia, sociologia, marketing, ciências da saúde e administração, além das abordagens interdisciplinares, como os estudos de interação entre o homem e o computador (*human-computer interaction – HCI*) (WALTHEN, BURKELL, 2002, p. 135; RIEH, DANIELSON, 2007, p. 1). Rieh e Danielson (2007, p. 11-22) propõem o uso a Credibilidade em estudos que o relaciona as áreas de busca e recuperação da informação, comportamento do consumidor, ciências da saúde, e avaliação de recursos da *web*. Tseng e Fogg (1999, p. 41-43) especificam os tipos de Credibilidade, e uma avaliação global pode incluir todos os tipos simultaneamente:

Credibilidade Presumida (*Presumed credibility*). Descreve o quanto um observador acredita em alguém ou algo por causa de pressupostos gerais de sua mente. Suposições e estereótipos contribuem para a percepção da Credibilidade. Ex.: As pessoas assumem que seus amigos falam a verdade, então vêem seus amigos como credíveis (*credible*), e o oposto é a visão negativa que existe dos vendedores de automóveis.

Credibilidade Reputada (*Reputed credibility*). Descreve o quanto o observador acredita que alguém ou alguma coisa por causa do que terceiros relataram. Ex.: prêmios de prestígio (como o Prêmio Nobel), ou títulos oficiais (como Doutor ou Professor) concedidos por terceiros, tendem a tornar as pessoas que os receberam mais credíveis.

Credibilidade da Superfície (*Surface credibility*). Descreve o quanto um observador acredita que alguém ou algo baseado em uma simples inspeção, como o julgamento de um livro pela capa. Ex.: uma página da *web* pode aparentar Credibilidade por causa de seu projeto visual.

Credibilidade Experimentada (*Experienced credibility*). Refere-se a quanto uma pessoa acredita em alguém ou algo baseado em sua experiência em primeira mão. Interagindo com as pessoas ao longo do tempo, podemos avaliar sua competência (*expertise*) e confiabilidade (*trustworthiness*). Ex.: advogados tributaristas que se provam justos e competentes com o tempo ganham a percepção de seus clientes de que possuem Credibilidade.

Rieh e Danielson (2007, p. 307-308, tradução nossa, com grifo do autor) conseguem sintetizar os estudos na Ciência da Informação e sua relação com a Credibilidade:



Dentro da Ciência da Informação, o foco é na avaliação da *informação*, tipicamente instanciado em documentos e demonstrações. Aqui, a credibilidade tem sido visto principalmente como um critério relevante para julgamento (Barry, 1994; Bateman, 1999; Cool, Belkin, Frieder, & Kantor, 1993; Park, 1993; Schamber, 1991; Wang & Soergel, 1998), com pesquisadores focando como as pessoas que buscam informações avaliam um provável nível de qualidade de um documento. (Liu, 2004; Rieh, 2002; Rieh & Belkin, 1998).

Rieh e Danielson (2007, p. 22), ao abordar a avaliação da Credibilidade na *web* observaram que, em diversas vezes o objeto avaliado não está definido na literatura, e se torna incompreensível o tipo de avaliação realizada. Para os autores, a avaliação de credibilidade na *web* se divide em três tipos: a avaliação da *web* enquanto mídia, a avaliação de *web sites*, ou páginas na *web*; e avaliação da informação na *web*. Essa divisão encontra confirmação de alguns trabalhos na literatura, e abaixo segue a definição de Rieh e Danielson (2007, p. 22-24) de cada tipo de avaliação, seguido de observações feitas por outros autores.

**Avaliação da *web*:** avalia a *web* enquanto mídia, equiparando-a a outros meios, como televisão e periódicos e verificando se os participantes dos estudos de Credibilidade a percebem como uma fornecedora de recursos credíveis de informação. Algumas observações sobre esse tipo de avaliação foram feitas durante o levantamento: a) os usuários mais experientes com a *web* são mais propensos a verificar a Credibilidade da informação (FLANAGIN, METZGER, 2000; GRAHAM, METAXAS, 2003); b) as percepções das pessoas variam conforme o tipo de informação que buscam e o contexto na qual será utilizada (notícia, entretenimento, comercial). (FLANAGIN; METZGER, 2000).

