

INFEQ

AVALIAR A QUALIDADE DA INFORMAÇÃO

REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Avaliar a Qualidade da Informação: Referencial Teórico-Metodológico

Avaliar a Qualidade da Informação: Referencial Teórico-Metodológico

AUTOR

Barómetro para a Qualidade da Informação

EQUIPA

Ana Filipa Gomes; Gisiela Klein; Inês Mendes; Joel Felizes; Luís Miguel Loureiro; Rita Araújo; Sandra Marinho; Tiago Vaz Estêvão

CAPA

Giulia May (Fotografia)

Luís Pinto e Inês Mendes (Composição)

PAGINAÇÃO

Inês Mendes; Sofia Salgueiro

EDIÇÃO

© Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2025

Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho

Campus de Gualtar, 4710-057 Braga, Portugal

<https://www.cecs.uminho.pt/>

<https://www.b-info.pt/>

bip@ics.uminho.pt

e-ISBN 978-989-36112-0-3

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

Índice

Introdução	9
1. A QUALIDADE DA INFORMAÇÃO: RELEVÂNCIA SOCIAL E CIENTÍFICA	11
1.1. Qualidade dos dados e qualidade da informação	11
1.2. A importância da qualidade da informação	14
1.3. O direito à informação de qualidade e o papel do jornalismo	16
2. AFERIÇÃO DA QUALIDADE: MODELOS, DIMENSÕES E INDICADORES	19
2.1. Breve evolução do conceito	19
2.2. O ciclo TDQM	21
2.3. Dimensões da qualidade da informação	23
2.4. O caso específico da informação jornalística	26
2.5. Abordagens metodológicas para avaliar a qualidade da informação	30
3. PROJETOS ANÁLOGOS AO BIP	37
4. METODOLOGIA DO BIP	45
4.1. O processo de monitorização do BIP	45
4.1.1. Critérios transversais	46
4.2. Métodos e técnicas	48
4.3. O método Delphi e o estudo de caso	48
4.4. Disseminação dos resultados e regularidade de atualização	49
4.5. Política de transparência e acesso aberto	50
4.6. Intervenção social e científica	51

Referências 53

Anexos 57

Anexo 1 57

Anexo 2 58

Índice de figuras e tabelas

Figura 1 Os conceitos de dados e informação	12
Figura 2 Etapas do ciclo TDQM	22
Figura 3 Etapas do processo de medição da qualidade da informação, segundo González-Valiente (2014)	23
Figura 4 Quatro dimensões da qualidade da informação, segundo Lee et al. (2002)	24
Figura 5 Modelo de qualidade segundo Meier (2019)	27
Figura 6 Localização geográfica dos barómetros analisados	37
Figura 7 Idioma dos relatórios de divulgação dos resultados	38
Figura 8 Barómetros analisados por abordagem	39
Figura 9 Barómetros analisados conforme o tipo de fonte de informação	40
Figura 10 Barómetros analisados conforme o método de recolha e cruzamento dos dados	41
Figura 11 Imagem do gráfico interativo apresentado pelo VIBE 2023	42
Figura 12 Frequência da divulgação dos resultados	42
Figura 13 Etapas do processo de avaliação da qualidade da informação pelo BIP	46
Tabela 1 Perspetivas académicas acerca do conceito de qualidade da informação	14
Tabela 2 Uma perspetiva histórica da investigação sobre qualidade da informação, segundo Eppler (2006)	20
Tabela 3 Modelo para medição da qualidade da informação, segundo Zarraga-Rodriguez & Alvarez (2015).....	25
Tabela 4 Abordagens metodológicas propostas por Baskarada (2009)	34
Tabela 5 Modelo de critérios transversais para avaliação da qualidade	47

Tabela 6 Técnicas de seleção, recolha e análise, de acordo com a abordagem da análise	48
Tabela 7 Instrumentos de disseminação e respetiva regularidade	49
Tabela 8 Plataformas e suportes de disseminação e respetiva regularidade	50
Tabela A1 Lista de barómetros analisados	57
Tabela A2 Vínculo institucional e financiamento dos barómetros analisados	58

INTRODUÇÃO

A literatura sugere que a qualidade da informação tem sido uma preocupação que atravessa diferentes períodos no tempo. Embora a terminologia varie, a investigação sobre a comunicação — verbal ou não verbal — tem considerado, de uma forma ou outra, características como, por exemplo, a precisão e a fiabilidade da informação. A era digital trouxe desafios que tornam este conceito ainda mais relevante e complexo. Apesar das vantagens que a digitalização e o acesso à internet trouxeram à disseminação de informação — decorrentes da instantaneidade e dos processos de globalização —, também coloca dificuldades relativamente ao controlo da sua qualidade, agravadas pelo uso dos media sociais e — atualmente — pelo acesso generalizado a ferramentas de inteligência artificial. A disseminação de informação falsa e a manipulação de dados tornaram-se assim problemas que exigem investigação mais robusta, desenvolvida também a partir do conceito de qualidade da informação.

Neste contexto, o BIP – Barómetro para a Qualidade da Informação surge como uma abordagem integradora. Este observatório visa monitorizar e analisar a qualidade da informação disponível em diferentes ecossistemas comunicacionais e em plataformas diversas (tanto nas tradicionais como nos media sociais). Como exemplos, podemos citar, sem nos limitarmos a eles, a informação jornalística, os canais de comunicação das organizações públicas e privadas, a comunicação governamental, a comunicação política, as peças de publicidade e propaganda e a produção audiovisual.

Ao reunir um grupo de investigadores e especialistas em diversas áreas do conhecimento, o BIP procura desenvolver critérios e indicadores para avaliar a qualidade da informação, através de uma metodologia rigorosa e transparente. O BIP pretende ser uma ferramenta valiosa para a compreensão e melhoria da qualidade da informação disponível, contribuindo assim para uma sociedade mais crítica e consciente. Além disso, a atividade do BIP constitui também uma forma de se promover a transparência e a *accountability* em todas as esferas da sociedade. Ao estabelecermos critérios claros e objetivos para avaliar a qualidade da informação, pretendemos criar uma cultura de responsabilidade e promover a confiança na informação disponibilizada.

Este e-book tem como propósito discutir e situar o conceito de qualidade da informação — enquanto objeto de estudo —, explorando a sua evolução, as suas diferentes abordagens teóricas, modelos e metodologias de aferição. Esta reflexão não pretende constituir-se como uma revisão da publicação científica sobre o tema, mas antes como um referencial para o estudo da qualidade da

informação, nos termos em que o BIP pretende desenvolvê-lo, o que — como veremos adiante — encerra opções e pontos de vista que importa clarificar, já que balizam a orientação e os critérios adotados para decidir o que é importante ou relevante medir, a lente através da qual se vai olhar o ecossistema informacional, o que — por sua vez — determina a natureza dos resultados que vamos oferecer ao público.

Este referencial estrutura-se em três capítulos. No capítulo 1, discute-se a relevância social e científica da qualidade da informação, a partir dos conceitos de “dados” e “informação” e das suas relações e diferenças. São ainda assinaladas as implicações da falta de qualidade da informação. O capítulo 2 resgata a perspectiva histórica da aferição da qualidade da informação, bem como os modelos teóricos mais relevantes e as principais propostas metodológicas para a definição das suas dimensões, componentes e indicadores. O capítulo 3 é reservado à apresentação de 24 projetos que aferem a qualidade da informação em diferentes países e contextos, levantamento realizado para analisar práticas análogas e perceber os pontos fortes de barómetros constituídos noutras geografias e enquadramentos. Por fim, o capítulo 4 apresenta o projeto BIP – Barómetro para a Qualidade da Informação, as suas etapas de implementação, contributo científico e social e metodologia.

Uma dimensão essencial do trabalho do BIP é a disseminação dos seus resultados, em diferentes formatos e plataformas, de maneira a chegar aos diversos públicos a quem esses dados possam interessar: ao público em geral, mas também aos profissionais das várias áreas de produção da informação e às instituições e empresas onde operam. Esta preocupação com a disseminação cumpre dois propósitos: o princípio de devolver à sociedade os resultados da investigação — a mesma sociedade que a financia e que dela deve usufruir — e o desígnio de intervenção que caracteriza o BIP: é um observatório, mas também uma plataforma de intervenção, com vista a melhorar a qualidade da informação que circula no espaço público.

1. A QUALIDADE DA INFORMAÇÃO: RELEVÂNCIA SOCIAL E CIENTÍFICA

Neste primeiro capítulo, argumenta-se que o estudo da qualidade da informação é social e cientificamente relevante, salientando a sua importância para o exercício de uma cidadania livre e informada, com impacto no funcionamento das instituições, da democracia e da sociedade como um todo. Começamos por explicitar os conceitos de qualidade dos dados e da informação, a partir de diferentes perspetivas teóricas. Aborda-se ainda o impacto da informação de má qualidade e o direito à informação de qualidade.

1.1. Qualidade dos dados e qualidade da informação

Para estudar a qualidade da informação é importante definir previamente os conceitos de dados e de informação (Figura 1). Embora frequentemente usados como sinónimos, há distinções importantes assinaladas na literatura. Vários autores defendem que os dados são informações sensoriais não processadas, potencialmente acessíveis aos indivíduos (Nonaka & Takeuchi, 2008; Thayer, 1968). Os dados são elementos em bruto, desprovidos de significado e potencialmente desvinculados da realidade (Nonaka & Takeuchi, 2008). Quando os dados são tidos em conta, transformam-se em informação, ou seja, ganham significado atribuído por um observador (recetor). Nonaka & Takeuchi (2008) definem, assim, informação como dados organizados de acordo com um significado específico que lhes confere relevância e propósito, e/ou o fluxo de mensagens através do qual o conhecimento pode ser construído. Deste modo, a informação (e não os dados) constitui a substância de todo o pensamento, tomada de decisões e resolução de problemas. Ao processo de transformação dos dados em informação chamamos comunicação (Thayer, 1968).

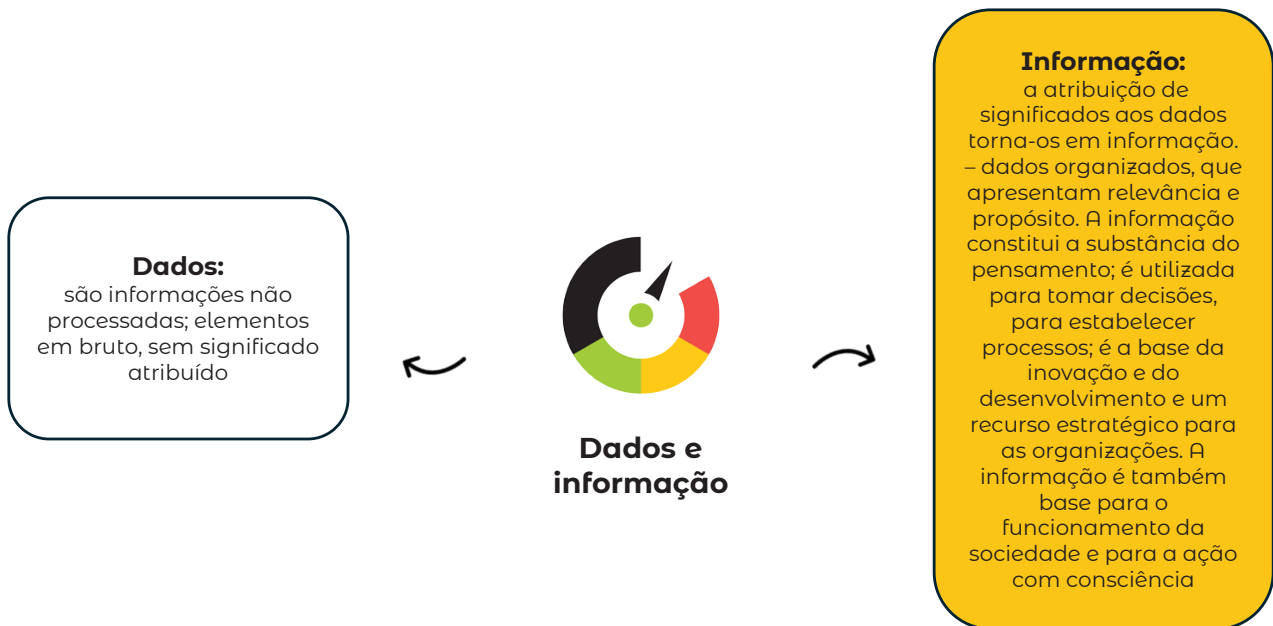


Figura 1. Os conceitos de dados e informação

Consequentemente, o estudo da qualidade da informação pode situar-se a montante da própria informação — na qualidade dos dados. Este é um conceito multidimensional, que frequentemente inclui dimensões como precisão, completude, consistência e atualidade. A escolha dessas dimensões, embora não seja consensual (Wand & Wang, 1996), é baseada principalmente na compreensão intuitiva, na experiência ou na revisão da literatura. O que pode ser considerado consensual é que a percepção da qualidade dos dados é uma medida da adequação dos dados ao propósito pretendido (Jung, 2004), sendo essa qualidade crucial para tomadas de decisão informadas e para o alcance de objetivos. Normalmente, nos estudos sobre qualidade dos dados assume-se que estes são um bem que pode ser produzido e entregue a um consumidor. A qualidade dos dados pode, então, ser avaliada a partir de várias dimensões, como a sua acessibilidade (por exemplo, se o consumidor sabe como recuperar os dados); compreensibilidade (por exemplo, se os dados não estão representados apenas numa língua estrangeira); relevância (por exemplo, se os dados são importantes e oportunos para uso pelo consumidor no processo de tomada de decisão); e precisão (por exemplo, se os dados são corretos, objetivos e vêm de fontes reputáveis; Wang & Strong, 1996).

A qualidade da informação, por sua vez, é um conceito relativo e não absoluto. A informação é considerada de elevada qualidade se for adequada ao seu objetivo, o que só pode ser avaliado pelo consumidor da informação. Não existe uma definição única de qualidade da informação, uma vez que é um conceito multidimensional, sendo essas várias dimensões relevantes de acordo com a sua aplicação (Howard et al., 2011).

Aferir com precisão a qualidade da informação tem sido objeto de estudo entre investigadores, nomeadamente dos campos das Ciências da Comunicação, Ciências da Informação e Ciências da Computação, mas também entre profissionais no mercado. No contexto do BIP – Barómetro para a Qualidade da Informação destacam-se os estudos em Ciências da Informação e da Comunicação. Alguns desses trabalhos foram estruturantes para a construção do BIP, sendo que podemos destacar Wang & Strong (1996), que mapearam as dimensões da qualidade da informação com base nas necessidades do consumidor; Zmud (1978), pioneiro nos estudos de qualidade, que se concentrou na análise da qualidade da informação em relatórios impressos; DeLone & McLean (2003), que propuseram um modelo de avaliação da qualidade da informação em 1992 e, dez anos depois, atualizaram esse modelo com foco no comércio eletrónico. Para uma visão sistematizada do que tem sido produzido em termos de investigação académica e práticas de mercado, Lee et al. (2002) organizaram dois quadros que resumem as publicações académicas e os relatórios de mercado mais relevantes. A Tabela 1 apresenta uma descrição sumária do conceito de qualidade da informação, de acordo com diversos autores.

No mercado, as preocupações com a qualidade da informação dependem do contexto de cada organização — o que, por sua vez, influencia as dimensões selecionadas. Esses contextos incluem o desenvolvimento de *data warehouses* (armazéns de dados), ferramentas para melhorar a qualidade dos dados inseridos em bancos de dados, ambientes com múltiplos bancos de dados incompatíveis e ambientes onde a entrega pontual da informação é crítica.

