

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA E
GESTÃO DO CONHECIMENTO**

THIAGO MENEGHEL RODRIGUES

**Elementos e Parâmetros para o Conhecimento e a Comunicação da
Marca Científica de Revistas Eletrônicas na Internet.**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, como um dos requisitos à obtenção do título de mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento.

Área de concentração: Mídias do Conhecimento.

Orientador: Prof. Dr. Richard Perassi Luiz de Souza.

**Florianópolis
2012**

**Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da
UFSC.**

Meneghel, Thiago Rodrigues

Elementos e parâmetros para o conhecimento e a comunicação da marca científica de revistas eletrônicas na internet [dissertação] / Thiago Meneghel Rodrigues ; orientador, Richard Perassi Luiz de Souza - Florianópolis, SC, 2012.

191 p. ; 21cm

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento.

Inclui referências

1. Engenharia e Gestão do Conhecimento. 2. Gestão de revistas científicas. 3. Branding. 4. Mídias do Conhecimento. I. Souza, Richard Perassi Luiz de. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. III. Título.

THIAGO MENEGHEL RODRIGUES

**ELEMENTOS E PARÂMETROS PARA O CONHECIMENTO E
A COMUNICAÇÃO DA MARCA CIENTÍFICA DE REVISTAS
ELETRÔNICAS NA INTERNET.**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 1º de junho de 2012.

Prof. Paulo Maurício Selig, Dr.
Coordenador do Programa

Banca Examinadora:

Prof. Richard Perassi Luiz de Souza, Dr. (Orientador)
Orientador / EGC / UFSC

Prof. Francisco Antonio Pereira Fialho, Dr.
Membro / EGC / UFSC

Prof. Tarcísio Vanzin, Dr.
Membro / EGC / UFSC

Prof.^a Berenice Santos Gonçalves, Dr.^a
Examinadora externa / Pós Design / UFSC

À minha família, Luiz Cesar, Nazarete, Jaqueline e Joyce.

AGRADECIMENTOS

A Deus, Pai todo poderoso, a Jesus Cristo, meu irmão e ao Espírito Santo, o Deus conosco.

À minha família, Luiz Cesar Rodrigues, Nazarete Meneghel Rodrigues, Jaqueline Meneghel Rodrigues e Joyce Meneghel Rodrigues, pois me oferecem a força necessária para todo começo e são o motivo maior para toda conquista.

Ao meu orientador, Prof. Richard Perassi, por suas orientações acadêmica e, principalmente, por partilhar comigo de sua amizade.

À minha avó, Francisca Magalhães de Castro Meneghel, por seu constante zelo.

À minha tia, Terezinha Meneghel, por seu constante incentivo e por abrir as portas de seu lar para compartilhá-lo comigo durante esta caminhada.

À Diretora Geral do Campus Lages do IFSC, Raquel Matys Cardenuto, pela confiança recíproca e, principalmente, pela amizade que me proporciona inúmeros aprendizados e grandes alegrias.

A todos os meus amigos e colegas do Instituto Federal de Santa Catarina, em especial aos lotados no campus Lages, pelo compartilhamento de saberes.

Às pessoas que fizeram parte da minha história no Espírito Santo, em Goiás, no antigo Colégio Energia de Tubarão, na extinta FASC/ Faculdades Energia de Criciúma, a Isis Nowasck, a Thaise Fernandes Frezza, e a todos os meus amigos. Pois compartilho do entendimento de que deixei em cada pessoa com quem convivi um pouco de mim, e de cada pessoa, trago um pouco comigo.

Aos componentes da Banca, Prof. Dr. Francisco Fialho, Prof. Dr. Tarcísio Vanzin e a Prof.^a Dr.^a Berenice Gonçalves, por suas valiosas contribuições. Bem como a todos os professores, técnicos administrativos e alunos, com os quais tive a satisfação de conviver. EGC - Orgulho de pertencer!

*“Tudo que transcende ao corriqueiro
informa sobre propriedades diferentes
e especiais, fazendo supor qualidades
e poderes diferenciados”.*

RICHARD PERASSI

RESUMO

Este estudo trata dos elementos, dos parâmetros e dos processos que qualificam revistas eletrônicas atribuindo-lhes valor científico pela comunidade acadêmica. Os elementos, parâmetros e processos propiciam o conhecimento do valor da publicação, de acordo com critérios reconhecidos por gestores do sistema de publicações acadêmicas da Universidade Federal de Santa Catarina. Também, em conformidade com os requisitos das áreas de conhecimento no contexto da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES / MEC). No contexto da área de Mídia e Conhecimento (PPGEGC/UFSC), a abordagem deste estudo considera o conhecimento da qualidade como processo de Branding ou gestão da marca acadêmica. Portanto, é aqui oferecido um diagnóstico do processo de qualificação das marcas de revistas científicas eletrônicas, caracterizando uma pesquisa com aspectos predominantemente qualitativos e com alguns tratamentos quantitativos, que foi desenvolvida com base em entrevistas e pesquisa documental. Os resultados alcançados evidenciam a interação de parâmetros quantitativos ou objetivos com elementos e parâmetros qualitativos e subentendidos. Isso indicou a participação de aspectos perceptivos e de reputação da marca na qualificação do valor das publicações. Além disso, constatou-se a diversidade de elementos e parâmetros de acordo com as características da área de conhecimento a que pertence a publicação.

Palavras-chave: Mídia do Conhecimento; Periódicos científicos; qualificação; Branding.

ABSTRACT

This study deals of the elements, parameters and processes that qualify electronic journals by giving them scientific value by the academic community. The elements, parameters and processes provide the knowledge of the value of the publication, in accordance with criteria recognized by system managers of publications from the Federal University of Santa Catarina. Also, in accordance with the requisitions of the areas of the knowledge in the context of the Coordination of Improvement of Personnel Higher Level (CAPES / MEC). In the context the area of Media and Knowledge (PPGEGC / UFSC), the approach of this study considers knowledge of the quality as a process branding or brand management academic. So here is offered a diagnosis of the qualification process of the brands of electronic journals, characterizing a research with aspects predominantly qualitative and some quantitative treatments, which was developed based on interviews and documentary research. The results show the interaction of quantitative parameters or objectives with qualitative elements and parameters and subtended. This indicated the involvement of perceptual aspects and brand reputation in the qualification of the value of publications. Furthermore, there is a variety of elements and parameters according to the characteristics of the area of which the known publication.

Keywords: Knowledge Media, journals; qualification; Branding.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-------|
| Figura 1 - Gráfico com as respostas em relação ao número de documentos de área que apontam o índice de impacto do JCR como único fator para estratificação dos periódicos. | 105 |
| Figura 2 - Gráfico com as respostas em relação ao número de documentos de área que adotam critérios subjetivos para a classificação dos periódicos (associados ou não a critérios objetivos como, por exemplo, o índice de impacto do JCR). | 106 |
| Figura 3 - Gráfico com o percentual de documentos de área que apontam a revista científica como o principal instrumento de divulgação dos conhecimentos científicos daquela área. | 108 |
| Figura 4 - Gráfico com os índices percentuais de documentos de área que apontam o índice de impacto do JCR como fator para estratificação dos periódicos acima do estrato B2..... | 109 |
| Figura 5 - Gráfico com os índices percentuais dos documentos de área que apontam o índice de impacto do JCR como fator para estratificação dos periódicos abaixo do estrato B2..... | 110 |
| Figura 6 – Espiral Virtuosa da Marca de Periódicos Científicos. | 11020 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|-----|
| Tabela 1 - Perfil dos Periódicos da área de Planejamento Urbano e Regional / Demografia. | 95 |
| Tabela 2 - Periodicidade para inclusão na base SciELO. | 112 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 19 |
| 1.1 APRESENTAÇÃO DA PESQUISA | 19 |
| 1.2 OBJETIVOS | 20 |
| 1.2.1 Objetivo geral | 20 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 20 |
| 1.3 ADERÊNCIA AO PPEGC/UFSC | 20 |
| 1.4 NATUREZA E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA | 21 |
| 1.5 DELIMITAÇÃO DO TRABALHO | 22 |
| 1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO..... | 22 |
| | |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 24 |
| 2.1 MARCA..... | 24 |
| 2.1.1 Branding | 24 |
| 2.1.2 Branding, gestão e disseminação do conhecimento..... | 34 |
| 2.2 REVISTA CIENTÍFICA | 39 |
| 2.2.1 Ciência e a sua comunicação | 39 |
| 2.2.2 A construção de uma revista científica..... | 42 |
| | |
| 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 55 |
| 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA | 55 |
| 3.2 COLETA DE DADOS..... | 55 |
| 3.2.1 Entrevista..... | 56 |
| 3.2.2 Pesquisa Documental..... | 57 |

| | |
|---|------------|
| 3.3 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA..... | 58 |
| 4 RESULTADOS DA PESQUISA | 60 |
| 4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS..... | 60 |
| 4.2 ESTUDO DOS DOCUMENTOS DE ÁREA DA DIRETORIA DE AVALIAÇÃO DA CAPES (QUALIS PERIÓDICO)..... | 76 |
| 4.3 ESTUDO DOS CRITÉRIOS, POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DA SCIELO..... | 110 |
| 4.4 DISCUSSÃO SOBRE OS RESULTADOS DAS PESQUISAS | 114 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 121 |
| 5.1 POSSIBILIDADES DE TRABALHOS FUTUROS | 123 |
| REFERÊNCIAS | 125 |
| APÊNDICES..... | 134 |
| Apêndice A - Transcrição da entrevista com ENT1..... | 135 |
| Apêndice B - Transcrição da entrevista com ENT2..... | 143 |
| Apêndice C - Transcrição da entrevista com ENT3..... | 149 |
| Apêndice D - Transcrição da entrevista com ENT4..... | 155 |
| Apêndice E - Transcrição da entrevista com ENT5 | 170 |
| Apêndice F - Transcrição da entrevista com ENT6 | 184 |

1. INTRODUÇÃO

1.1. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Na contemporaneidade, a tecnologia e o processo de convergência digital, que se encontra em desenvolvimento, proporcionam aos pesquisadores do meio acadêmico pleno acesso aos meios de disseminação do conhecimento científico e tecnológico. Assim, as possibilidades de divulgação de suas pesquisas são ampliadas, como também aumenta o acesso às fontes digitais do conhecimento via internet.

O fenômeno tecnológico-digital na rede interativa propiciou o desenvolvimento de revistas eletrônico-digitais e, também, a migração de revistas científicas impressas para o suporte eletrônico-digital. Entre essas, há aquelas que são mais reconhecidas e consideradas como detentoras da qualidade científica, que é percebida como marca positiva e distintiva dessas publicações.

As revistas científicas recebem distinções qualitativas informais, no contexto cultural das áreas do conhecimento, às quais estão vinculadas ou relacionadas. Além disso, são formal e oficialmente qualificadas por instituições especializadas, como a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) do Governo Brasileiro. Todavia, mesmo nas instituições oficiais especializadas as qualificações são orientadas pela influência das áreas afins à publicação científica.

O reconhecimento da necessidade de avaliação e qualificação das revistas científicas, a percepção do poder do processo de qualificação de publicações, na dinâmica acadêmica nacional e internacional, e a falta de conhecimentos e discernimento sobre o processo em questão justificaram o estudo descrito nesta dissertação.

O problema de pesquisa aqui enfrentado foi, portanto, o desconhecimento sobre os elementos e parâmetros de qualidade que são adotados na coleta, avaliação e difusão de revistas eletrônico-digitais. Pois, de modo geral, são as bases de dados eletrônico-digitais especializadas neste tipo de publicação que são as responsáveis pela disseminação dos produtos e promotoras de suas marcas.

A questão proposta para ser respondida pelo estudo desenvolvido foi a seguinte: “quais são os elementos, os parâmetros e os processos para avaliação e qualificação científica das revistas eletrônico-digitais, que são promotores do conhecimento e da reputação de sua marca?”

Trata-se, portanto, de uma pesquisa descritiva sobre os elementos, os parâmetros e os processos de avaliação e qualificação da marca científica das revistas eletrônico-digitais. O trabalho de pesquisa foi desenvolvido a partir do contexto acadêmico desta Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), sendo iniciado por estudos exploratórios sobre esta realidade e suas relações com o ambiente acadêmico nacional e internacional. Esses estudos iniciais orientaram o trabalho na direção: (1) das plataformas eletrônico-digitais, que sustentam e disponibilizam as publicações; (2) das áreas do conhecimento relacionadas com as revistas científicas, e (3) dos sítios digitais das instituições que avaliam e qualificam os periódicos científicos, especialmente, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Interpretação dos elementos, dos parâmetros e dos processos, para avaliação e qualificação científica das revistas eletrônico-digitais, como promotores do conhecimento e da reputação de sua marca.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar as fontes de qualificação da marca científica das revistas eletrônico-digitais, a partir do contexto acadêmico da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
- Identificar os elementos, os parâmetros e os processos de construção, avaliação e qualificação da marca científica das revistas eletrônico-digitais.
- Descrever os elementos, os parâmetros e os processos identificados, sistematizando-os para o processo de interpretação.

1.3. ADERÊNCIA AO PPEGC/UFSC

No livro “Gestão do Conhecimento” dos autores Hirotaka Takeuchi e Ikujiro Nonaka (2008), o 10º capítulo apresenta o tema “Capacidades de *Branding*”. Há, portanto, um capítulo dedicado ao tema *Branding* em uma obra clássica sobre Gestão do Conhecimento, estabelecendo a relação entre gestão da marca e gestão do conhecimento.

O objeto desta pesquisa é composto pelos elementos, parâmetros e processos de qualificação da marca científica de revistas eletrônico-digitais, como meios ou veículos para a disseminação do conhecimento científico através dos recursos da internet.

A característica marcante do Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC) é ser interdisciplinar, sendo que a pesquisa aqui apresentada faz interagir conhecimentos das áreas de *Marketing*, *Branding*, Ciência, Mídia e Gestão do Conhecimento.

Diante disso, a aderência do trabalho ao Programa (PPEGC) é caracterizada de imediato, por se tratar de um estudo sobre a gestão da qualidade de produtos midiáticos, revistas eletrônico-digitais, os quais são diretamente relacionados ao conhecimento científico. Todavia, o trabalho é também situado no contexto dos estudos da marca, com base na ideia de reputação acadêmica que, diretamente, influencia no processo de hierarquização da produção acadêmica e no mercado de produtos e propriedade intelectual.

1.4. NATUREZA E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

De modo geral, trata-se de uma “pesquisa descritiva e qualitativa”, que “observa, registra, correlaciona e descreve fatos ou fenômenos de uma determinada realidade sem manipulá-los” (VALETIM, 2005). Entretanto, para o desenvolvimento da pesquisa foram realizadas etapas de estudos exploratório, teórico e documental.

O campo para os estudos exploratórios, com observações e realização de entrevistas foi esta Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e o estudo documental foi baseado mais especificamente em material extraído da internet. Estudos exploratórios para reconhecimento inicial do fenômeno e dos temas relacionados.

O tratamento dos dados envolveu procedimentos integrados, qualitativos e quantitativos. Pois, o processo interpretativo qualitativo dependeu de prévia identificação, mínima quantificação e descrição dos dados. O método adotado é positivo e funcional, devido aos dados

objetivos da realidade material, cuja existência é determinada por sua funcionalidade.

O estudo proposto considerou três etapas:

1ª) Pesquisa teórica sobre o conhecimento e a comunicação das marcas, a produção digital de revistas acadêmicas, e os critérios de qualidade de revistas acadêmicas;

2ª) Pesquisa exploratória junto aos gestores do Portal de periódicos da UFSC e dos editores de revistas científicas, no âmbito UFSC. Também, junto às bases eletrônico-digitais, que disponibilizam periódicos, e sítios digitais oficiais, que qualificam revistas acadêmicas.

3ª) Organização sistemática, descrição e interpretação dos dados coletados, cujo produto é aqui apresentado em formato de dissertação de mestrado.

1.5. DELIMITAÇÕES DO TRABALHO

A pesquisa foi focada em revistas científica eletrônicas, disponíveis em bancos de dados *on-line*

Os bancos de dados foram identificados e selecionados partir das informações coletadas na Biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina.

Foram identificados elementos, parâmetros e processos qualitativo-impresivos e outros mais quantitativo-objetivos, sendo privilegiados esses últimos na composição dos dados e a base WebQualis - CAPES do Governo Federal foi o ambiente central da pesquisa.

1.6. ESTRUTURA DO TRABALHO

Esta dissertação de mestrado apresentada ao PPEGC/UFSC está dividida em cinco capítulos. Neste primeiro, foi exposto ao leitor uma apresentação geral do trabalho, bem como seus objetivos. Isso deve permitir uma visão geral sobre o tema a ser desenvolvido. Foi ainda evidenciada a motivação que levou este estudo a ser desenvolvido no âmbito do Programas de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, em sua área de concentração de mídias do conhecimento.

O segundo capítulo absorve das bases teóricas os saberes necessários para as discussões primeiras sobre *branding* e sua relação com a Gestão e disseminação do conhecimento. Em um segundo momento, discute os conceitos centrais vinculados à ciência moderna e como esta estabelece o seu processo de comunicação. É nesta discussão que emerge como elemento indissociável para o processo de comunicação da ciência as revistas científicas (periódicos científicos). Juntamente ganha destaque o contexto da marca destas revistas que, somente se promotoras de credibilidade e de qualidade, irão permitir que estes instrumentos de comunicação científica alcancem seus objetivos.

O terceiro capítulo demonstra a metodologia utilizada para coletar os dados, através de entrevistas e pesquisa documental, e para realizar as interpretações necessárias para alcançar os objetivos propostos.

O quarto capítulo apresenta os resultados da pesquisa. Isso é feito com a análise das entrevistas em seus temas mais recorrentes e aqueles mais salutares para este trabalho. Posteriormente, tece-se comentários sobre cada um dos 48 documentos de área da Diretoria de Avaliação da CAPES e com a mesma metodologia o trabalho se debruça sobre o documento que contém os critérios, as políticas e os procedimentos para a inclusão de uma revista científica na base SciELO. Com estas três análises realizadas o capítulo discute de forma integrada os elementos, os parâmetros e os processos trazidos pelas entrevistas, pelos documentos da Capes e da SciELO.

O quinto capítulo apresenta as considerações finais reforçando as principais contribuições e apresentando possibilidades de novos estudos.

O trabalho finaliza com a relação das referências bibliográficas utilizadas para a sua construção e com a transcrição das seis entrevistas produzidas que foram incluídas como apêndices.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 MARCA

2.1.1 Branding

O termo *Branding* se refere ao campo de estudos e atividades da gestão das marcas institucionais e comerciais. Como tema de estudos, *Branding* é cada vez mais percebido como relevante para o posicionamento afetivo-simbólico das marcas e de seus produtos ou serviços. O posicionamento “consiste em definir na mente do consumidor aquilo que representa uma marca e a forma em que esta se compara com as marcas concorrentes” (HEALEY, 2009, p.8).

O aumento da industrialização, o acesso e a incorporação de novas tecnologias na oferta de bens e serviços dificultam a concorrência, porque promovem a equiparação tecnológica das marcas. Assim, as possibilidades de diferenciação, entre produtos ou serviços concorrentes em uma mesma categoria, deslocou-se para a percepção estético-simbólica de suas marcas.

No campo simbólico, o termo marca é diretamente relacionado à percepção e à reputação moralmente distintivas. No campo prático, as primeiras marcas foram sinais físicos impostos diretamente sobre os produtos. Assim, “os oleiros do antigo Egito colocavam símbolos nos tijolos para identificá-los” (BATEY, 2010, p.24).

Primeiramente, a marca física identificava o produtor ou a origem do produto. Porém, esses sinais logo serviram como marcas de distinção, que permitiram aos consumidores identificar os produtos de mais qualidade entre os outros. Assim, além de identificar e atestar a origem, a marca física passou a representar a qualidade percebida pelo consumidor no momento em que esse repetia a compra. Isso promoveu a indicação de origem à condição simbólica de marca de qualidade.

“O aparecimento de marcas em grande escala – isto é, a emergência do fenômeno da marca conforme o entendemos – é na maior parte resultado da Revolução Industrial”. (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p.27).

Antes da Revolução Industrial, a maior parte da produção dos bens decorria do artesanato. As poucas corporações produziam de maneira reduzida e seus poucos produtos eram ofertados a uma ínfima parcela da população, composta pelos consumidores economicamente mais abastados.

Os avanços posteriores à Revolução Industrial promoveram o crescimento exponencial da produção, ampliando o número de consumidores atendidos e reduzindo o custo da unidade produzida. Em princípio, isso foi decorrente dos estudos de Frederick Winslow Taylor e da criação da Linha de Montagem Móvel por Henry Ford.

No contexto de produção em grande escala da era industrial, a necessidade de comunicação é constantemente ampliada. Pois, primeiramente, os produtos e serviços são consumidos no processo de comunicação, que antecede à possibilidade desses serem experimentados na prática.