**Avaliação de *web sites*:** tipo de avaliação mais utilizada em pesquisas, o site é visto como a fonte de informação disponibilizada na *web*. Fallis e Frické (2002, p.75) são alguns dos autores que abordam a avaliação desse tipo de fonte. Eles publicaram um artigo sobre indicadores de precisão (*accuracy*) para consumidores das informações em saúde na Internet e, para essa avaliação, levantaram algumas categorias que agrupavam esses indicadores de Credibilidade em sua pesquisa: domínio comercial (.com, .org, .edu); atualização de dados e da página; *HONcode* (site que certifica as páginas sobre saúde que voluntariamente aderem ao *Health On the Net Foundation's Code of Conduct*); espaço de publicidade; autor reconhecido; erros ortográficos; uso de pontos de exclamação; citação de literatura médica; e se há uso elevado de *in-links*.

**Avaliação da informação na *web*:** avaliação individualizada informação na *web*. A questão levantada nesse item é se as pessoas podem confiar naquilo que encontraram em suas buscas, pressupondo que o nível de Qualidade das informações pode variar até mesmo dentro de um *web site*. No mesmo texto, os autores apontam duas abordagens possíveis dessa questão: a primeira seria identificar algumas diretrizes acerca dos critérios que poderiam influenciar as percepções dos usuários sobre a Qualidade das informações que obtêm; a segunda, tratar de compreender as avaliações dos usuários através de suas próprias declarações, conforme for desenvolvida por esses autores, em 2000. (RIEH; DANIELSON, 2007, p. 26).



As avaliações utilizando a Credibilidade como critério se aplicam a qualquer mídia, pois divide-se em mídia (*web*), a fonte (*websites*) e a informação. Acredita-se que a credibilidade é um critério que não se baseia na fonte, enquanto documento ou autoria, mas nos conhecimentos do usuário que os avaliam.

### 3 ANÁLISE DOS CRITÉRIOS E DIMENSÕES COM “RELAÇÕES OU SEMELHANÇAS DE FAMÍLIA”

A literatura científica que estuda o uso de critérios para avaliar informações na *web* identifica, além da Qualidade da informação, Autoridade cognitiva e Credibilidade, categorias que se encontram dentro de cada critério e, por diversas vezes, de forma simultânea em mais de um critério, tendo por função descrever as facetas apresentadas durante o julgamento. Um conceito que pode explicar a relação entre os critérios e as categorizações levantadas é o que Wittgenstein chama de semelhanças de família.

Semelhanças de família (*Familienähnlichkeiten*) (I. F. 67, 77, 108) são, assim, as semelhanças entre aspectos pertencentes aos diversos elementos que estão sendo comparados, mas de tal forma que os aspectos semelhantes se distribuem ao acaso por esses elementos. [...] A semelhança não envolve uma propriedade comum invariável. Ao dizer que alguma coisa possui semelhanças de família com outra, não se está de forma alguma postulando a identidade entre ambas, mas apenas a identidade entre alguns aspectos de ambas (CONDÉ, 2004, p. 53-54).

Para dar visibilidade as relações ou “semelhanças de família” estabelecidas entre essas três categorias-âncora, segue abaixo um quadro que apresenta os critérios com as categorias utilizadas por diferentes autores. Num segundo momento, listou-se esses conceitos qualificadores das categorias e seus autores, para cada uma dos critérios principais. Diversos autores e trabalhos não foram inseridos nesse trabalho por dois motivos: apenas citaram a dimensão relacionada ao critério sem, no entanto, utilizar alguma definição; não foram utilizadas expressões ou descrições que fossem pertinentes a esta pesquisa ou se prestaram a alguma confusão.

Principais categorizações	Qualidade da Informação	Autoridade Cognitiva	Credibilidade
Qualidade da Informação		Metzger (2007)	Tseng e Fogg (1999); Savolainen (2007)
Autoridade Cognitiva	Paim, Nehmy e Guimarães (1996); Rieh (2002)		Metzger (2007);
Credibilidade		Rieh (2002)	
Precisão ( <i>accuracy</i> )	Paim, Nehmy e Guimarães (1996); Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998); Rieh (2002)		Metzger (2007)