Lee et al. (2006)	A qualidade da informação refere-se à precisão, relevância, integridade e confiabilidade dos dados que são utilizados para tomar decisões e realizar análises. Uma informação de alta qualidade é precisa, livre de erros, atualizada e confiável. A qualidade da informação é importante, porque afeta a tomada de decisões e a eficácia das operações de uma organização. Uma informação de baixa qualidade pode levar a erros, ineficiências e decisões inadequadas. A garantia de qualidade da informação envolve a implementação de processos e controlo para melhorar a precisão e a confiabilidade dos dados utilizados.
Eppler (2006)	A qualidade da informação refere-se ao facto de um produto ou serviço de informação ser valioso para os seus utilizadores e atender ou exceder as necessidades de todas as partes interessadas. Engloba a exatidão, a clareza, a aplicabilidade, a concisão, a coerência, a correção, a atualidade, a conveniência, a oportunidade, a rastreabilidade, a interatividade, a acessibilidade, a segurança, a capacidade de manutenção e a rapidez da informação. A qualidade da informação é vital em processos de conhecimento intensivo, uma vez que assegura que a informação utilizada por quem trabalha o conhecimento é útil e válida, conduzindo a uma melhor tomada de decisões e a uma partilha eficaz de conhecimentos.
González-Valiente (2014)	A qualidade da informação implica que esta seja confiável, precisa, atualizada e relevante para as necessidades da organização. Isso contribui para a tomada de decisões assertivas, melhora a eficiência dos processos internos, aumenta a produtividade dos colaboradores e promove a competitividade no mercado. Além disso, a qualidade da informação é essencial para atender às exigências regulatórias, evitar erros e correções, e estabelecer uma base sólida para a inovação e o desenvolvimento de produtos e serviços.
Zarraga-Rodriguez & Alvarez (2015)	A necessidade de definir e medir a qualidade da informação deve-se ao facto de que a informação é um recurso estratégico para as organizações. Ter informação de alta qualidade é essencial para tomar decisões eficazes e obter vantagem competitiva. Ao definir e medir a qualidade da informação, as empresas podem avaliar a confiabilidade, precisão, consistência e outros atributos da informação que utilizam nos seus processos de negócio. Isso permite que as organizações identifiquem áreas de melhoria, façam ajustes na recolha e processamento de dados, e garantam que as informações fornecidas sejam úteis e confiáveis para os utilizadores. Além disso, definir e medir a qualidade da informação também é importante para garantir a satisfação de quem a consome, influenciando a perceção de se estar bem informado e impactando o seu desempenho no trabalho.

Tabela 1. Perspetivas académicas acerca do conceito de qualidade da informação

1.2. A importância da qualidade da informação

A qualidade da informação é central para o exercício da cidadania e ocupa um lugar central na sociedade, sendo essencial para promover a democracia, a evolução e o bem-estar dos cidadãos. Sem informação de qualidade, o processo de tomada de decisão pode ficar comprometido, o que pode ter impacto no processo democrático. Assim, a avaliação da qualidade da informação assume-se como um procedimento indispensável para garantir a credibilidade e a confiabilidade dos dados que são transmitidos e utilizados. Para além disso, no atual cenário de crescente volume de informação disponível, é cada vez mais necessário estabelecer critérios claros para avaliar e selecionar informação relevante e precisa, com vista a identificar possíveis enviesamentos, erros e distorções.

A disseminação de informação sem qualidade pode ser considerada um perigo global, difícil de enfrentar e de resolver, especialmente no ambiente digital e

em rede. Neste domínio, identificam-se cinco desafios específicos: a dificuldade em verificar a veracidade da informação; a dificuldade em responsabilizar os autores da informação divulgada; a falta de transparência na origem e no controle da informação; a velocidade rápida de disseminação; e a dificuldade em separar o que é ficção do que é verdade (Fard & Cunningham, 2019). Alguns dos desafios associados à qualidade da informação estão já bem identificados, como é o caso da polarização política, a hesitação ou recusa vacinal, e a proliferação de teorias da conspiração (Van der Sluis et al., 2024). A este propósito, a recente pandemia de COVID-19 e os fenómenos de ordem desinformativa que ocorreram em simultâneo levaram a Organização Mundial de Saúde a considerar estarmos perante uma infodemia.

Para as organizações, a qualidade da informação pode significar, ainda, mais ou menos lucro. Uma informação sem qualidade ou com baixa qualidade é responsável por prejuízos na ordem de 10% a 20% das receitas, pois muitas decisões operacionais ou estratégicas são tomadas com base em informação de má qualidade (Howard et al., 2011). Entre os efeitos negativos estão ainda a tomada de decisões incorretas, custos adicionais, insatisfação do cliente e dos funcionários, receitas perdidas e desconfiança entre as unidades organizacionais internas. A baixa qualidade da informação também pode levar a decisões estratégicas menos eficazes — impactando o desempenho da empresa ao nível operacional, tático e estratégico — e a efeitos sociais e económicos adversos. Portanto, é essencial que as organizações garantam a qualidade da informação que utilizam, a fim de se evitar esses impactos negativos (Zarraga-Rodriguez & Alvarez, 2015).

Ao nível dos Estados, a má qualidade da informação pode provocar danos no exercício da cidadania. Um cidadão mal informado sobre um serviço público ou sobre os seus direitos terá dificuldades em aceder aos serviços, cumprir com as suas obrigações e exercer os seus direitos. No campo da saúde pública, a qualidade da informação é essencial em momentos de crises sanitárias e emergências (Ju et al., 2024). Durante a pandemia de COVID-19, por exemplo, os cidadãos esperavam mais transparência e responsabilidade das organizações e dos governos e, neste contexto, a partilha de informação com qualidade foi considerada um elemento-chave para promover a confiança pública e decisões assertivas (Zhai & Han, 2024).

Do ponto de vista organizacional e empresarial, Lee et al. (2006) identificam oito impactos da má qualidade da informação: baixa satisfação do cliente (erros em transações comerciais, que, por sua vez, levam à deceção e insatisfação dos clientes); decisões e planeamento inadequados e imprecisos, com consequências negativas para as organizações; riscos financeiros (perdas financeiras, como pagamentos indevidos, decisões de investimento incorretas e margens de lucro reduzidas); reputação das organizações (erros e inconsistências em informação publicada podem prejudicar a imagem das organizações e causar per-

da de confiança dos clientes e parceiros); penalizações e multas (em resultado da violação de leis); ineficiência operacional (retrabalho, desperdício de tempo, processos ineficientes e trabalho adicional para corrigir os erros); oportunidades perdidas (perda de oportunidades de negócio e de conquistar novos clientes ou explorar novos mercados); e falhas nos processos empresariais (falhas nos processos de negócio, levando a atrasos, erros e problemas de comunicação).

1.3. O direito à informação de qualidade e o papel do jornalismo

Na ordem jurídica nacional, o direito à informação é considerado um direito fundamental, consagrado na Constituição da República Portuguesa (1976/2005) e referido em pelo menos nove dos seus artigos. Há menção ao direito à informação de carácter jurídico (Artigo 20.º); à liberdade de expressão, dos meios de comunicação social e à regulação da comunicação social (Artigos 37.º, Artigo 38.º e Artigo 39.º); o direito à informação para o bom funcionamento dos sindicatos (Artigo 55.º); o direito à informação enquanto bem de consumo (Artigo 60.º); o direito à informação para fins de planeamento familiar (Artigo 67.º); e o direito à informação política (Artigo 155.º e Artigo 197.º). Apesar de não haver referência específica à qualidade da informação, a Lei é clara quanto à sua finalidade. Assim, caso a informação fornecida não cumpra com a sua finalidade, o cidadão tem o direito a reclamá-la: “Os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à proteção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos” (art. 60.º, n.º 1).

Neste contexto, o jornalismo assume um papel central enquanto mediador das instituições, produtor de notícias e veículo de transmissão de informação (Diakopoulos & Essa, 2008). Espera-se que, munidos de informação de qualidade sob a forma de notícias, os cidadãos adquiram as ferramentas adequadas para se envolverem num processo de tomada de decisão informada (Diakopoulos & Essa, 2008). Assim, a qualidade da informação é crítica para uma boa compreensão e está relacionada com a precisão e validade das afirmações, bem como com a confiabilidade das fontes de informação (Diakopoulos & Essa, 2008). Na secção 2.4 aprofundamos o debate sobre os modelos de medição da qualidade da informação jornalística.

Ainda assim, a importância da qualidade da informação não se circunscreve ao jornalismo: ao longo desta secção, percebemos a relevância da qualidade da informação em diversos âmbitos sociais, nomeadamente para as empresas, para as organizações e para os consumidores. A credibilidade e a confiança na

informação são fundamentais para o exercício da cidadania e para a democracia, e, nesse sentido, para o funcionamento social — daí, também, a importância que é dada ao direito à informação a nível legislativo. Assim, a aferição da qualidade da informação é essencial — estabelecer modelos, dimensões e indicadores que permitam a sua medição —, porque impacta o processo de tomada de decisão, não só ao nível individual, mas também ao nível das políticas.

2. AFERIÇÃO DA QUALIDADE: MODELOS, DIMENSÕES E INDICADORES

Analisar a qualidade da informação é uma tarefa muito complexa, que contempla diversos modelos, assentes em dimensões ou indicadores de diferente natureza. É procedimentos morosos: é necessário reunir itens de informação para serem analisados e, em seguida, aplicar critérios de decisão para lhes atribuir pontuações específicas. Essa tarefa é diferente em escala e complexidade, para cada domínio de aplicação. Além disso, o conhecimento sobre as fontes de informação e sobre os processos usados para derivar os dados ou informação é importante, quando os utilizadores avaliam a sua qualidade e quando decidem sobre o uso apropriado a dar-lhes (Howard et al., 2011).

2.1. Breve evolução do conceito

A investigação sobre a qualidade dos dados e da informação remonta ao final da década de 1980, pela mão de investigadores do MIT, o que levou ao lançamento formal do programa MIT — Total Data Quality Management (TDQM) em 1992, que estabelecia a qualidade dos dados como uma área de investigação (Zhu et al., 2014). O trabalho pioneiro do programa TDQM lançou as bases da investigação sobre a qualidade dos dados e atraiu um número crescente de investigadores neste domínio emergente. A investigação conduzida por esta comunidade contribuiu para a criação de conferências, workshops e do ACM Journal of Data and Information Quality.

Nas últimas duas décadas, a investigação produziu um conjunto significativo de conhecimento e expandiu a nossa capacidade de abordar vários problemas de qualidade dos dados e da informação. A consciencialização para estas questões cresceu rapidamente, devido ao papel crítico desempenhado pela qualidade da informação numa economia baseada no conhecimento e com grande intensidade de produção de dados. A Tabela 2 apresenta a perspectiva de Eppler (2006) sobre as investigações que constituem marcos na pesquisa sobre a qualidade da informação.

Lesca & Lesca (1995)	Identificam vários critérios para avaliar a qualidade da informação, incluindo a utilidade, a compreensibilidade, a pertinência, a exaustividade, a coerência, a clareza, a fiabilidade, a acessibilidade, a objetividade, a credibilidade e a interatividade.
Wang & Strong (1996)	Propõem um quadro que vai além da exatidão e centra-se no significado da qualidade dos dados para os consumidores. Discutem a importância de atributos como a qualidade intrínseca da informação (exatidão, objetividade, credibilidade, reputação), a qualidade da acessibilidade da informação (acessibilidade, segurança), a qualidade da informação contextual (relevância, valor acrescentado, atualidade, exaustividade, quantidade de informação) e a qualidade da informação de representação (interpretabilidade, facilidade de compreensão, representação concisa, representação consistente).
Redman (1996)	Inclui dimensões como o conteúdo (pertinência, possibilidade de obtenção, clareza de definição), o âmbito (abrangência, essencialidade), o nível de pormenor (granularidade dos atributos, precisão dos domínios), a composição (naturalidade, identificabilidade, homogeneidade, redundância mínima desnecessária), a coerência da perspetiva (coerência semântica, coerência estrutural), visão conceptual, reação à mudança (robustez, flexibilidade), valores (exatidão, exaustividade, consistência, atualidade/tempo de ciclo), formatos (adequação, interpretabilidade, precisão do formato, flexibilidade do formato, capacidade de representar valores nulos, utilização eficiente do armazenamento) e representação (instâncias físicas, consistência da representação).
Königer & Reithmayer (1998)	Categorizam a qualidade da informação em diferentes dimensões, tais como a qualidade intrínseca (precisão, objetividade, fiabilidade), a qualidade de acesso (acessibilidade, segurança), a qualidade contextual (relevância, valor acrescentado, atualidade, conteúdo da informação), a qualidade de apresentação (interpretabilidade, compreensibilidade, concisão, consistência), a qualidade da meta-informação (existência, adequação) e a qualidade da estruturação (existência, adequação, compreensibilidade).
Alexander & Tate (1999)	Centram-se em critérios como a autoridade, a exatidão, a objetividade, a atualidade, a orientação para o grupo-alvo e a conceção da interação/navegação. Salienta a necessidade de informação validada, conteúdo fiável e isento de erros, apresentação imparcial, informação atualizada, sinalização clara do público-alvo e compreensão intuitiva dos elementos de conceção.
English (1999)	Engloba tanto a qualidade inerente da informação (definições, exaustividade, validade, exatidão, precisão, não duplicação, equivalência de dados redundantes ou distribuídos, simultaneidade de dados redundantes ou distribuídos, acessibilidade) como a qualidade pragmática da informação (atualidade, clareza contextual, integridade da derivação, usabilidade, correção ou exaustividade dos factos).
Ruß-Mohl (1994/2000)	Destaca critérios como a objetividade, a compreensibilidade, a relevância, a atualidade, a redução da complexidade, a transparência/reflexividade e a interatividade. Sublinha a importância de revelar os interesses do autor, explicar as abreviaturas, a relevância geográfica e social para os interesses dos leitores, informações rápidas, mas validadas, relatórios de base para reduzir a complexidade, orientações editoriais claras e um espaço para correções, e possibilidades de participação interativa para os leitores.

Tabela 2. Uma perspetiva histórica da investigação sobre qualidade da informação, segundo Eppler (2006)

A presente síntese destaca marcos na investigação sobre a qualidade da informação, abordando dimensões como a qualidade intrínseca, o acesso, o contexto e a representação. Uma das principais abordagens observadas é a ênfase na

qualidade intrínseca, que inclui atributos como a exatidão, a objetividade, a credibilidade e a reputação, essenciais para assegurar a fiabilidade da informação.

A qualidade de acesso, representada pela acessibilidade e segurança, sublinha a importância de a informação ser facilmente consultável pelo público, ao mesmo tempo que se garante proteção contra acessos não autorizados. Já a dimensão contextual considera a relevância, o valor acrescentado, a atualidade e a exaustividade, focando-se na adequação da informação ao seu propósito e ao seu público, bem como no valor prático e na completude dos dados. No que se refere à qualidade de representação, incluem-se critérios como a interoperabilidade, a clareza, a concisão e a consistência, destacando-se a importância de uma apresentação compreensível e objetiva. As investigações abordam, ainda, a qualidade estrutural e da meta-informação, com o foco na existência, na adequação e na clareza dos metadados, além da organização eficiente da informação. Por fim, a categorização proposta enfatiza critérios como a autoridade, a precisão, a atualidade e a orientação para o público-alvo, salientando a necessidade de informações validadas, imparciais e atualizadas.