Há, portanto, um consumo simbólico anterior ao consumo material e o primeiro regula o segundo. Assim, a comunicação dos valores da marca, indiretamente, passou a direcionar e a qualificar a experiência direta do consumo de produtos e serviços. Caso o consumo dos produtos de comunicação da marca não seja satisfatório, dificilmente, o público irá consumir os produtos ou os serviços endossados pela marca.

Nesta era eletrônico-digital, o consumo de produtos virtuais foi muito difundido e ampliado. Em alguns setores sociais, o consumo de bens culturais digitalizados chega a ser maior que o de bens materiais. Todavia, a base do consumo e do comércio eletrônico ainda é o mundo industrial, porque o mundo virtual não sobrevive sem o suporte de equipamentos *hardware*.

Agora, entretanto, o acesso à informação e ao processo de comunicação para consumidores interligados por meios digitais ocorre, predominantemente, através de processos virtuais em rede. Primeiramente, esses processos tiveram início com a mídia de massa, impressa ou eletrônica, e agora ocorrem também na mídia eletrônico-digital em rede.

A criação e o desenvolvimento de revistas científicas eletrônicas ou a transferência das revistas científicas impressas para os meios digitais em rede caracterizam esses periódicos como produtos digitais de comunicação. As instituições avaliadoras e qualificadoras das revistas científicas, também, dispõem suas qualificações na rede digital, como ocorre no sistema Qualis/CAPES. Além disso, os profissionais que podem avaliar ou indicar a qualidade científica das revistas estão igualmente conectados e comunicando-se via internet. Portanto, há um amplo consumo de informação sobre essas publicações e, também, fácil acesso ao seu conteúdo, seja de maneira livre e gratuita; através do atendimento de uma exigência institucional ou de pagamento.

Dentro da teoria administrativa a gestão da marca é objeto de estudo da Administração mercadológica, mais conhecida como *Marketing*, no entanto, os próprios autores da área sentem dificuldades em estabelecer os limites de sua atuação. Philip Kotler (2000, p.426) é o principal teórico da administração mercadológica e assinala que “talvez a habilidade mais característica dos profissionais de *marketing* seja sua capacidade de criar, manter, proteger e melhorar uma marca”, ou seja, suas ações de *branding*.

Na visão de Kotler (2000), o valor da marca é o resultado final de todos os esforços empreendidos por uma empresa, mais diretamente aqueles relacionados ao *marketing*. O principal indicador de que as políticas do *marketing* foram bem sucedidas é o valor monetário da marca, como ativo intangível de uma organização.

Na prática, “uma marca é essencialmente uma promessa da empresa de fornecer uma série específica de atributos, benefícios e serviços uniformes aos compradores. As melhores marcas trazem uma garantia de uma garantia de qualidade”. (KOTLER, 2000, p.426). Assim, “uma marca é um contrato, implícito por natureza, e que norteia as relações entre uma empresa e seus clientes” (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p.26).

A marca é uma promessa de satisfação, atuando como um signo ou uma metáfora e reunindo os emissores da marca, o público, os mediadores e os meios de comunicação. É o produto da troca de experiências que promove sentidos tácitos e outros significados. As marcas surgem quando existe excedente de produção, sendo que a escassez retira a força das marcas. Assim, o domínio das marcas é um característico fenômeno pós-industrial (HEALEY, 2009).

No caso das revistas, a marca científica consolidada é uma promessa de oferecimento periódico de artigos ou outros textos de valor, rigorosamente, científicos aos seus leitores. De modo geral, ao comprar um produto de marca, o consumidor considera a garantia dos atributos prometidos pela marca no consumo do produto ou do serviço. Portanto, os interessados em conteúdos científicos buscam produtos já reconhecidos por sua marca científica.

O próprio Kotler (2000), entretanto, reconhece que a marca é um ativo complexo e não pode ser reduzido a uma garantia dos atributos esperados em um produto ou serviço. Pois, entre outras circunstâncias, há casos que um produto ou serviço desagrade os consumidores, mas esses reincidem na compra de outros produtos ou serviços da marca porque, de modo geral, acreditam na sua qualidade.

O conceito de marca representa organização, produtos ou serviços e, também, um acervo intangível como a promessa de satisfação e o sentido de qualidade. Todavia, esses elementos intangíveis são expressos nos elementos materiais relacionados à marca. Para isso, especificamente, há produtos de comunicação que identificam e representam a marca, como o nome da marca, o logotipo e o símbolo gráfico, entre outros. “O nome constitui o primeiro sinal de reconhecimento de uma marca. Ele nunca é neutro e sua escolha não deve ser deixada ao acaso”. (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p.43). Batey (2010,p.26) afirma que “um nome junto a uma logomarca formam, assim, um exemplo clássico de *branding* em sua estrutura mais rudimentar: a marca ao mesmo tempo como garantia de autenticidade e promessa confiável de performance”.

Por outro lado, mesmo que a organização se esforce para transmitir uma única mensagem e aproximar experiências. Batey (2010, p.13) afirma que “os indivíduos não são receptores passivos de significados criados por algum agente ou autoridade externa. Ao contrário, envolvem-se ativamente no processo de significação”.

A comunicação de uma marca é uma construção coletiva de significado, sendo desenvolvida de maneira fragmentada e individual. Porém, entre as diversas impressões individuais, há aquelas que vão sendo reforçadas, através da publicidade da marca e das relações interpessoais do público, tornando-se recorrentes e cristalizando a imagem pública da marca, que é relativamente bem configurada.

Através dos elementos oficiais de publicidade e comunicação, do controle possível sobre as manifestações públicas relacionadas à marca, e da influência sobre a mídia e a comunicação espontânea, a gestão da marca, que é desenvolvida na área de *Branding*, procura configurar uma imagem positiva da marca nas mentes do público.

Batey (2010, p. 15) destaca a necessidade de uma visão holística sobre o universo das marcas. Pois, essas carregam “correntes profundas de significado em termos de contexto de uso, de natureza sociopsicológica dos consumidores e das culturas às quais eles pertencem”.

Uma marca é colocada no mercado e, em um curto espaço de tempo, os profissionais do *marketing* e os publicitários constroem mensagens que influenciem de forma direta o posicionamento da marca na mente dos consumidores. Mas, com o passar do tempo, as próprias experiências dos consumidores, diante das manifestações associadas à marca, passam também a influenciar sua percepção sobre a mesma. Assim, individualmente, as pessoas posicionam e reposicionam a

imagem da marca, minimizando a influência das ações oficiais de publicidade e propaganda por parte dos emissores da marca (Batey, 2010).

Em síntese, Batey (2010) propõe as seguintes considerações:

- O produto é escolhido por sua funcionalidade e utilidade e a marca é escolhida por aquilo que significa.
- O lugar privilegiado do produto é a prateleira de ofertas dos varejistas e o lugar privilegiado da marca é a mente dos consumidores.
- A marca é mais perene que o produto porque, geralmente, esse é tecnologicamente superado em curto espaço de tempo e a marca pode perdurar eternamente.
- O produto pode ser tecnologicamente copiado por um concorrente e a marca pode ser registrada e também simbolicamente construída como única.

A marca, portanto, só existe como “uma promessa ao consumidor”, caso o público consumidor aceite essa promessa. Assim, não basta prometer, porque é necessário estabelecer um pacto entre os emissores da marca e o público.

Além disso, raramente, o público consumidor estabelece um pacto restrito à funcionalidade do produto. Pois, de maneira geral, um produto é relacionado com diversas expectativas funcionais, simbólicas e afetivas. Assim, ao representar organizações, produtos ou serviços e, ainda, ser relacionada com posicionamentos mentais, econômicos e sociais distintos, a marca é considerada sob diferentes associações e correlações.

Por exemplo, com relação a uma revista científica que está ancorada em uma instituição brasileira de ensino superior. Ao ser informado de acordo com as estratégias e as ações oficiais de construção e consolidação da marca, o público já está influenciado por todas as informações e as vivências passadas, referentes à instituição de ensino. Assim, a reputação institucional interfere na percepção e na imagem do periódico oferecido com seu endosso.

As associações e as correlações com a marca são mais amplas e diversificadas que o previsto na comunicação oficial. Há várias influências, inclusive, de opiniões e atuações pessoais ou institucionais de terceiros. Portanto, a marca científica das revistas não é decorrente apenas da experiência direta dos leitores com esses periódicos.

A complexidade do processo de construção da boa reputação indica que a postura de tratar a marca “apenas como um nome está

totalmente equivocada. O desafio em estabelecer uma marca é desenvolver profundas associações positivas em relação a ela” (KOTLER, 2000, p.426). Pois, “as fundações de uma marca consistem nas associações mentais intangíveis de uma pessoa em relação a ela” (BATEY, 2010, p.32).

O logotipo ou outro símbolo gráfico de uma marca é a síntese gráfico-visual de todas as associações afetivas e cognitivas, oficiais ou circunstanciais, que ocupam as mentes do público consumidor e compõem a imagem da marca. Uma logomarca é como uma síntese extrema, porque coloca em um único signo uma quantidade enorme de significado ou associações. É “uma forma particular para escrever a marca. É o escudo heráldico dos tempos modernos, uma combinação de letras ou signos, imagem, ideograma ou grupo de elementos gráficos” (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p. 47).

As associações determinam como os consumidores irão valorizar e posicionar ou relacionar uma determinada marca, agindo com relação ao que essa representa.

Todo nome, mesmo uma palavra inédita, possibilita associações com outras sonoridades, promovendo sentidos de acordo com o contexto cultural em que é divulgado. Por exemplo, a palavra “altex” pode ser associada com outras palavras como “altura”, “alternativa” ou “alteração” e “expresso” ou “express”. Isso propõe sentidos de mudança e rapidez. Nomes desse tipo são culturalmente bem associados a remédios, que propõem alívio rápido para alguma dor ou incômodo, ou a serviços tecnológicos, que prometem especialização e rapidez. Porém, a palavra “altex”, que poderia ser associada também à palavra “alteza” e ao sentido de “realeza”, não é culturalmente apropriada para representar serviços ou artigos de luxo, porque o sentido de rapidez não é comumente relacionado ao que é nobre ou luxuoso.

Chevalier e Mazzalovo (2007,p.46) orientam que “um nome bem escolhido possui duas características: é fácil de lembrar e envolve um componente emocional ou um elemento racional”. O momento de escolha do nome deve, portanto, receber atenção especial. Pois, além de sua relevância significativa, a substituição de um nome que já foi publicamente indicado é, geralmente, algo dispendioso, com relação ao tempo e aos recursos financeiros a serem despendidos.

É necessário considerar, também, que o conjunto de associações não é estático. Aliás, as manifestações relacionadas à marca são dinâmicas e, do mesmo modo, as impressões do público também são constantemente reforçadas ou renovadas. Isso propõe a necessidade de

um cuidado continuado para o gerenciamento possível dos pontos de contato entre o público e as manifestações relacionadas à marca.

O conjunto expressivo da marca se comporta como um orador, cujo principal objetivo é proferir um discurso convincente. Assim, antes de planejar suas estratégias discursivas, os emissores da marca devem considerar o público destinatário da mensagem. Pois, a mensagem eficiente é a que se adequa aos objetivos, às condições de comunicação e, especialmente, ao público receptor.

Para o público incluído na cultura digital, atualmente, o computador é um artefato indispensável para a comunicação e a eficiência da disseminação do conhecimento. Além das facilidades tecnológicas, logísticas e econômicas, a maior eficiência também justifica a disposição e o desenvolvimento das revistas científicas nas bases eletrônico-digitais.

Há diversas bases institucionais que suportam e disponibilizam revistas científicas. Entre essas, algumas são amplamente conhecidas e conceituadas, como SCOPUS e SciELO. Porém, a força simbólica das marcas dessas bases e o sistema de disponibilização de conteúdos permitem ao leitor entrar na base, ter acesso a artigos específicos e sair sem identificar de maneira memorável a marca do periódico que consultou.

As instituições ou os setores institucionais que desenvolvem revistas científicas eletrônico-digitais e as disponibilizam na internet alimentam a expectativa de ter sua marca reconhecida. A reputação institucional é positivamente reforçada quando a revista científica que foi institucionalmente produzida é reconhecida como marca de qualidade. Em princípio, a marca institucional endossa a marca editorial e, em seguida, a marca editorial bem sucedida, também, passa a fortalecer a reputação ou a marca institucional.

Isso destaca o interesse por distinção e valorização da marca das revistas científicas. Para Batey (2010, p.189):

(...) é o significado da marca que faz a mediação entre os produtos e a motivação do consumidor, determinando assim seu comportamento. O significado de uma marca é estabelecido a partir de como ela é percebida pelo público em nível consciente e de como ela age dentro dele no nível semi ou subconsciente.

Retomando o exemplo das revistas científicas, quando um leitor faz a opção pela leitura de um texto ou um autor resolve enviar seu artigo para uma publicação específica, ambos justificam sua iniciativa com argumentos lógicos. Todavia, além dessa argumentação, há uma diversidade de motivações para sua ação, em nível consciente ou não, as quais envolvem também impressões que estão associadas e qualificam a marca da referida revista.

Para reforçar este entendimento, considera-se que “o nome e o logotipo proporcionam a mediação entre os valores essenciais de uma empresa – sua identidade – e as percepções que os consumidores possuem dela – sua ‘imagem’” (CHEVALIER e MAZZALOVO, 2007, p.25). Porém, tanto na ideia de “identidade”, que é a concepção mental dos emissores da marca sobre seus valores e posicionamento, quanto na ideia de “imagem”, que é a concepção mental do público consumidor e receptor da marca, há diversos aspectos envolvidos, especialmente, os emocionais.

Nas estratégias e ações de gestão da marca, os aspectos emocionais dos gestores, também, devem ser considerados, porque mesmo em situações bem objetivas, os aspectos subjetivos não racionais influenciam as percepções as ações. As associações da marca “vão do concreto ao abstrato, do consciente ao inconsciente, do direto ao indireto” (BATEY, 2010, p.197).

Não é possível planejar um trabalho de construção da marca imaginando a mente do consumidor como uma “folha em branco”. Por isso, é necessário considerar as associações anteriores, já existentes, que serão relacionadas à marca assim que essa for divulgada ao público.

No caso da marca de revista eletrônico-digital, antes de definir sua estratégia de comunicação, os emissores devem considerar as associações anteriores que, potencialmente, influenciam na percepção da marca. Além disso, devem ser consideradas as características distintivas do produto e da marca, sua identidade, além das condições do contexto acadêmico e, também, do público para o qual o produto é direcionado.

[...] o processo pelo qual o significado de uma marca se forma é guiado pela interação construtiva entre as fontes públicas de significado geradas pelo marqueteiro ou publicitário (como a mídia de massa, a publicidade e o *merchandising*) e as fontes mais pessoais de significado (como a

experiência direta, os padrões de consumo e os rituais) (BATEY, 2010, p. 263).

Tudo que é expresso ou se manifesta publicamente é associado à marca, de maneira oficial e consciente ou de modo circunstancial e inconsciente, participando das impressões que configuram a imagem da marca na mente do público. Assim, “a comunicação pode ser definida como a transferência, intencional ou não, de significado por meio de mensagens” (BATEY, 2010, p.337).

Em princípio, a globalização da comunicação interativa e imediata através de redes e, principalmente, da internet foi considerada como um fator de redução do número de marcas em todos os segmentos. Pois, as marcas economicamente mais poderosas assumiriam o domínio internacional, levando à extinção as marcas regionais.

Chevalier e Mazzalovo (2007, p.36) assinalam que “a presença de marcas internacionais importantes, uniformes e padronizadas, não tem impedido o desenvolvimento de novos produtos, com posicionamento mais limitado e direcionado”. Isso estimula o investimento na produção de revistas científicas regionais ou setoriais, cujo foco específico pode caracterizar um diferencial no ambiente acadêmico global. Além disso, a tecnologia disponível permite que se produza uma revista científica com vocação global, a partir de qualquer instituição regional.

As funções da marca são: (1) identificar, (2) distinguir, (3) representar e (4) valorizar aquilo que é marcado. Portanto, sua razão de existir depende de, pelo menos, um grau mínimo de diferenciação. Quanto mais positivamente a marca for distintiva e diferencial, maior é o seu valor (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007).

As marcas de organizações, produtos e serviços diferentes promovem comunicações também diferenciadas entre si, de acordo com suas particularidades. Mas, os objetivos das marcas e de sua comunicação são recorrentes: identificar, distinguir, representar e valorizar o que é representado, divulgando a marca e seus valores.

Para cumprir os objetivos que são comuns a todas as marcas, cada uma dessas necessita se diferenciar das outras. Portanto, as marcas são diferentes, para atingir os mesmos objetivos, os quais dependem de sua diferenciação. “Cada setor usa as marcas para desempenhar certo papel, sempre visando a diferenciação e a promoção dos valores expressos por elas” (CHEVALIER; MAZZALOVO 2007, p.38).

A diferenciação é fundamental para a marca da revista eletrônico-digital, sendo que, através dessa identificação e distinção, o periódico pode ser percebido de modo diferenciado, construindo sua boa reputação

na medida em que estabelece uma favorável ao produto oferecido diante da expectativa do público. A reputação e o prestígio da marca promovem a fidelização e a ampliação do público consumidor, porque esse acredita que “a escolha da marca com maior prestígio acarreta menor risco pessoal” (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p.39).

“As marcas existem somente porque podemos reconhecê-las. E as reconhecemos porque percebemos as mensagens que enviam, suas especificidades e certa constância ao longo do tempo” (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p.40). Portanto, é necessário que a marca seja coerente, consistente e recorrente ou constante, com relação ao que há de positivo na sua promessa e confirmado por seus produtos, serviços e outras expressões da marca.

A imagem coletiva da marca é baseada no que é coerente e recorrente nas manifestações gerais e na comunicação oficial da marca. Há a diversidade das impressões individuais, porque cada participante do público desenvolve sua percepção de maneira peculiar. Mas, a respeito disso, o que é recorrente tende a se firmar como característica da marca. Assim, a revista científica A é caracterizada por artigos densos e complexos, enquanto a revista científica B divulga ideias e experiências científicas de maneira mais didática e acessível. O público como um todo tende a perceber essa diferença. Porém, uma parcela vai considerar positiva a profundidade da revista A e outra parcela irá valorizar o didatismo da revista B.

O trabalho de construção de uma identidade de marca deve ser consciente e coerente com o posicionamento previsto e com o público a que é direcionado. As características e as atitudes que qualificam o posicionamento devem ser recorrentes e coerentes, para fixar a identidade da marca como imagem nas mentes do público. Por isso, a consciência da identidade, da potencialidade e do posicionamento da marca deve ser clara na consciência dos seus gestores e emissores. Esses devem avaliar constantemente o percurso da marca, considerando as potencialidades da mesma e a realidade dinâmica do contexto, para gerenciar o processo e promover as contínuas adaptações ou mudanças necessárias.

Assim como os produtos as marcas apresentam um ciclo de vida, esse tende a ser bastante ampliado com relação ao ciclo dos produtos, porque a marca é mais perene. No estágio de introdução e crescimento, os esforços de comunicação devem ser reforçados e, na maturidade da marca, é mais necessária a constância que a intensidade.

Para uma mensagem passar com sucesso do estágio de aceitação, precisa ser perceptível no âmbito do padrão de referência desse consumidor; ser apresentada de modo claro e incisivo, repetida um número suficiente de vezes. E seu conteúdo precisa estar coerente com os julgamentos e as crenças prévias do receptor. O impacto também pode variar de pessoa para pessoa, dependendo do tom racional ou emotivo (CHEVALIER; MAZZALOVO, 2007, p.259).

No contexto das revistas científicas eletrônico-digitais é importante verificar que as redes, especialmente a internet, compõem o campo de emergência e divulgação das marcas. Portanto, o ciberespaço e a cibercultura são as instâncias privilegiadas de expressão e significação das marcas de revistas científicas eletrônico-digitais.

A mídia digital interligada em rede é uma mídia de massa, pela amplitude de usuários atendidos e atendentes. Todavia, por ser uma mídia multicanal, multimodal e interativa, essa permite o atendimento seletivo de nichos de consumo e também de consumidores individuais. Isso estabelece a possibilidade de customização do atendimento massivo, oportunizando o planejamento e o desenvolvimento de múltiplas estratégias de gestão e comunicação da marca, considerando-se a comunicação interativa de nicho e, também, individualizada.

2.1.2 Branding, gestão e disseminação do conhecimento

No trabalho buscou-se realizar um estudo multidisciplinar e holístico, por isso, foi possível relacionar de forma intercambiável gestão do conhecimento, mídia do conhecimento, *branding* e revistas científicas.

O tema *branding* já vem sendo discutido neste capítulo, e já explicitado seus conceitos, desta forma cabe um aprofundamento sobre gestão do conhecimento e mídia do conhecimento. Para tanto, é necessário primeiramente a definição de conhecimento. Segundo Macedo, Fialho, Santos e Mitidieri (2010,p.40) conhecimento é “o conjunto de informações, dados, relações que levam as pessoas a tomar decisões, à desempenhar atividades e a criar novas informações ou

conhecimentos. Pode ser conceituado também como um conjunto de informações contextualizadas e dotadas de semântica inerentes ao agente que o detém”.

