



MODELOS DE NEGÓCIO PARA REVISTAS CIENTÍFICAS ELETRÔNICAS DE ACESSO LIVRE: problemática atual e alternativas para garantir a qualidade e sustentabilidade

Eixo Temático: Gestão e Políticas da Informação
Modalidade: Apresentação Oral

Thiago Pitaluga
João de Melo Maricato

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa busca discutir a viabilidade dos modelos de negócios para revistas científicas eletrônicas de acesso livre. Pressupõe-se que a crescente incorporação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no processo de comunicação científica e, mais particularmente, o Movimento pelo Acesso Livre (*Open Access*) à informação científica, configuram-se como alternativas para maximizar a acessibilidade e o impacto da informação (GUANAES; GUIMARÃES, 2012), no entanto, ensejam novos padrões de gerenciamento de revistas científicas eletrônicas.

A revista científica está associada à maneira formal de divulgação de conhecimento científico. O caráter formal e oficial das revistas ainda hoje é tido como ponto fundamental para sua credibilidade e qualidade (MUELLER, 2000). Antes de ser divulgado pelas revistas, os resultados das pesquisas científicas passam pelo processo de avaliação por outros cientistas daquela determinada área do conhecimento.

Para muitas áreas do conhecimento as revistas científicas são consideradas o principal canal de comunicação entre os pesquisadores (COSTA; GUMIEIRO, 2012). As TICs e o movimento pelo acesso livre à informação científica promovem mudanças cruciais na maneira de como a informação está sendo veiculada e acessada. Atualmente existem questionamentos às assinaturas de revistas científicas comerciais, assim, novas revistas científicas eletrônicas de acesso livre surgem, porém, enfrentam dificuldades para manterem sua periodicidade e padrão de qualidade.

Discutir a qualidade, visibilidade, e, especificamente, a sustentabilidade de revistas científicas eletrônicas e possíveis modelos de negócios para revistas



Open Access é o propósito da pesquisa em andamento. As análises e discussões propostas buscam olhar as revistas eletrônicas de acesso livre como empresas, com seus insumos e produtos, e, sobretudo, passíveis de serem administradas ou geridas a partir de componentes de um modelo de negócios.

Em seu sentido básico, o modelo de negócio trata sobre como a empresa (no caso uma revista científica) organiza-se para se sustentar. Este estudo pretende verificar a viabilidade de novos modelos de negócios, visando a superação dos problemas enfrentados para manutenção da periodicidade e da alta qualidade das revistas científicas eletrônicas de acesso livre.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa se baseia em teorias gerais extraídas da bibliografia sobre o tema da comunicação científica e seus elementos relacionados diretamente às revistas científicas eletrônicas de acesso livre e suas teorias e práticas gerais de modelos de negócios.

Em uma segunda fase haverá aplicação de questionário ao grupo de revistas científicas eletrônicas da Universidade Federal de Goiás (UFG). A partir desse corpus de análise buscar-se-á identificar as principais dificuldades percebidas no processo de publicação das revistas percepções sobre o conhecimento e utilização de modelos de negócio.

3 REVISTAS CIENTÍFICAS ELETRÔNICAS DE ACESSO LIVRE

Com o desenvolvimento e popularização das TICs o volume cada vez maior de artigos publicados por cientistas das mais diversas áreas do saber puderam ser armazenados e distribuídos de maneira extremamente veloz, rompendo barreiras geográficas e temporais. O novo mundo eletrônico que se abriu a partir dos primeiros computadores e de seu uso em rede, propiciado pela Internet, fizeram com que o periódico científico impresso fosse aos poucos migrado para o meio eletrônico.

Em virtude do alto custo da manutenção das assinaturas das revistas científicas tradicionais, pesquisadores, bibliotecas, editores e leitores de um



modo geral, se viram impelidos a criar alternativas de acesso às informações científicas. Tendo em vista que os altos valores pagos pelas assinaturas de periódicos científicos restringiam seus acessos, e, conseqüentemente impactavam nos resultados de futuras pesquisas, a comunidade científica junto com bibliotecários, autores e editores organizaram-se com o intuito de promover a divulgação, visibilidade e acesso livre da literatura científica no mundo, tal movimento é conhecido como *Open Access*. Além dos custos, verificou-se um problema ético e político na conjuntura tradicional, pois as pesquisas financiadas com recursos do Estado não eram de livre acesso para todos os cidadãos. O modelo de acesso livre considera este conhecimento científico como um bem público global (BOMFÁ *et al*, 2008; KURAMOTO, 2006).