Em suma, os investigadores apontam para a qualidade da informação como um conceito multidimensional que engloba desde a veracidade e precisão dos dados até à forma como são apresentados e disponibilizados ao público, sendo a integração dessas dimensões crucial para uma comunicação eficaz e fiável.

2.2. O ciclo TDQM

O ciclo TDQM é aplicado a todo o processo de produção de dados e propõe a gestão da qualidade total de dados em quatro componentes: definição, medição, análise e melhoria. Wang (1998) destaca a importância de estabelecer requisitos claros de qualidade dos dados, envolver as partes interessadas relevantes e adotar práticas adequadas de gestão de produtos, como planeamento, conceção, desenvolvimento, teste e manutenção (Figura 2). O autor também enfatiza a necessidade de utilizar métricas e indicadores de desempenho para avaliar e monitorizar a qualidade dos dados ao longo do tempo (Wang, 1998).

O ciclo TDQM é aplicado a todo o processo de produção de dados e propõe a gestão da qualidade total de dados em quatro componentes: definição, medição, análise e melhoria. Wang (1998) destaca a importância de estabelecer requisitos claros de qualidade dos dados, envolver as partes interessadas relevantes e adotar práticas adequadas de gestão de produtos, como planeamento, conceção, desenvolvimento, teste e manutenção (Figura 2). O autor também enfatiza a necessidade de utilizar métricas e indicadores de desempenho para avaliar e monitorizar a qualidade dos dados ao longo do tempo (Wang, 1998).

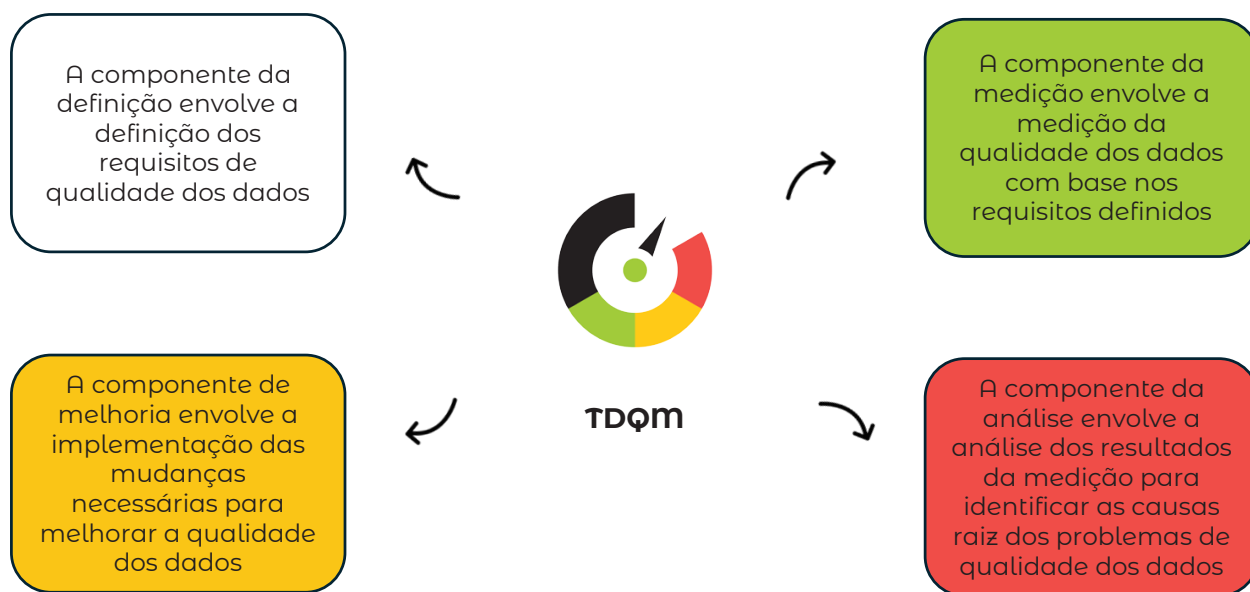


Figura 2. Etapas do ciclo TDQM

Há etapas gerais (Figura 3) que podem ser envolvidas no processo de medição da qualidade da informação (González-Valiente, 2014):



Figura 3. Etapas do processo de medição da qualidade da informação, segundo González-Valiente (2014)

2.3. Dimensões da qualidade da informação

Para além da verificação dos factos, é necessário considerar outras dimensões quando se afere a qualidade da informação, como o contexto em que a informação é apresentada, a acessibilidade e a interpretação que lhe é dada. Essa abordagem mais abrangente permite uma análise mais completa e precisa da qualidade da informação, incorporando diversas teorias e modelos de análise. Vários autores têm contribuído para o desenvolvimento deste campo de estudos, nomeadamente através da conceção de modelos. Lee et al. (2002), por exemplo, agruparam as dimensões da qualidade da informação em quatro categorias: intrínseca (a informação tem qualidade por si só); contextual (reforça a necessidade de considerar a informação no contexto em que é aplicada, tendo em conta que deve ser relevante, oportuna, completa e apropriada em quantidade); representacional e sua acessibilidade (Figura 4). As duas últimas categorias enfatizam a importância de os sistemas computacionais armazenarem e forne-

cerem acesso à informação de uma forma segura. Neste âmbito, o sistema deve apresentar a informação de uma forma que seja interpretável, fácil de entender, fácil de manipular e representada de maneira concisa e consistente. Outros autores contribuíram para o construto de qualidade da informação, através de revisões de literatura (DeLone & McLean, 2003; Goodhue, 1998; Jarke & Vassiliou, 1983), da análise de dimensões a partir dos consumidores de informação (Wang & Strong, 1996), ou com base em relatórios impressos (Zmud, 1978). Outros, ainda, focaram a sua investigação em dimensões que podem ser definidas objetivamente (Ballou & Pazer, 2003; Lee et al, 2002; Wand & Wang, 1996).

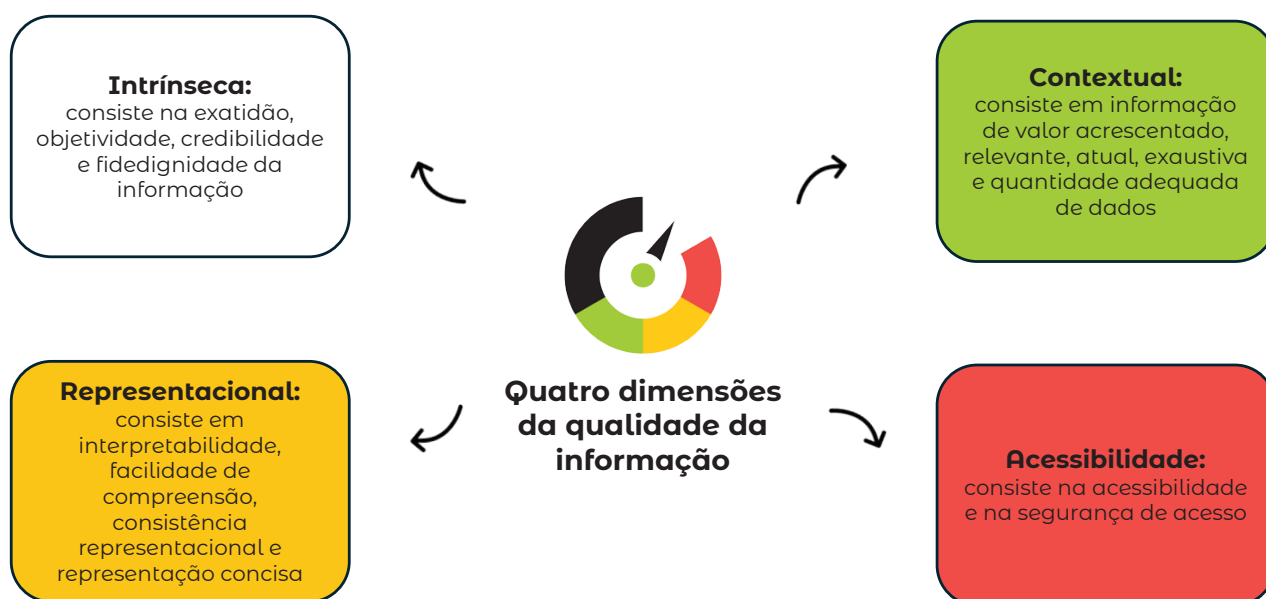


Figura 4. Quatro dimensões da qualidade da informação, segundo Lee et al. (2002)

Zarraga-Rodriguez e Alvarez (2015) propõem um modelo de avaliação da qualidade da informação assente em três categorias — conteúdo, formato ou representação e acessibilidade — cada uma associada a um conjunto de dimensões, que passamos a explicitar e estão sistematizadas na Tabela 3:

1. Categoria de conteúdo: esta categoria contempla o conteúdo propriamente dito da informação — a sua relevância, precisão e completude. Considera duas subcategorias: a visão intrínseca, que considera as propriedades da informação, sem estabelecer ligação com o utilizador, a tarefa ou a aplicação; e a visão baseada no contexto, que sugere a necessidade de ter em conta o utilizador/utilização da informação.

1.1 Dimensão de precisão: o grau em que a informação está correta, exata, precisa, livre de erros e ambígua.

1.2 Dimensão de consistência: o grau em que a informação é sólida, objetiva, única, livre de viés. Ausência de conflito entre diferentes fontes.

1.3 Dimensão de credibilidade: o grau em que a informação vem de fontes confiáveis, sendo aceita como verdadeira, real e credível.

1.4 Dimensão de relevância: o grau em que a informação é exatamente o que é necessário para a tarefa em questão; ou seja, a informação é útil, agregadora de valor, apropriada e atualizada.

1.5 Dimensão de exaustividade: o grau em que a informação é abrangente e inclui todas as informações relevantes.

2. Categoria de formato: mede o estilo de apresentação da informação e até que ponto esta é fácil de entender. Ou seja, reporta à facilidade de entendimento e compreensão, que pode ser atribuída pelo estilo de apresentação da informação. No entanto, esta categoria acaba por não ser utilizada por Zarraga-Rodriguez e Alvarez (2015), dado que os autores assumem a definição e análise cuidadas da representação da informação.

3. Categoria de acessibilidade: esta categoria mede o grau em que a informação está facilmente disponível, incluindo três dimensões de qualidade da informação: acessibilidade, atualidade e segurança.

3.1 Dimensão de acessibilidade: o grau em que a informação necessária está sempre disponível e pode ser acedida de forma fácil e rápida.

3.2 Dimensão de atualidade: o grau em que a informação é atualizada e disponível a tempo de ser utilizada.

3.3 Dimensão de segurança: refere-se à proteção da informação. Os autores consideram esta dimensão devido ao seu enquadramento legal.

Categorias		Dimensões
Conteúdo	Visão intrínseca	Precisão, consistência, credibilidade
	Visão baseada no contexto	Relevância, exaustividade
Formato ou representação		Estilo de apresentação, compreensibilidade
Acessibilidade		Acessibilidade, atualidade, segurança

Tabela 3. Modelo para medição da qualidade da informação, segundo Zarraga-Rodriguez & Alvarez (2015)

2.4. O caso específico da informação jornalística

Segundo Meier (2019), a qualidade do jornalismo é uma questão complexa. É um tópico abrangente e de difícil articulação, porque não existe um conjunto único de indicadores que permitam a sua medição (embora existam modelos com indicadores comuns). Por outro lado, esta diversidade de modelos e dimensões dota o conceito da fluidez e flexibilidade necessárias para abordar um ecossistema que se transforma rapidamente e onde circulam conteúdos também diversos.

Para o trabalho a realizar no quadro do BIP, adotamos a perspetiva de Marinho, Loureiro e Palau-Sampio (2023), que agregam estes diferentes modelos em três grandes abordagens (que não são mutuamente exclusivas): “A literatura que aborda a avaliação da qualidade do jornalismo essencialmente a partir do processo e das condições de produção noticiosa; a que se centra sobretudo no produto noticioso e nos seus atributos; e a que aborda primordialmente a avaliação da qualidade a partir da receção das notícias, dos públicos e dos seus usos (incluindo a acessibilidade dos conteúdos)” (p. 2).

Os 11 jornalistas de rádio e de televisão entrevistados por Silva (2023) apontaram como características fundamentais do jornalismo de qualidade o rigor e isenção; respeito pelas regras deontológicas, diversificação de fontes; qualidade de escrita; linguagem clara e explicativa; e uma abordagem original. Estes jornalistas ($n = 11$) referiram, ainda, duas condições essenciais para que pudessem fazer jornalismo de qualidade, nomeadamente, tempo para trabalhar — que permite a diversificação de fontes, desenvolvimento de investigações e reportagens, revisão e verificação de factos — e boas condições laborais.

Também a partir das perceções dos jornalistas e outros atores envolvidos na produção de notícias ($n = 48$), Jenkins e Nielsen (2020) encontraram sete características para avaliar a qualidade da informação jornalística: precisão, objetividade, transparência, diversidade de perspetivas, entretenimento dos leitores, apelo às emoções e a capacidade de refletirem as experiências das pessoas comuns. Propõem, assim, que o jornalismo de qualidade envolve não só valores tradicionais do jornalismo, mas também valores associados ao jornalismo popular (Jenkins & Nielsen, 2020).

Segundo Odriozola-Chéné et al. (2019), “as rotinas de produção jornalísticas são o elemento fundamental ao desenvolvimento de um jornalismo de qualidade” (p. 128) e, nesse sentido, destacam a autonomia dos jornalistas e a profundidade do jornalismo como essenciais a essa produção de qualidade. Os autores indicam, também, que esta é colocada em causa devido à falta de

recursos humanos e materiais nas redações e pelo facto de o critério de atualidade se ter transformado em imediatismo.