Nonaka e Takeuchi (1997,p.24) destacam que “os filósofos ocidentais em geral concordam que conhecimento é a *crença verdadeira justificada* [...]. No entanto, a definição de conhecimento está longe de ser perfeita em termos lógicos”.

Uma das dificuldades para a conceituação de conhecimento decorre do fato de que o conhecimento não é estático, ocorre enquanto (e somente enquanto) em processo. Pois “o sujeito cognoscente se apropria, de certo modo, do objeto conhecido” (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007,p.5). Assim acarretando em um processo de conhecimento.

Segundo Agrasso Neto e França de Abreu (2009,p.28) “é através da compreensão que o ser humano transmuta informação em conhecimento. Só é conhecimento a parcela, mesmo que ínfima, dos elementos que causam alterações no repertório cognitivo e conceitual do ser humano”.

Por isso, a definição de conhecimento ganha complexidade ao agregar aspectos dicotômicos e até mesmo opostos. É devido a estes aspectos que o conhecimento é subdividido em conhecimento tácito e conhecimento explícito.

De acordo com Takeuchi e Nonaka (2008,p.19):

O conhecimento explícito pode ser expresso em palavras, números ou sons, e compartilhado na forma de dados, fórmulas científicas, recursos visuais, fitas de áudio, especificações de produto ou manuais. O conhecimento explícito pode ser rapidamente transmitido aos indivíduos, formal e sistematicamente.

O conhecimento tácito, por outro lado, não é facilmente visível e explicável. Pelo contrário, é altamente pessoal e difícil de formalizar, tornando-se de comunicação e compartilhamento dificultoso. As instituições e os palpites subjetivos estão sob a rubrica do conhecimento tácito . O conhecimento tácito está profundamente enraizado nas ações e na experiência corporal do indivíduo, assim como nos ideais, valores ou emoções que ele incorpora.

Desta forma, pode-se compreender uma das dificuldades que pode surgir para o editor ao definir as estratégias de comunicação da marca de seu periódico. Apesar de o editor estar extremamente ligado as práticas de disseminação do conhecimento, seu trabalho ocorre basicamente com a comunicação de conhecimento explícito. No entanto, para a construção de uma marca de qualidade é necessário que o editor realize a comunicação de associações mentais e aspectos intangíveis, ou seja, conhecimento tácito. É este tipo de conhecimento que consegue melhor transmitir emoções, valores, percepções,... A constante operacionalização da comunicação de conhecimento explícito não garante o mesmo sucesso na transmissão de conhecimento tácito. Novamente reforça-se a importância deste trabalho para que os editores tenham consciência desta diferença e conheçam os elementos, parâmetros e processos que podem lhes auxiliar nesta nova modalidade de comunicação.

A transmissão do conhecimento tácito pressupõe estratégias específicas referendadas por um planejamento prévio. É recomendável que as ações estejam pautadas no entendimento de que “em primeiro lugar, para explicar o inexplicável, deposita-se grande confiança na linguagem figurada e no simbolismo. Em segundo lugar, para transmitir conhecimento, o conhecimento pessoal de um indivíduo dever ser compartilhado com outros. Em terceiro lugar, nascem novos conhecimentos em meio à ambiguidade e redundância”. (NONAKA e TAKEUCHI, 1997,p.13)

Desta forma não é possível transmitir aspectos intangíveis sem explicitá-los, da mesma forma que um artigo que transmite conhecimentos explícitos também carrega consigo carga intangível. Carga esta que, por sua vez, irá impactar como elemento construtor da marca da revista. Por estas razões Takeuchi e Nonaka (2008,p.20) afirmam que “o conhecimento não é explícito ou tácito. O conhecimento é tanto explícito quanto tácito. O conhecimento é inerentemente paradoxal, pois é formado do que aparenta ser dois opostos”.

Compreendido o conceito de conhecimento é possível compreender que gestão do conhecimento “trata da prática de agregar valor à informação e distribuí-la, tendo como tema central o aproveitamento dos recursos existentes na empresa”. (FIALHO; ET AL, 2006,p.84). E não trata apenas de gerir o conhecimento organizacional, mas também de administrar todos os processos que possuem como ativo o conhecimento (MACEDO; ET AL, 2010). Desta maneira, apesar de seus instrumentos serem, em geral, pensados para a utilização de organização lucrativas, o seu impacto é muito positivo se aplicado a

gestão de periódico científico e mais especificamente a gestão da marca de periódicos científicos.

A gestão do conhecimento ganha maior relevância a cada dia, pois “o significado do recurso conhecimento nas organizações será cada vez mais reconhecido. Isto é válido tanto no nível microeconômico da empresa como no nível macroeconômico”. (NORTH, 2010,p.09)

Seja como estratégia para o desenvolvimento de um país inteiro, seja para o desenvolvimento de uma única revista científica, a gestão do conhecimento se tornou elemento essencial, na atual sociedade do conhecimento não se permite negligenciar este elemento central. Se referindo ao Japão o autor Pierre Fayard (2010,p.72) comenta que o sucesso do país se deve ao fato de que “o arquipélago nipônico sempre deu ênfase à busca e ao tratamento coletivo da informação para enriquecer seus conhecimentos e garantir seu desenvolvimento”. Por esse motivo não causa estranheza a rapidez com que o país se recuperou economicamente de crises provocadas pela derrota em guerras mundiais e em eventos de devastação causados pela natureza. Da mesma forma fica evidente os motivos que levaram o país a desenvolver centros de referência em gestão do conhecimento como a universidade de Hitotsubashi.

Para Mark Batey (2010, p.13) “embora as empresas criem identidades de marca, o significado da marca é criado pelas pessoas”, esse significado da marca apontado pelo pesquisador é para a gestão do conhecimento exemplo de conhecimento tácito que pode, às vezes, ser explicitado, mas não em sua totalidade. Isso cria grande dificuldade para a gestão da marca, pois não é possível determinar com precisão qual o significado que os indivíduos realmente a conferem. De todo modo, o gestor pode ter a consciência de que cada autor ou cada leitor de uma revista científica estabelece um significado pessoal para a marca da revista científica. Isso porém não determina que esta marca não possa possuir ações coletivas de comunicação, ao contrário, significa que cada indivíduo perceberá esta comunicação coletiva de forma individualizada e associadas a outros momentos de interação com a marca.

Ao estabelecer a relação entre o *branding* e a gestão do conhecimento reforça-se o aspecto, já incluso neste trabalho, sobre a diferença que existe entre *branding* e gestão do logotipo. As questões ligadas à parte gráfica da marca podem (e devem) ser gerenciadas, no entanto, isso é feito por profissionais ligados ao Design gráfico e ao direito que possuem propriedade para trabalhar com as questões gráficas e de gerenciamento de propriedade, respectivamente. O primeiro grupo buscando desenvolver e aprimorar o símbolo e o segundo dedicado a

registrá-lo e assegurar sua propriedade. No entanto, o que nos cabe neste trabalho é a gestão da marca enquanto associações mentais e conhecimentos que os usuários possuem sobre ela.

Desta forma segundo Meneghel e Perassi (2011,p.2) “*branding* significa o esforço de gestão do processo de conhecimento, lembrança e reconhecimento da imagem da marca, por todos os públicos interessados, promovendo a construção e o posicionamento da marca no mercado e na mente dos *stakeholders*”. E é neste processo que a gestão do conhecimento pode auxiliar, pois as duas áreas de pesquisa acadêmica tratam de aspectos intangíveis que estabelecem relação com as organizações (na maioria das ocasiões).

Reforçando o entendimento da intangibilidade da marca, Akutsu e Nonaka (2008,p.251) mencionam que “embora todos reconheçam a existência do *Branding*, dificilmente pode-se descrever a sua substância”.

Estabelecendo de forma direta a relação entre os estudos de *branding* e gestão do conhecimento Akutsu e Nonaka (2008,p.253) afirmam que futuramente:

[...] os pesquisadores necessitarão focalizar mais a capacidade da organização de criar e compartilhar conhecimento tácito, internamente ou com seus clientes, criar novos conceitos de marca baseados nesse conhecimento tácito, manifestar o conhecimento tácito em seus produtos, e criar um local (ou *ba*) para as experiências de marca. Aqui, nos referimos a essa capacidade como “capacidade de *branding*”.

Por esta razão Meneghel e Perassi (2011, p.2) afirmam que “a gestão da marca (*Branding*) só pode ser realizada como gestão do conhecimento sobre a marca e as formas de realizar este trabalho, principalmente de comunicação, devem ser analisados a partir do prisma das mídias do conhecimento”. Para finalizarmos este capítulo cabe transcrever que Mídias do conhecimento é uma área que “desenvolve estudos sobre planos, processos e produtos de mediação para a Gestão do Conhecimento. A área de Mídia desenvolve sua aptidão para a captura, o armazenamento, a seleção, a sistematização, a produção, o resgate e a distribuição do conhecimento” (PERASSI; MENEGHEL, 2011,p.47). Sendo assim, campo de estudo pelo qual é possível realizar as ações de comunicação de *branding*.

2.2 REVISTA CIENTÍFICA

2.2.1 Ciência e sua comunicação

O interesse pela ciência, devido aos seus mais variados contextos, está presente no cotidiano da sociedade atual. Não só os trabalhadores da ciência (cientistas, pesquisadores, professores universitários, bolsistas,...) bem como toda a sociedade tem demandado informações sobre pesquisas e avanços científicos e tecnológicos. Para que isso ocorra, através dos veículos de comunicação de massa, no entanto é necessária certa “tradução” destas pesquisas e seus resultados. Esse maior interesse é recente uma vez que “a ciência, nos moldes em que se apresenta hoje, é relativamente recente. Foi somente na Idade Moderna que ela adquiriu o caráter científico que tem atualmente”. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007,p.3). Isso ocorreu com a criação do método experimental de Bacon e com as contribuições de Copérnico, Descartes, Galileu, entre outros. É nesta ocasião histórica que a ciência toma a forma com a qual é reconhecida na contemporaneidade. Não obstante, não se pode ignorar que de maneira distinta o *Homo sapiens* sempre produziu, reteve e compartilhou conhecimentos ao longo dos tempos (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

Apesar da referência no parágrafo anterior sobre a comunicação da ciência através da mídia de massa o interesse deste trabalho recai sobre os instrumentos de comunicação próprios da ciência, e por isso são estes que receberão a atenção deste capítulo. São eles os utilizados pelos cientistas para disseminar o conteúdo de seus achados comunicando isso aos seus pares de forma que estes possam utilizá-los para sustentar as hipóteses que irão gerar novas pesquisas.

Para compreender este processo cabe primeiramente a verificação do conceito de ciência. De forma objetiva é possível considerar que a ciência é o processo que busca:

desvendar e compreender a natureza e seus fenômenos através de métodos sistemáticos e seguros. Todavia, face à dinamicidade intrínseca à própria natureza, seus resultados são sempre provisórios, isto é, esses sistemas explicativos não têm caráter permanente. Insere-se num processo ininterrupto de investigação, o que faz da ciência uma instituição social, dinâmica, contínua e cumulativa”. (AGRASSO NETO; FRANÇA DE ABREU, 2009,p.30)

Correlacionado diretamente ao conceito de ciência existe o conceito de verdade, pois para a ciência contemporânea, só tem sentido se utilizar dados verdadeiros com a intenção de construir um novo conhecimento verdadeiro. Verdade para os autores Amado Cervo, Pedro Bervian e Roberto da Silva (2007,p.11) é

o encontro da pessoa com o desvelamento, com o desocultamento e com a manifestação do ser. A essência das coisas se manifesta, torna-se translúcida, visível ao olhar, à inteligência e à compreensão humana. Pode-se dizer que há verdade quando percebemos e expressamos o ser que se desvela, que se manifesta.

No entanto, os autores afirmam que nunca é possível obter a verdade absoluta ou total por três motivos: 1º)“o objeto nunca se manifesta totalmente, nunca é inteiramente transparente”; 2º) “não somos capazes de perceber tudo aquilo que se manifesta”; e ainda 3º) só pode-se “conhecer os objetos por suas representações e imagens”. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007,p.11)

No passado a base da ciência era unicamente a experimentação (a prova) e seus resultados deveriam ser entendidos como irrefutáveis, nesta ocasião a ciência então seria uma geradora de verdades absolutas. Na atualidade isso não é mais plausível. Nos dias atuais “a ciência não é considerada algo pronto, acabado ou definitivo. [...] a ciência é entendida como uma busca constante de explicações e de soluções, de revisão e de reavaliação de seus resultados, apesar de sua falibilidade e de seus limites”. (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007,p.3). Por esta razão as revistas científicas tem grande importância no contexto da ciência, é ela que permite o fluxo de conhecimentos entre os cientistas, oferecendo as bases para novas pesquisas, apresentando as novas teorias que desmentem as anteriores, estabelecendo as novas verdades, dentre outras possibilidades. Pois a ciência pode ser falível, mas ela busca incessantemente se aproximar da verdade.

De toda forma a ciência busca sempre produzir novos conhecimentos. Para o professor Antônio Joaquim Severino (2007,p.24) o “conhecimento se dá como construção do objeto que se conhece, ou seja, mediante nossa capacidade de reconstituição simbólica dos dados de nossa experiência, apreendemos os nexos pelos quais os objetos manifestam sentido para nós, sujeitos cognoscentes”.

Neste contexto, a busca da verdade é o objetivo final a que se presta o cientista (mesmo que este objetivo seja utópico). No seu transcorrer a ciência acontece através de descobertas ocasionais, bem como de descobertas encontradas através da metodologia. Em muitas ocasiões as descobertas ocasionais são a base (primeira etapa) para descobertas feitas através da metodologia (segunda etapa) (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007)

Os autores Cervo, Bervian e Da Silva (2007) ainda destacam que a importância da ciência se dá pela vontade humana de deixar construções para as futuras gerações. Segundo os autores, de forma objetiva os resultados científicos são uma das poucas materialidades que uma geração pode transmitir a outra. A história humana registra que ao longo dos anos tem o homem passado ao seu sucessor o máximo de conhecimento possível e foi isso que permitiu o desenvolvimento que hoje detecta-se sobre a natureza pura.

Pois não basta conhecer, é preciso conhecer e transmitir aos semelhantes o que se conheceu. Pois não seria possível a um único ser humano realizar o trabalho de conhecimento de todos os objetos necessários a vida moderna. Desta forma, o homem moderno conhece alguns objetos, mas em sua grande maioria obtém conhecimento através da comunicação do conhecimento adquirido de forma direta por outra pessoa.

Para entender este processo primeiro é preciso compreender que “comunicar é transmitir informações, ou seja, ideias, fatos, opiniões”. (LAKATOS; MARCONI, 2010,P.79). E ainda de acordo com Lakatos e Marconi (2010,p.79) a comunicação científica é “a informação apresentada em congressos, simpósios, semanas, reuniões, academias, sociedades científicas etc., onde expõe os resultados de uma pesquisa original, inédita, criativa, a ser publicada posteriormente em anais ou revistas”. No entanto, na prática acadêmica pode ser observado que diversos artigos são publicados em revistas científicas, antes mesmo, de seus resultados serem apresentados em outros espaços. Também cabe destaque que além de anais e revistas existem outras formas de registrar o conhecimento científico produzido, como os livros, por exemplo.

Nas revistas científicas, e também em outros espaços (como os anais) a comunicação científica é feita em grande parte através dos artigos científicos. Na definição elaborada por João Bosco Medeiros (2011,p.203) o artigo “trata de problemas científicos, embora de extensão relativamente pequena. Apresenta o resultado de estudos e pesquisas. E, em geral, é publicado em revistas, jornais ou outro periódico especializado”.

Para ser considerada como científica a comunicação deve possuir alguns aspectos como: a) possuir uma finalidade, levando as pessoas um novo “ponto de vista” sobre algo determinado; b) possuir informação, trazer dados inéditos/novos obtidos em pesquisas; c) possuir uma estrutura, respeitar critérios de formatação aceitos internacionalmente; d) possuir uma linguagem adequada aos meios científicos e ter extremo cuidado com o significado das palavras; e) explicitar a abordagem através da qual o estudo foi realizado. (LAKATOS; MARCONI, 2010)

No Brasil “ao ser criada a Imprensa Régia (1810), textos e manuais sobre educação científica começaram a ser publicados, embora em número reduzido. No mesmo período surgem os primeiros jornais, como a Gazeta do Rio de Janeiro, O Patriota e O Correio Brasiliense, que traziam artigos voltados para as ciências”. (LAKATOS; MARCONI, 2010, p.89).

Ainda no cenário nacional os primeiros periódicos científicos foram criados entre os anos de 1857 e 1875 e foram eles: Revista Brasileira, o Jornal de Ciências, o Letras e Artes e a Revista do Rio de Janeiro. (LAKATOS; MARCONI, 2010).

A falta de periódicos científicos refletia a falta de uma política nacional de valorização da ciência e conseqüentemente, da inexpressiva produção científica nacional até o começo do século XX, esse cenário começa a se alterar em 1916 com a criação da Sociedade Brasileira de Ciências que mais tarde (1922) iria se transformar na Academia Brasileira de Ciências. (LAKATOS; MARCONI, 2010)

Segundo Lakatos e Marconi (2010,p.90) “a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), criada em 1948, tornou-se a principal atividade a promover eventos e publicações voltadas para a divulgação científica”.

A grande importância dos periódicos científicos decorre do fato que “o conhecimento científico não se resume à descoberta de fatos e leis novas, mas também em sua publicação. Trata-se de obter e comunicar resultados”. (MEDEIROS, 2011,p.205).

Como se constrói este instrumento de comunicação científica é o próximo tema de estudo deste trabalho.

2.2.2 A construção de uma revista científica

As revistas científicas são alvo de pesquisas de diversas áreas do conhecimento, com destaque para a ciência da informação e a biblioteconomia. Com o advento das mídias do conhecimento, área

vinculada à gestão do conhecimento, os periódicos científicos passam a também ser alvo de pesquisa deste novo ramo da ciência. Isso ocorre principalmente por serem os periódicos os principais instrumentos de disseminação do conhecimento científico na contemporaneidade.

Um periódico científico “mantém relação direta com a produção do conhecimento e sua conseqüente divulgação”. (DIAS; GARCIA,2008,p.73)

Segundo o conceito de periódico científico de Fachin e Hillesheim (2006, p.20) são “publicações periódicas são as informações disseminadas de tempo em tempo, atendendo a uma frequência regular de fascículos ou números, sob um mesmo título, dentro de uma área específica do conhecimento e/ou amplitude global. Deve atender normas e padrões internacionais, permitindo a sua visibilidade e reconhecimento”. Os periódicos científicos possuem “[...] a contribuição de vários autores, sob a direção de uma pessoa ou mais (editor) e de preferência uma entidade responsável (maior credibilidade)”. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p. 28)

As mesmas autoras afirmam que:

Os periódicos científicos constituem-se em elementos importantes e fundamentais na disseminação e evolução da ciência e tecnologia em um país, pois por meio deles, são divulgados os resultados das pesquisas realizadas, sobre os mais variados assuntos. São os suportes mais utilizados para recuperar e manter-se atualizado na informação científica e tecnológica.

(FACHIN;HILLESHEIM,2006,p.15)

As revistas científicas são instrumentos sem o qual a ciência não pode se desenvolver, pelo menos nos moldes como opera na atualidade. São os periódicos científicos que permitem, através da explicitação das pesquisas em curso ou concluídas, que os cientistas possam avançar em seus estudos a partir de outros conhecimentos já trazidos a consciência por seus pares. De forma mais pontual os periódicos atuam como instrumentos de garantia de qualidade sobre informações novas disponibilizadas a comunidade acadêmica, garantem que, os autores tenham seus direitos sobre suas descobertas garantidos e, atuem como os mais importantes instrumentos para possibilitar reconhecimento e prestígio aos cientistas. Dentre estas e diversas outras funções as revistas ainda estabelecem campos de atuação científica e constroem os registros de evolução da ciência. (SUAIDEN, 2008)

Mais do que uma opção, publicar os resultados de suas pesquisas através de um periódico científico é um compromisso de todo cientista, é condição indispensável inclusive para que ele seja considerado como tal por seus pares. Esse compromisso advém da própria dinâmica da ciência, é através da publicação que os pares podem validar ou não as descobertas, eles podem corroborar ou refutar as descobertas, é neste processo que o desenvolvimento da ciência é possível. (BARRADAS;TARGINO, 2008)

Ainda para Barradas e Targino (2008,p.25) a importância da publicação científica é tamanha que, segundo elas, hoje existe um pensamento consolidado do meio acadêmico e científico de que “pesquisa não publicada simplesmente inexistente”.

É neste entendimento que está a função primordial dos periódicos, que é “a disseminação e a recuperação da informação, além do importante papel de visibilidade, tanto para as publicações, como para seus autores e editores”. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p.41)

Esta visibilidade concedida às publicações pode ser entendida com a visibilidade de sua marca, bem como os autores e editores que também possuem suas marcas e que as fortalecem ou enfraquecem através da repercussão de seus trabalhos.