As revistas eletrônicas de acesso livre fazem parte da via dourada, *gold road*, alternativa proposta pela *Budapest Open Access Initiative* (BOAI) em 2002, baseada no uso do protocolo *Open Archive Initiative – Protocol for Metadata Harvesting* (OIA-PMH). Nesta configuração, os editores científicos garantem acesso livre aos artigos publicados via Internet, utilizando um programa de gerenciamento cujos dados mantém interoperabilidade com outras plataformas (ALVES, 2008).

A partir das Declarações de Budapest, Berlim e Bethesda em 2002-2003, acontecimentos cruciais na luta pelo *Open Access*, houve um aumento imediato no número de periódicos de acesso livre. Nessa atual conjuntura, as revistas científicas eletrônicas de acesso livre enfrentam diversas dificuldades para manterem sua credibilidade, muitos aspectos a respeito da infraestrutura, operacional, padrão de qualidade, recompensas e motivações, dentre outros, ainda estão sendo debatidos. (BOMFÁ *et al*, 2008; CRISTOFOLI; FERREIRA; MARCHIORI, 2010).

Atualmente, o *Directory of Open Access Journals* (DOAJ), plataforma que indexa e proporciona acesso às revistas de acesso livre, registra mais de 9.700 periódicos em 133 países. O Brasil está em segundo lugar, e a evolução do número de revistas científicas coincide com o período em que o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) fez a customização



do software *Open Journal System* (OJS), em 2004, o qual recebeu a denominação de Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER) (KURAMOTO, 2012).

No entanto, tal crescimento traz consigo dificuldades e questionamentos. Neste sentido, Gumiero e Costa (2012) perguntam: como é possível manter uma revista científica de acesso livre de alta qualidade se os custos de sua produção não são diretamente cobrados aos leitores? Para contribuir com as possíveis respostas é que se realiza este trabalho, o qual considera o uso de modelos de negócios na atividade de publicação de periódicos científicos eletrônicos de acesso livre como uma das soluções possíveis para o problema, uma vez que as fontes de receitas originadas através de “políticas públicas de fomento ou apoio à publicação de revistas científicas eletrônicas em acesso livre devem ser precedidas de modelos de gestão que prevejam a sustentabilidade” (GUANAES; GUIMARÃES, 2012).

4 MODELOS DE NEGÓCIO PARA REVISTAS CIENTÍFICAS ELETRÔNICAS DE ACESSO LIVRE

De acordo com Abadal (2012), criar uma revista científica não é algo extremamente difícil, mantê-la ativa durante um longo período é a parte mais complicada. Alcançar a sustentabilidade econômica através da criação de fluxos de receitas sólidas para cobrir os custos editoriais, os desenvolvimentos tecnológicos das plataformas digitais, entre outras coisas é atualmente o desafio fundamental para revistas de acesso livre.

Em seu sentido básico, o modelo de negócio trata sobre como a empresa organiza-se para se sustentar. Em uma abordagem mais desenvolvida, os modelos de negócios são as escolhas (em termos de recursos mobilizados e competências, propostas de valor e organização interna / externa) feitas por uma empresa para operar (DEMIL; LECOCQ, 2010). O modelo de negócio procura responder quatro perguntas-chave: **O que motiva seu cliente?** (proposição de valor); **Como criamos valor para o cliente?** (arquitetura de valor); **Como ganhamos dinheiro?** (modelo de receita); **Quem faz parte da sua equipe? Qual valor buscam?** (equipe e valor).



Quanto à tipologia de revistas de acesso livre, conforme definido por Abad García e Melero (2008), uma das possibilidades de classificação as distinguem entre: (1) livres para consultar, gratuitas para leitores e autores; (2) as que exigem pagamento para a publicação (pago pelo autor); (3) modelos híbridos (pagamento por assinatura com artigos de acesso livre); (4) revistas com assinatura oferecendo conteúdo de acesso livre (às vezes postergado).

O modelo de negócio coloca-se como alternativa para melhorar a nitidez dos resultados relacionados a gestão, pois enfatiza o componente das fontes de receita e a estrutura de custos operacionais que geram valor ao cliente.

Considerando que a qualidade e visibilidade das revistas são determinadas de acordo com padrões preestabelecidos, dos quais a periodicidade e sustentabilidade fazem parte, uma gestão eficiente dos recursos deve ter como meta otimizar a visibilidade da revista, garantindo valor ao produto. O que significa em termos acadêmicos, entre pesquisadores, maior pontuação no ranking Qualis, indexação em Bases de Dados reconhecidas pela comunidade científica, conselho editorial qualificado, fator de impacto, entre outros indicadores.