Já Meier (2019) estrutura um modelo de qualidade em que o (a) papel social do jornalismo se reflete em (b) valores jornalísticos que, por sua vez, dão origem a (c) critérios de qualidade. Assim (Figura 5):

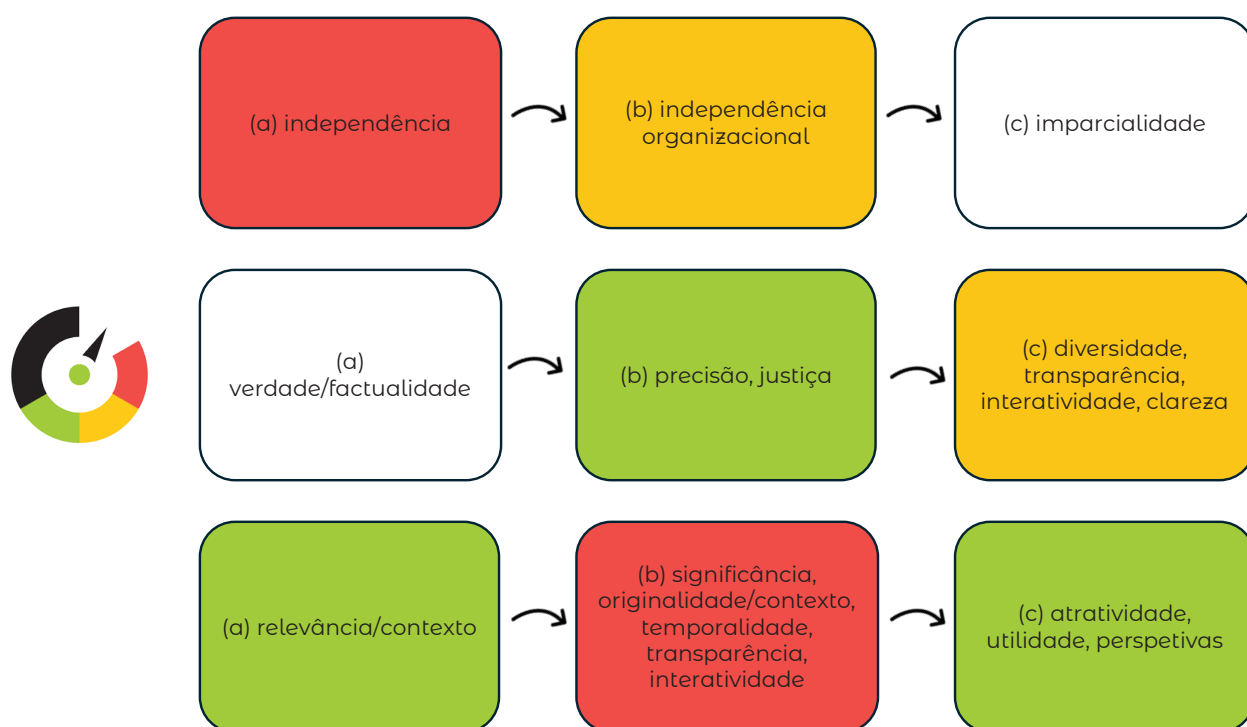


Figura 5. Modelo de qualidade segundo Meier (2019)

A proposta de Nicoletti e Mick (2018) passa por uma matriz de indicadores que se desenvolve a partir de quatro eixos: dados demográficos (tipo de vínculo, tipo de contrato, número de empregadores/contratantes no momento, remuneração, idade, género, estado em que trabalha, função oficial no contrato de trabalho, tempo (anos) em que trabalha como jornalista, tempo (anos) na empresa, negócio principal da empresa, porte da empresa); condições de trabalho (ergonomia, segurança e rede de suporte, jornada, rotina de trabalho, stress e adoecimento); prática profissional (funções e responsabilidade, qualificação, perspectiva profissional); processo e produto (apuração, seleção de fontes, autoria, redação, edição e correção, percepção da qualidade).

Tang et al. (2003) apontam nove critérios de qualidade a ter em conta na análise de notícias: precisão; confiabilidade da fonte; objetividade; profundidade; credibilidade do autor; legibilidade; concisão; correção gramatical; e múltiplos pontos de vista. Neste caso, como acontece em outros aqui referidos, trata-se de uma proposta que contempla critérios associados quer ao processo de produção, quer ao próprio produto (as notícias).

Numa outra abordagem, García Gordillo et al. (2013) apresentam recomendações para melhorar a qualidade das notícias como, por exemplo, os jornalistas não escreverem “para as fontes, mas sim para os públicos” e darem prioridade a informações baseadas em discursos, e não em factos (p. 51).

A proposta de Guerra (2023) passa pela definição de um sistema de gestão de qualidade, que permitiria a avaliação da qualidade dentro dos órgãos de informação. Esse sistema, aplicado ao jornalismo, deve ser norteado por requisitos mínimos — primários e secundários. Relativamente aos primeiros, o autor aponta os seguintes: verdade, relevância e atualidade. No que diz respeito aos segundos: autonomia/independência (dentro dos parâmetros democráticos e profissionais); interesse público (o público como referência, que prevalece sobre o privado); respeito pela dignidade das pessoas (impõe limites no uso das prerrogativas); pluralidade e contraditório (em situação de conflitos legítimos; Guerra, 2023).

Tendo em conta a importância das fontes de informação nas rotinas de produção jornalísticas, destaca-se o estudo de Casero Ripollés e López Rabadán (2013). Os autores anotam cinco indicadores internos e quatro indicadores externos de qualidade, no que toca às fontes. Os indicadores internos são o estatuto profissional, a verificação, a transparência, a relevância, e a redução da incerteza (este último, indica que a acessibilidade às fontes minimiza a tensão do processo de produção e agiliza-o). Os indicadores externos são a credibilidade (através da quantidade e diversidade de fontes), a influência (se as fontes são relevantes), o pluralismo, e a participação (aumenta a possibilidade de se recorrer a fontes procedentes da sociedade civil).

Por outro lado, Figueira e Silva (2023) trabalham sobre a transparência, no que toca à propriedade dos média, como parte da qualidade do jornalismo. As autoras notam que a dimensão administrativa da transparência “diz respeito à abertura das empresas à avaliação e controlo por parte de entidades reguladoras e outros agentes públicos” (p. 6); e que a dimensão cívica tem que ver com a responsabilização das empresas em relação à sociedade. Figueira e Silva (2023) referem que a transparência permite estudar as condições existentes para o pluralismo e para a diversidade dos média. E que é no jogo de forças entre aquilo que a transparência favorece e aquilo que pode colocar em causa (questões relacionadas com a privacidade dos proprietários ou com a competitividade) que se enquadra a qualidade do jornalismo: porque é “também a partir da propriedade que se pode aferir as condições de produção dos conteúdos jornalísticos” (Figueira & Silva, 2023, p. 15).

Miranda (2023) relaciona o conceito de *accountability* dos média com a qualidade do jornalismo e indica três momentos de implementação de *accountability* no processo mediático: antes da produção, durante a produção, e após a produção. As práticas de *accountability* dos média antes da produção — declaração

de missão, código de conduta/de ética público, informação sobre a estrutura da equipa editorial, estrutura da propriedade e informação sobre financiamento — estão, sobretudo, relacionadas com a transparência (indo ao encontro de Figueira e Silva, 2023). Durante a produção, as práticas de *accountability* podem ser analisadas através da assinatura dos autores, dos perfis dos mesmos, do apoio/financiamento de conteúdos específicos, das hiperligações para as fontes originais e das correções/atualizações. Por fim, os mecanismos de sugestão e correção, os comentários, os contactos, e o provedor são os instrumentos de *accountability* dos média que permitem avaliar o impacto após a publicação.

Costera Meijer e Bijleveld (2016) estudam a qualidade do jornalismo a partir da ótica dos públicos. Tendo em conta o contexto das notícias regionais, os autores perceberam que os critérios de qualidade mais relevantes (que se enquadram naquilo que os autores identificam como jornalismo de valor) para os públicos são a rapidez, as notícias que dão azo à conexão entre as pessoas e o entendimento da região, e, ainda, a capacidade de os média responderem aos seus públicos.

Ao considerar a perspetiva dos públicos, Zúñiga e Hinsley (2013), a partir de uma revisão de literatura, perceberam que os jornalistas e os públicos dão valor a critérios de qualidade diferentes. Enquanto os jornalistas priorizam a autonomia, a precisão, a objetividade, a rapidez e o desempenho do papel de *watchdog* imparcial, os públicos — embora não lhes dando a mesma importância que os profissionais da área —, dão preferência à precisão, à rapidez e à objetividade.

A partir das propostas discutidas, fica perceptível que, na busca de qualidade, os media devem adotar práticas jornalísticas éticas, como o uso de fontes confiáveis, a transparência em relação às mesmas, ao processo de produção e à propriedade dos media. Para rotinas orientadas para a produção jornalística de qualidade são relevantes dimensões como a precisão, a objetividade, a relevância, a credibilidade do autor, a confiabilidade nas fontes e a verificação de factos, por exemplo. O uso de tecnologia e ferramentas digitais para combater a disseminação de informações falsas, incluindo o uso de algoritmos de deteção de desinformação e o recurso a plataformas e parcerias com organizações para verificação de factos pode, também, ter um impacto benéfico na qualidade do jornalismo. Fica, além disso, em evidência a necessidade de estudar e medir a qualidade a partir de três vertentes fundamentais: não só a do produto e a da produção jornalística, mas também a dos públicos.

Independentemente da vertente em análise, as dimensões propostas para medir e estudar a qualidade do jornalismo sublinham a importância da informação (de qualidade) para o bom funcionamento da sociedade, para a democracia e para o entendimento do que está a montante do produto jornalístico, o que pode contribuir para o reforço da confiança no jornalismo. Este reforço é importante, sobretudo considerando que 64% dos participantes no relatório do Edelman Trust

Barometer (2024) expressaram preocupação de que os jornalistas e repórteres tentem induzi-los em erro ao “dizerem coisas que sabem ser falsas ou graves exageros” (p. 9).

2.5. Abordagens metodológicas para avaliar a qualidade da informação

Tendo em conta que a qualidade da informação é central nas sociedades, torna-se imprescindível desenvolver abordagens eficazes para a avaliar. Detalhamos aqui os desenhos metodológicos das investigações de alguns autores, que poderão ser tomados por referência ao construir-se uma metodologia para estudar a qualidade da informação. Optamos por elencar um conjunto de pesquisas (porque não se trata de uma revisão sistemática), para depois procurarmos perceber que métodos e técnicas são habitualmente usadas.

Tang et al. (2003) recorreram a grupos focais com professores de jornalismo, editores e jornalistas do jornal local Albany Times Union, para avaliar a qualidade das notícias. Foi ainda desenvolvido um sistema informatizado de avaliação de qualidade, que incorporou os nove indicadores (precisão, confiabilidade da fonte, objetividade, profundidade, credibilidade do autor, legibilidade, concisão, correção gramatical e múltiplos pontos de vista).

Wang e Strong (1996), com base em métodos utilizados nas pesquisas de marketing, levaram a cabo uma investigação que recorreu a duas *surveys* (uma produziu uma possível lista de atributos de qualidade dos dados, com recurso a 137 sujeitos; a segunda avaliou a importância destes possíveis atributos para os consumidores — foram enviados 1.500 questionários, tendo sido recebidos 355 questionários viáveis). “As classificações de importância do segundo inquérito foram utilizadas numa análise fatorial exploratória para produzir um conjunto intermédio de dimensões da qualidade dos dados que eram importantes para os consumidores de dados” (Wang & Strong, 1996, p. 8). Depois, realizaram um estudo de *follow up* que consistiu, também, em dois momentos (com 30 participantes, e que foi conduzido por terceiros para evitar bias dos autores): primeiro, foi pedido a um conjunto de sujeitos (18 participantes) que organizassem as dimensões em categorias, e depois rotulá-las; num segundo momento, foi pedido a outro conjunto de sujeitos (12 participantes) que ordenasse essas categorias nas dimensões reveladas anteriormente (Wang & Strong, 1996).

Huang et al. (1999) utilizaram o conceito de informação intercambiável com dados e investigaram um fenómeno contemporâneo em contexto real, tratando a qualidade da informação como um produto que é definido pelos consu-

midores da informação, através de entrevistas. Utilizando análise de conteúdo (Huang et al., 1999), examinaram a qualidade da informação de 42 projetos de três organizações. Cada projeto serviu como um estudo de caso, estudado a partir das dimensões de qualidade listadas na tabela definida por Wang e Strong (1996). Propuseram também um programa de Information Quality, adaptando o TDQM, que utiliza os princípios de qualidade para a indústria, composto por cinco fases: articular a visão da qualidade da informação em termos de negócio; estabelecer a responsabilidade da qualidade da informação, considerando a informação como produto; disseminar essa visão junto a clientes, fornecedores e produtores; ensinar novas competências vinculados a esse contexto e institucionalizar melhorias contínuas na qualidade da informação (pp. 33–34).

Pipino et al. (2002) sugerem três formas funcionais para o desenvolvimento de métricas específicas (para avaliações objetivas), adaptadas às necessidades das organizações: o rácio simples, operadores min ou max, e a média ponderada. O rácio simples mede o rácio entre os resultados desejados e os resultados totais (p. 213) e é adequado para dimensões como a isenção de erro (representa a exatidão dos dados), completude (do esquema — grau em que as entidades e atributos não estão em falta no esquema; da coluna — isto é, dos valores de uma coluna de uma tabela; da população), consistência (por exemplo, consistência dos mesmos valores dos dados — redundância). Os autores apontam que a representação concisa, a relevância e a facilidade de manipulação são dimensões que também podem ser avaliadas recorrendo ao rácio simples (Pipino et al., 2002).

Os operadores min ou max servem para “tratar de dimensões que necessitem de agregação de múltiplos indicadores (variáveis) de qualidade da informação”, sendo que o mínimo (ou o máximo) se calcula “de entre os valores normalizados dos indicadores individuais de qualidade dos dados” (Pipino et al., 2002, p. 213). O mínimo será um valor agregado que não pode ser mais alto do que o valor do indicador de qualidade da informação mais fraco; é adequado para as dimensões de credibilidade e quantidade apropriada de informação. O máximo é útil quando se justifica uma interpretação mais liberal, sendo adequado a métricas complexas aplicáveis às dimensões de atualidade e acessibilidade.

Por fim, a média ponderada é uma alternativa aos operadores min ou max, para casos multivariados: “se uma empresa tiver um bom conhecimento da importância de cada variável para a avaliação global de uma dimensão, por exemplo, então é adequada uma média ponderada das variáveis” (Pipino et al., 2002, p. 215).

A nível prático, Pipino et al. (2002) assinalam que o uso de métricas objetivas e subjetivas para melhorar a qualidade da informação das organizações deve: levar a cabo avaliações tanto objetivas, como subjetivas; comparar os resultados, identificar potenciais discrepâncias e as suas causas; determinar e agir em prol da melhoria.

Lee et al. (2002) desenvolveram e aplicaram, em cinco organizações, a Methodology for Information Quality Assessment (Metodologia para Avaliação da Qualidade da Informação), que propõe um modelo para avaliação da qualidade da informação e a sua aplicação nas empresas. Os autores afirmam que, à data, poucos estudos tinham efetivamente contribuído para melhorar a qualidade da informação. Não nos interessa aqui desenvolver a Methodology for Information Quality Assessment, mas apenas anotar o uso de um questionário (aplicado aos utilizadores) e o seu processo de validação. O instrumento chamado IQ Assessment (IQA), no formato de um questionário, foi inicialmente construído a partir das perspetivas académicas sobre a qualidade de informação, tendo sido identificados 12 a 20 itens para cada dimensão. Foi realizado um estudo piloto, com 52 respondentes, para reduzir o número de itens, que passaram a entre 4 a 5 itens por dimensão. Após o piloto, foi elaborado e aplicado o questionário completo (com 65 itens IQA, sendo alguns demográficos) a 261 respondentes (consumidores de informação, quem a recolhe, profissionais de sistemas de informação) que pontuaram as questões mais importantes para a sua organização.

Lee et al. (2004) recorreram à investigação-ação para promover a relevância de se considerar a integridade de dados como uma dimensão essencial nos processos de melhoria da qualidade da informação, trabalhando com uma empresa de fabrico global. O estudo envolveu cinco atividades principais, que se enquadram no ciclo de melhoria da qualidade dos dados, nomeadamente: investigação de identificação (definição do que é a qualidade e a integridade dos dados para a empresa analisada); diagnóstico de problemas (medir e analisar a integridade dos dados); planeamento de soluções (analisar as causas e definir possíveis soluções); implementação de soluções; refletir e aprender (pensar sobre as violações à integridade dos dados). Os investigadores observaram as práticas da empresa, providenciaram “sessões de treino e sobre qualidade dos dados e a discussão de formas de melhorar a integridade dos dados” (Lee et al., 2004, p. 92). Foram, também, considerados documentos, nomeadamente as avaliações periódicas à qualidade dos dados e a auditoria dos resultados.