Grande impulso a ciência foi dado em todo o mundo após a Revolução Industrial, no entanto, no Brasil este processo foi tardio. Apenas após a instalação da República, em 1889, a ciência ganha expressão e, assim, somente no século XIX é que vão surgir as primeiras revistas científicas publicadas em terra tupiniquins.(SUAIDEN, 2008)

No início a comunicação científica se dava através de livros, que eram feitos de forma artesanal, e que devido ao seu alto custo eram adquiridos apenas por uma pequena parcela da população mais abastada economicamente. Com o aumento da produção científica, e a necessidade de comunicação entre os pares, e com a evolução da tecnologia um novo formato de comunicação foi possível, surge então os periódicos científicos. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006)

Outro fato marcante para os periódicos científicos vai ocorrer em 1951 com a criação do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), ele é o grande impulsionador da criação de novos periódicos e até os dias atuais é o cerne onde se inter-relacionam os periódicos e toda comunidade científica. Sobre a importância do CNPq para os periódicos científicos no Brasil Emir Suaiden afirma que “ao exigir padrões editoriais e, principalmente, científicos, como comitês editoriais e avaliação pelos pares, esse programa contribuiu decisivamente para a garantia da qualidade dos

periódicos brasileiros, que se tornaram objetos de pesquisa”. (2008,p.10).

O CNPq realiza avaliações de qualidade dos periódicos realizados “entre os aspectos estudados pelo referido programa, despertam especial interesse os modelos de avaliação, que se referem às qualidades extrínsecas, de forma, e às intrínsecas, de conteúdo”. (SUAIDEN, 2008,p.11).

Ponto crucial para este estudo é o trabalho desenvolvido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, que foi criada em 1951 e a partir de 1990 criou um processo de análise de periódicos, a qual intitulou de Qualis, levantando uma série de critérios, diferenciados por cada área de conhecimento. O Qualis tinha como principal objetivo analisar a produção científica dos programas de pós-graduação no Brasil, para então classificá-los por nível de qualidade. Sendo assim, classificar os periódicos era o objetivo meio para alcançar o objetivo final de classificar os programas de pós-graduação. Esse processo, no entanto, levou os periódicos científicos a um novo contexto, pois seus leitores e autores são provenientes basicamente da academia, e dos programas de pós-graduação. Uma vez que a qualidade do programa de pós-graduação para a estar vinculado a qualidade do periódico onde seus docentes e discentes conseguem publicar, a conjuntura da importância dos periódicos científicos é alavancada e a busca deste por cumprir os requisitos de qualidade colocados pela CAPES é impulsionado.

Mas apesar da valorização dos periódicos essa pressão exercida pelas agências de fomento para a publicação científica também gera problemas.

No ambiente acadêmico e científico cresce, a cada dia, a pressão para publicar, incentivada pela competição – alimentada pelos sistemas de avaliação vigentes nas instituições de ensino superior (IES) e de pesquisa, no âmbito do Brasil. As agências de fomento, por seu turno, participam ativamente desse processo de cobrança, pois os recursos são distribuídos, teoricamente, com base na produtividade científica individual e institucional. (BARRADAS;TARGINO, 2008,p.17)

Essa intensa exigência de um número cada vez maior de publicações causou no sistema científico brasileiro algumas mazelas

como, por exemplo, o aumento indiscriminado de novos periódicos, muitos deles nascem, publicam poucos números e desaparecem em um curto espaço de tempo. Esse efeito, pode ser atribuído à incapacidade de muitos pesquisadores de publicar em periódicos com marcas já consolidadas, com a intensidade necessária em curto espaço de tempo. Incapacidade dos autores por ausência de qualidade necessária e incapacidade dos próprios veículos pela demanda exacerbada e falta de estrutura para crescimento.

Outro sintoma deste processo é a utilização de artifícios como o desdobramento de uma mesma pesquisa em vários artigos. O que busca o autor nestas circunstâncias não é valorizar o seu trabalho reunindo nele todas as informações científicas disponíveis, ou tão pouco contribuir para o avanço da ciência, busca ele dividir sua obra em partes, para não ocorrer em plágio ou falta de ineditismo, e buscar aumentar o número de suas publicações. Neste caso acarreta um aumento ainda maior de trabalho para os periódicos, que em um único processo de avaliação poderia publicar aquele estudo, e agora, devido a esta divisão, este trabalho será multiplicado.

Sobre o conteúdo dos artigos, Barradas e Targino (2008), também afirmam que esta pressão em busca de publicação está criando uma série de problemas para os periódicos. Quantidade significativa de artigos são encaminhados para as revistas científicas com co-autorias, mas que revelam uma total falta de comprometimento desta co-autoria com o trabalho. Em geral o artigo é encaminhado por alunos dos programas de pós-graduação, mas a co-autoria é de pessoas já tituladas, no entanto o amadorismo dos trabalhos e a falta de qualidade mínima demonstra que estes titulados pouco se envolveram na construção do artigo e ainda, em muitos casos estão relegando seus orientandos a própria sorte.

Ainda segundo as autoras, tratando sobre o tema, muitos trabalhos não possuem a intenção real de desenvolvimento científico e somente tem como função aumentar a fila de trabalhos que devem ser analisados pelas revistas. De forma direta e inegável a pressão e a conseqüente pressa por publicação está baixando significativamente a qualidade dos artigos. Coletas de dados que levariam muito mais tempo são antecipadas e a própria confecção dos artigos que demandam tempo são “atropeladas” pelas exigências de publicação.

Outra mudança muito significativa para os periódicos científicos foi a alteração do formato impresso para o digital. Sobre este tema Suaiden (2008, p.11) coloca que “os periódicos científicos ganharam novos atributos, e as implicações econômicas, científicas, tecnológicas, políticas, sociais e culturais tornaram-se mais complexas, na passagem

do formato impresso para o eletrônico e na emergência de questões como o acesso livre.”. Dentre tantas mudanças significativas impostas pelo formato digital (como layout, alcance, dentre outras) uma que mais desafia os editores é a questão do acesso livre. A princípio uma ideia dominante afirma que o conhecimento científico, principalmente aquele fomentado pelo poder público, deveria ter seus resultados disponibilizados de forma gratuita. No entanto, a produção de uma revista científica possui custos que anteriormente eram pagos, em parte, pelos recursos advindos de assinaturas. Neste novo contexto, deve o editor analisar as vantagens de manter os custos de assinatura e obviamente perder audiência ou aderir ao acesso livre e buscar através da inovação novas formas de manutenção financeira do periódico.

Fachin e Hillesheim (2006,p.15) colocam que “[...] o progresso da ciência é tão rápido que só pela edição de livros não se consegue acompanhar seu andamento [...]”. Da mesma forma nos dias atuais a impressão e distribuição física das revistas consome um tempo preciso que a ciência não dispõe mais.

Esta mudança da plataforma impressa para a plataforma digital está ocorrendo de forma tão intensa com as revistas científicas que já pode-se falar em uma mudança paradigmática. (GUÉDON, 2008)

A publicação digital permitiu o aumento exponencial da audiência, no entanto, “não podemos, entretanto, confundir produção de mais informação e acesso facilitado ao fluxo informacional com conteúdos descuidados do ponto de vista de confiabilidade ou estruturação”. (BARRADAS;TARGINO, 2008,p.19) No caso de conteúdos de baixa qualidade isso é produzido por outros fatores, como já mencionado nesse trabalho, mas não pelo meio em que o conteúdo é disponibilizado. Esse é papel fundamental do editor da revista. De ser preocupação primeira desse profissional a busca permanente pela qualidade. A manutenção da qualidade por longo período de tempo é condição indispensável para que um trabalho de construção de marca e de conquista de prestígio junto a comunidade acadêmica seja possível. Este trabalho independe do formato da revista, se impressa ou digital.

Para o editor é importante entender que um artigo possui duas instâncias quase que distintas. Uma remete a pesquisa propriamente dita, seus métodos e resultados, e a outra a redação, ao texto do artigo. O ideal seria ter uma pesquisa bem elaborada e com relevantes resultados a apresentar, descrita através de um bom texto, mas isso não é o que sempre ocorre. (BARRADAS;TARGINO, 2008)

Para ter qualidade uma revista científica deve exigir que todos os artigos publicados possuam uma redação técnico-científica. Segundo as

autoras Maria Mércia Barradas e Maria das Graças Targino a síntese das principais características desta redação seriam: clareza; precisão; simplicidade; objetividade; concisão/coesão/brevidade; harmonia/equilíbrio; persuasão/vigor; elevação da linguagem (linguagem formal); fidelidade às fontes e correção (gramatical). Sobre este último aspecto as autores ainda comentam que “decerto, um texto repleto de problemas de ordem ortográfico-gramatical acaba comprometendo sua credibilidade com o público, ainda que apresente idéias lógicas ou inovadoras”. (2008,p.27) É importante destacar que estes aspectos são relacionados a redação mas que, obviamente, para aprovação de um artigo para publicação características como originalidade, méritos científicos, metodologia, coerência com o periódico, entre outros, devem ser analisados.

Definindo editoração, Maria das Graças Targino e Joana Coeli Ribeiro Garcia escrevem que “mecânica ou eletrônica é concebida como o conjunto organizado de atividades objetivando registrar e, por conseguinte, armazenar e/ou perpetuar informações e conhecimentos, mediante a preparação técnica de originais para publicação, o que pressupõe revisão de forma e/ou de conteúdo, excluindo-se as atividades referentes à produção gráfica, em parte ou no todo”. (2008,p.41)

Não é possível discorrer sobre revistas científicas e não mencionar a figura do editor. “No centro deste processo está a figura do editor. Do ponto de vista etimológico, editor (do latim editore) é aquele que edita. É o responsável pela supervisão e preparação de textos em distintas publicações, pelo ato de publicar textos de qualquer natureza, estampas, partituras, discos, etc”. (TARGINO;GARCIA, 2008,p.41)

Mas ao falar em editor é importante realizar uma distinção entre os editores comerciais e os editores de periódicos científicos. Esta distinção se faz necessária, pois o objetivo final é distinto. Para o editor comercial o objetivo final é o lucro financeiro. Já para os editores científicos o reconhecimento pessoal ou da revistas, ou ainda ambos, pelos pares, é o objetivo. O avanço da ciência também pode ser apresentado como objetivo, mas ele só ocorre se o veículo for reconhecido, então esta relação é indissociável.

Destes momento em diante, neste trabalho, quando citado o termo editor refere-se ao editor de revista científica, aos demais editores das mais variadas publicações (livros, revistas comerciais, música,...) cabem outras atribuições e características que não perfazem o atual interesse de estudo.

As vantagens das revistas científicas sobre outras publicações científicas podem ser resultantes de que a periodicidade garante, pelo

menos em termos ideais, a atualidade e o ineditismo dos estudos apresentados. Outra vantagem importante é que por possuir autores distintos em uma mesma edição, ou ao longo delas, é possível se deparar com pontos de vistas similares, divergentes ou antagônicos, e este universo de opiniões é salutar para o aprofundamento dos conhecimentos científicos. Como a revista científica é estruturada e organizada sua coleção assegura a preservação do conhecimento científico. Isso tudo além das características já destacadas de disseminação do conhecimento científico e do processo de reconhecimento pelos pares que possibilita o desenvolvimento científico. (TARGINO;GARCIA, 2008)

A migração do formato impresso para o digital, que antes parecia uma opção dos editores agora se apresenta como uma necessidade para a continuação do periódico. Três acontecimentos que auxiliam muito essa migração é o aumento da credibilidade do meio eletrônico na academia, a redução de custos que possibilita o meio eletrônico e, até por conta dos últimos dois, a exigência das agências de fomento da versão digital para que os periódicos possam concorrer a auxílios.

No passado existia muita incerteza sobre o futuro das revistas científicas eletrônicas, a comunidade científica, não sabia expressar até que ponto era válido publicar ou mesmo coletar informações da internet, o universo de informação confiáveis e não confiáveis estava turvo. Conforme Targino e Garcia “os temores, porém, vêm se dissipando ao longo dos anos, graças a fatores distintos, tais como a adoção de avaliação nas revistas científicas eletrônicas como recurso para garantir qualidade e credibilidade, e, principalmente, o movimento mundial pelo acesso aberto à informação, [...]” (2008,p.45)

A ciência só consegue evoluir com o ciclo formado por novas pesquisas, divulgação, que geram novas pesquisas. Por isso, as revistas científicas são elementos fundamentais para o avanço da ciência e para a melhoria das condições de vida da população. Sobre este ciclo Guilherme Ataíde Dias e Joana Coeli R. Garcia comentam que “para atingir o conhecimento e disponibilizá-lo, há um ciclo que se inicia com o surgimento das primeiras ideias ou dos questionamentos que estimulam respostas, passando por etapas técnicas e métodos de pesquisa em si, concluindo com a comunicação e divulgação da pesquisa, que pode ocorrer por meio de artigo. Encaminhado à editoria de um periódico, o artigo é avaliado pelos pares para se tornar público, atendendo à dimensão pedagógico-científica de disseminação e circulação do conhecimento, ao mesmo tempo que se integra e é

indexado por bases de dados nacionais e internacionais e contribui para a consolidação da revista”. (DIAS; GARCIA, 2008,p.74)

As possibilidades advindas do meio digital trouxeram para os periódicos “novas e variadas dinâmicas advindas das possibilidades tecnológicas crescentes. [...] inexistente uniformidade de procedimentos em sua formatação e disponibilização, ou seja, em seu processo de editoração”. (DIAS; GARCIA, 2008,p.74) Assim é muito cedo para afirmar se esta falta de uniformização é provisória e que com a consolidação do meio digital todas terão a tendência de migrar para um formato mais apropriado para este meio, ou se o meio digital permitirá que esta variação sempre ocorra.

De forma geral, o acesso aos periódicos científicos ocorre de duas maneiras: 1) através do pagamento de assinaturas; ou 2) por acesso gratuito. (DIAS; GARCIA,2008) verifica-se que na prática ocorre ainda uma terceira maneira que é intermediária a estas apontadas, ou seja, o pagamento da assinatura é feito por um ente (normalmente pessoa jurídica) que disponibiliza o conteúdo de forma gratuita a outros entes (normalmente pessoas físicas).

De toda forma é importante destacar que os periódicos de acesso gratuito tem taxas de crescimento muito superiores do que os pagos (6% ao ano contra 2% ao ano, conforme DIAS e GARCIA (2008)).

Os céticos em relação a utilização do meio eletrônico para a disponibilização dos periódicos científicos, se esqueceram que os periódicos tem como objetivo a maior dispersão possível de seu conteúdo e que o ambiente virtual multiplicou esta dispersão e ainda com redução de custos, principalmente aqueles ligados à impressão e de remessa. (DIAS; GARCIA,2008)

Outro aspecto relevante é a velocidade. Com o aumento das pesquisas científicas e a melhoria de sua eficiência com a utilização de novas tecnologias, o recurso tempo se torna cada vez mais valorizado. A disponibilização de uma revista eletrônica economiza, além de recursos financeiros como já visto, todo o tempo necessário para a impressão deste material e do envio.

Mesmo assim os custos envolvidos desde o recebimento dos artigos até a disponibilização da revista merecem atenção por parte do editor, grande parte das revistas que interrompem sua periodicidade o fazem por problemas de gerenciamento financeiro, por este motivo “diante da elevação do preço das publicações periódicas científicas ao longo dos anos, alternativas variadas têm sido utilizadas para enfrentar os custos editoriais”. (DIAS; GARCIA,2008,p.75)

Mesmo que problemas financeiros não levem a interrupção da revista uma boa administração financeira é recomendável, pois ela vai permitir a utilização de melhores recursos tecnológicos que levarão a uma melhor qualidade gráfica, uma revisão mais criteriosa e realizada com maior qualidade entre outros aspectos. De toda forma, apesar de esses critérios auxiliarem no prestígio da revista, cabe destacar que além de boa correção e um bonito layout o que é mais importante é a constante publicação de artigos de qualidade feita através de uma busca e/ou seleção rigorosa e este aspecto não está diretamente ligado a questões financeiras. (DIAS; GARCIA,2008)

Mas não se pode negar que os periódicos científicos no Brasil possuem uma realidade muito difícil, principalmente, pela falta de apoio institucional o que levam a estas dificuldades financeiras. Esse quadro fica mais grave ao constatar que os editores das revistas científicas tem inúmeras dificuldades de normatização, comercialização, distribuição,etc., pois, não são adequadamente preparados para essas tarefas e desenvolvem outras tarefas (como docência e pesquisa) paralelamente as atividades de editoração. Todos estes fatores se somam e contribuem para o grande número de interrupções e cancelamentos dos periódicos. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006)

Outro destaque deve ser dado ao excesso de trabalho dos editores. Os critérios de qualidade, que permitem a inclusão em suas bases, de órgão importantes como a CAPES e a base SciELO exigem uma periodicidade de publicação (trimestral ou quadrimestral) e uma quantidade mínima de artigos publicados por ano (que podem chegar a 40 artigos) essas exigências alavancam os custos dos periódicos que precisam então de um grande volume de trabalho. (DIAS; GARCIA,2008)

Na contramão dos autores que prospectam o fim da versão impressa das revistas científicas, fato que já ocorreu com parcela significativa delas, Dias e Garcia (2008,p.77) acreditam que “há que considerar tanto a parcela de autores e leitores que ainda preferem o meio impresso como a manutenção dos estoques das bibliotecas tradicionais. Sendo inviável editar novos títulos exclusivamente no formato impresso”. No entanto, cabe reiterar que diversas revistas já oferecem apenas a versão eletrônica.

No sentido oposto Fachin e Hillesheim (2006) afirmam categoricamente que o formato (impresso, digital, CD-ROM,...) não tem relevância, e obviamente que nenhum também precisa ser mantido obrigatoriamente, afirmam, no entanto, que importante é a capacidade

que este periódico possui para ser acessado, para permitir a recuperação das informações e sua preservação ao longo do tempo.

No livro *Periódico Científico* “ao analisar a história da humanidade, pode-se verificar que esta é uma história de mutações constantes, onde a sociedade se altera e se adapta a cada nova era. A chamada “era industrial” foi suplantada pela “era do conhecimento”, valorizando-se o potencial humano e intelectual como forma de desenvolvimento social e econômico [...]”(FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p.48)

Hoje já tão inserido em no dia-a-dia, as novas tecnologias de informação já não causam espanto, mas no início de sua utilização é importante observar que com elas “os editores de periódicos científicos ganham tempo, recurso financeiro e humano” (FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p.52) Mesmo para os periódicos que se mantiveram na versão impressa o advento do correio eletrônico (e-mail) foi um instrumento que deu enorme possibilidade de melhoria da eficiência, um documento poderia ser enviado a baixo custo e maior velocidade, podia ser editado em seu original, facilitando o trabalho final de editoração, aumentou a possibilidade de diálogo a distancia, para esclarecimentos e coautorias, dentre outras benesses. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006)

Os autores ainda destacam que “nestes tempos de grandes evoluções, com as novas tecnologias da informação e comunicação possibilitando a expansão das redes de comunicação, surgem caminhos mais velozes, práticos e objetivos, como a edição de periódicos científicos *on-line*”. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p.47)

Enaltecendo o universo eletrônico as autoras reconhecem que foi o advento deste novo meio que possibilitou o aumento exponencial dos periódicos científicos, principalmente pela redução dos custos de criação e manutenção e o crescimento, também exponencial, de acesso a estes veículos que agora podem estar disponíveis a qualquer pessoa e em qualquer lugar, caso o acesso seja livre e a pessoa esteja conectada a internet. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006)

As novas TICS possibilitaram que “[...] deixa-se a posição de um leitor passivo para um leitor proativo, que interage no processo participativo, pois sua participação é importante e pode obter respostas imediatas”. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p. 17)

O formato digital traz duas grandes conquistas para os periódicos a primeira de formatação e uma segunda de redução de recursos. Com relação a formatação o periódico digital eles podem utilizar recursos como o hipertexto que possibilita uma leitura não linear e uma

adequação maior entre o texto entregue e o interesse de quem lê, ainda em relação a formatação a possibilidade de melhores gráficos, fotos, tabelas, som e vídeo é algo significativo em relação a antiga possibilidade impressa. A redução de recursos necessários a construção do periódico está ligada a grande rede de computadores, internet, disponibilizada pela universidade, não é mais preciso grande investimentos em impressão e distribuição, o que contribui para a grande expansão do número de periódicos, levando assim a uma troca mais intensa de conhecimento entre os cientistas e auxiliando na consequente expansão das pesquisas. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006)

Ainda continuando com os estudos de Fachin e Hillesheim (2006,p.43) a “proliferação de títulos, principalmente, com o advento da Internet, misturando-se em meio a milhares de informações disponibilizadas, surgem problemas de reconhecimento e recuperação das informações dos periódicos científicos, não só para os bibliotecários, como também para professores, pesquisadores e público em geral que consultam este tipo de material”.