O estudo de Rodrigues e Abadal (2014) traz estatísticas sobre revistas científicas eletrônicas indexadas nas bases de dados Web of Science e Scopus, duas referências internacionais de qualidade. Em torno de 90% das revistas brasileiras indexadas são publicadas com acesso livre. A resenha sobre este Estudo (2014), postada no blog Scielo, aponta que a explicação para este número significativo sobre as revistas de alta qualidade e impacto no Brasil está na política de seis *stakeholders* principais que tomaram um conjunto de medidas econômicas, e tecnológicas, além de treinamento em editoração para promover e fortalecer os periódicos. Estes incentivadores são:

- SciELO - Scientific Electronic Library Online;
- CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
- Universidades;
- *Qualis* CAPES - Sistema de classificação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior;
- IBICT – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia;



- Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC).

Muitos países em desenvolvimento não possuem uma estrutura de *publishers* comerciais, e a maioria dos periódicos de qualidade não tem fins lucrativos, sendo operados com recursos públicos por sociedades científicas e instituições de pesquisa. Embora os *stakeholders* brasileiros promovam o desenvolvimento das revistas científicas eletrônicas de acesso livre, seus recursos são limitados e não contemplam todos os periódicos nacionais. Os modelos de *eBusiness* para revistas científicas eletrônicas de acesso livre são propostas que sugerem maneiras pelas quais elas possam gerar a receita necessária para executar suas funções.

Observou-se, que modelos de gestão, até então citados na literatura, não levavam em consideração todos os aspectos necessários a um modelo de negócios. Ainda que a publicação de revistas científicas de acesso livre não seja, necessariamente, atividade de uma “empresa”, constitui-se, entretanto, em atividade que se assemelha ao conceito (GUMIEIRO; COSTA, 2012).

Costa e Gumiero (2012) propõem uma adequação dos componentes de modelo de negócio (proposição de valor; arquitetura de valor; produto-serviço, fontes de receitas) estabelecidos por Stähler (2002) ao cenário das revistas científicas eletrônicas de acesso livre, pois acreditam que eles permitem a “análise dos principais aspectos que envolvem a atividade de publicação de periódico”. As autoras consideram que esta dinâmica diferenciada em cada área do conhecimento exige das revistas a elaboração de um modelo de negócio particular. Torna-se importante conhecer a comunidade para oferecer produtos e serviços que vão ao encontro de suas necessidades.

Os componentes do modelo de negócio são relacionados às especificidades das áreas das Ciências Exatas e Naturais, Ciências Sociais e Humanas, Artes e Humanidades. Desta forma, são estabelecidos por Costa e Gumiero (2012) três modelos genéricos que demonstram o peso que as fontes de receita têm para impulsionar o negócio.

Dos componentes propostos por Stähler (2002), salienta-se que a arquitetura de valor tem papel fundamental para organizar as revistas, afim de que elas possam oferecer valor aos clientes e parceiros. Dentro da proposta



de Costa e Gumieiro (2012), os recursos aplicados em arquitetura de valor impulsionam estratégias que contribuem na proposição de valor. Os valores ofertados e identificados pelos clientes fazem com que a revista seja consumida, gerando maior demanda e visibilidade, chamando atenção de anunciantes e patrocinadores, que podem investir financeiramente no negócio, configurando-se como uma fonte de receita. O mesmo pode acontecer com os parceiros da revista, aqui considerados como os autores e avaliadores. Atender aos valores esperados pelos parceiros promove o aumento da submissão de trabalhos de autores e oferta de capital intelectual de avaliadores.

Costa e Gumieiro (2012) reconhecem que escolher e integrar as diferentes facetas de um negócio e representá-las sob a forma de modelo pode ser a questão mais crítica do planejamento da publicação de uma revista científica. A maneira como uma editora seleciona, implementa e combina vários componentes deve refletir seu contexto particular. Na construção da arquitetura de valor leva-se em consideração a projeção de qual mercado será servido, os recursos internos, a descrição dos agentes econômicos e suas funções, os parceiros externos e o canal de comunicação e coordenação de mecanismos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa em desenvolvimento visa discutir os aspectos relacionados à gestão das revistas científicas eletrônicas de acesso livre que possam impactar negativamente na qualidade dos conteúdos veiculados. Procura-se contribuir para a elevação do padrão de qualidade que corrobora com a visibilidade desses periódicos científicos e, sobretudo, apontar caminhos para transformar suas atividades autossustentáveis.