Lee et al. (2006) recorrem à aplicação do questionário IQA desenvolvido pelo Cambridge Research Group em 1997. O inquérito é construído utilizando uma escala de tipo Likert que varia entre 0 e 10, em que 0 indica “De modo algum” e 10 indica “Completamente”. No manual de Lee et al. (2006), aponta-se que o propósito deste inquérito, enquanto instrumento de trabalho, é “obter as avaliações subjectivas dos inquiridos sobre a qualidade dos dados e o conhecimento dos inquiridos sobre os processos, programas e ferramentas de qualidade dos dados existentes” (p. 31). Os autores acrescentam que os inquiridos devem ser

“indivíduos cuja interação com a informação da organização é como coletor, guardião ou consumidor” (p. 31).

Zúñiga e Hinsley (2013), para perceberem e compararem as perspectivas dos jornalistas e dos públicos sobre aquilo que é “bom jornalismo”, colocaram hipóteses e questões de partida que orientaram o desenvolvimento de dois inquéritos (aplicados online). Um destes foi aplicado a uma amostra aleatória e representativa de jornalistas ($n = 927$); o outro foi aplicado aos públicos ($n = 1159$), em dois momentos — no primeiro, foi distribuído a adultos ao longo dos EUA, no segundo procurou-se representatividade com base nos censos do país.

Jenkins e Nielsen (2019) selecionaram oito órgãos de informação em quatro países (França, Reino Unido, Finlândia e Alemanha) — dois por país, que apresentassem características semelhantes — para estudar as perspetivas dos jornalistas e outros atores da indústria dos media sobre a qualidade das notícias através de entrevistas semiestruturadas em profundidade ($n = 48$). Os autores analisaram os dados a partir de uma abordagem comparativa constante e recorreram ao NVivo enquanto software para a análise.

Odriozola-Chéné et al. (2019) recorreram a uma metodologia qualitativa e às entrevistas qualitativas semiestruturadas para estudar as condicionantes do jornalismo de qualidade. Foram entrevistados 120 jornalistas de três países diferentes da América Latina (Chile, Ecuador e México). Odriozola-Chéné et al. (2019) trabalharam com uma amostra não-probabilística, pelo que não era esperado que fosse possível efetuar generalizações estatísticas ao conjunto das populações de jornalistas dos três países (p. 123).

Costera Meijer e Bijleveld (2016) procuram entender o ponto de vista dos públicos sobre a qualidade do jornalismo. Para isso, recorreram a um inquérito que tinha como propósito “medir o jornalismo valioso enquanto categoria de análise”, e, também, perceber que tipo de inter-relação existe na “experiência dos consumidores de notícias” (p. 4). Os autores selecionaram, intencionalmente, utilizadores reais do jornalismo local.

Baskarada (2009) propõe um conjunto de abordagens metodológicas que podem ser aplicadas ao estudo da qualidade da informação, sintetizadas na Tabela 4:

Abordagem interpretativa qualitativa	Centra-se na compreensão dos fenómenos através dos significados que as pessoas lhes atribuem. Não pré-define as variáveis dependentes e independentes e procura explorar toda a complexidade da produção humana de sentido.
Abordagens de recolha de dados	Inclui amostragem teórica, entrevistas, análise de documentos e observação.
Abordagens de análise de dados	Método comparativo constante, a hermenêutica, a correspondência de padrões, a construção de explicações, a análise de casos e entre casos.
Revisão da literatura	É efetuada uma revisão da literatura como parte da metodologia de investigação, para recolher informações relevantes e conhecimentos de estudos anteriores.
Estudos de caso exploratórios	Trata-se de efetuar investigações aprofundadas de um pequeno número de casos, para obter informações e identificar potenciais indicadores ou conceitos para investigação posterior.
Estudo Delphi (processo sistemático e iterativo para obter opiniões ou consenso de um grupo de especialistas sobre um determinado assunto)	É efetuado um estudo Delphi de quatro rondas, para validar e agrupar os indicadores de maturidade candidatos em níveis evolutivos faseados. Este estudo envolve a recolha de dados de um painel de participantes para chegar a um consenso.
Estudos de casos explicativos	São efetuados estudos de casos explicativos múltiplos, para testar e reforçar a teoria desenvolvida. Estes estudos de caso envolvem a aplicação de um modelo de análise em diferentes contextos do mundo real.

Tabela 4. Abordagens metodológicas propostas por Baskarada (2009)

É de sublinhar a diversidade de abordagens na avaliação da qualidade da informação, tendo em conta as três perspectivas consideradas por este Barómetro (qualidade a partir da produção, do produto, e dos públicos). Destaca-se, além disso, a existência de diferentes aspetos que podem ser avaliados no caso do jornalismo, por exemplo — não só as características da produção (como a precisão, a objetividade e a transparência), mas também questões associadas às fontes de informação, à independência (do jornalismo, e dos órgãos de informação e dos jornalistas que o produzem), e à *accountability* dos média, por exemplo.

Por outro lado, o recurso a metodologias quantitativas ou qualitativas depende dos objetivos da investigação desenvolvida e das dimensões consideradas no estudo. As abordagens são diversas e demonstram a flexibilidade existente, sobretudo no que diz respeito às técnicas de recolha: embora o inquérito por questionário seja recorrente (potencialmente pela facilidade de aplicação, sobretudo online), as entrevistas e os grupos focais também são técnicas implementadas neste tipo de investigação. Destaca-se, também, a necessidade de acautelar o tempo que estes processos implicam — a avaliação da qualidade da informação, independentemente da metodologia empregue, é morosa.

A avaliação da qualidade da informação é complexa, existindo diversos critérios e modelos para aferir se determinada informação é, ou não, de qualidade. Por

outro lado, percebeu-se, também, a relevância dos dados para a informação e, a partir daí, a importância da qualidade dos dados — e do sistema de gestão proposto pelo TDQM.

As dimensões da qualidade da informação são variadas e têm origem não só na literatura, mas também no contexto específico, até porque esta não pode, ou não deve, ser estudada independentemente da realidade envolvente — que mostra o seu propósito, relevância e abrangência. Nesse sentido, tornou-se preponderante analisar projetos que colocam em prática a avaliação da qualidade da informação. O capítulo seguinte é, por isso, dedicado ao mapeamento de projetos análogos ao BIP.

3. PROJETOS ANÁLOGOS AO BIP

O BIP – Barómetro para a Qualidade da Informação mapeou e analisou 24 projetos, em 63 países (ver lista no Anexo 1). A maior parte deles são oriundos de Portugal, França e EUA (Figura 6). Os resultados desses barómetros estão publicados em português, inglês, francês, espanhol, galego, sueco, alemão, italiano e, no caso do African Media Barometer Publications, também em idiomas regionais africanos (Figura 7).

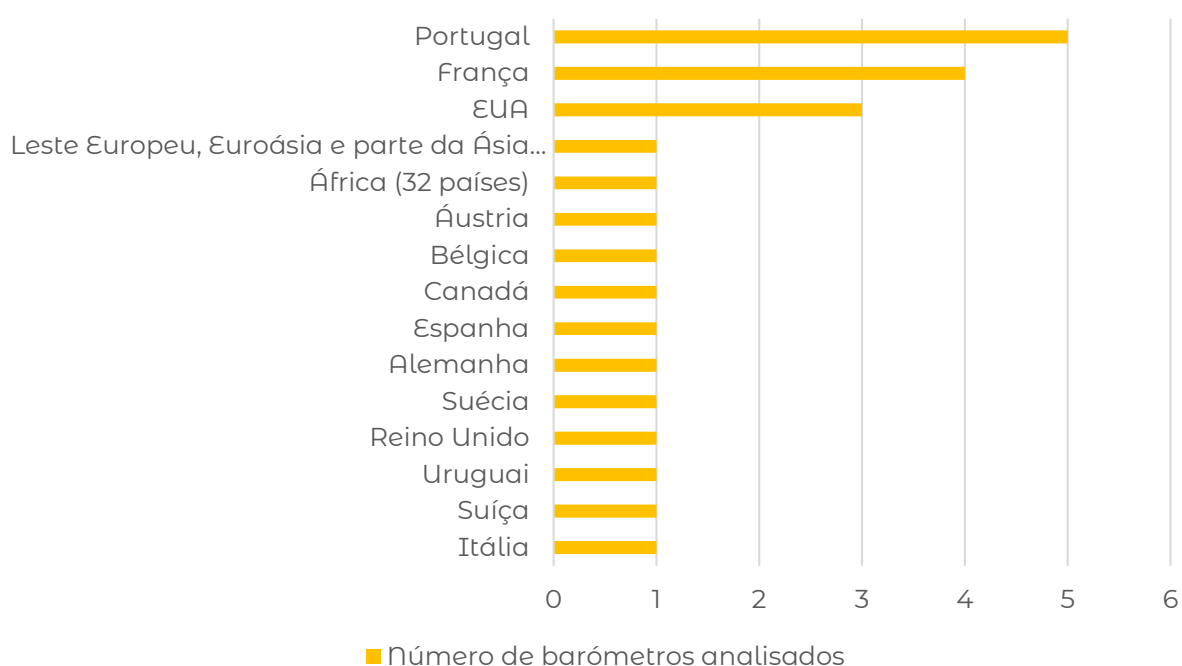


Figura 6. Localização geográfica dos barómetros analisados

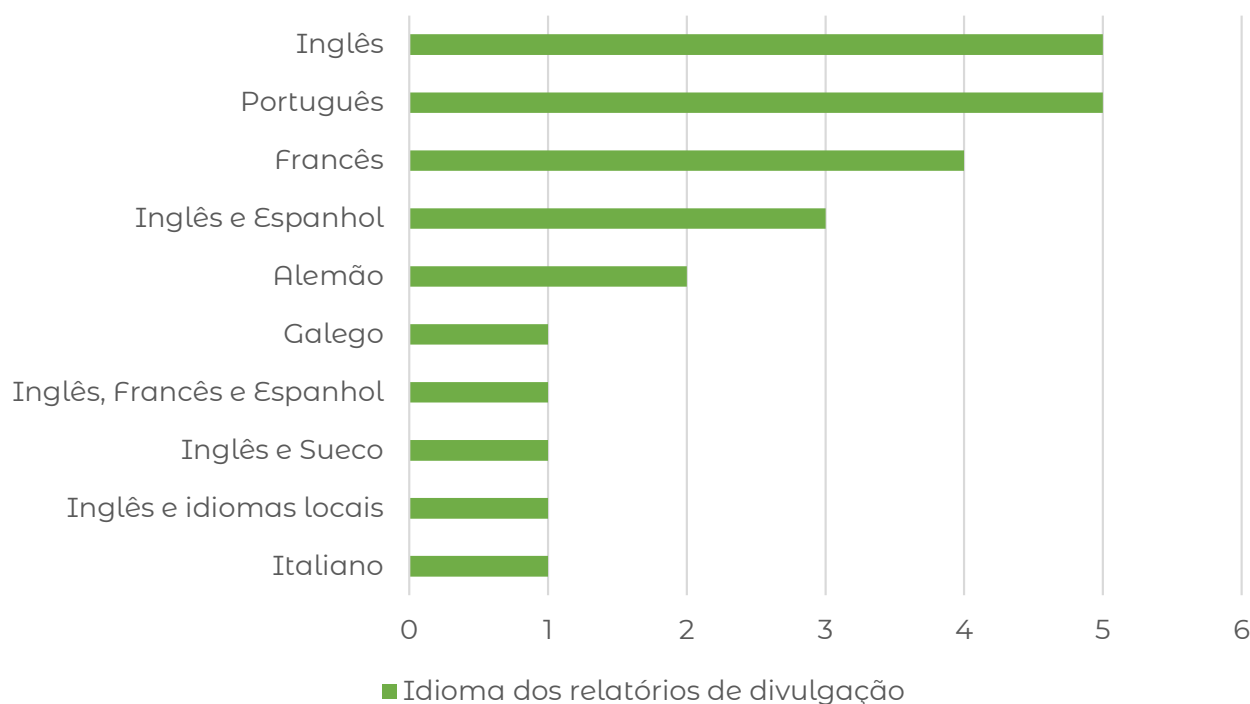


Figura 7. Idioma dos relatórios de divulgação dos resultados

Em relação aos barómetros portugueses, foram mapeados cinco projetos que integram dois laboratórios de investigação — LabCom e MediaLab. O LabCom integra o Barómetro das Redes Sociais das CIM, que monitoriza a comunicação das políticas públicas desenvolvidas pelas 21 Comunidades Intermunicipais distribuídas pelo território nacional continental. Já o MediaLab suporta quatro projetos, um deles ainda em atividade (Monitio) e os outros três já encerrados. Os três projetos já encerrados foram, ainda assim, considerados nesta análise, pela relevância metodológica e pela proximidade territorial com o BIP.

Cada um dos barómetros analisados avalia a informação segundo diferentes dimensões, como acessibilidade, confiança, transparência, relevância, precisão, distribuição e produção. Para este relatório, classificamos os projetos segundo as três abordagens que orientam o trabalho do BIP: a) a avaliação da qualidade da informação tomando por objeto o processo de produção b) a qualidade avaliada a partir das características dos produtos; e c) a qualidade avaliada a partir das perceções dos públicos. Como se demonstra na Figura 8, a abordagem menos representada é a que olha a qualidade a partir do processo de produção, ou seja a que avalia as rotinas, as condições de produção e as práticas dos profissionais.

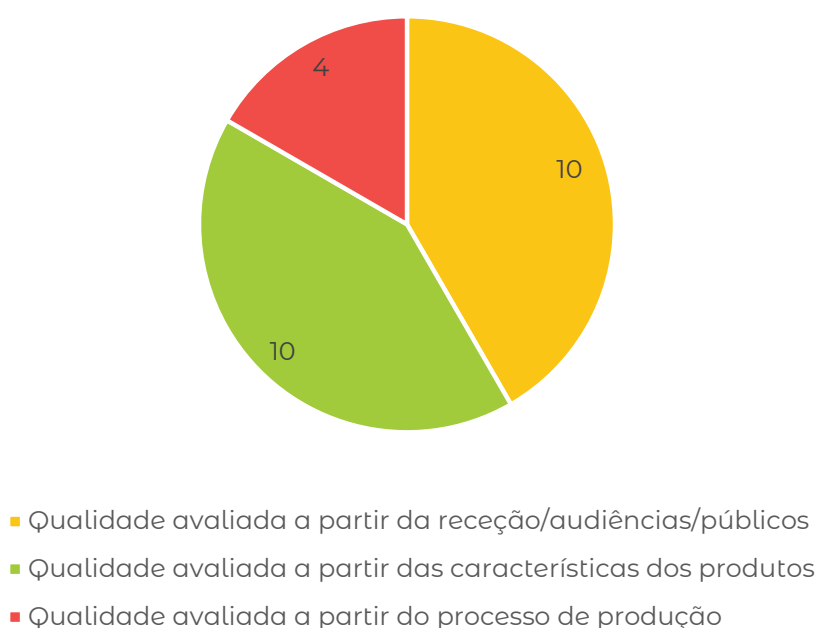


Figura 8. Barómetros analisados por abordagem

Na sua maioria, os barómetros disponibilizam os resultados em relatórios no formato PDF, mas alguns oferecem gráficos interativos e/ou estáticos e vídeos. Em termos de usabilidade, o Vibrant Information Barometer (VIBE) — que divulga um relatório anual sobre como a informação mediática/jornalística é produzida, difundida, consumida e utilizada em 18 países no Leste Europeu, Eurásia e parte da Ásia — apresenta o *dashboard* interativo mais completo, de fácil e rápida visualização dos dados. Os relatórios do barómetro VIBE são produzidos a partir de questionários com especialistas e aferem 20 indicadores diferentes de qualidade da informação mediática/jornalística. Já o Science Barometer Austria conseguiu resumir o relatório de 2022 numa animação em vídeo com cerca de um minuto, em linguagem acessível ao público leigo. Os barómetros que tratam de dados abertos governamentais oferecem, ainda, acesso integral à base de dados no formato CSV (The Open Data Barometer e Global Data Barometer). Livros, revistas e eventos académicos também são usados para divulgar os resultados, especialmente em projetos ligados a universidades.