No contexto das revistas científicas o pesquisador é ao mesmo tempo fonte de informação (produtor) e também o receptor (consumidor) da informação. É por isso que ele endossa a revista ao publicar um artigo com sua marca pessoal nela e também oferece prestígio a ela quando utiliza um de seus artigos em suas novas pesquisas. Sobre a transferência de endosso para a revista os autores Dias e Garcia (2008) também mencionam o endosso institucional que é conferido pela instituição (geralmente universidade ou sociedade científica) que publica o periódico.

O periódico faz parte de um ciclo, assim como a pesquisa que “parte da intenção de um pesquisador em desenvolver determinado assunto, passando por todo um processo, culminando com a publicação de maneira formal e, atingindo sua obsolescência”. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006, p.45)

A publicação científica apesar de ser o retrato da finalização de uma pesquisa, tem como papel importante, com estas informações suscitar novas pesquisas. (FACHIN; HILLESHEIM, 2006)

Neste processo, ocorrido agora no universo digital, a revista científica cria a sua marca com estratégias de comunicação e no contato direto da revista com seus usuários.

Primeiramente é importante reiterar que segundo Emir Suaiden:

o sistema de ciência e tecnologia é representado, basicamente, pelo conjunto de pesquisadores,

instituições, ações e publicações que compõem o processo científico, dos pesquisadores aos editores, das revistas científicas às sociedades e reuniões científicas, como congressos e seminários. Entre esses marcos da ciência moderna, as revistas científicas, surgidas no século XVII, desempenham um papel importante por suas funções de registro, legitimação de autoria, disseminação da produção científica e memória da ciência”. (2008,p.9)

É neste sistema que atua outro sistema, o de *branding*. Pois as “marcas são sistemas que produzem significado” (CHEVALIER;MAZZALOVO,2007,p.135). É possível, então, determinar que esse processo ocorre de forma complexa, pois ambos os sistemas possuem variáveis controláveis e não controláveis.

Se sobre as variáveis não controláveis o editor não pode gestionar, cabe a ele atuar de forma muito eficiente nas variáveis controláveis. A revista científica precisa então realizar ações constantes de *branding*. É indispensável que tão importante como seu corpo editorial, também os autores que submetem os artigos tenham consciência de quais aspectos estão sendo fortalecidos na construção da marca de determinada revista.

Segundo Matthew Healey (2009) o processo de desenvolvimento de uma marca é algo complexo e que não se pode reduzir a um simples esquema, cada marca precisa de ações específicas e estratégias muito diferenciadas.

Fornecer os conhecimentos necessários (através da determinação dos elementos, parâmetros e processos que constroem uma marca reconhecida como de qualidade acadêmica) é o objetivo deste trabalho para assim permitir que as ações e estratégias mencionadas acima sejam possíveis.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa realizada é de caráter objetivo e integrado, predominantemente qualitativo e com alguns tratamentos quantitativos. O trabalho dependeu da identificação, da quantificação, da descrição e da interpretação de dados. O método adotado é positivo e funcional, devido ao fato de tratar de dados objetivos obtidos da realidade material, cuja existência é determinada por sua funcionalidade.

3.2. COLETA DE DADOS

A seleção dos sujeitos foi feita de forma não probabilística e intencional, não se pode afirmar, portanto, por meios estatísticos que se trate de uma amostra representativa, caracterizando a pesquisa qualitativa, cuja precedência recaiu sobre a qualidade dos entrevistados. A seleção decorreu da identificação dos gestores do sistema de publicação de periódicos científicos da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

A principal ferramenta deste sistema é o Portal de Periódicos UFSC, que está sob a coordenação da Biblioteca Universitária da mesma instituição, por esta razão foram entrevistadas a diretora da Biblioteca Universitária (doravante denominada de ENT1), a coordenadora do Portal de Periódicos UFSC (doravante denominada de ENT2) e a coordenadora da incubadora de periódicos da UFSC (doravante denominada de ENT3). Com base nas entrevistas e nas estatísticas disponíveis no próprio portal de periódicos foram definidos os outros três entrevistados: a editora da revista mais acessada do portal de periódicos da UFSC (doravante denominada de ENT4); o editor da revista que mais recebe submissões de artigos (doravante denominado ENT5) e o editor da revista que, mais recentemente, foi incorporada à base de dados SciELO (doravante denominado ENT6).

As entrevistas indicaram que, para o alcance dos objetivos de pesquisa, era necessário a leitura dos 48 documentos de áreas disponíveis pela CAPES e, também, do documento que explicita os critérios, políticas e procedimentos da SciELO.

O detalhamento deste processo é o que segue.

3.2.1 Entrevista

O total de sujeitos pesquisados foi seis (6), desses três (3) gestores ligados ao Portal de Periódicos da UFSC e três (3) editores de revistas científicas hospedadas neste portal e que possuem parâmetros de destaque para a marca de seus periódicos.

As entrevistas foram agendadas por e-mail e ocorreram no período de 07 de novembro a 09 de dezembro de 2011, no prédio central da Biblioteca Universitária (BU), nas dependências do Centro de Educação (CED), Centro de Física e Matemática (CFM), Centro de Ciências Biológicas (CCB) e Centro de Desportos (CDS), sendo todos setores do campus universitário/UFSC - Reitor João David Ferreira Lima, situado no bairro Trindade, da cidade Florianópolis, neste estado de Santa Catarina – Brasil.

Todas as entrevistas foram gravadas em arquivo digital (.amr) e tiveram duração entre 41 minutos e 2h15min. As transcrições das entrevistas estão disponíveis como apêndices deste trabalho. O formato adotado foi de entrevista semi-estruturada, cabendo considerar que, a estrutura básica das perguntas foi sendo incrementada com o passar das entrevistas. Disso resultaram entrevistas de conteúdos distintos entre si, de acordo com o direcionamento assumido por cada um dos entrevistados. No entanto, questões fundamentais para o trabalho como, por exemplo, os elementos e os parâmetros que propiciam a construção de uma marca científica de qualidade foram temas propostos a todos os entrevistados.

A opção pela pesquisa semi-estruturada ocorreu porque essa, “ao mesmo tempo em que valoriza a presença do investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação” (TRIVIÑOS, 2010, p.146). O entrevistado também colabora de forma ativa da elaboração do conteúdo da pesquisa, porque a entrevista semi-estruturada é:

Aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses, que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante (TRIVIÑOS, 2010, p.146)

As peculiaridades da pesquisa que, entre outras, promove a interferência direta do sujeito pesquisado no processo, torna variável o tempo de duração das entrevistas.

O primeiro entrevistado (ENT1) foi identificado através da busca no portal de periódico UFSC, como principal gestor estratégico da estrutura administrativa do setor. O segundo entrevistado (ENT2) foi identificado como o principal gestor operacional do portal de periódicos UFSC, sendo a informação confirmada por ENT1. Assim, houve entrevistas com o gestor estratégico (ENT1) e com o gestor operacional (ENT2) do portal de periódicos UFSC. A partir dos dados decorrentes dessas duas entrevistas iniciais, foram identificados e entrevistados os outros sujeitos da pesquisa.

3.2.2 Pesquisa Documental

Nas entrevistas e em outros aspectos da pesquisa houve constantes referências aos documentos das áreas, considerando a qualificação de periódicos CAPES. As referências assinalaram diferenças nos critérios ou parâmetros de classificação dos periódicos científicos, de acordo com as diferentes áreas do conhecimento. Isso indicou a necessidade do estudo de 48 documentos de áreas CAPES e do documento SciELO.

Para o pesquisador da Universidade de Brasília, Hartmut Günther (2006,p.5) “a análise de documentos é a variante mais antiga para realizar pesquisa, [...]. Desde então, desenvolveram-se tanto técnicas mais quantitativas quanto qualitativas para lidar com fontes secundárias e documentais”.

Na pesquisa documental realizada também foi escolhido não definir uma amostra. Neste caso, todos os 48 documentos de área foram analisados. Bem como o único documento referente à base SciELO.

Os documentos foram coletados no website da CAPES na internet, estando disponíveis para domínio público.

Foram utilizados documentos referentes à avaliação dos programas de pós-graduação para o triênio 2007-2009, uma vez que, na época da pesquisa, os documentos referentes ao triênio 2010-2012 estavam em sua maioria indisponíveis.

O documento que apresenta os parâmetros para incorporação de um periódico científico na base de dados Scielo foi obtido no website de acesso à própria base de dados na internet, sendo que esse também está livremente disponível para acessos.

3.3 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA

Para interpretar os dados da pesquisa realizada junto aos seis sujeitos entrevistados e nos 49 documentos coletados, foi escolhida a técnica de análise de conteúdo no contexto metodológico da “análise temática”.

No livro *Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade* (MINAYO, 2010), Romeu Gomes afirma que o foco principal da análise de uma pesquisa qualitativa é “a exploração do conjunto de opiniões e representações sociais sobre o tema que pretende investigar. Esse estudo do material não precisa abranger a totalidade das falas e expressões” (GOMES in: MINAYO, 2010, p. 79). Portanto, o foco interpretativo recaiu sobre partes do material coletado nas entrevistas, considerando-se que a amplitude das informações supera sobremaneira o recorte proposto para este trabalho.

A atenção foi especialmente atribuída às questões diretamente relacionadas ao objeto estudado, considerando-se as homogeneias nas respostas e também os pontos discrepantes que se diferenciaram com relação a recorrências. Pois, os aspectos convergentes e também os pontualmente discordantes são fundamentais para a construção dos resultados da análise (GOMES, 2010, p.80).

A interpretação dos dados da pesquisa é aqui apresentada em um capítulo independente, porque no momento de análise “o pesquisador finaliza o seu trabalho, ancorando-se em todo o material coletado e articulando esse material aos propósitos da pesquisa e à sua fundamentação teórica” (GOMES, 2010, p.81).

No entanto, Gomes (2010, p.81) reconhece que, como um processo ampliado, “tanto a análise quanto a interpretação ocorrem ao longo de todo o processo”. Pois, na prática, o trabalho de seleção e interpretação dos dados tem início na coleta de informações, estendendo-se até o momento de fechamento da pesquisa.

A técnica de análise de conteúdo pode ser aplicada tanto sob a perspectiva quantitativa ou qualitativa. Na perspectiva quantitativa as ocorrências e recorrências nos textos das entrevistas ou nos documentos estudados são quantificadas pelo pesquisador. Na perspectiva qualitativa o pesquisador analisa os fragmentos discursivos e documentais, dando ênfase ao seu conteúdo individual (GOMES, 2010).

Neste trabalho, são utilizadas as duas perspectivas, visando alcançar os objetivos previstos, tendo em vista que a técnica adotada pode utilizar a forma conjugada qualitativa e quantitativa. “No divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, análise de conteúdo é uma

técnica híbrida, que pode mediar esta improdutiva discussão sobre virtudes e métodos” (BAUER, 2002, p.190).

A possibilidade de utilização da análise de conteúdo em investigações qualitativas ou quantitativas, também, é relatada por Triviños (2010).

A técnica de análise de conteúdo é composta como um conjunto de técnicas de análise das entrevistas e documentos, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição para obter indicadores quantitativos ou qualitativos, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às mensagens, considerando-se suas condições de produção e recepção como variáveis inferidas (BARDIN, 1979, p.42).

Os documentos escritos são analisados e interpretados de forma direta e as entrevistas são, primeiramente, transcritas para posterior análise. Isso ocorre sob a “intenção é usar o método de análise de conteúdo nas mensagens escritas, porque estas são mais estáveis e constituem um material objetivo, ao qual podemos voltar todas as vezes que desejarmos” (TRIVIÑOS, 2010, p.160).

Entre outras metodologias para análise de conteúdos, adotou-se a “análise temática” em que “como o próprio nome indica, o conceito central é o tema” (GOMES, 2010, p.86). O tema “comporta um feixe de relações e pode ser graficamente apresentado, através de uma palavra, uma frase, um resumo”. O pesquisador deve “descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição pode significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 1979, p.105).

A técnica utilizada propõe as seguintes etapas: (1) pré-análise dos conteúdos, (2) exploração do material, (3) interpretação e construção dos resultados.

1. Na fase de pré-análise, é proposta uma visão do conjunto dos dados obtidos, estabelecendo os temas principais de análise, as formas de classificação e determinando se existe necessidade de aumentar os conhecimentos de revisão bibliográfica, que irão dar sustentação a análise.

2. Na fase de exploração do material, busca-se agrupar em torno de um tema as considerações de todos os conteúdos, identificando os núcleos de sentido e elaborando um texto que agrupe as contribuições distintas.

3. Na fase final, é feita a síntese interpretativa redigida de modo a propor as relações entre temas, objetivos, questões e pressupostos da pesquisa (GOMES, 2010).

4 RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Os resultados obtidos nas entrevistas estão ligados à percepção que os agentes entrevistados desenvolveram sobre o tema abordado. Por sua vez, os agentes estão ligados diretamente ao universo acadêmico da Universidade Federal de Santa Catarina. Por tratar-se de uma pesquisa quantitativa os agentes escolhidos constituem uma mostra de qualidade, apesar de quantitativamente não caracterizar uma amostra numericamente representativa do universo acadêmico.

A análise do conteúdo das entrevistas transcritas começa pelas interações dos entrevistados sobre os elementos que permitem a categorização de uma revista como científica. Existe uma convergência de opiniões entre os entrevistados sobre os critérios básicos que distinguem uma revista científica de uma revista comercial.

Para ENT3 o principal elemento que estabelece o caráter científico a uma revista é o que ele chama de ‘avaliação cega por pares’ (que em outros momentos deste trabalho pode-se encontrar este mesmo processo chamado como avaliação por pareceristas *ad hoc*, ou ainda apenas como avaliação por pares – apesar de que se considerarmos a definição exata de cada expressão existirão diferenças entre elas). Considerando este elemento, ENT2 elenca outros atributos necessários ao periódico: foco científico, diretrizes explícitas de publicação, norma metodológica, ISSN, periodicidade, entre outros.

A periodicidade é um elemento que recebe destaque na fala dos 6 entrevistados. Para ENT1 “a primeira questão para uma revista se manter no portal é a periodicidade regular. Isso é fundamental”. ENT3 também destaca essa importância ao falar sobre a qualidade da revista pontua que: “o que precisa para a comunidade reconhecer isso é ter periodicidade [...]” é evidente que outros aspectos foram elencados, e os veremos neste capítulo (em outra análise temática), mas a periodicidade é reconhecidamente um deles. O entrevistado ENT6 chega a afirmar que a “periodicidade é o ponto chave de qualquer revista.”. Para os entrevistados, de forma geral, é possível observar que a periodicidade não chega nem a ser considerado um ponto para o fortalecimento da marca, ela está posicionada anteriormente a isso, ela é um elemento básico. Segundo a percepção dos entrevistados se não for possível garantir a periodicidade todas as outras ações serão em vão. Isso é tão marcante que o entrevistado ENT2 ao se referir a um editor e elencar

uma de suas qualidades ela menciona: “ele mantém a periodicidade de maneira rigorosa”.

Possuir o artigo completo, ou parte dele, em outra língua não é elemento básico para que uma revista seja considerada científica, no entanto, este aspecto também recebe atenção por parte dos entrevistados. Segundo ENT1, o maior desafio atual é que “o periódico que queira atualmente se manter, tem que estar em vários idiomas.” isso permite a sua indexação em várias bases de dados que só fazem a consulta e a catalogação de revistas no idioma inglês. Mas isso não é algo muito fácil de conquistar, segundo o próprio entrevistado: “é uma dificuldade! Claro que é! Porque o nosso professor também não fala vários idiomas[...]”, ainda segundo este entrevistado este problema é tão sério que “hoje o Brasil é um dos países que mais produzem. Só que por que não está sendo absorvido essa informação científica? Justamente pela questão do idioma.”. Essa percepção é compartilhada por todos os outros entrevistados. De acordo com ENT2, que versa de um ponto de vista a partir do Portal de Periódicos da UFSC, a questão da língua inglesa “é um desafio. Uma diretriz do portal é que o editor exija dos autores o título, resumo e palavras-chaves em língua estrangeira, no mínimo [...]”. ENT3 não se furta a esse tema e determina que “no cenário ideal (todos os artigos) estariam em PDF, HTML, português, inglês e espanhol cada um deles.”. Reconhecendo a importância, mas também as dificuldades ENT4 afirma que no periódico em que ele é editor “[...] a gente só coloca o título, o resumo e as palavras-chaves (em inglês)”. Mencionando um problema prático ocorrido na gestão dos periódicos ENT5 fala que “essa questão da língua, nós sabemos que no Brasil as pessoas tem problemas com o inglês, e agora elas pegam essa tradução do Google e colocam ali e fica um horror”. Por fim, ENT6, resume a importância colocando que “as bases seguintes (que a revista irá buscar depois da SciELO) vão exigir publicações no idioma inglês”. No entanto, ENT4 lembra que no Brasil “as pessoas que falam inglês são em um número reduzido”, ou seja, se a revista deixar de publicar na língua oficial do país poderá ter uma redução expressiva de leitores aqui, passando assim a ser uma revista de menor impacto na comunidade científica local.

ENT1 relata que além das questões relativas ao idioma inglês a ortografia também é muito importante no contexto atual. Segundo ele “a ortografia, antes no papel poucos tinham essa preocupação, hoje eles (os editores) estão passando por um corretor”, isso é facilmente visto na fala dos entrevistados ENT4, ENT5 e ENT6 que são editores, principalmente, quando eles estão se referindo a custos da revista. “[...]”

eu quero bolsistas que façam correção de português” afirma ENT4, “[...] se o teu trabalho era aceito, nós mandávamos para a correção [...]” diz ENT5 e ainda de forma bem pontual o ENT6 coloca que “já estou finalizando o primeiro número de 2012 e mandando para correção de português [...]”. Em grande parte esta preocupação com a gramática e a semântica da língua portuguesa ocorre por questões relativas a credibilidade dos artigos e por conseguinte da revista, ponto principal de interesse deste trabalho. Um artigo mesmo que utilize métodos científicos corretos e que obtenha resultados expressivos pode perder credibilidade por apresentar seus resultados com deficiência na língua utilizada. Com o aumento da visibilidade causada pelo meio eletrônico, esta preocupação foi dobrada.

Finalizando a análise desse tema, verifica-se uma característica que também não é fundamental para que uma revista seja considerada científica, mas que é fundamental para que sua marca ganhe respaldo pela academia, a endogenia. Segundo ENT6 para ser indexado em uma base como a SciELO e Scopus, e ter a sua avaliação da WebQualis aumentada necessitou que a sua revista observasse uma distribuição tanto do corpo editorial como dos artigos publicados entre instituições universitárias/ científicas como também dos estados brasileiros. ENT2 também afirma que atualmente “a questão da endogenia, que é muito observada, vamos supor: para atingir um certo nível dentro da área, 40% dos documentos devem ser de autores de outras instituições”, de acordo com esta entrevistada se cumprida esta característica a marca da revista ganha credibilidade.

Tema que ganhou vários relatos por parte dos entrevistados foi a migração e as diferenças entre as revistas em formato impresso e digital. Para ENT4, não houve grandes alterações na revista devido a sua mídia, para ela a grande diferença percebida foi uma grande diminuição da tiragem impressa, que no passado chegou a 4.000 exemplares por número da revista, e hoje apesar de ser acessada por um número muito maior de leitores a tiragem impressa não passa de 800 exemplares.

De forma bem pontual ENT5 coloca que um grande ganho para a sua revista foi a possibilidade de ter nas páginas de sua revista ilustrações coloridas. Na versão impressa isso não era possível (devido principalmente ao custo) e para os artigos publicados na revista a possibilidade de demonstrar os resultados obtidos por ilustrações coloridas traz um ganho qualitativo. ENT5 também destaca diversos outros ganhos para o editor com o advento das revistas digitais, de forma aglutinadora de suas argumentações ele afirma que a migração

desonerou a revista tanto em aspectos financeiros como de trabalhos operacionais.

Este pensamento é compartilhado por todos os entrevistados, apesar de ENT1 e ENT2 não acreditarem no desaparecimento das versões impressas, opinião diferente de ENT5, todos apontam vantagens do meio eletrônico.

As vantagens mais destacadas são a redução de custos operacionais e o ganho de visibilidade.

ENT1 relata que o principal desafio para os periódicos eletrônicos é que “nós ainda não temos a cultura do meio digital”. Para o entrevistado de forma cultural os leitores ainda buscam o veículo impresso. No entanto, para ENT5 “não há a menor dúvida que a digitalização é importante, o papel para muita coisa é importante, mas neste caso é dispensável”. Enquanto para o primeiro entrevistado o impresso ainda é indispensável, reforçado por sua fala “o papel ele não vai desaparecer até mesmo porque nos vamos ter pessoas que vão querer o papel, o toque, o cheiro, a sensação[...]”, já para ENT5 ele já é totalmente dispensável na atualidade.