Abrangência ( <i>comprehensiveness</i> )	Paim, Nehmy e Guimarães (1996); Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998)		
Atualidade ( <i>currency</i> )	Paim, Nehmy e Guimarães (1996) Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998) Rieh (2002)		
Confiabilidade ( <i>trustworthiness/ reliability</i> ) <sup>1</sup>	Paim, Nehmy e Guimarães (1996); Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998)	Rieh, Belkin (2000); Rieh (2002); Savolainen (2007)	Tseng e Fogg (1999); Metzger (2007); Savolainen (2007); Hilligoss, Rieh (2007)
Validade ( <i>validity</i> )	Paim, Nehmy e Guimarães (1996); Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998)		
Relevância ( <i>relevance</i> )	Paim, Nehmy e Guimarães (1996); Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998)	Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998)	
Excelência ( <i>goodness</i> )	Marchand (1990 ( <i>apud</i> PAIM, NEHMY E GUIMARÃES, 1996); Rieh e Belkin (1998) Rieh (2002)	Taylor (1986 <i>apud</i> RIEH, BELKIN, 1998)	

Quadro 1 – termos com “relação de família ou semelhanças”

### 3.1 Qualidade da Informação

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. [...] Deve-se 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. (PAIM; NEHMY; GUIMARÃES, 1996, p. 116).

<b>Categorias</b>	<b>Descrição e autoria</b>
<b>Autoridade Cognitiva</b>	<p>Relacionado com a confiabilidade, a idéia de autoridade cognitiva remete a “prestígio, respeito, reputação da fonte, autor ou instituição”. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p>É um dos componentes do controle de qualidade na recuperação da informação. Rieh (2002)</p>
<b>Precisão (<i>accuracy</i>)</b>	<p>A precisão tem o sentido aproximado de exatidão, correção, o que nos remete à ‘forma de registro fiel ao fato representado’. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p>O valor agregado pelo sistema de processos que asseguram a transferência de dados e informações serem livre de erros. Taylor (1986, <i>apud</i> RIEH; BELKIN, 1998)</p> <p>Se a informação no documento é precisa (<i>accurate</i>). Rieh (2002)</p>
<b>A b r a n g ê n c i a (<i>comprehensiveness</i>)</b>	<p>A abrangência diz respeito ao volume de dados necessários para que a informação se torne eficaz, nem muito, nem pouco. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p>O valor agregado pela integralidade (<i>completeness</i>) da cobertura de um determinado assunto ou disciplina (química, por exemplo) ou de uma forma particular de informação (patentes, por exemplo). Taylor (1986, <i>apud</i> RIEH; BELKIN, 1998)</p>
<b>Atualidade (<i>currency</i>)</b>	<p>A atualidade implica consonância com o ritmo de produção da informação, ou seja, opõe-se à obsolescência. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p>O valor agregado: (a) pela atualidade (<i>recency</i>) dos dados adquiridos pelo sistema, e (b) pela capacidade do sistema (<i>capability of system</i>) em refletir os modos correntes de pensamento em seus acessos aos vocabulários. Taylor (1986, <i>apud</i> RIEH; BELKIN, 1998)</p> <p>Se o documento está atualizado (<i>up-to-date</i>). Rieh (2002)</p>



<p><b>C o n f i a b i l i d a d e</b> <i>(trustworthiness/reliability)</i></p>	<p>A confiabilidade significa credibilidade no conteúdo e na fonte da informação. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p><i>Reliability</i> - A confiança (<i>trust</i>) que um usuário possui na consistência da qualidade do sistema (<i>quality of the system</i>) e dos seus resultados ao longo do tempo. Taylor (1986, <i>apud</i> RIEH; BELKIN, 1998)</p>
<p><b>Validade</b> (<i>validity</i>)</p>	<p>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. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p>Até que ponto os dados ou informações apresentadas aos usuários são julgados como válido. Taylor (1986, <i>apud</i> RIEH; BELKIN, 1998)</p>
<p><b>Relevância</b> (<i>relevance</i>)</p>	<p>Próximo à eficácia, o atributo relevância significa para Saracevic (1970, p. 112)... “medida do contato eficaz entre uma fonte e um destinatário”. Paim, Nehmy e Guimarães (1996)</p> <p>As facetas de qualidade também são consideradas consistentes para os estudos de usuários sobre critérios de relevância (<i>user relevance criteria</i>). Rieh, Belkin (1998)</p> <p>Julgamento na qual as pessoas tomam a decisão de aceitar ou rejeitar itens específicos se baseando no item ser relevante ou não. Rieh (2002)</p>
<p><b>Excelência</b> (<i>goodness</i>)</p>	<p>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 extra-temporal 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 <i>apud</i> PAIM, NEHMY E GUIMARÃES, 1996)</p> <p>Em geral, pessoas reconhecem qualidade e autoridade em publicações impressas porque foram acumulados padrões para publicações que julgam ter excelência (<i>goodness</i>) para a informação. Rieh, Belkin (1998)</p> <p>Uma das facetas primárias da qualidade da informação. Seu uso aparece quando uma informação sobressai ou é superior. Rieh (2002)</p>

Quadro 2 – conceitos de “Qualidade da Informação” e relação com categorias  
Fonte: O autor.