Quanto às fontes de informação (Figura 9), os projetos podem ser organizados da seguinte forma: os que trabalham com fontes primárias (a categoria em que se enquadra a maior parte dos projetos analisados), fontes secundárias ou com fontes mistas. Há barómetros alimentados por dados externos produzidos por sindicatos, associações, governos locais e organizações internacionais como Fórum Económico Mundial, União Internacional de Telecomunicações, Nações Unidas, Freedom House e Repórteres Sem Fronteiras. Aqueles que utilizam fontes primárias realizam, geralmente, inquéritos por meio de questionário, en-

trevistas e sondagens. Neste último caso, as amostras são representativas da população estudada, há regularidade na recolha dos dados para fins de investigação comparada e, normalmente, há uma base sólida de financiamento (governos, universidades ou plataformas digitais como a Google).

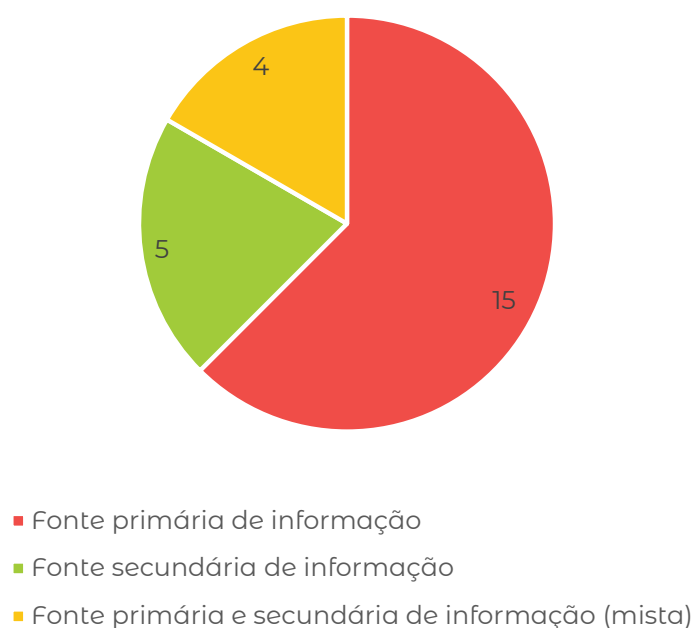


Figura 9. Barómetros analisados conforme o tipo de fonte de informação

Metade dos barómetros analisados (Figura 10) desenvolveu e/ou adaptou uma metodologia mista (quantitativa e qualitativa) para a recolha e cruzamento dos dados. Nesses casos, há triangulação das técnicas de recolha, com a aplicação de inquéritos por questionário e entrevistas, para além da análise qualitativa de outros relatórios e estudos científicos. Quanto às metodologias, a aplicada pelo African Media Barometer Publications destaca-se pela complexidade do instrumento de medição, que é aplicado a 32 países com diferenças culturais, linguísticas e socioeconómicas. O instrumento foi desenvolvido em conjunto pela organização não-governamental Friedrich-Ebert-Stiftung e pelo Instituto de Média da África Austral.

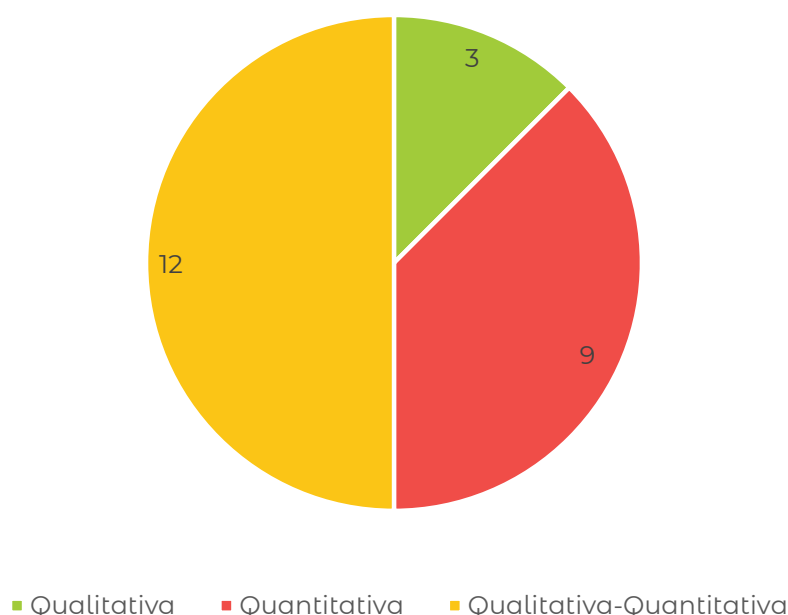


Figura 10. Barômetros analisados conforme o método de recolha e cruzamento dos dados

Também se destacam os barômetros Media Bias/Fact Check (MBFC) e VIBE, pelo uso de escalas. O MBFC mede o nível de credibilidade de um meio de comunicação através de indicadores como a linguagem usada nas manchetes, os tipos de fontes de informação, a escolha das histórias, a filiação política das fontes de informação, a liberdade de imprensa no país onde se encontra o meio de comunicação, o tipo de governo do país e a estimativa do tráfego (audiência) do website do meio de comunicação. Cada categoria é avaliada através de uma escala de 0 a 10, onde 0 indica falta de viés (meio de comunicação não tendencioso) e 10 representa um viés extremo (meio de comunicação tendencioso). A média dessas quatro pontuações é representada na escala, para indicar o viés geral do meio de comunicação. A pontuação é a seguinte: 0 – 2 = Menos Tendencioso; 2 – 5 = Viés de Centro à Esquerda/Direita; 5 – 8 = Viés Esquerda/Direita; e 8 – 10 = Viés Extremo.

No caso do VIBE, o objetivo é aferir como a informação é produzida, disseminada, consumida e usada. Para tal, são utilizados 20 indicadores subdivididos em quatro dimensões: qualidade da informação; circulação da informação; consumo e comprometimento com a informação; e ações transformadoras dessa informação. Um questionário com os 20 indicadores é distribuído a especialistas nos 18 países monitorizados pelo VIBE no Leste Europeu, Eurásia e parte da Ásia. Os especialistas atribuem pontuações a cada indicador e participam de debates moderados por um representante do VIBE. No final, o resultado é apresentado numa escala que vai do “mais vibrante” ao “menos vibrante” (Figura 11).

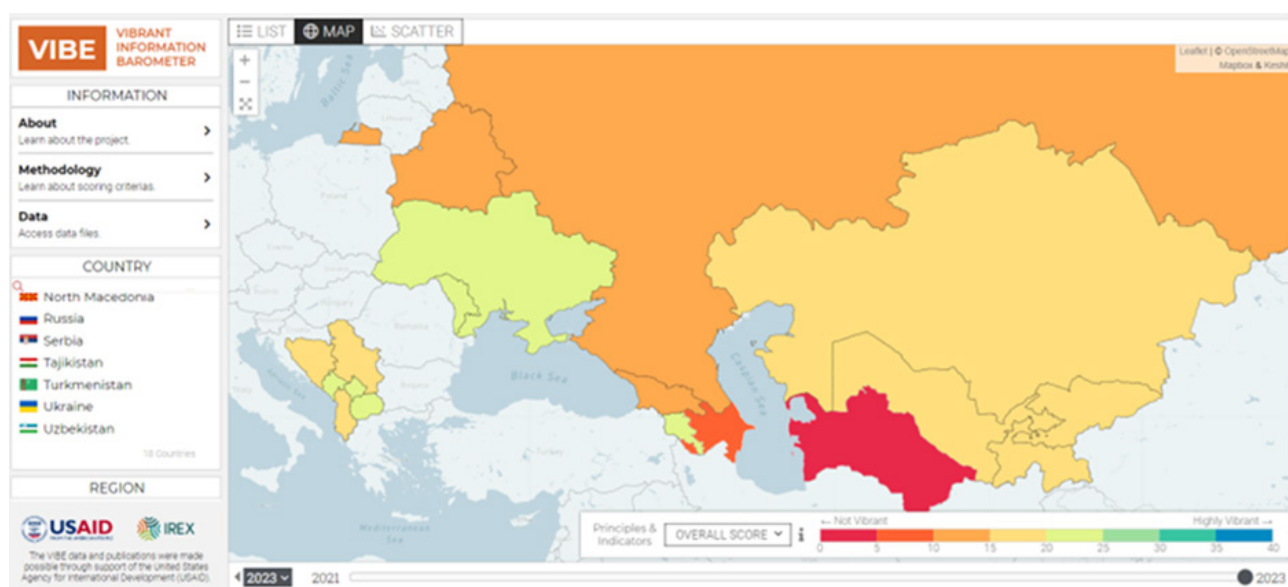


Figura 11. Imagem do gráfico interativo apresentado pelo VIBE 2023

Fonte: Retirado de VIBE, 2023. Copyright © 2023. <https://vibe.irex.org>

Os projetos foram, ainda, analisados de acordo com a regularidade com que divulgam os resultados, sendo que 11 dos 24 são atualizados anualmente (Figura 12). O Barômetro de Dados Abertos para a América Latina e as Caraíbas foi interrompido em 2020 e os barômetros da Desinformação, do Sentimento Político nas Redes Sociais, e das Presidenciais 2021, ligados ao MediaLab, também estão encerrados e tiveram caráter pontual.



Figura 12. Frequência da divulgação dos resultados

Em relação à política de privacidade e uso dos dados, os projetos acabam por não recolher, tratar ou manipular dados sensíveis e, se o fazem, esses dados não são públicos. No caso do African Media Barometer Publications, a metodologia prevê o anonimato dos avaliadores, já que são pessoas ligadas às comunidades locais, que eventualmente terão críticas a fazer aos meios de comunicação social e poderão preferir o anonimato. Os dois barómetros analisados que tratam da qualidade de dados abertos governamentais disponibilizam a base integral de dados em CSV, para uso público (Global Data Barometer e The Open Data Barometer). Quatro dos 24 projetos analisados são explícitos nas suas políticas de uso dos dados, com menção às regras para reprodução do conteúdo e citação das fontes. Outros quatro projetos utilizam a Licença Creative Commons e os restantes não fazem qualquer menção à política de uso dos dados.

Com exceção dos quatro barómetros do MediaLab, todos os outros publicitam a informação sobre o financiamento do projeto, sendo que a maioria é financiada por um conjunto de instituições públicas e privadas (ver Anexo 2). A exceção é o MBFC, que procura um modelo independente de sustentabilidade, através de assinaturas, doações e publicidade do Google AdSense e Snigel. O Edelman Trust Barometer, por sua vez, é apoiado pela empresa privada Eldeman, que vende pesquisas e sondagens ao mercado.

Em síntese, a análise dos 24 barómetros de qualidade da informação evidencia a diversidade de abordagens e metodologias adotadas, refletindo o esforço global em medir e melhorar a qualidade da informação mediática e jornalística. A predominância de fontes primárias, combinada com a aplicação de metodologias mistas, demonstra um compromisso com a precisão e a abrangência na recolha de dados. A variação nos formatos de apresentação, desde relatórios em PDF até painéis interativos, também contribui para a acessibilidade e a transparência das informações divulgadas.

Outro aspeto relevante é a complexidade dos contextos socioculturais em que os barómetros operam, como exemplificado pelo African Media Barometer, que adapta a sua metodologia para diferentes realidades regionais. A análise destaca ainda a importância da regularidade na divulgação dos resultados, bem como a necessidade de maior clareza nas políticas de uso de dados e financiamento. Esses fatores são essenciais para assegurar a credibilidade e a sustentabilidade de tais iniciativas no panorama global da avaliação da qualidade informativa.

4. METODOLOGIA DO BIP

O BIP é um observatório que procura monitorizar a qualidade da informação disponibilizada aos cidadãos por instituições públicas, organizações privadas e meios de comunicação, a partir de diversos critérios e indicadores. Tendo em conta os modelos existentes para aferição da qualidade da informação e a experiência de projetos análogos, propomos, nesta secção, as abordagens metodológicas que vamos adotar, considerando que o BIP terá por objeto diferentes tipos de informação (jornalismo; publicidade; comunicação institucional e política). Nesta secção, vamos apresentar as linhas mestras que vão orientar o processo de recolha, análise e divulgação dos resultados da avaliação da informação, evidenciando o carácter abrangente e flexível da proposta, que terá de ser constantemente adaptada às especificidades do tipo de informação que vai ser avaliada e do contexto em que é produzida.

4.1. O processo de monitorização do BIP

A avaliação da qualidade da informação é um processo complexo e meticuloso, que requer o cumprimento de um conjunto de etapas (Figura 13). A primeira consiste na definição da informação a ser avaliada: o tópico, as fontes a partir das quais vai ser recolhida e as unidades de análise que vão ser consideradas. Na segunda etapa define-se o modelo de análise a adotar, tendo em conta o tipo de informação que vai ser avaliada e a dimensão (processo de produção, produto ou uso pelo público): os indicadores e critérios usados para avaliar informação jornalística não são os mesmos usados para aferir a qualidade da informação publicitária ou institucional (sem prejuízo de alguns serem comuns). Da mesma forma, não recorreremos às mesmas técnicas de recolha e análise para aferir perceções ou para medir as características de textos. A terceira etapa do processo consiste em selecionar as técnicas mais adequadas para o caso em análise (desenvolvemos este tópico na secção 4.2.). Na quarta etapa, procede-se à análise propriamente dita — a partir do modelo de análise previamente construído, com vista a avaliar a qualidade da informação —, terminando o processo na quinta etapa, em que o resultado da avaliação é disponibilizado pelo BIP ao público e em geral e a atores relevantes, de diversas formas (ver secção 4.4.). Esta comunicação é essencial para melhorar a qualidade da informação e promover a transparência e a confiança no processo.