De acordo com a ENT1 existe uma grande distância imposta pelas mídias, pois “quando ela (a revista) nasce em meio digital: você já trabalha toda a hiperlinkagem, diferentemente, de quando você simplesmente digitaliza a informação e passa ela para o meio eletrônico. Então, há uma grande diferença entre o que nasce em meio digital e o que foi transformado em meio digital. A grande quantidade de possibilidades que você tem é quando você já cria o periódico em meio digital”. No entanto essa visão não é mesma apresentada por ENT3 que garante que o grande dilema é a segurança dos dados, ele afirma que:

Para garantir a segurança dos dados você tem que estar em PDF-A, que não é uma interfase amigável, não permite hiperlinks, essa sim é reprodução impressa direta, mas por outro lado garante integridade do texto e garante a preservação do texto a longo prazo, coisa que com o hiperlink nós não temos muita certeza disso.

No ponto de vista de ENT3 a falta de utilização dos recursos da mídia eletrônica não ocorre por uma migração ou nascimento em meio eletrônico, como tão pouco, por uma capacidade maior ou menor de se relacionar com este meio por parte do editor, para este entrevistado “é uma questão técnica de identificação do próprio artigo” e, inclusive,

para ele o mais adequado para as revistas seria realmente realizar a migração como uma cópia do impressa através do PDF/A. Desta forma, ele discorda de ENT1 que afirma “se eu estou escrevendo um artigo para um periódico de papel e um para meio digital há uma diferença de estruturação.”, para ENT3 apesar de a formatação em HTML ser mais apropriada para a mídia eletrônica, e ter inclusive melhor usabilidade, a garantia da segurança dos documentos leva os autores e editores a manter uma estruturação idêntica a do material impresso através do PDF/A. Esta opção é reforçada por ENT5 que afirma que em sua revista existe um esforço, exigido pelo Portal de periódicos da UFSC, para “colocar em PDF-A, que vai nos dar uma garantia de 50 anos da Adobe que qualquer máquina vai ler esses PDFs em qualquer momento”. Este trabalho de conversão dos artigos para PDF-A também aparece, mais de uma vez, na fala de ENT4. Cabe destaque ainda que ENT6 fala em sua entrevista em uma alteração de forma da apresentação dos artigos para a revista motivado pela plataforma digital, mas apenas de caráter estético e não funcional.

Desta forma, a única diferença real entre os artigos do formato impresso para o digital é que ao escrever um artigo para um revista impressa o autor pode visualizar um limite de alcance de seu artigo, ele pode comunicar de forma mais direta ao público leitor, que é muito mais limitado, e quando a construção de um artigo se dá para uma revista eletrônica ele tem que estar consciente que a sua escrita deve ser feita para um alcance muito mais amplo e, praticamente, irrestrito. Quando ENT1 se refere ao meio digital ele afirma que “a maior vantagem é visibilidade da produção acadêmica e científica”. Com o meio impresso era limitado o número de pessoas que tinham acesso a publicação. Com o objetivo de fortalecer o acesso dos periódicos através do meio digital ENT1 afirma que só vai se criar uma cultura do meio digital se vários autores do ambiente acadêmico se responsabilizarem por esta questão, para ele isso será feito “disponibilizando para a nossa comunidade acadêmica e científica a informação em meio digital, e mostrando para ela quais as vantagens”.

Sobre as dificuldades da transposição do meio impresso para o digital ENT2 coloca que “como é uma coisa muito nova, recente para os editores, a gente observa que existe uma resistência a isso, mas é um trabalho que tem que ser feito. Alguns editores não tem dificuldades em relação a isso, mas outros sim.”. Existe então uma resistência inicial, mas conforme o ENT4 “com esse trabalho do portal agora que eu aprendi eu acho muito fácil, estou dando graças a Deus que eu mesmo faço [...]”.

Esta facilidade em grande parte surgiu com a criação do Portal de Periódicos da UFSC e da Incubadora de Periódicos da UFSC (exclusivamente em plataforma digital). Estes instrumentos permitem uma maior visibilidade dos periódicos produzidos pela universidade e ainda disponibiliza um sistema computacional que auxilia os editores na logística desde o momento da submissão dos artigos pelos autores até a aprovação final dos artigos pelos pareceristas *ad hoc*.

Mesmo aqueles editores que possuem alguma dificuldade com a mudança eles o fazem pelas vantagens já mencionadas. Dentre elas, já mencionado, que este formato traz vantagens financeiras. E os aspectos financeiros, grande desafio das revistas, também receberam comentários de todos os editores entrevistados. Todos relatam dificuldades em manter os periódicos em funcionamento por falta de garantia de recursos. O periódico de ENT4 não cobra dos autores, por possuir, a longos anos, recursos advindos de programas governamentais. Mas eles não atendem as revistas editadas por ENT5 e ENT6, ambos relatam um trabalho de busca destes recursos, de conquista pontuais em anos isolados, mas que de forma regular isso não ocorre. Esse fato leva os editores a cobrarem dos autores, para viabilizar a publicação dos artigos aceitos (eles destacam também que os valores são baixos se comparados a outros periódicos brasileiros e principalmente os internacionais e que todo o recurso é revertido para o periódico, ou seja, não há a percepção de lucros). De toda forma, o formato digital reduz gastos e permite a perenidade dos periódicos científicos.

Ao finalizar a análise deste tema é possível afirmar que, com base nas entrevistas analisadas, não se justifica, na atualidade, o lançamento de uma revista científica em meio impresso e nem mesmo de formato nas duas plataformas (impressa e digital), isso devido principalmente a maior disseminação do conhecimento promovido pela revista eletrônica (visibilidade) e a menor exigência de recursos (financeiro, tempo, humano, espaço, entre outros).

Quando questionado de forma direta sobre a temática do processo de construção da marca de uma revista científica eletrônica. ENT1 afirma que “a construção da marca de uma revista se dá pela qualidade, e sem dúvida pelo currículo dos autores”. Nesta ocasião o entrevistado se refere à qualidade como sendo aquela percebida pelo público-alvo em relação aos artigos publicados. Desta forma para ele a construção da marca de uma revista acadêmica ocorre pela percepção da comunidade acadêmica que aquele veículo transporta artigos de qualidade e pela transferência de prestígio de marcas de autores que já possuem credibilidade para a revista.

A construção da marca das revistas científicas é vista na atualidade não como uma questão que pode ser gerenciada, mas sim como o resultado das demais ações, mesmo que isso ocorra de forma indireta. ENT1 expressa essa opinião ao mencionar que “a marca ela é o resultado de todo um trabalho que tem ali atrás”.

Sintetizando ENT1 afirma que “a marca é o resultado de toda uma estruturação anterior”.

Indo ao encontro do que ENT1 fala, mas por outro prisma ENT5 expõe sua opinião de que a marca é construída como resultado de todas as decisões de gestão tomadas ao longo de sua existência. Para justificar esta opinião ENT5 relata o fato de duas revistas vinculadas ao mesmo departamento da UFSC possuir marcas com prestígio diferenciado. ENT5 não relaciona este fato a critérios explícitos como o WebQualis, mas a somatória de ações tomadas pelos editores da revista.

Ao relacionar estas afirmações com a revisão bibliográfica construída neste trabalho, pode-se afirmar que a marca de uma revista pode ser construída por suas ações de gestão, mas não só por isso. Estes relatos também demonstram a ausência de uma estratégia definida de *Branding* junto a estes periódicos.

Questionada se as revistas impressas, ou aquelas que migraram do meio impresso para o digital possui uma marca mais forte do que aquelas que já nasceram em meio eletrônico, ENT1 responde que “eu acredito que não. Não temos isso como um dado estatístico.”. Neste mesmo sentido, questionado sobre se a inexistência do formato impresso desmerece a revista, o mesmo entrevistado afirma que “de forma nenhuma”.

No conjunto das 6 entrevistas é possível verificar que, para os entrevistados, o formato impresso ou digital não tem relação direta com a reputação que a marca da revista irá receber por parte da comunidade científica, os parâmetros para isso são outros.

Para elucidar estes parâmetros, ENT2 afirma que a reputação da marca de um periódico está diretamente vinculada ao conceito que este possui junto ao WebQualis da CAPES. Segundo ele “eu acredito que a primeira coisa é a questão do Qualis mesmo”. Neste mesmo sentido o entrevistado ENT3, mesmo reconhecendo que o Qualis não é o único fator, acredita que “a academia materializa isso através do Qualis.”. No entanto, um pouco mais a frente em sua fala o entrevistado reconhece que “tem periódicos que não estão no Qualis e são excelentes”, muitos internacionais, por exemplo. Questionado novamente sobre o que leva um periódico a ser reconhecido pela comunidade científica ele aponta aspectos pontuais: “o que precisa para a comunidade reconhecer isso é

ter periodicidade, ter bons avaliadores, ter um editor que seja sério, que de respostas rápidas”.

Vincular o prestígio da marca de uma revista somente ao Qualis, no entanto, não é correto. Isso pode ser destacado por dois aspectos: 1) ENT4 afirma que a revista da qual ele é editor possuía um conceito A do Qualis, que posteriormente passou para B (apesar de demonstrar certa frustração) ele afirma que a submissão de artigos não diminuiu, bem como o número de leitores. 2) ENT5 destaca que o periódico, do qual é editor, possui conceitos diferentes em áreas distintas do Qualis, no entanto, não é possível afirmar que a revista possua um respaldo maior (submissão e leitura) nas áreas em que o seu conceito Qualis é maior. De toda forma a avaliação Qualis é um parâmetro importante de comparação entre os periódicos. E cabe destaque que, como já mencionado, as diferentes áreas do conhecimento possuem documentos de área distintos, isso permite que uma mesma revista, uma mesma marca, tenha classificações muito diferentes, ou mesmo, que revistas que possuem características semelhantes sejam posicionadas em estratos muito distintos se pertencerem a áreas do conhecimento diferentes. ENT6 destaca essa diferença entre os documentos ao mencionar que para a sua revista “ser A1 (ela deve) estar no ISI com fator de impacto maior que 1,57, isso se for da área de Educação Física, se for de outra área esse fator de impacto é multiplicado por dois”. Ou seja, revistas com o mesmo fator de impacto podem estar em estratos bem diferentes. No entanto, cabe destacar que para ENT3, os critérios de área do Qualis foram criados por comissões de cientistas vinculados a cada área e por isso, de forma ideal, aqueles critérios expressam os critérios que uma determinada comunidade científica utiliza para valorizar seus periódicos. Outra consideração relevante para este trabalho, feita por ENT5 é que não é saudável para o progresso da ciência que todos os periódicos busquem ser “A” junto ao WebQualis, sendo ele, nenhum pesquisador vai iniciar sua carreira de cientista publicando seus primeiros artigos em revistas internacionais classificadas como “A”. É necessário que existam revistas posicionadas em todos os estratos, pois para todas elas existem demandas de publicação e de leitura. Este entendimento é compartilhado por ENT4 que afirma que sua revista (hoje classificada como “B”) não tem intenção em despendar esforços em busca de uma classificação como “A”, o principal motivo alegado é que para isso seria necessária uma internacionalização e que este não é o foco do periódico. Devido a importância do fator Qualis junto a gestão da marca os documentos de área do WebQualis serão o tema de análise do próximo capítulo deste trabalho.

Foi unânime entre os entrevistados a afirmação de que o prestígio da marca do periódico está relacionado diretamente ao desempenho do editor. Por isso, este é o tema que agora será abordado.

De acordo com ENT5 toda a revista e, obviamente o prestígio de sua marca, está diretamente ligado a figura do editor, segundo ele “é uma coisa absolutamente em cima de uma pessoa, e é claro que então ela vai ter a cara desta pessoa”. Neste mesmo sentido ENT6 enfatiza ainda mais este aspecto mencionado que “o sucesso de uma revista depende muito do editor, e depende muito mesmo. Porque senão os artigos não dão fluxo, a resposta aos autores demora, e perde periodicidade, então a atuação do editor com certeza é um ponto chave para o crescimento e estabilidade da revista”.

Esta relação entre o desempenho da revista e o trabalho do editor suscita nas entrevistas outra série de argumentações sobre uma relação emocional que se estabelece entre o editor e a revista científica. De acordo com os entrevistados esta relação também é salutar para o desenvolvimento do periódico. ENT2 comenta que “ser editor é uma paixão. Por que a gente observa que alguns editores se envolvem tanto com a revista que fazem aquilo por amor, porque eles trabalham final de semana, eles trabalham à noite e geralmente as revistas que apresentam melhores resultados são quando o autor está mais empenhado naquela função”. Esta fala é corroborada pelos editores, e conforme ENT4 se não existir uma forte dedicação à revista, esta não se consolida. O mesmo entrevistado materializa esta paixão e esta dedicação ao afirmar que desistiu de realizar trabalhos no exterior devido a revista e que atualmente já possui os requisitos necessários para a sua aposentadoria e não o faz devido, principalmente, a revista.

Este debate sobre a importância do editor para a construção de uma marca de qualidade junto a comunidade científica leva ao debate sobre a valorização do editor pelas universidades (normalmente o seu empregador). ENT4 é o único entrevistado que é categórico ao afirmar que não possui reclamações. ENT5 e ENT6 afirmam que existe pouca valorização (só em momento determinados). ENT3 afirma que esta desvalorização “acontece no cenário dos países ditos periféricos”. Nos países desenvolvidos, a ciência, por ter uma história já consolidada, possui estruturas definidas, nos países subdesenvolvidos, ou em desenvolvimento, esse sistema ainda é “improvisado”.

Outra contribuição importante sobre o trabalho do editor expõe o fato de que no Brasil o trabalho do editor é feito por cientistas dedicados a áreas específicas no conhecimento (Física, medicina, direito,...) e não por profissionais especialistas em editoração. Cabe destacar que o

trabalho de avaliação dos artigos é feito pelos pareceristas, que obviamente devem ser da área científica, mas o trabalho do editor é muito semelhante, independentemente de qual seja área científica do periódico. Esta constatação está clara na fala de ENT4 que afirma que um profissional de outra área (biblioteconomia, por exemplo) talvez tivesse até mais facilidade para desempenhar a função. Segundo ela o trabalho do editor é basicamente um trabalho de organização dos processos.

Como o trabalho é semelhante, independente da área científica, e como existem revistas com mais de duas décadas de experiências (conhecimentos) adquiridos é recomendação deste trabalho que a Biblioteca Universitária da UFSC, através do Portal de Periódicos, utilize ferramentas da Gestão do Conhecimento para resgatar, gerir e disseminar este conhecimento. Esta atuação é salutar conforme ENT4 que afirma: “se alguém tivesse me ensinado essas coisas (procedimentos para a gestão de um periódico) o meu caminho seria mais simples”.

E o trabalho do editor é complexo, pois as revistas científicas, em sua maioria, possuem toda a sua gestão (operacional, financeira, de comunicação, marca,...) centrada em um grupo reduzido de profissionais ou mesmo em uma única pessoa. Isso pode ser comprovado na fala de ENT4 “o trabalho ‘formiguinha’ é meu, sou eu quem lido com a revista, mas a gente discute entre os 3[...]”. E compartilhando da mesma opinião ENT5 revela que “as pessoas falam: a revista do Paulo Hoffmam. Se hoje neste exato momento eu resolver ‘chutar o pau da barraca’, se eu resolver ter um infarto aqui, a revista é uma caixa preta, absolutamente ninguém sabe como a revista acontece [...]”. Essa centralização em uma única pessoa, ou em um grupo pequeno, de todas as tarefas gerenciais leva a uma supremacia das atividades operacionais em detrimento das ações estratégicas, onde se estabelecem as ações de gestão da marca. Para reforçar este cenário, segundo as entrevistadas, dos três editores entrevistados somente 1 (ENT4) possui bolsistas para auxiliar nos trabalhos operacionais, os demais realizam todo o trabalho sozinhos, somente contratando profissionais para a revisão gramatical e a diagramação dos periódico, por exemplo.

A convergência para a plataforma digital, já discutida neste capítulo, trouxe uma facilidade importante para o trabalho do editor: a possibilidade do trabalho ser realizado em qualquer lugar que possua acesso a internet (dentro ou fora da universidade). Esse aspecto é destacado diretamente por ENT4, ENT5 também coloca que “agora o portal (de Periódicos da UFSC) me possibilitou uma coisa que é poder trabalhar na minha casa, eu posso acessar o portal remotamente, não

preciso estar em um computador da universidade, e isso me possibilita algumas manobras, mas o trabalho não pára”.

Da mesma forma que a contemporaneidade trouxe benefícios como o visto acima, trouxe também algumas dificuldades. Sobre isso o entrevistado ENT1 afirma que “um pesquisador não pode ficar em função da velocidade. As coisas estão sendo atropeladas. Um pesquisador, um cientista tem que ter o seu tempo para internalizar, para digerir, para transformar isso em algo que seja lido. Então esta é uma variável que nos inquieta.”. Sobre essa pressão exercida sobre os pesquisadores para que publiquem cada vez mais, o que está levando a uma redução da qualidade dos artigos, ENT5 afirma que:

Então o que está ocorrendo nesta exigência de produtividade é que as pessoas estão mandando trabalhos com qualidade absolutamente discutível, os orientadores muitas vezes sequer lêem os trabalhos que os seus orientados encaminham e isso está criando vários problemas: o primeiro, é fluxo enorme de artigos para as revistas, segundo, que a qualidade destes artigos em geral baixou muito, terceiro, que isso cria um problema para os avaliadores, pois os avaliadores começam a ter uma demanda de todas as revistas que eles opinam e artigos de baixa qualidade que eles acabam se irritando e perdendo tempo e não querendo mais fazer.

Segundo os autores isso está criando um excesso de publicações que avançam verdadeiramente muito pouco no campo científico. No entanto, cabe destacar que ENT4 não compartilha destes argumentos, para ele existiu um aumento da qualidade dos artigos e não uma piora, como apontado pelos demais entrevistados. Ela é categórica ao afirmar que sobre a qualidade dos artigos “é gritante a melhora, os artigos dos primeiros números eram até muito ingênuos, não todos, mas a gente publicava artigos bem mais ingênuos, não vou dizer ruins, mas os artigos não passariam hoje. Com certeza não passariam”.

Ainda tratando de aspectos ligados a qualidade dos artigos submetidos para os periódicos vem a tona a discussão sobre a honestidade acadêmica. Este é um assunto tratado por todos os entrevistados. Todos demonstram repulsa a desonestidade, no entanto, não visualizamos ações estruturadas para garantir que a marca da revista não sofra com problemas desta natureza, como o plágio e a falta de

ineditismo. ENT1 se questiona “por que hoje tem tanto plágio? Por que você vai lá coloca as quatro primeiras linhas do trabalho do Google e aparece o texto inteiro? Temos que tomar cuidado com isso”. No entanto, ele não apresenta ações concretas que estão sendo feitas contra isso. Na fala do entrevistado ENT4, “já aconteceu e quando a gente identifica a gente diz para ele ‘olha este artigo já vou publicado’”. Percebe-se que o entrevistado utiliza da expressão ‘quando a gente identifica’ deixando transparecer que talvez não sejam em todas as ocasiões que esse problema é identificado. O entrevistado ENT5 é mais direto e afirma “há a necessidade de ser inédito e há esse tipo de problema. Eu como editor não tenho como te garantir que não tenha nenhum artigo publicado na Biotemas com problemas de plágio e ineditismo[...]”. ENT6 coloca que em sua revista “plágio não temos relatos disso. O que aconteceu e é bem desagradável é publicação dupla [...]”. Na maioria das revistas estes problemas são detectados, ao acaso, por esforços isolados de avaliadores, no entanto, seria importante a estruturação de um processo formal de detecção destas questões, para que situações que gerem grande repercussão não deteriorassem a marca da revista. Como justificativa para estas ocorrências os editores entrevistados (ENT4, ENT5 e ENT6) afirmam que muitas vezes isso ocorre não por má fé, mas por desconhecimento dos autores. Muitos publicam os artigos em suas páginas pessoais na internet ou em páginas de suas instituições de ensino, às vezes por vontade própria, às vezes a revelia (por procedimento interno das instituições de ensino), mas de toda forma os editores demonstram certa indignação porque no momento de submeter um artigo via portal os autores são obrigados a assinalar o ineditismo deste material. De forma bem prática, para se salvaguardar, ENT5 afirma que “eu tenho uma pastinha aqui com artigos que foram rejeitados por problemas de plágio”.

Como reflexo direto do trabalho do editor está a manutenção da linha editorial do periódico, característica apontada pelos editores entrevistados como muito importante para a construção de uma marca de qualidade pela revista. ENT5 afirma que a linha editorial de sua revista é muito elogiada e por isso um dos fatores de sucesso. ENT4 e ENT6 mencionam também a manutenção da linha editorial. Segundo este último entrevistado, ao longo dos anos “a linha é a mesma, nós estamos exigindo agora é mais qualidade”.

