



## Qualidade da informação na Contabilidade

### Modelo multidimensional da qualidade da informação

Embora não haja consenso sobre o conceito de qualidade da informação, existindo, inclusive, estudos propondo a desconstrução do referido conceito, observa-se, na vasta literatura que trata do assunto inúmeras proposições de dimensões, categorias, classes ou atributos para qualificar a informação em diferentes aspectos e contextos.

Tais atributos, geralmente denominados como dimensões da qualidade, são usados para definir, medir e gerenciar a qualidade dos dados e informações e variam de acordo com as abordagens e vertentes sob as quais os estudos são realizados e de acordo com o contexto onde o conceito de qualidade é aplicado e avaliado. Em alguns desses estudos os termos “dado” e “informação” são tratados como sinônimos não existindo a distinção observada com mais destaque em algumas áreas do conhecimento.

Ao se afirmar que tal como acontece com grande parte das pesquisas em Qualidade da Informação (QI), em Sistemas de Informação (SI) o termo informação é geralmente intercambiável com dados. Assim, focando a qualidade na perspectiva do consumidor da informação, concebem-se a qualidade de dados como sendo o encontro consistente das expectativas dos consumidores de informação. Para que isso ocorra faz-se necessário que os dados estejam prontos para o uso. Na concepção de alguns pesquisadores “dado pronto para o uso” significa que o dado disponibilizado possui os atributos; acurado, crível, objetivo, acessível, seguro, apropriado em quantidade, relevante, oportuno, possuidor de valor agregado, compreensível, interpretável, possuidor de reputação, representação concisa, consistente e completa<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Observa-se também que na ciência da informação os estudos da qualidade da informação, são realizados sob duas abordagens: baseada no produto e com base no usuário.



A abordagem da qualidade da informação baseada no usuário tem a sua origem nos anos 70 como resposta às limitações da abordagem objetivista que considerava os sistemas de informação prioritariamente por seu lado técnico e pela eficácia da recuperação da informação. Assim, de acordo com muitos pesquisadores, o paradigma da recuperação da informação deslocou-se em direção à contextualização mais ampla, voltando-se para os usuários e suas interações, sendo nessa abordagem considerados, os atributos da qualidade da informação que geralmente a literatura associa ao usuário.

**Adequação da indexação e classificação**, atributo do sistema de informação associado à qualidade da informação em termos de 'relevância objetiva', medida de adequação entre fonte e destinatário da informação;

Elencados e mencionados por diferentes autores, conforme aponta a abrangente revisão da literatura contábil, tais atributos também denominados como dimensões ou categorias de qualidade ou valor da informação são discutidos em muitos estudos desta temática para evidenciar as três grandes vertentes sob as quais o tema é abordado na literatura:

Uma que trata da qualidade ou do **valor transcendente** (ou filosófico, ou metafísico) da informação; outra, que se baseia nos **aspectos intrínsecos** e outra nos **atributos contingenciais**.

- **Valor Transcendente** – implica o reconhecimento do valor da informação como absoluto e universalmente aceitável, aproximando-se da ideia de excelência; sendo extra temporal e permanente. Pressupõe a existência de uma essência de qualidade da informação independente do tempo-espço histórico. “Não pode ser atingido em si, mas é dependente do ponto de vista do usuário.”



- **Aspectos intrínseco** – referem-se aos valores inerentes ao dado, documento ou informação. São divididas nas seguintes vertentes:
  1. **Objetividade** - ligada ao valor intrínseco da informação;
  2. **Atualidade** - referindo-se à consonância com o ritmo de produção da informação, opondo-se à obsolescência;
  3. **Acessibilidade** - importância em termos de redução do tempo necessário ao acesso a informação com segurança;
  4. **Abrangência** - relacionada ao valor intrínseco da informação; diz respeito ao volume de dados necessários para que a informação se torne eficaz.
  5. **Validade** – atributo que confere valor real à informação. Pressupõe integridade da fonte de informação e forma de registro fiel ao fato que representa; pressupondo integridade da fonte de informação e forma de registro fiel ao fato que representa.
  6. **Confiabilidade** – atributo que confere valor real à informação. Credibilidade no conteúdo e na fonte da informação. Relacionada à ideia de autoridade cognitiva - prestígio, respeito, reputação da fonte, autor ou instituição. Assemelha-se a uma espécie de fé.
  7. **Precisão** – atributo que confere valor real à informação. Sentido aproximado de exatidão, correção; remete à forma de registro fiel ao fato representado;
  8. **Completeza** – implica a inclusão de todos os dados necessários relativo a um determinado problema.
  9. **Novidade** – representa o novo, o recente.
  10. **Atualidade** – implica consonância com o ritmo de produção da informação, opondo-se à obsolescência.



- **Atributos contingenciais** – atributos relacionados ao contexto ou ao usuário da informação. São divididas nas seguintes vertentes:
  1. **Valor de uso; Valor esperado e Valor Percebido** - caráter cognitivo que leva em consideração o usuário, o uso e os efeitos no trato da informação;
  2. **Valor percebido** – refere-se à compreensão do sujeito a respeito do valor da informação. Está ligado ao significado subjetivo atribuído à informação.
  3. **Eficácia** – significa o grau de adequação da informação na solução do problema
  4. **Eficácia; Eficiência da recuperação; Impacto; Relevância; Utilidade** – equivalente à relevância; refere-se ao valor de uso da informação na perspectiva de quem ou para que será útil; do sujeito-usuário da informação. Decorre do uso da informação. A informação será eficaz se contribuir para algum resultado positivo para o sujeito da ação. (Ex. tomada de decisão adequada).
  5. **Relevância** – significa medida do contato eficaz entre uma fonte e um destinatário
  6. **Redundância** – significa o reforço da informação por meio da repetição de dados, tomando-se como parâmetro um determinado usuário. O que pode se apresentar como redundante para um tipo de usuário pode não o ser para outro. Se excessiva tende a diminuir a qualidade da informação.