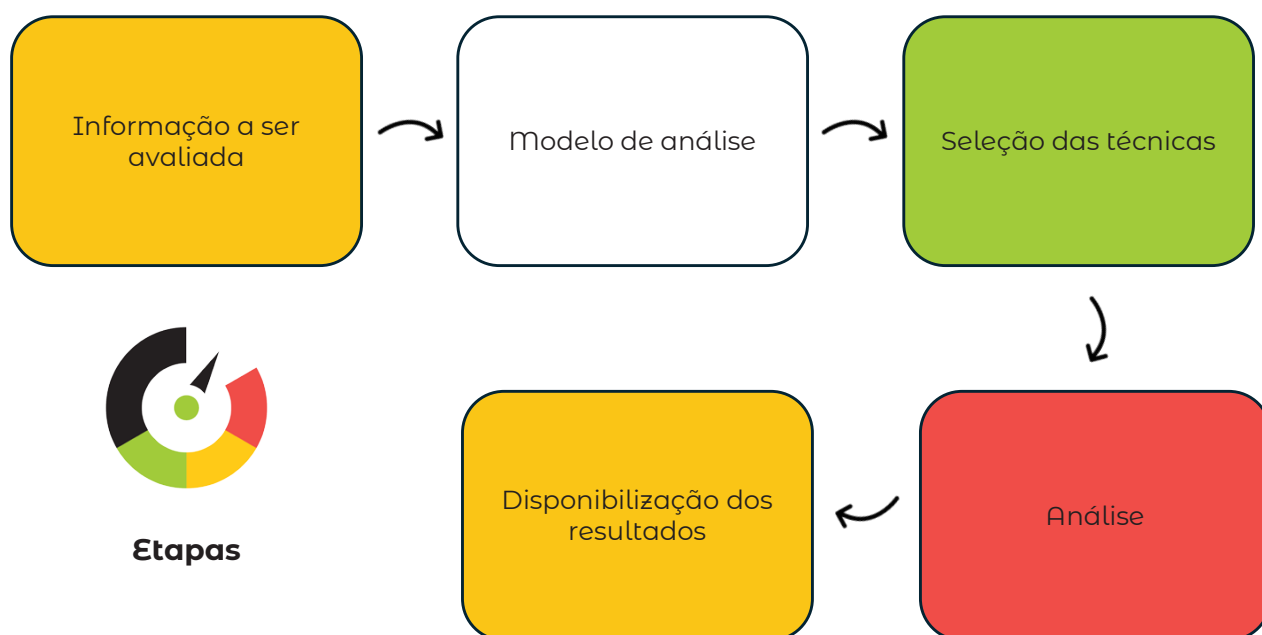


Figura 13. Etapas do processo de avaliação da qualidade da informação pelo BIP

4.1.1. Critérios transversais

Como acima referido, diferentes tipos de informação requerem indicadores específicos para proceder à sua avaliação. No entanto, existem, também, indicadores e critérios comuns aos vários tipos de informação que o BIP avalia (institucional, jornalística e publicitária). Nesse sentido, e partir das propostas teóricas de Lee et al. (2002) e Zarraga-Rodriguez e Alvarez (2015), bem como de Figueira e Silva (2023) e Silva (2023), construiu-se um modelo de critérios transversais (Tabela 5), que será complementado com outras dimensões e indicadores, em função da especificidade de cada tipo de informação, garantindo um quadro de análise comparável, mas também ajustável.

Conceito	Dimensões	Componentes	Indicadores
Qualidade da informação	Qualidade intrínseca	Credibilidade	reputação da fonte
			ausência de denúncias de manipulação
			alinhamento com padrões éticos
		Transparência	declaração de intenções
			indicação de conflitos de interesse
			divulgação de processos editoriais ou criativos
		Precisão e veracidade	percentagem de factos verificados
			existência de correções públicas
			transparência na atribuição de fontes e autoria
		Imparcialidade e inclusividade	representação equilibrada de perspetivas
			ausência de enviesamentos
			inclusão de grupos sub-representados
		Responsabilidade e ética	conformidade com normas legais
			publicação de relatórios de impacto social
			respeito pela privacidade dos utilizadores
	Qualidade representacional	Clareza, compreensibilidade e interpretabilidade	legibilidade do texto
			uso de linguagem clara e concisa
			organização lógica de ideias
			completude do conteúdo
		Originalidade e inovação	criação de conteúdos originais
			aplicação de formatos inovadores
	Qualidade contextual	Relevância e utilidade	introdução de novas abordagens
			adequação ao público-alvo
			frequência de consulta
	Qualidade de acesso	Interatividade	pertinência do tema no momento de publicação
			existência de mecanismos de interação com o conteúdo
			facilidade de interação com o conteúdo
		Acessibilidade	existência de mecanismos de interação do público com os produtores de conteúdo
			utilização de canais diversos para divulgação dos conteúdos
			disponibilidade em formatos acessíveis e compatibilidade com dispositivos variados
			conteúdos em formatos acessíveis a pessoas com incapacidade/necessidades específicas/neurodivergentes
		Impacto social	reações do público
			contribuição para a literacia
			influência nas decisões dos destinatários

Tabela 5. Modelo de critérios transversais para avaliação da qualidade

4.2. Métodos e técnicas

Para o BIP, a qualidade da informação pode ser avaliada a partir de três dimensões ou abordagens: do processo de produção da informação; das características do produto (que pode ser de natureza diversa); e a partir da receção da informação pelos públicos. Cada uma destas três vertentes implica o recurso a diferentes técnicas de seleção, recolha e análise de dados. Na Tabela 6 anotamos as mais comuns ou tipicamente usadas. Procuraremos privilegiar de forma tão equitativa quanto possível cada uma das abordagens, tendo em conta que — como vimos — a menos representada na literatura é a que se centra nos processos de produção da informação.

	Avaliação a partir do processo de produção	Avaliação a partir das características do produto	Avaliação a partir da receção/uso do público
Seleção de casos	Amostragem não probabilística por casos típicos Amostragem não probabilística por bola de neve	Amostragem probabilística simplesmente aleatória ou sistemática Amostragem probabilística estratificada Amostragem não probabilística por quotas Amostragem não probabilística por casos típicos	Amostragem não probabilística accidental Amostragem não probabilística por quotas
Recolha de dados	Entrevista Grupo focal Observação	Observação (grelha)	Questionário Sondagem Grupo focal Painel
Análise de dados	Análise de conteúdo temática Análise do discurso	Análise de conteúdo quantitativa Análise de conteúdo temática Análise narrativa	Análise estatística Análise de conteúdo temática Análise do discurso

Tabela 6. Técnicas de seleção, recolha e análise, de acordo com a abordagem da análise

4.3. O método Delphi e o estudo de caso

No que toca a métodos específicos de pesquisa, para além da survey (assente no uso do questionário), antecipamos o recurso a estudos de caso e ao método Delphi. Relativamente ao método Delphi, será usado para validar os diferentes modelos de análise/indicadores e a construção de alguns instrumentos de recolha (questionários ao público). Os painéis serão constituídos por profissionais e por especialistas/investigadores.

Iremos recorrer a estudos de caso, sempre que se verifiquem situações que — pela sua relevância e impacto público — justifiquem um estudo mais aprofundado. Antecipamos a realização de dois estudos de caso por ano, mas esta regularidade será sempre ditada pelo contexto. O que diferencia esta modalidade

de outras atividades de avaliação do BIP é a profundidade de análise, o que implica, por exemplo, considerar as três abordagens (processo de produção, produto e receção) para avaliação da qualidade da informação.

4.4. Disseminação dos resultados e regularidade de atualização

Uma dimensão essencial de um observatório é a sua capacidade de comunicar os resultados do trabalho de monitorização. Como vimos no capítulo anterior, são diversos os instrumentos e as plataformas a que recorrem os barómetros e é também distinta a regularidade com que comunicam os seus resultados. Na Tabela 7 sistematizamos os principais instrumentos de disseminação a que recorre o BIP e sua regularidade.

Instrumento	Regularidade	Descrição
Sondagem	Mensal	Sondagem (com recurso a uma escala) online acerca de um assunto tópico atual com relevância pública
Relatório	Variável	Relatório de avaliação da qualidade da informação (a partir de uma ou mais abordagens) sobre um tema/tópico
Newsletter	Trimestral	Resumo dos Relatórios (com destaque para os resultados principais); produção própria e trabalho de curadoria sobre informação que possa interessar ao público do BIP
Anuário	Anual	Relatório da atividade anual do BIP, constituído pelo conteúdo dos diversos relatórios, sondagens e newsletters, mas adicionando também textos de análise produzidos por profissionais e investigadores convidados

Tabela 7. Instrumentos de disseminação e respetiva regularidade

Quanto às plataformas e suportes de disseminação (Tabela 7), o BIP recorrerá essencialmente a um website e à publicação em redes sociais para dar conta das atividades que realiza e, no caso do website, para publicar relatórios e outra documentação relevante. Adicionalmente, pretende-se criar espaços de discussão (físicos e virtuais) — como debates, mesas-redondas e a edição de um podcast — que favoreçam a interação entre especialistas e profissionais e — um aspeto muito relevante — permitam a participação do público.

No que toca à participação dos cidadãos, pretendemos que vá para além da habitual posição de recetores ou de participantes nas pesquisas do BIP. Gostaríamos que adotasse uma dimensão de verdadeira intervenção, com a criação de canais que lhes permitam ter voz na nossa agenda de investigação. Concebemos ainda a articulação com outras plataformas do CECS, nomeadamente o Think Tank Communitas e com os Observatórios Milobs e Polobs (Tabela 8).

Plataforma/suporte	Regularidade	Descrição
Website	Em contínuo	Disponibilização de informação sobre a atividade do BIP, de todos os relatórios e bases de dados produzidos pelo barômetro e publicação mensal da sondagem
Redes sociais	Em contínuo	Disponibilização de informação sobre a atividade do BIP e divulgação da sondagem
Podcast	Mensal	Espaço de debate (com os diversos atores, incluindo o público) sobre temas relativos à qualidade da informação. Articulação com o Communitas, MilObs e PolObs.
Evento científico anual	Anual	Evento (presencial ou online), subordinado a um tema relevante (que emerja da atividade anual do BIP) e que congregue diversos atores (incluindo o público), com uma dimensão interventiva.

Tabela 8. Plataformas e suportes de disseminação e respetiva regularidade

Nesta dinâmica, ao concebermos os instrumentos e formatos de disseminação dos resultados, não perdemos de vista que o BIP é um observatório, mas também uma plataforma de intervenção, pelo que as diferentes modalidades de divulgação incorporam sempre não só uma dimensão de apresentação de dados/resultados, mas também propostas de intervenção ou propostas para debater no espaço público eventuais iniciativas de transformação ou mudança, a partir do trabalho do BIP.

4.5. Política de transparência e acesso aberto

O BIP subscreve uma política de transparência no que diz respeito a todo o seu processo de produção. Por esse motivo, será disponibilizada no website informação sobre os critérios e modelos adotados para avaliar cada projeto do BIP e sobre o processo de recolha e análise da informação. Ao usar os dados dos participantes (na fase de recolha, armazenamento e divulgação), seguimos as normas do Regulamento Geral de Proteção de Dados e acautelamos os princípios de Integridade Académica e os procedimentos éticos a ele associados.

A política de transparência do BIP estende-se ao financiamento. Podendo ser público e privado, a informação sobre quem são as instituições ou indivíduos que financiam a atividade do BIP ou algum projeto em particular e sobre as modalidades de apoio financeiro será disponibilizada no website.

O acesso aberto é a modalidade com que opera o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade — o centro de investigação que acolhe o BIP — pelo que, tanto os resultados, como as bases de dados produzidas pelo BIP ficam disponíveis a partir do website.

4.6. Intervenção social e científica

Um dos principais contributos científicos do BIP reside na construção e teste de modelos de análise e instrumentos para a aferição da qualidade da informação, que poderão ser adotados e adaptados por outros investigadores. Desta forma, além de promover a robustez da investigação sobre a qualidade da informação, abre-se a porta a mais estudos comparativos. O BIP pretende ainda promover o debate e a construção coletiva de conhecimento, fortalecendo a comunidade académica e a sociedade civil, impulsionando assim o avanço científico. Outro contributo reside na integração do público — os recetores e utilizadores da informação — que é chamado a pronunciar-se sobre a qualidade da informação, mas também a discutir os resultados dessa avaliação. Esta integração dos públicos, e do seu entendimento sobre a qualidade da informação, permite também a comparação entre a avaliação feita por parte dos produtores e por parte dos receptores de informação.

Pretende-se ainda que o BIP se constitua como uma ferramenta de avaliação da qualidade da informação acessível e de fácil utilização, através de uma navegação intuitiva e da disponibilização de recursos a investigadores de diversas áreas de estudo.

A palavra informação é muitas vezes confundida com a palavra jornalismo. Os jornalistas trabalham por excelência na divulgação de um tipo específico de informação — a jornalística —, sendo por isso crucial que sejam imparciais e rigorosos no seu trabalho. A disseminação de informação falsa ou imprecisa pode causar danos à sociedade, por isso é dever dos profissionais da área realizar uma apuração rigorosa dos factos. Pelo impacto social do jornalismo, o BIP reconhece-lhe um lugar relevante, mas não exclusivo, até pelo cada vez maior impacto que tem outro tipo de informação — que compete com a jornalística — veiculada por líderes de opinião ou instituições. Será dada atenção a diferentes tipos e contextos de produção de informação, em diversos campos. Nesse sentido, o Barómetro para a Qualidade da Informação irá centrar-se em três tipos de informação, nomeadamente, a jornalística, a publicitária e a organizacional/institucional.

O desenvolvimento de modelos de avaliação para cada uma das tipologias de informação, bem como a consideração dos produtores, do produto e dos receptores de informação, irá permitir maior rigor e precisão dos dados recolhidos. Espera-se que isto contribua para a geração de conhecimento útil, não só a nível científico, mas também social, e para a monitorização e análise adequadas da qualidade da informação. O BIP tem como objetivo ser uma ferramenta essencial nesta tarefa, de forma a contribuir para uma sociedade mais informada e capaz de tomar decisões de forma crítica e consciente, e a promover a transparência e a responsabilização social, bem como a confiança nos diferentes tipos de informação ao dispor de cada um.

O BIP acredita que esta vertente de intervenção social e científica é crucial, não só devido ao potencial contributo para a melhoria da qualidade da informação (e aos benefícios claros para a sociedade), mas sobretudo devido ao cenário em que vivemos, pautado por fenómenos desinformativos que se propagam com pouco, ou nenhum, tipo de controlo. Aqui, é preponderante o papel que os média sociais têm tido e continuam a ter na disseminação desse tipo de conteúdos (por exemplo, o *Digital News Report 2024*, do Reuters Institute, nota que as redes sociais são ainda uma das principais fontes de notícias online; Newman, 2024), sobretudo tendo em conta fenómenos como o término da verificação de factos no Facebook, anunciado pela Meta (Ferreira, 2025). À desinformação acresce a perda de confiança nas instituições e na informação, inclusive na jornalística, verificando-se uma preocupação crescente com a distinção entre o que é falso e o que é real no que toca às notícias online e, ainda, entre o conteúdo que é fiável e aquele que não é, em plataformas online — sobretudo no TikTok e no X (Newman, 2024).

A atuação deste Barómetro a nível científico e social está em linha com a importância do diálogo entre a ciência e a sociedade e, também, com a ideia de que a implementação é tão relevante quanto a invenção (explicar a ciência, além de gerir os seus impactos, é relevante para o avanço social) — estes são dois pontos destacados pelo Edelman Trust Barometer (2024) para restaurar a confiança na promessa da inovação. Para além disso, estas pontes são relevantes para assegurar que o conhecimento científico não se encerre dentro da academia, mas que seja utilizado de modo mais abrangente, como ferramenta informativa e capacitante.

A disseminação, junto dos públicos, dos resultados que o Barómetro alcance é fulcral. Concebemos os públicos tendo em conta o público em geral, os profissionais produtores de informação e as instituições e empresas onde estes trabalham. Esta preocupação com a divulgação dos resultados prende-se, como anteriormente salientado, com a vocação interventiva do BIP, que tem em vista melhorar a qualidade da informação, e o objetivo de devolver à sociedade aquilo que se recolheu, analisou e compreendeu.

REFERÊNCIAS

Ballou, D. P., & Pazer, H. L. (2003). Modeling completeness versus consistency tradeoffs in information decision contexts. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 15(1), 240–243. <https://doi.org/10.1109/TKDE.2003.1161595>

Casero Ripollés, A., & López Rabadán, P. (2013). La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional. In J. L. Gómez Mompert, J. F. Gutiérrez Lozano & D. Palau Sempio (Eds.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (pp. 73–89). aldea global.