### 3.2 Autoridade cognitiva

<b>Categorias</b>	<b>Descrição e autoria</b>
<b>Qualidade da Informação</b>	Julgamento objetivo que faz parte dos julgamentos baseados no receptor sobre a credibilidade de uma fonte ou mensagem. Metzger (2007)
<b>Credibilidade</b>	Uma das seis facetas de autoridade cognitiva. Rieh (2002)
<b>Confiabilidade (trustworthiness/reliability)</b>	<p><i>Reliability</i> – componente principal da noção de credibilidade. Rieh, Belkin (2000)</p> <p>Uma das facetas da autoridade cognitiva. Rieh (2002)</p> <p>Os dois conceitos são facetas da autoridade cognitiva, e a confiabilidade (<i>trustworthiness</i>) foi percebida como uma faceta primária. Savolainen (2007)</p>
<b>Relevância (relevance)</b>	A autoridade cognitiva se encontra dentro do julgamento dos critérios de relevância. Rieh, Belkin (1998)
<b>Excelência (goodness)</b>	Pessoas reconhecem a qualidade e autoridade em publicações impressas porque foram acumulados padrões para publicações que julgam ter excelência ( <i>goodness</i> ) para a informação. Rieh, Belkin (1998)

Quadro 3 – conceitos de “Autoridade Cognitiva” e relação com categorias  
Fonte: O autor.

### 3.3 Credibilidade

<b>Categorias</b>	<b>Descrição e autoria</b>
<b>Qualidade da Informação</b>	A credibilidade é uma qualidade percebida que não reside em um objeto, uma pessoa ou um pedaço de informação. Tseng e Fogg (1999)
<b>Autoridade Cognitiva</b>	<p>Credenciais, qualificações a afiliações do autor, se o <i>site</i> é recomendado por uma fonte confiável. Metzger (2007)</p> <p>O conceito de autoridade cognitiva e credibilidade da mídia são similares, sendo o primeiro utilizado em pesquisas da Ciência da Informação e o segundo nos estudos da comunicação. Savolainen (2007)</p>



<b>Precisão (<i>accuracy</i>)</b>	O nível em que o <i>site</i> é isento de erros, se a informação pode ser verificada <i>on line</i> , e a confiabilidade das informações no <i>site</i> . Metzger (2007)
<b>Atualidade (<i>currency</i>)</b>	A informação é atualizada ( <i>up-to-date</i> ) Metzger (2007)
<b>C o n f i a b i l i d a d e (<i>trustworthiness/reliability</i>)</b>	<p><i>Trustworthiness</i>: é definido como bem intencionado, verdadeiro e imparcial. A dimensão confiabilidade da credibilidade captura a excelência percebida ou a moralidade da fonte. Tseng e Fogg (1999)</p> <p><i>Trustworthiness</i>: dimensão primária do conceito de credibilidade. Metzger (2007)</p> <p>A confiabilidade (<i>trustworthiness</i>) da fonte afeta significativamente a aceitação da mensagem em pesquisa de opinião. Savolainen (2007)</p> <p><i>Trustworthiness</i>: elemento chave para avaliação da credibilidade. A informação é confiável (<i>trustworthy</i>) quando aparenta ser fidedigna (<i>reliable</i>), imparcial (<i>unbiased</i>) e justa (<i>fair</i>). Hilligoss e Rieh (2007)</p>

Quadro 5 – conceitos de “Credibilidade” e relação com categorias  
Fonte: O autor.