Após analisar os temas relacionados com o editor da revista, este trabalho, passa a analisar o conteúdo relacionado ao endosso que outras marcas concedem a marca da revista científica, endosso este realizado pela marca da instituição que publica a revista, pelos professores que

publicam nela seus artigos, pelos cientistas que compõem seu corpo editorial e mesmo pela marca de seu editor. Sobre o conselho editorial, “é fundamental que o conselho editorial seja integrado por pessoas de vários lugares, principalmente, pessoas do exterior. É uma questão que nós orientamos muito agora”, afirma o ENT1, revelando outro aspecto muito valorizado para elevar a credibilidade de uma revista científica. O entrevistado ENT2 reforça esta informação colocando que “a questão do conselho editorial tem que ser multi-institucional, e estar especificado na revista, então tem que trazer pessoas de fora para ajudar a pensar a revista [...]”, esta consideração é muito relevante, o conselho editorial deve auxiliar de forma efetiva a definir as estratégias da revista e não somente “emprestar” o seu nome para a validação da mesma. ENT5 coloca uma configuração um pouco diferente, segundo ele em sua revista “temos um conselho editorial local que define as questões políticas da revista, mas nós temos os consultores associados que tem gente do Brasil inteiro, das principais universidades, que é isso uma das exigências (para indexações e o Qualis)”.

Cinco entrevistados falam no sentido de que a ‘marca’ dos componentes do conselho editorial influenciam a marca da revista, em sentido oposto, ENT2 coloca que “na verdade eu acho que não existe este peso, pois na verdade o coração da revista é o editor, é ele quem vai tomar as decisões, ele vai forma o conselho, ele vai convidar as pessoas, ele vai tomar as decisões gerenciais, ele vai lidar com a revista no dia a dia”.

O que é unânime entre todos os entrevistados é que a marca da revista é endossada pela marca da instituição que a publica. Questionada se no momento inicial de uma revista a marca da instituição que edita auxilia na construção da marca da nova revista, o entrevistado ENT1 coloca que:

Sem dúvida! Hoje você criando uma revista aqui na UFSC é uma marca. A Universidade (Federal de Santa Catarina) é uma marca respeitada no mundo todo. Então a partir do momento que você cria uma revista científica que ela passa pela incubadora e que ela entra no portal ela ganha o aval da universidade. Então nascendo dentro da universidade já tem uma marca. E é claro que depois o conselho tem que trabalhar para consolidar essa marca.

O entrevistado ENT2 afirma que “isso com certeza é uma identidade e representa muito ser uma publicação científica da Universidade Federal de Santa Catarina. Tem um peso”. Para ENT3 isso ocorre por uma percepção da comunidade científica que “[...] as grandes instituições da pós-graduação não vão permitir possuir periódicos de qualidade ruim ou mediana, [...]”, ou seja, apesar de não conceder credibilidade ao novo periódico, por exemplo, eles transferem a credibilidade da marca institucional. O entrevistado ENT5 tratando da transposição da revista impressa para a digital coloca que “[...] quando ela passou a ser digital, mesmo que a editora acabe não fazendo nada pela revista, nós mantivemos a chancela [...]” isso foi motivado, pois a revista acredita ser importante vincular a marca da instituição com a marca da revista, mais adiante o entrevistado revela de forma direta que “a chancela da universidade é importante para a revista. Eu não acho que se ela fosse de uma particular, dependendo obviamente da particular, que ela teria o mesmo reconhecimento. Agora eu acho que historicamente foi uma coisa que a revista foi conquistando pelo resultado que ela oferecia para os seus clientes.”, neste caso o endosso da instituição seria muito importante no lançamento da revista, antes de ela conquistar a sua “marca própria”, e menos importante ao longo de sua história, no entanto, o entrevistado ENT4 citando de forma pontual uma revista de sua área afirma que “[...] se ela não fosse da Sociedade (Brasileira de Física) talvez ela já tivesse acabado [...]”, o entrevistado comenta que a comunidade científica reconhece várias deficiências neste periódico, mas como a instituição que a publica é extremamente forte ela praticamente não se abala. É um exemplo real da importância do endosso, não só no início da revista, mas como em toda a sua caminhada. De toda forma, reiterando a importância da instituição do início da trajetória da revista o entrevistado ENT6 determina que “para iniciar uma revista hoje, você tem que ter uma instituição forte [...]”. Os desafios para esta revista serão inúmeros, e o principal deles é conseguir bons artigos, pois os autores desejam que seus artigos sejam publicados em revistas já posicionadas na classificação do Web Qualis, e se a revista está iniciando ela ainda não possui essa classificação e ela precisa de bons artigos para chegar lá. Isso cria um ciclo vicioso, se não está no Qualis não recebe bons artigos, se não publica bons artigos não entra no Qualis. Para quebrar este ciclo vicioso a marca institucional será fundamental, bem como o prestígio do editor e do conselho editorial. Essa questão é tão primordial que questionado sobre qual o principal desafio de um novo periódico o entrevistado ENT3, que coordena a incubadora de periódicos da UFSC, afirma que “é conseguir

bons artigos! Este é o desafio das revistas novas. É conseguir bons artigos para fazer a revisão por pares. Conseguir que os autores submetam artigos, pois ela ainda não está no Qualis”.

Da mesma maneira que a marca da instituição é importante, foi identificado pelos entrevistadores que ocorre uma troca de endossos de prestígio entre os autores e o periódico científico. No início, quando a marca de um periódico ainda não é conhecida, a marca forte de professores que ali publicam concede prestígio aquela nova marca, com o passar dos anos, tornando-se a marca detentora de respaldo, o processo se inverte, cientistas recém chegados à academia ganham prestígio em suas marcas pessoais se conseguirem publicar neste periódico. Sobre isso o entrevistado A afirma que não tem dúvida sobre esse processo e que isso “é uma via de mão dupla.”. “É exatamente (isso que ocorre)” afirma categoricamente o entrevistado ENT4. ENT5 comentando especificamente sobre a sua revista coloca que “nós tivemos vários professores renomados que avaliaram artigos para a revista, e a partir desse momento começaram a submeter artigos para a revista, e a existência dessas pessoas é obvio que traz um endosso”, teoria confirmada pelo entrevistado ENT6.

Por esta razão, quando se trata da decisão de mais uma revista entrar em um portal de periódicos, como o da UFSC, é importante levar em consideração o que foi relatado por ENT1: “em um mesmo portal a marca de uma revista influência na marca das demais, ou seja, se um portal disponibiliza revistas com informações desatualizadas isso pode comprometer a reputação de uma nova revista que passa a compor este portal, da mesma forma para uma revista nova, ser aceita em um portal que é composto por revistas de prestígio acadêmico permitirá um endosso, mesmo que indireto, deste conjunto. Um endosso direto ocorre caso este portal pertencer a uma instituição de marca reconhecida, como uma universidade ou uma associação científica, neste caso a marca desta instituição passa a endossar as revistas ali hospedadas, como ocorria anteriormente com as editoras.

Tema relevante para este trabalho foi como se deu o processo de comunicação da marca das revistas entrevistadas. ENT4 e ENT5 revelam que não existiu nenhum planejamento deste tipo de ação. De toda forma as ações ocorreram, segundo ENT4 no início “nós íamos em simpósios, até no exterior, e levávamos os cadernos ‘em baixo do braço’, fazíamos a distribuição (de exemplares)”. A apresentação da revista em eventos científicos é a mais tradicional forma de levar a marca da revista ao conhecimento do seu público-alvo. ENT2 e ENT3 recomendam esta prática e ENT5 afirma que sua revista também utilizou

desta ação: “a única divulgação era quando havia congressos e a editora da UFSC levava seus produtos e entre eles a revista”. O único entrevistado que afirma a existência de ações de comunicações planejadas foi ENT6, segundo ele “com a revista impressa, distribuímos para todas as universidades, pesquisadores da área a gente encaminhou, tivemos um folder e encaminhamos para todas as coordenações, foi o começo”.

Uma outra ação reconhecida pelos entrevistados e promovida pela Biblioteca Universitária da UFSC é a permuta. ENT4 e ENT5 comentam que suas revistas podem ser encontradas em muitas universidades do país e do exterior pelo envio feito pela B.U. através do sistema de permuta. Uma vez que a revista pode ser encontrada em uma biblioteca ela começa a ser lida e a receber artigos submetidos por aquela comunidade.

Finalmente a análise de conteúdo se debruça sobre aspectos pontuais que ainda não foram destaque de análise, mas que segundo os entrevistados são relevantes para a construção de uma marca de qualidade pelo periódico científico.

De acordo com ENT1 um aspecto importante para a construção da marca é a definição dos temas que serão abordados pelo periódico. Ele afirma “a questão do tema é fundamental! Eu posso estar lendo um artigo sobre o tema que me interessa, e o professor não tenha grande currículo. Então aquele artigo é interessante para mim porque eu gosto do tema. Seja um tema atual, um tema histórico, o tema é muito importante para a construção da marca de uma revista”. Este aspecto é tratado pelos outros entrevistados como se tratando do foco ou da área da revista. O entrevistado ENT5 coloca que um novo editor “deve definir bem a área, ele tem que ter uma definição da amplitude da área. É restrita ou ampla? As duas tem problemas se não forem bem pensadas, o restrito pela falta de demanda, e o amplo pelo excesso de demanda”. Neste mesmo sentido, o entrevistado ENT6 coloca que em uma revista com foco bem definido “a quantidade de leitores/pesquisadores é menor que em uma revista aberta, mas na busca o pesquisador já sabe qual é o foco, facilita bastante também”. Pelo exposto, visualiza-se que existem opções para revistas de marca forte que são extremamente genéricas em suas áreas, muitas vezes englobando conhecimentos de mais de uma área da ciência, e para revistas focadas. O importante, neste caso, é visualizar a sua área de abrangência científica (e que para isso fosse possível utilizar a divisão de área do Qualis) e observar se existe demanda de submissões e de leitores para uma revista mais abrangente ou mais específica.

De forma pontual ENT6 afirma que uma nova revista deve observar se conseguirá em um breve espaço de tempo suprir as exigências para a indexação na base SciELO. Segundo ele “a revista de Educação Física que não entrar no Scielo ela praticamente desaparece, se você quiser criar uma revista hoje e não olhar no mínimo o Scielo é aconselhável não iniciar”.

De forma a aglutinar os pensamentos podemos verificar que, assim como em uma organização comercial, a existência de um produto só se justifica e alcança sucesso se existir uma demanda de mercado por aquele produto. O sucesso da revista de ENT4 é creditado, segundo ela, pois “o caderno preencheu um espaço que não tinha outra revista. Porque ela começou dirigida para o professor de física do ensino médio, não tinha outra revista que fizesse esse papel [...]”. Neste pensamento ENT3 coloca que “se a comunidade não reconhecer aquele periódico como valioso ou relevante não há o que o editor possa fazer para ganhar prestígio”. Desta forma, deve um periódico estabelecer estratégias de marca para posicioná-la, mas isso só é possível se aquele periódico supri a necessidade de uma expressiva comunidade científica.

4.2 ESTUDO DOS DOCUMENTOS DE ÁREA DA DIRETORIA DE AVALIAÇÃO DA CAPES (QUALIS PERIÓDICO)

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, através de sua Diretoria de Avaliação – DAV, disponibiliza em seu sitio na internet ([HTTP://www.capes.gov.br](http://www.capes.gov.br)) os documentos de área. Este documento tem como objetivo explicitar quais os critérios avaliativos para recomendar ou não um programa de pós-graduação e classificá-los. Ou seja, estes documentos não têm como função direta a classificação dos periódicos científicos. No entanto, para verificar a produção científica dos programas de pós-graduação estes documentos estabelecem os critérios de classificação dos periódicos científicos que são posteriormente disponibilizados, um a um, através do sitio da internet WebQualis (<http://qualis.capes.gov.br/webqualis>)

Qualis é o conjunto de procedimentos utilizados pela Capes para estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação. Tal processo foi concebido para

atender as necessidades específicas do sistema de avaliação e é baseado nas informações fornecidas por meio do aplicativo Coleta de Dados. Como resultado, disponibiliza uma lista com a classificação dos veículos utilizados pelos programas de pós-graduação para a divulgação da sua produção.

A estratificação da qualidade dessa produção é realizada de forma indireta. Dessa forma, o Qualis afere a qualidade dos artigos e de outros tipos de produção, a partir da análise da qualidade dos veículos de divulgação, ou seja, periódicos científicos.

A classificação de periódicos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por processo anual de atualização. Esses veículos são enquadrados em estratos indicativos da qualidade - A1, o mais elevado; A2; B1; B2; B3; B4; B5; C - com peso zero.

Note-se que o mesmo periódico, ao ser classificado em duas ou mais áreas distintas, pode receber diferentes avaliações. Isto não constitui inconsistência, mas expressa o valor atribuído, em cada área, à pertinência do conteúdo veiculado. Por isso, não se pretende com esta classificação que é específica para o processo de avaliação de cada área, definir qualidade de periódicos de forma absoluta (CAPES, 2012).

A síntese da análise dos critérios utilizados pelas áreas é o que será apresentado a seguir, dá-se ênfase aos requisitos mínimos para a classificação dos periódicos.

Foram analisados os documentos do Triênio 2007-2009. Pois em março de 2012 os documentos do Triênio 2010-2012 ainda não estavam disponibilizados em sua totalidade.

As comissões de cada área são autônomas para definir quais os critérios que serão utilizados para a classificação dos periódicos, no entanto existem orientações gerais repassadas pela CAPES.

A “Área 1” engloba os programas vinculados a Matemática/Probabilidade e Estatística. Esta área define periódico como aquele veículo que “possui ISSN, corpo editorial e sistema de arbitragem por pares”. (CAPES - área 1, 2008, p.2). Devido ao grande

número de periódicos a serem avaliados (mais de 850) esta área desenvolveu uma metodologia peculiar, mesmo utilizado como critério o índice de impacto e meia vida do Journal of Citation Reports - JCR 2006. Pois na classificação da área aparecem várias distorções. O documento de área revela que “Um bom número de periódicos relevantes não possui indicadores de impacto e/ou meia vida” (CAPES - área 1, 2008, p.4), neste caso foram utilizados critérios qualitativos composição do corpo editorial, avaliação do editorial, o público a quem se destinava o periódico e análise por amostragem de artigos. Informação importante que destaca-se já neste primeiro documento é que estes critérios mais qualitativos e subjetivos foram utilizados também para “corrigir algumas distorções percebidas na qualificação obtida dos índices numéricos” (CAPES - área 1, 2008, p.4), verificaremos ao longo deste estudo dos documentos de área que grande parte das áreas se utilizam destes índices numéricos, mas muitas não corrigem estas possíveis distorções. Esta área esteve tão preocupada com as distorções que a análise apenas de índices poderia gerar (destacando que se trata da área de matemática/probabilidade e estatística e que por isso se justificaria ser fiel aos números), que durante reunião de coordenadores dos programas de pós-graduação recomendados pela CAPES em 2009 abriu sua avaliação do Qualis para sugestões dos programas e das sociedades científicas.

A “Área 2” reúne os programas de pós-graduação relacionados aos conhecimentos da Ciência da Computação. Esta área define periódico como “[...] os veículos de divulgação com corpo editorial reconhecido, com avaliação pelos pares (pareceristas ad hoc), dotados de ISSN e que aparecem em bases de dados reconhecidas internacionalmente. As fontes de dados mais relevantes para a área são: ISI, Scopus, ACM, IEEE, SpringerLink, InterScience e Scielo”. (CAPES – área 2, 2008, p.3). Os livros não são considerados veículos importantes de disseminação para esta área, no entanto, de forma bastante incisiva é destacado que tão importante quanto os periódicos são os anais de eventos tradicionais para esta área.

A CAPES dividiu os programas de pós-graduação em 48 áreas, pois existem diferenças muito significativas entre elas. Isso é tão presente que mesmo dentro de uma área os critérios de avaliação de valoração de um periódico podem ser distintos. A área de Ciência da Computação coloca que “um ponto importante a destacar na classificação refere-se às diferenças de índices (fatores de impacto como, por exemplo, JCR e H-index) entre subáreas da Ciência da Computação”. (CAPES - área 2, 2008, p.4). Desta forma, apresenta-se

de forma separada para a análise 4 subáreas (Teoria, Sistemas de Computação, Aplicações e Outros).

Como mencionado no início não existe apenas 1 indexador importante para essa área, deste modo, estabeleceu-se um índice a partir de uma média entre os fatores de impacto JCR (ISI), H-index (Scopus) e HG (Google Scholar) sendo os índices exigidos para cada estrato diferenciados para cada subárea.

A “Área 3” compreende os programas de pós-graduação de Astronomia e Física. Nesta área também os periódicos científicos são os veículos de disseminação do conhecimento mais relevantes, por isso sequer existe uma métrica de avaliação dos livros. Para ser considerado como periódico por esta área o veículo precisa: “a) Instrumentos com corpo editorial reconhecido, com avaliação pelos pares (“*blind referees*” ad hoc); b) Instrumentos com ISSN; c) Instrumentos indexados nas bases de dados JCR, SJR e SCIELO”. (CAPES - área 3, 2008, p.4). O principal critério desta área foi a verificação do índice de impacto do JCR. Para ser considerada no estrato B5 o periódico necessita ter seu índice J (JCR) diferente de zero.

A área de Química (Área 4) é direta e objetiva na utilização única e exclusivamente do índice de impacto do JCR. Segundo a área:

[...] serão considerados periódicos somente os veículos com índice de impacto (I.I.) igual ou superior a 0,1 ao JCR/ISI mais atual. De acordo com estes índices, serão classificados como:

A1 periódicos com I.I. igual ou superior a 4,0;

A2 periódicos com I.I.inferior a 4,0 mas igual ou superior a 3,0;

B1 periódicos com I.I.inferior a 3,0 mas igual ou superior a 2,0;

B2 periódicos com I.I.inferior a 2,0 mas igual ou superior a 1,5;

B3 periódicos com I.I.inferior a 1,5 mas igual ou superior a 1,0;

B4 periódicos com I.I.inferior a 1,0 mas igual ou superior a 0,5;

B5 periódicos com I.I.inferior a 0,5 mas igual ou superior a 0,1;

C os demais periódicos.

(CAPES - área 4, 2008, p.2)

No entanto, mesmo esta área abre exceção para alguns periódicos citados nominalmente (*Journal of the Brazilian Chemical Society*, Química Nova, Anais da Academia Brasileira de Ciências e Química Nova na Escola) e determina que estes periódicos receberão classificação B1, B2 e B3 sem necessitar de verificação de seus índices de impacto, a justificativa é que estes periódicos possuem comprovada relevância para a área, o que demonstra claramente um critério subjetivo e uma construção e consolidação da marca destes periódicos.

A Geociência é a área de avaliação da “Área 5”. Nesta área foi utilizado para os estratos A1, A2, B1 e B3 o índice de indexação do JCR, para os estratos B2, B4 e B5 foi utilizada a última avaliação trienal da própria CAPES, no entanto cabe destacar novamente a importância da construção da marca, pois o documento relata que “foi decidido pela Comissão de Área, em reunião de dezembro de 2009 que os periódicos *Geophysycs e Economic Geology*, serão enquadrados no estrato A1, apesar de seus fatores de impacto serem correspondentes aos dos periódicos do estrato B1. Isso se justifica porque tais periódicos são considerados de grande qualidade e muito destacados em suas respectivas subáreas [...]” (CAPES - área 5, 2008, p.5)

A “Área 6” compreende os cursos de pós-graduação ligados às Ciências Biológicas I, nesta área os periódicos científicos são os instrumentos mais utilizados para a divulgação de resultados de pesquisas, cabendo destaque que outros meios como livros, patentes, softwares, entre outros também são utilizados, só que em menor grau. Para classificar os periódicos a área estabelece um cálculo de mediana que leva em consideração unicamente o índice de impacto do *Journal of Citation Reports (JCR)* de 2006. Mas para o estrato B2 o documento expressa que “B2 = 70% Md à Md (FI > ou = 0,43 e < 0,60) + revistas indicadas”. (CAPES - área 6, 2008, p.4). Logo abaixo dos critérios de cada estrato o documento enumera quais são as revistas indicadas, em um total de 22 revistas, não estabelecendo nenhuma justificativa de quais motivos levaram estas revistas a estarem classificadas no estrato B2, determinando novamente o reconhecimento de qualidade por parte da marca destes periódicos.

A “Área 7” analisa os programas ligados a Ecologia e Meio Ambiente. Na definição de periódico a área já demonstra seu principal parâmetro de qualidade, para ela periódico é “qualquer revista científica indexada em bancos de dados nacionais ou internacionais,[...]” (CAPES - área 7, 2008, p.3). A área utiliza o fator de impacto do JCR-ISI para definir os periódicos dos estratos A1 à B2, utiliza a indexação junto as bases Scielo e Scopus (para aqueles não mencionados nos estratos

acima) para definir o estrato B3. Para o estrato B4 o documento destaca que nele se enquadram “periódicos nacionais ou internacionais que não se enquadrem nos estratos superiores, mas que possam ser considerados relevantes, com base no escopo dos periódicos e na frequência de uso pelos programas da área” (CAPES - área 6, 2008, p.4), o documento continua e para o estrato B5 “demais periódicos que não se enquadrem nos critérios acima” (CAPES - área 6, 2008, p.4). Por esta verificação podemos afirmar que existe uma contradição no documento, pois mesmo afirmando na definição de periódicos que estes são unicamente aqueles indexados, os estratos B4 e B5 são definidos para abranger aqueles periódicos que ainda não acessaram a base Scielo e Scopus. Por outro prisma cabe colocar que para acessar estas bases é fundamental o periódico já despender de certo prestígio junto a comunidade científica e então a construção da marca é um processo anterior a indexação e que vai se fortalecer com ela posteriormente.