Constituição da República Portuguesa, de 2 de abril de 1976, Diário da República n.º 86/1976, Série I de 1976-04-10 (1976). (Alterado pelo/a Lei Constitucional n.º 1/2005 - Diário da República n.º 155/2005, Série I-A de 2005-08-12). <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/constpt2005.pdf>

Costera Meijer, I., & Bijleveld, H. (2016). Valuable journalism. Measuring news quality from a user's perspective. *Journalism Studies*, 17(7), 827–839. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1175963>

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

Diakopoulos, N., & Essa, I. (2008). An annotation model for making sense of information quality in online video. In P. J. Ågerfalk, H. Delugach & M. Lind (Eds.), *ICPW '08: Proceedings of the 3rd International Conference on the Pragmatic Web: Innovating the interactive society* (pp. 31–34). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1479190.1479195>

Edelman Trust Barometer. (2024). *2024 Edelman Trust Barometer global report*. Edelman Trust Institute. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2024-02/2024%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_FINAL.pdf

Eppler, M. J. (2006). *Managing information quality: Increasing the value of information in knowledge-intensive products and processes* (2ª ed.). Springer.

Fard, A. E., & Cunningham, S. (2019). Supplementary materials for: Assessing the readiness of academia in the topic of false and unverified information. *Journal of Data and Information Quality*, 11(4), Article 17. <https://doi.org/10.1145/3313788>

Ferreira, M. L. (2025, 7 de janeiro). Zuckerberg põe fim à verificação de factos no Facebook em nome da “liberdade de expressão”. *Público*. <https://www.publico.pt/2025/01/07/tecnologia/noticia/zuckerberg-poe-fim-verificacao-factos-facebook-nome-liberdade-expressao-2117896>

Figueira, A., & Silva, E. C. (2023). A transparência como dimensão da qualidade: A propriedade dos média e os desafios da (in)visibilidade. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023021. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4708](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4708)

García Gordillo, M. del M., Bezunartea Valencia, O., & Rodríguez Cruz, I. (2013). El valor agregado periodístico, herramienta para el periodismo de calidad. In J. L. Gómez Mompert, J. F. Gutiérrez Lozano & D. Palau Sempio (Eds.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (pp. 39–52). aldea global.

- González-Valiente, C. L. (2014). Midiendo la calidad de la información gestionada: algunas reflexiones conceptuales-metodológicas. *Biblios*, 54, 42–50. <https://doi.org/10.5195/biblios.2014.149>
- Goodhue, D. L. (1998). Development and measurement validity of a task-technology fit instrument for user evaluations of information systems. *Decision Sciences*, 29(1), 105–138. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1998.tb01346.x>
- Guerra, J. L. (2023). A abordagem estratégica da qualidade em jornalismo: Inovação, tecnologia e pesquisa aplicada. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023023. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4736](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4736)
- Howard, G., Lubbe, S., & Kloppe, R. (2011). The impact of information quality on information research [Edição especial 4]. *Alternation*, 288–305.
- Huang, K., Lee, Y., & Wang, R. (1999). *Quality information and knowledge*. Prentice Hall.
- Jarke, M., & Vassiliou, Y. (1983). Coupling expert systems with database management systems. *NYU Working Paper*, 83(53). <http://hdl.handle.net/2451/14584>
- Jenkins, J., & Nielsen, R. (2020). Proximity, public service, and popularity: A comparative study of how local journalists view quality news. *Journalism Studies*, 21(2), 236–253. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>
- Ju, B., Jung, Y., & Bourgeois, J. P. (2024). Wikipedia as an online health information source: Consumers' satisfaction with information quality. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 12(2), 36–48. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2024.12.2.3>
- Jung, W. (2004). A review of research: An investigation of the impact of data quality on decision performance. In *ISICT '04: Proceedings of the 2004 International Symposium on Information and Communication Technologies* (pp. 166–171). Trinity College Dublin.
- Lee, Y. W., Pipino, L. L., Funk, J. D., & Wang, R. Y. (2006). *Journey to data quality*. MIT Press.
- Lee, Y. W., Pipino, L. L., Strong, D. M., & Wang, R. Y. (2004). Process-embedded data integrity. *Journal of Database Management*, 15(1), 87–103.
- Lee, Y. W., Strong, D. M., Kahn, B. K., & Wang, R. Y. (2002). AIMQ: A methodology for information quality assessment. *Information & Management*, 40, 133–146.
- Marinho, S., Loureiro, L. M. & Palau-Sampio, D. (2023). Nota introdutória: A qualidade do jornalismo. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023025. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).5491](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).5491)
- Meier, K. (2019). Quality in journalism. In T. Vos & F. Hanusch (Eds.), *The international encyclopedia of journalism studies*. John Wiley and Sons, Inc.
- Miranda, J. (2023). Responsabilização e qualidade do jornalismo: Instrumentos e práticas digitais de accountability dos média portugueses. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023022. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4750](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4750)
- Newman, N. (2024, 17 de junho). *Overview and key findings of the 2024 Digital News Report*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/dnr-executive-summary>

- Nicoletti, J., & Mick, J. (2018). Influências da precarização na qualidade jornalística: Construção de uma matriz de indicadores. *Passagens*, 9(1), 127–141. <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/38547>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2008). *Gestão do conhecimento*. Bookman.
- Odriozola-Chéné, J., Gutiérrez-Atala, F., Domínguez-Panamá, J., & Pérez-Arozamena, R. (2019). Las relaciones de las influencias em los procesos de producción informativa y sus efectos em la calidad periodística. Uma vision desde latinoamérica. *Cadernos.info*, (44), 119–134. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1297>
- Pipino, L. L., Lee, Y. W., & Wang, R. Y. (2002). Data quality assessment. *Communications of the ACM*, 45(4), 211–218.
- Silva, M. S. (2023). “Não tenho as condições”: Como os jornalistas de televisão e rádio avaliam a qualidade do jornalismo em Portugal. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023020. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4737](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4737)
- Tang, R., Bor Ng, K., Strzalkowski, T., & Kantor, P. B. (2003). Automatically predicting information quality in news documents. In *Companion volume of the proceedings of HLT-NAACL 2003 - Short papers* (pp. 97–99). Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.3115/1073483.1073516>
- Thayer, L. O. (1968). *Communication and communication systems in organization, management, and interpersonal relations* (2ª ed.). R. D. Irwin.
- Van der Sluis, F., Faure, J., & Homnual, S. P. (2024). An empirical exploration of the subjectivity problem of information qualities. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 75(7), 829–843. <https://doi.org/10.1002/asi.24884>
- Wand, Y., & Wang, R. Y. (1996). Anchoring data quality dimensions in ontological foundations. *Communications of the ACM*, 39(11), 86–95. <https://doi.org/10.1145/240455.240479>
- Wang, R. Y. (1998). A product perspective on total data quality management. *Communications of the ACM*, 41(2), 58–65. <https://doi.org/10.1145/269012.269022>
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond accuracy: What data quality means to data consumers. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 5–34. <https://doi.org/10.1080/07421222.1996.11518099>
- Zarraga-Rodriguez, M., & Alvarez, M. J. (2015). Experience: Information dimensions affecting employees' perceptions towards being well informed. *Journal of Data and Information Quality*, 6(2–3), Article 12. <https://doi.org/10.1145/2774223>
- Zhai, Y., & Han, G. (2024). Lockdown, information quality, and political trust: An empirical study of the Shanghai lockdown under COVID-19. *International Review of Administrative Sciences*, 90(1), 132–148. <https://doi.org/10.1177/00208523231166254>
- Zhu, H., Madnick, S. E., Lee, Y. W., & Wang, R. Y. (2014). Data and information quality research: Its evolution and future. In H. Topi & A. Tucker (Eds.), *Computing handbook* (3ª ed.). Chapman and Hall/CRC.

Zmud, R. W. (1978). Concepts, theories and techniques – An empirical investigation of the dimensionality of the concept of information. *Decision Sciences*, 9(2), 187–195. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1978.tb01378.x>

Zúñiga, H., & Hinsley, A. (2013). The press vs the public. What is 'good journalism'? *Journalism Studies*, 14(6), 926–942. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.744551>

Anexos

Anexo 1

African Media Barometer Publications (AMB)	https://fesmedia-africa.fes.de/media-and-publications/african-media-barometer-publications
Baromètre de l'accessibilité numérique en lecture publique	https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-lecture/Actualites/Barometre-de-l-accessibilite-numerique-en-lecture-publique-2023-publication-des-resultats-de-la-4e-edition
Baromètre de l'esprit critique	https://www.printempsdelespritcritique.fr/fr/barometre-de-lesprit-critique
Baromètre de la confiance politique	https://www.sciencespo.fr/cevipof/fr/content/le-barometre-de-la-confiance-politique.html
Baromètre sur l'utilité du Journalisme	https://journalisme.com/tours/barometre/
Barómetro CIM	https://labcomca.ubi.pt/investigacao/obcom/investigacao/barometro-cim/
Barómetro da qualidade dos serviços públicos	https://transparencia.xunta.gal/tema/participacion-e-relacions-coa-cidadania/barometro-calidade-servizos?langId=es_ES barometerlac.org
Barómetro de Dados Abertos para a América Latina e as Caraíbas	barometerlac.org/?_year=2020&indicator=ODB
Barómetro do MediaLab do ISCTE-IUL - Barómetro Presidenciais 2021 nas redes sociais	https://medialab.iscte-iul.pt/barometro/presidenciais-2021/
Barómetro do MediaLab do ISCTE-IUL - Barómetro da Desinformação	https://medialab.iscte-iul.pt/barometro/desinformacao/
Barómetro do MediaLab do ISCTE-IUL - Barómetro do sentimento político nas redes sociais	https://medialab.iscte-iul.pt/barometro-sentimento-politico-redes-sociais-metodologia/
Barómetro MediaLab-Monitio	https://medialab.iscte-iul.pt/barometro-medialab-monitio-metodologia/
Digital News Report	https://www.digitalnewsreport.org/
Edelman Trust Barometer	https://www.edelman.com/
Global Data Barometer	https://globaldatabarometer.org/
Media Accountability and Transparency	https://brost.ifj.tu-dortmund.de/en/projects/media-accountability-and-transparency/
Media Bias/Fact Check (MBFC)	https://mediabiasfactcheck.com/
Mediebarometern	https://www.nordicom.gu.se/en/facts-analysis/media-barometer
OSH Barometer	https://visualisation.osha.europa.eu/osh-barometer/
Science Barometer Austria	https://www.oeaw.ac.at/en/science-barometer
The Open Data Barometer	http://devodb.wpengine.com/?_year=2017&indicator=ODB
Vibrant Information Barometer (VIBE)	https://www.irex.org/resource/vibrant-information-barometer-vibe
fög	https://www.foeg.uzh.ch/en
Il barometro dell'odio	https://www.amnesty.it/barometro-odio/

Tabela A1. Lista de barómetros analisados

Anexo 2

Designação	Vínculo institucional	Financiamento
African Media Barometer Publications (AMB)	Comissão Africana dos Direitos Humanos e dos Povos, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) e Instituto de Mídia da África Austral (MISA)	Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)
Baromètre de l'accessibilité numérique en lecture publique	Biblioteca Nacional da França e Biblioteca Pública de Informação	Biblioteca Nacional da França
Baromètre de l'esprit critique	Universcience	Universcience Palais de la Découverte Cité Sciences et industrie
Baromètre de la confiance politique	CEVIPOF (Centro de Pesquisa Política da Sciences Po) fundado em 1960 por Jean Touchard. Tornou-se um centro de pesquisa associado ao CNRS em 1968. Desde 01 de janeiro de 2024, é co-dirigido por Kevin Arceneaux e Anne Muxel. Há parcerias com centros e universidades de outros países para estudos pontuais como a confiança nas políticas públicas relacionadas a COVID-19, por exemplo.	Órgãos governamentais e iniciativa privada
Baromètre sur l'utilité du Journalisme	Associação Jornalismo & Cidadania	União Europeia no âmbito do programa de Apoio aos Meios de Comunicação Independentes ao Serviço do Interesse Público na Vizinha-ça Sul
Barómetro CIM	Universidade da Beira Interior	Fundação para a Ciência e Tecnologia de Portugal (FCT)
Barómetro da qualidade dos serviços públicos	Junta da Galícia	Junta da Galícia
Barómetro de Datos Abertos para a América Latina e as Caraíbas	World Wide Web Foundation	IDB, CAF, IDRC, Luminate and World Bank
Barómetro do MediaLab do ISCTE-IUL - Barómetro Presidenciais 2021 nas redes sociais	MediaLab CIES_Iscte	Não há menção
Barómetro do MediaLab do ISCTE-IUL - Barómetro da Desinformação	MediaLab CIES_Iscte	Não há menção
Barómetro do MediaLab do ISCTE-IUL - Barómetro do sentimento político nas redes sociais	MediaLab CIES_Iscte	Não há menção
Barómetro MediaLab-Monitio	MediaLab CIES-Iscte e Priberam	Não há menção

Digital News Report	Reuters Institute	BBC News, Google, Ofcom, the Broadcasting Authority of Ireland, the Dutch Media Authority (CvdM), the Media Industry Research Foundation of Finland, the Fritt Ord Foundation in Norway, the Korea Press Foundation, Edelman UK, as well as our academic sponsors at the Hans Bredow Institute, the University of Navarra, the University of Canberra, the centre d'études sur les médias, Québec, Canada, and Roskilde University in Denmark. The Open Society Foundations has joined in 2019 as a sponsor, allowing us to expand the report to cover South Africa
Edelman Trust Barometer	Edelman Trust Institute	Empresa privada que vende pesquisas e sondagens de mercado.
Global Data Barometer	D4D.net and ILDA	Canada's International Development Research Centre
Media Accountability and Transparency	Erich Brost Institute (EBI)	Fundos europeus
Media Bias/Fact Check (MBFC)	O Media Bias Fact Check é de propriedade de Dave Van Zandt	Publicidade terceirizada Google AdSense e Snigel, sem patrocínio direto - 35% Assinaturas de membros que aderem ao projeto. Neste caso, os serviços aparecem sem a exibição de publicidade - 65% Doações via Patreon ou Paypal. Apenas para pessoas físicas. - 5% As percentagens são informadas pelo site, mas somam 105% e não 100.
Mediebarometern	Jornais Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten e Svenska Dagbladet; as emissoras de serviço público Swedish Radio (SR), Swedish Television (SVT) e Swedish Educational Broadcasting (UR); a Autoridade de Imprensa e Radiodifusão da Suécia; Dentsu Data Labs; e a Associação de Editores Suecos e a Associação de Editores de Revistas Suecas. O Nordicom é responsável de forma independente por todos os questionários e análises.	Ministério da Cultura da Suécia
OSH Barometer	Direção-Geral do Emprego, dos Assuntos Sociais e da Inclusão (DG Emprego, Assuntos Sociais e Inclusão) da Comissão Europeia e da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho (EU-OSHA)	Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho

Science Barometer Austria	Academia Austríaca das Ciências (OeAW)	Academia Austríaca das Ciências (OeAW)
The Open Data Barometer	World Wide Web Foundation	Omidyar Network
Vibrant Information Barometer (VIBE)	IREX e USAID	USAID
fög	Universidade de Zurich	University of Zurich, Kurt Imhof Foundation for Media Quality, EPFL Stifterverein Medienqualität, Schweiz, GfK Growth from Knowledge, Commslab, js_studien+analysen, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, European Journalism Observatory, Media Performance and Democracy e National Taiwan University
Il Barometro dell'odio	Amnesty International	Amnesty International

Tabela A2. Vínculo institucional e financiamento dos barómetros analisados