### 3.4 Resultados e discussões

A Qualidade da informação foi o critério que apresentou maior número de relações com as categorias apresentadas na literatura (oito), enquanto que a Autoridade cognitiva e a Credibilidade se mantiveram com cinco relações cada. Os autores que mais apresentam definições para as relações descritas foram Rieh e Belkin (1998) com nove relações e Rieh (2002) com sete, nos critérios de Qualidade da informação e Autoridade cognitiva. Nehmy, Paim e Guimarães (1996) apresentaram, dentro de Qualidade da informação, sete relações definidas com as categorias. Metzger (2007) apresentou cinco relações, Savolainen (2007) três, Tseng e Fogg (1999) duas e Hilligoss e Rieh (2007) uma relação. Pesquisas que não tinham como critério principal as categorias citadas não foram incluídas em nossos estudos.

Diversas categorias conceituadas por autores e que fazem parte da Qualidade da Informação propõem julgamentos que se remetem ao próprio documento: a Autoridade Cognitiva teria o autor como faceta confiável de qualidade; a precisão remete “forma de registro fiel ao fato representado”, conceito quase igual ao utilizado pelos autores para a validade (PAIM, NEHMY E GUIMARÃES,



1996, p. 116). Rieh (2002) utiliza o termo diretamente com a palavra documento duas vezes, para precisão e atualidade.

O termo que se sobressai no quadro que analisa a Autoridade Cognitiva é a confiabilidade: enquanto tradução de *Reliability*, a confiabilidade é compreendida por Rieh e Belkin (2000) por componente principal de uma autoridade; a tradução de *Trustworthiness* é percebida por Metzger (2007) por faceta primária. A confiança na autoridade cognitiva pode ser o princípio para a aceitação de alguém sobre o conhecimento adquirido em segunda mão.

Tseng e Fogg (1999) ressaltam que a Credibilidade não reside no documento ou autor, mas na percepção. Metzger (2007) complementa essa afirmação ao indicar que a Credibilidade é recomendada por uma fonte confiável, aonde se entende que seja uma terceira pessoa. Se a Credibilidade é uma percepção que reside no homem, o conhecimento de um domínio pode se apresentar como fator de julgamento que atribui a credibilidade a algo ou alguém.

Sobre as relações existentes entre as categorias e os critérios, alguns termos têm um caráter genérico, podendo preceder ou incluir algumas das outras categorias, como é o caso da validade e da relevância. Observou-se que os três conceitos escolhidos, que é a Qualidade da informação, Autoridade cognitiva e a Credibilidade, são considerados em alguns trabalhos sub-categorias de outros critérios. Por exemplo, a Credibilidade é considerada uma importante característica da Autoridade cognitiva (WILSON, 1983, p. 15).

Outra observação diz respeito à relação igualitária estabelecida entre os critérios Credibilidade e Autoridade cognitiva nos estudos de Savolainen (2007). Essa abordagem não permite que um critério seja soberano sobre outro a ponto de se tornar uma dimensão. Os dois critérios são fatores que determinam a seleção e utilização das fontes de informação. São conceitos intimamente relacionados que se torna difícil dissociar de maneira inequívoca. (SAVOLAINEN, 2007).

#### 4 CONCLUSÕES

Os trabalhos utilizados nos quadros não aplicaram o uso dos critérios em pesquisas empíricas de uma determinada área de conhecimento, com exceção de Savolainen (2007) que aborda a credibilidade da informação ambiental nos meios de comunicação, incluindo a *web*. A preocupação de alguns autores consistiu em conceituar e delimitar o uso dos critérios, criando um quadro conceitual próprio, como Nehmy, Paim e Guimarães (1996) para a qualidade da informação, Wilson (1983) em autoridade cognitiva e Rieh e Danielson (2007) para a credibilidade.

Observou-se durante o levantamento dos critérios e categorias que a Qualidade da Informação é o critério que permite o julgamento da informação enquanto fonte documental, a Autoridade Cognitiva seria critério para julgar informações se baseando na autoria e a Credibilidade utilizaria os conhecimentos do usuário como modo de realizar o julgamento das informações encontradas na *web*. Algumas categorias, como se observou, apresentam indícios que podem confirmar esse entendimento.



A confirmação desses pressupostos teóricos poderia ocorrer através de estudos empíricos com pesquisadores que possuem a *web* como meio para a busca de informações. Esses estudos também trariam dados sobre o uso de critérios para julgamento de informações no Brasil, e como os pesquisadores utilizam a *web* como ferramenta de busca durante o desenvolvimento de suas pesquisas.