REFERÊNCIAS

ABADAL, Ernest. Retos de las revistas en acceso abierto: cantidad, calidad y sostenibilidad económica ". **Hipertext.net**, 10, 2012. Disponível em: <<http://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-10/retos-revistas-en-acceso-abierto.html>>. Acesso em: 4 abr. 2014



ABAD GARCÍA, M. F. MELERO, R. Revistes d'accés obert: característiques, models econòmics i tendències. **BID**, Barcelona, n. 20, jun. 2008. Disponível em: <<http://bid.ub.edu/pdf/20meler1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

ALVES, Virginia Barbara Aguiar Alves. Open archives: via verde ou via dourada. **PontodeAcesso**, Salvador, v.2, n.2, p. 127-137, ago. /set. 2008. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/1780/2172>>. Acesso em: 10 jun.

BOAI - Budapest open access initiative (2002). Disponível em: <<http://www.soros.org/openaccess>>. Acesso em: 15 abr. 2014.

BOMFÁ, Claudia Regina Ziliotto; et al. Acesso livre à informação científica digital: dificuldades e tendências. **TransInformação**, Campinas, 20(3): 309-318, set./dez., 2008.

COSTA, Sely Maria de Souza; GUMIEIRO, Katiucia Araujo. O uso de modelos de negócios por editoras de periódicos científicos de acesso aberto, **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 17, n. 4, p. 100-122, out./dez. 2012.

CRISTOFOLI, F.; FERREIRA, S. M. S. P.; MARCHIORI, P. Z. Motivação para publicar em revistas científicas: estudo nas áreas de ciências da comunicação e ciência da informação. In: FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto; TARGINO, Maria das Graças (Org.). **Acessibilidade e visibilidade de revistas científicas eletrônicas**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DEMIL, B. LECOCQ, X. Business model evolution: In search of dynamic consistency. **Long Range Planning**, v. 43, n. 2-3, Pages 227-246, abr. 2010.

DOAJ – Directory of Open Access Journals. **Number of journals added into DOAJ**. Disponível em: <<http://www.doaj.org/doaj?func=byCountry&uiLanguage=en>>. Acesso em: 7 dez. 2013.

ESTUDO destaca os modelos de publicação em periódicos científicos do Brasil e Espanha. SciELO em Perspectiva. [viewed 15 June 2014]. Disponível em: <<http://blog.scielo.org/blog/2014/04/25/estudo-destaca-os-modelos-de-publicacao-em-periodicos-cientificos-do-brasil-e-espanha/>>. Acesso em: 15 jul. 2014.

GUANAES, Paulo Cezar Vieira; GUIMARÃES, Maria Cristina Soares. Modelos de gestão de revistas científicas: uma discussão necessária. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.17, n.1, p.56-73, jan./mar. 2012.



HURD, J. M. The transformation of scientific communication: a model for 2020. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, New York, v. 51, n. 14, p. 1279–1283, 2000. Disponível em: <<http://www.ou.edu/ap/lis5703/sessions/hurd.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2014.

KURAMOTO, H. Blog do Kuramoto: este blog se dedica às discussões sobre Open Access. **OA**: alguns dados estatísticos que comprovam a sua evolução e adesão. Disponível em: <<http://kuramoto.blog.br/2012/07/31/oa-alguns-dados-estatisticos-que-comprovam-a-sua-evolucao-e-adesao/>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

KURAMOTO, H. Informação científica: proposta de um novo modelo para o Brasil. **Ciência da informação**. Brasília, v. 35, n. 2, p. 91-102, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v35n2/a10v35n2.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2014.

MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.

MIRANDA, Dely Bezerra de; PEREIRA, Maria de Nazaré Freitas. O periódico científico como veículo de comunicação: uma revisão de literatura, **Ci. Inf.**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 375-382, set./dez., 1996.

MUELLER, Suzana Pinheiro Machado. A ciência, o sistema de comunicação científica e a literatura científica. In: CAMPELLO, Bernadete S.; CENDÓN, Beatriz V.; KREMER, Jeannette M. (Orgs.). **Fontes de Informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

RODRIGUES, R.S.; ABADAL, E. Scientific Journals in Brazil and Spain: Alternative Publishing Models. **Journal of the Association for Information Science and Technology**. 2014. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.23115/abstract;jsessionid=EB2E3AE739C4C5A74D455B37349A1F28.f04t04?deniedAccessCustomisedMessage=&userIsAuthenticated=false>>. Acesso em: 13 set. 2014.

STÄHLER, P. Business models as an unit of analysis for strategizing. 2002. Disponível em: <http://www.hec.unil.ch/aosterwa/Documents/workshop/Draft_Staehler.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2012.