**Abstract:** This paper aims to present possible criteria for judging information on the web and its categories, showing the relationship or ‘family resemblances’ presented in the literature that confuses researchers. To perform this analysis It has been arosen in the literature that have concepts and definitions of information quality, cognitive authority and credibility within the Information Science and then created storyboards in order to organize categories and verify its use within each criteria. Some comments on each criteria were made and it is suggested empirical studies to confirm or confront the theoretical work used for this study.

**Keywords:** Information Quality. Cognitive Authority. Credibility. Information Judgments.

### REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520:** informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023:** informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002. 24 p.

FALLIS, Don; FRICKÉ, Martin. Indicators of accuracy of consumer health information on the internet: a study of indicators relating to information for managing fever in children in the home. **Journal of the American Medical Informatics Association**, Philadelphia, v. 9, n. 1, p. 73-79, Jan./Feb. 2002.

FLANAGIN, Andrew J.; METZGER, Miriam J. Perceptions of Internet information credibility. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Columbia, v. 77, n. 3, p. 515–540, 2000.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélide. Novas configurações do conhecimento e validade da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIENCIA DA INFORMACAO, 8, 28-31 out. 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA/PPGCI; Ancib, 2007. Disponível em: <<http://www.enancib.ppgci.ufba.br/>> Acesso em: 8 fev. 2010.

GRAHAM, Leah; METAXAS, Panagrolis T. Of course it’s true: I saw it on the internet! **Communications of the ACM**, New York, v. 46, n. 5, p. 71–75, 2003.

HILLIGOSS, Brian; RIEH, Soo Young. Developing a unifying framework of credibility assessment: construct, heuristics, and interaction in context. **Information Processing & Management**, Elmsford, v. 44, p. 1467-1484, 2008.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência:** o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1997.



METZGER, Miriam J. Making sense of credibility on the web: models for evaluating online information and recommendations for future research. **Journal of The American Society for Information Science and Technology**, New York, v. 58, n. 13, p. 2078-2091, 2007.

PAIM, Isis, NEHMY, Rosa Maria Quadros, GUIMARÃES, César Geraldo. Problematização do conceito “Qualidade” da Informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 111-119, jan./jun. 1996. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/viewFile/8/27>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

RIEH, Soo Young. Cognitive authority. In: ANNUAL ASIST SIG USE RESEARCH SYMPOSIUM THEORETICAL FRAMEWORKS FOR INFORMATION BEHAVIOR, 3., 2003, Long Beach. **Proceedings...** Long Beach: ASIS, 2003.

\_\_\_\_\_. Judgment of information quality and cognitive authority in the web. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, New York, v. 53, p. 145-161, 2002.

\_\_\_\_\_. ; BELKIN, Nicholas J. Interaction on the web: scholars’ judgment of information quality and cognitive authority. In: ANNUAL MEETING OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE, 63., 2000. **Proceedings...** Chicago: ASIS, 2000.

\_\_\_\_\_. ; \_\_\_\_\_. Understanding judgment of information quality and cognitive authority in the WWW. In: ANNUAL MEETIN OF THE AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE, 61., Medford. **Proceedings...** Pittsburgh: ASIS, 1998.

\_\_\_\_\_.; DANIELSON, David R. Credibility: A multidisciplinary framework. **Annual Review of Information Science and Technology**, White Plains, v. 41, p. 307-364, 2007.

SAVOLAINEN, Reijo. Media credibility and cognitive authority: the case of seeking orienting information. **Information Research**, Lund, v. 12, n. 3, paper 319, 2007. Disponível em: <<http://InformationR.net/ir/12-3/paper319.html>>. Acesso em: 09 jan. 2011.

TSENG, Shawn; FOGG, B. J. Credibility and computing technology. **Communications of the ACM**, New York, n. 42, p. 39–44, may, 1999.

WATHEN, C. Nadine; BURKELL, Jacquelyn. Believe it or not: factors influencing credibility on the web. **Journal of the American society for information science and technology**, New York, v. 53, n. 2, p. 134-144, 2002.

WILSON, Patrick. **Second-hand knowledge**: an inquiry into cognitive authority. Westport: Greenwood Press, 1983. (Contributions in Librarianship and Information Science, 44).

### Notes

1. O conceito de confiabilidade, em inglês, possui duas traduções distintas: *Trustworthiness* e *Reliability*. Savolainen (2007) cita as duas terminologias separadamente no trabalho, vinculando tanto a Autoridade cognitiva como a Credibilidade na avaliação das fontes de informação.