A área de Ciências Biológicas II, avalia 64 programas de pós-graduação em todo território nacional e é identificada nos documentos da CAPES como “Área 8”. Do documento de área afirma que, ao longo do tempo, suas exigências em relação ao Qualis periódico vem se tornando mais severas, e prova disso é que a área não analisa periódicos locais/regionais ou mesmo aqueles de circulação apenas nacional (CAPES - área 8, 2008), apesar de ser uma menção direta da Área 8, por constantemente verificarmos a importância de indexações internacionais é possível afirmar que a construção da marca de uma revista científica na contemporaneidade exige estratégias globais e não apenas locais. Ao definir periódicos esta área afirma que: “O critério central da área para a definição de periódicos é o de sua indexação nas bases de dados do *Institute for Scientific Information (ISI) Web of Science* (Thomson Institute), *Scopus (SCImago research group, Elsevier B.V.)* e *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*.[...]” (CAPES - área 8, 2008, p.7). De forma indireta todo um composto de pré-requisitos é estabelecida, pois para se manter indexada as bases importantes como estas além de atributos como o ISSN, a revista necessita de vários índices de qualidade vinculados a periodicidade, renomado corpo editorial, entre outros. Na maioria destas bases o artigo deve ser disponibilizado, totalmente ou partes, em inglês.

Este documento é um dos poucos que difere de forma direta os periódicos impressos dos digitais, na maioria dos demais documentos, os periódicos são tratados de forma a não determinar esta distinção. A área determina:

Em relação aos periódicos *on line*, a área detectou três situações diferentes: a) a daqueles que precedem ou coexistem com a versão impressa indexada; b) a daqueles com edição somente on line indexados na base ISI e c) a daqueles com edições somente eletrônicas sem indexação. Para os primeiros, a área determinou a equiparação dos fatores de impacto e, portanto, da estratificação; para os segundos, adotar o FI e a estratificação decorrente desta; para os terceiros, a inclusão no estrato C. (CAPES - área 8, 2008, p.7)

Ainda relatando sobre a Área 8, esta área determina que a análise apenas dos fatores de impacto, especialmente do JCR, já utilizado em outra oportunidade não expressa com exatidão os conceitos de qualidades atribuídos a um periódico pela comunidade científica. Desta maneira a área observou que era necessário “[...] avaliar a necessidade de indicar periódicos específicos, independente dos índices bibliométricos disponíveis” (CAPES - área 8, 2008, p.9). Por exemplo, cabe citar que apenas para justificar a situação do *Brazilian Journal of Medical and Biological Research* (BJMBR) o documento se utiliza de mais de uma página, demonstrando a força da marca deste periódico junto a este grupo de cientistas.

Agrupando os programas relacionados a estudos de imunologia, microbiologia e parasitologia, a “Área 9”, é intitulada de Ciências Biológicas III. A comissão desta área, seguindo sinergia das outras áreas de ciências Biológicas já estudadas, definiu que o parâmetro mais relevante para classificar os periódicos científicos é o fator de impacto JCR. Os critérios de classificação foram baseados na análise de 1.370 artigos que foram publicados em 957 revistas diferentes, respeitando as orientações da CAPES estas revistas foram distribuídas percentualmente em cada estrato através dos seus índices de impacto. Este documento de área não apresenta exceções qualitativas à regra quantitativa.

A “Área 10” remete aos programas ligados a área de Engenharia I que engloba programas de pós-graduação em engenharia civil, construção civil, estruturas, geotécnica, recursos hídricos, sanitária e ambiental, transporte e urbana. O fator de impacto JCR (F.I.) foi utilizado para classificar os periódicos nos estratos A1, A2 e B1. Para os demais estratos foram utilizadas avaliações anteriores, novas avaliações e o endosso de Sociedades Científicas. O documento afirma que um dos critérios para estratificação é o “Patrocínio de Sociedades Científicas – Periódicos de Associações Científicas Internacionais sem F.I. foram

classificados com B3.” (CAPES - área 10, 2008, p.2), esta frase relata a influência da marca da associação científica sobre o periódico científico. O documento não especifica quais sociedades científicas seriam estas, mas é evidente que se trata de sociedades que possuem uma marca de qualidade consolidada no meio científico. O documento determina que os periódicos não indexados no JCR foram classificados conforme sua “importância para a área” esta importância é sinônimo para este trabalho de uma marca científica reconhecida como de qualidade pela academia e demais instâncias científicas.

A “Área 11”, Artes, sinaliza a primeira grande quebra no modelo de análise. O documento revela que esta área não tem como tradição indexar seus periódicos e, logo, não pode haver índice de impacto construídos a partir destes indexadores. Por este motivo a área primeiramente define seus critérios: “existência de editor responsável, Conselho Editorial (com afiliação institucional de seus membros), ISSN, linha editorial, normas de submissão, periodicidade, avaliação por pares, afiliação institucional dos autores, resumo e *abstract* dos artigos, disponibilidade em formato digital e garantia de acesso e preservação de seus números.” (CAPES - área 11, 2008, p.3). Desta forma a avaliação é feita por uma comissão, que apesar de se ater em diversos aspectos objetivos (como os mencionados acima) e outros como a diversidade institucional e a versão em língua estrangeira, mesmo assim ela se dá de forma qualitativa. E assim, nesta área a marca de qualidade de uma revista, constituída junto ao seu público-alvo, desempenha papel ainda mais significativo do que em outras áreas.

A “Área 12”, chamada Engenharias II, compreende os componentes ligados às Engenharias Química, Nuclear, de Materiais, Metalúrgica e de Minas. Ela também utiliza basicamente o índice de impacto do JCR e justifica esta escolha, pois a “maior parte dos artigos publicados pelos pesquisadores dos Programas de Pós-graduação das Engenharias II ocorre em periódicos indexados nesta base de dados. No triênio passado mais de 85% destes artigos estavam indexados no JCR/ISI.” (CAPES - área 12, 2008, p.2). Parâmetro utilizado por esta área, como também em outras, é a categorização de periódicos pertencentes a área e não pertencentes, os periódicos pertencentes a área necessitam de um índice de impacto bem inferior para ascenderem no estrato de conceitos. Por exemplo, na área 12 um periódico pertencente a área precisa de fator de impacto 1 será considerado A1, enquanto que outro periódico que seja considerado não pertencente a área com um fator de impacto 1 será considerado B1, para ser considerado A1 este

periódico não pertencente a área irá necessitar de um fator de impacto maior ou igual a 4.

É possível observar isso no trecho do documento abaixo:

Os periódicos pertencentes à Área das Engenharias II, indexados no JCR/ISI, foram assim classificados:

Classificação A1 – periódicos com F.I. maior ou igual a 1,0;

Classificação A2 – periódicos com F.I. menor que 1,0 e maior ou igual a 0,5;

Classificação B1 – periódicos com F.I. menor que 0,5 e maior ou igual a 0,3;

Classificação B2 – periódicos com F.I. menor que 0,3.

Os periódicos não pertencentes à Área das Engenharias II, indexados no JCR/ISI, foram classificados:

Classificação A1 – periódicos com F.I. maior ou igual a 4,0;

Classificação A2 – periódicos com F.I. menor que 4,0 e maior ou igual a 2,0;

Classificação B1 – periódicos com F.I. menor que 2,0 e maior ou igual a 1,0;

Classificação B2 – periódico com F.I. menor que 1,0.

Ainda na área 12, além do critério acima mencionado, as inserções nas bases Scopus e Scielo são consideradas. No entanto, para este estudo é importante destacar que o documento afirma que os periódicos publicados por associações (que possuem o endosso destas marcas), independente de seus fatores de impacto, serão considerados como B3 e os principais periódicos das associações serão considerados como B2, uma citação direcionada a marcas de periódicos consolidadas. Mais adiante, o documento afirma que alguns periódicos de subáreas que não possuem número expressivo de revistas com conceito “A” “[...] poderão ser reclassificados de acordo com a importância para as suas respectivas subáreas.” (CAPES - área 12, 2008, p.3). A importância de um periódico em uma subárea se dá pelo conhecimento que esta subárea possui das características transmitidas pela marca deste periódico.

Ainda dentro a grande área das Engenharias a “Área 13” coordena a chamada Engenharia III, que congrega os cursos ligados a

Engenharia Mecânica, de Produção, Aeroespacial, e a Naval e Oceânica. Como as demais áreas ligadas a Engenharia este grupo utilizou principalmente a base de dados do JCR/ISI para estratificar os periódicos, as bases indexadoras *Web of Science*, *Scopus* e *Scielo* também foram consideradas. No entanto, a marca de qualidade destas bases é percebida de forma muito distinta, como exemplo, os periódicos indexados apenas na base *Scielo*, se específicos da área foram considerados, em princípio, como B4 e se pertencente a outras áreas como B5. Este posicionamento é inferior aos periódicos publicados pelas Associações Científicas Nacionais que mesmo não indexados a nenhuma base foram posicionados nos estratos B3 e B4, apontando claramente uma valorização da marca científica destes agentes. Assim como na área 12 o fator de impacto do JCR é relativizado em relação ao periódico ser específico das áreas abrangidas.

Apesar de não classificá-las, o documento de área, menciona o como muito importante que as revistas que ainda não adentraram aos estratos continuarem sua trajetória de construção da sua marca:

É importante mencionar que é uma característica da área possuir grande quantidade de periódicos de cunho mais local que são relevantes para a área geográfica em que se inserem, seja para a divulgação de resultados científicos, seja para aqueles de cunho mais técnico. Outrossim, que servem de incentivo para que os discentes e docentes dos programas e associações a que estão vinculados possam iniciar uma trajetória técnico-científica ascendente que o País necessita. Neste sentido é de vital importância que os mesmos continuem a serem publicados em cadência regular, com ampliação e consolidação de seu corpo editorial, com um maior grau de autores de diferentes áreas do País e com a diminuição da endogenia. Esta busca por consolidação deve focar a indexação em bases de grande visibilidade, como aquelas aqui consideradas.

(CAPES - área 13, 2008, p.4)

Continuando dentro da grande área das Engenharias, a “Área 14” é denominada de Engenharias IV, e engloba as subáreas de Engenharia Biomédica (Bioengenharia, Biomédica e de Sistemas) e Engenharia Elétrica (Automação, Informação, Automação e Sistemas, Computação,

Eletricidade, Teleinformática, Elétrica, Eletrônica, Redes de Telecomunicações, Microeletrônica e Telecomunicações). O destaque a esta área se dá pelo aumento significativo no número de marcas de bases de dados que são reconhecidas como de qualidade, na definição de periódico científico o documento expressa: “[...] seja registrado em bases de dados de indexação reconhecidas, tais como JCR, SCOPUS, SCIELO, INDEX-PSI, BIOSIS, CAB, ECONLIT, FSTA, GEOREF, MATHSCI, MLA, PHILOSOPHER, PSYCINFO, SPORT DISCUS, Pubmed, LILACS, Medline, AGRIS, IEEEExplore e INSPEC.” (CAPES - área 14, 2008, p.4) . No entanto, a área realiza uma distinção importante entre a força da marca entre as bases, determinando que os estratos A1, A2, B1 e B2 serão preenchidos pelo fator de impacto do JCR e os demais estratos pela presença do periódico nas demais bases de dados. Cabe destaque que mesmo para a classificação dos estratos superiores pelo JCR o documento abre uma ressalva e admite que após ocorrida a distribuição nos estratos se a classificação “[...] não reflete a sua efetiva importância para a área poderá ser reposicionado em outro estrato mediante análise criteriosa da Comissão de Área”. (CAPES - área 14, 2008, p.5) Ou seja, novamente a relevância da marca constituída junto aos membros da comissões se mostra superior aos critérios objetivos. É evidente, que na maioria dos casos espera-se que os fatores objetivos de qualidade refletissem os fatores subjetivos impregnados na marca.

A “Área 15” é denominada de “Medicina I” englobando programas interdisciplinares como Ciências Médicas, Ciências da Saúde, Clínica Médica, entre outros, e as especialidades de Cardiologia, Endocrinologia, Nefrologia, Oncologia, Pneumologia, entre outras. Para mensurar a produção científica esta área não considera outra modalidade, como livro, anais de congressos, entre outros, avaliando unicamente os periódicos científicos. Estes são classificados entre o estrato A1 e B2 conforme seu índice de impacto no ISI. Para o estrato B3 são classificados os periódicos indexados na base Medline/PubMed. Para o estrato B4 são classificados os periódicos que constam na base SciElo. E para o estrato B5 são classificados os periódicos indexados nas bases LILACS, LATINDEX e “semelhantes”.

Continuando dentro da grande área da saúde, a “Área 16” é a Medicina II, que congrega programas que tem como objeto de estudo doenças infecciosas, pediatria, nutrição, neurologia, psiquiatria, radiologia, hematologia, reumatologia e alergia. A classificação do Qualis periódico é extremamente semelhante ao da área 15 (ISI para os estratos A1 a B2 e as mesmas bases para os estratos B3 a B5).

A “Área 17”, Medicina III, aglutina todos os programas de pós-graduação ligados a cirurgias e também classifica os periódicos (principal meio de disseminação científica da área) de forma igual às áreas 15 e 16.

Ainda dentro da grande área da saúde, a “Área 18” se refere à Odontologia. Orientações únicas foram encaminhadas a todas as áreas para orientar a construção do Qualis Periódicos, e apesar de respeitar as características peculiares de cada área é necessário construir um mínimo de aderência entre as áreas. O documento 18 se refere a esta circunstância no trecho abaixo:

Atendendo ainda determinação do CTC-ES/CAPES, reunido em 4 de março de 2009, os seguintes aspectos foram observados:

- 1- O percentual de periódicos classificados no estrato A1 deve ser menos do que ao dos classificados em A2;
- 2- A soma dos percentuais de periódicos classificados nos estratos A1 e A2 não deve ultrapassar 26% e a dos estratos A1, A2 e B1 não deve ser superior a 50%;
- 3- Pelo menos cinco estratos devem ser representativos (10%, no mínimo);
- 4- O número de periódicos classificados como C deve ficar próximo a zero, pois estes serão excluídos do cálculo dos percentuais mencionados acima.

(CAPES - área 18, 2008, p.7)

A área 18 apresenta leves alterações em relação às áreas 15, 16 e 17. Primeiramente, para os estratos A1, A2, B1 e B2 além do fator de impacto do JCR/ISI o fator H do Scopus também é considerado. Para o estrato B3 além da base Medline/PubMed as bases Scielo e *International Pharmaceutical Abstracts* (IPA) são relevantes. São classificados com B4 os periódicos encontrados nas bases LILACS, EMBASE, EXCERPTA MÉDICA e PSYCLIT. E finalmente como B5 são considerados os periódicos que estão na base Bibliografia Brasileira de Odontologia (BBO).

Farmácia é a “Área 19” da CAPES, esta área trabalha amplamente com a pesquisa básica e a aplicada. A qualificação dos periódicos ocorre puramente através do índice de impacto do JCR/ISI para os estratos A1, A2, B1 e B2. No estrato B3 estão classificados os

periódicos com índice de impacto menor que 0,8 no ISI ou igual a 5 no índice “h” da base Scopus. No estrato B4 estão os periódicos indexados na Base Scopus com índice de impacto “h” menor que 5. O último estrato, B5, reúne os periódicos indexados na base SciELO e outras bases relevantes para área da saúde já mencionadas neste trabalho.

A “Área 20”, Enfermagem, define periódico e faz contribuições relevantes em seu documento como é exposto a seguir:

O periódico científico será considerado, pela área de enfermagem, como um veículo de divulgação dos resultados de investigação científica, dotado de ISSN, de importância e interesse social e acadêmico e relevante para a comunidade científica. Reflete qualidade editorial representada pela originalidade e qualidade dos artigos publicados, selecionados por reconhecido corpo editorial, processo de avaliação por pares (*peer-review*) e que esteja indexado em bases relevantes para a área, com ou sem o recurso de cálculo de indicadores de bibliometria.

As bases indexadoras representam uma importante fonte de divulgação do conhecimento produzido pelas diferentes áreas do saber junto à comunidade científica e proporcionam visibilidade às publicações, no entanto, podem ter valoração distinta devido às peculiaridades e à relevância que a base tem para cada área.

Além das tradicionais bases indexadoras, *Social Sciences Citation Index do Institute of Scientific Information* – ISI, Medline, Scopus e da Coleção SciELO, destaca-se a base *Cumulative Index to Nursing and Allied Health Literature* – CINAHL, coordenada pela empresa americana *Cinahl Information Systems* – Ebsco Publishing, que é uma base de referência para a área de Enfermagem nacional e internacional por ser a mais completa da área [...]. A enfermagem tem ainda como base indexadora de referência, a base Cuiden, coordenada pela Fundación Index, instituição científica espanhola. Esta base é relevante para a Enfermagem Ibero-Americana [...]

(CAPES - área 20, 2008, p.4)

Desta forma, e também por ser esta uma área em consolidação, conforme o próprio documento de área, apenas nos estratos A1 e A2 é utilizado os índices de impacto do JCR/ISI e H/Scopus, nos demais estratos uma relação entre vários indexadores é estruturada. Mas cabe ressaltar que eliminado o critério de indexação nas bases, somente no estrato B5 aparecem a possibilidade de inserção de periódicos produzidos por Associações científicas que possuem uma marca de qualidade reconhecida, sendo assim mesmo a área considerando em consolidação outros fatores mais qualitativos de análise subjetiva não são instrumentalizados.

Educação Física, Fisioterapia, Fonoaudiologia e Terapia ocupacional compõe a “Área 21” da CAPES. Esta área justifica a utilização e valorização das bases e seus fatores de impacto, pois são elas, segundo o documento, que garantem que o objetivo final de toda revistas científica foi alcançado, ou seja, que os resultados das pesquisa alcançaram o público-alvo através da democratização do conhecimento. (CAPES - área 21, 2008).

Neste documento é possível entender porque nas áreas anteriores pertencentes a grande área da saúde existia tanta semelhança na avaliação dos periódicos o documento cita expressamente: “a partir dos acordos estabelecidos na Grande Área da Saúde, adotou-se o JCR (fator de impacto “j”) e o SCOPUS (índice “h”) como bases preferenciais de indexação para periódicos nos estratos superiores (A1, A2 e B1). Adicionalmente, as bases MEDLINE e SciELO foram consideradas no estrato B1[...]”. Para estratos inferiores a área utiliza outras 12 bases.

A “Área 21” menciona em seu documento que aqueles periódicos que não possuam fatores de impacto, mas que estejam indexados nas bases LILACS, CINAHL, EMBASE, ERIC, SPORT DISCUS ou LATINDEX devem encaminhar os últimos 3 números do periódico para análise e que eles serão avaliados segundo os critérios do formulário da base SciELO. Neste caso, apesar de uma avaliação fora dos índices de impacto, se utilizados apenas critérios técnicos, não se trata de uma avaliação subjetiva, como é necessário que seja para a avaliação da importância da marca de um periódico junto a comunidade.

A “Área 22”, Saúde Coletiva, ao definir periódico científico realiza uma distinção e menciona que “não serão considerados, para efeito da produção científica dos programas, as publicações com conteúdo técnico ou de divulgação.” (CAPES - área 22, 2008, p.3).

Diferentemente das outras áreas relacionadas a saúde que utilizam o índice de impacto da JCR/ISI como índice preferencial para a

estratificação dos níveis mais elevados a área 22 coloca em seu documento que:

Para a área, adotou-se a base Scopus como base de indexação preferencial para a classificação dos periódicos estrangeiros, [...]. Além disso, adotou-se o índice H como indicador bibliométrico de impacto, [...]” para os periódicos nacionais a área utilizou, como a maioria, a base Scielo “simultaneamente, foi adotada para a classificação dos periódicos nacionais indicadores da SciELO, por ser a principal base de acesso aberto para os países latino-americanos [...]. Para a base SciELO será utilizado como indicador de impacto o número médio de citações recebido pelos artigos, correspondente ao ano base da avaliação.

(CAPES - área 22, 2008, p.3)

Desta forma para os estratos superiores são consideradas as bases Scopus, ISI e SciELO. No entanto, para adentrar a estratificação, ou seja, o nível B5 o documento coloca como critério “ revistas não indexadas, com artigos completos acessáveis via *on-line* nos sites das revistas ou associações responsáveis por sua publicação” (CAPES - área 22, 2008, p.4). Desta maneira o documento permite uma avaliação inicial, fora de indexação, para seu estrato mais inferior, no entanto para isso deve a revista estar em formato *on-line*. Pode ser esta a primeira ação estratégica de um novo periódico (receber classificação B5), para buscar então a indexação em bases com marcas de prestígio.

A área que congrega os cursos vinculados a Zootecnia e aos Recursos Pesqueiros é a “Área 23”. Esta área estabelece uma forma de classificar os periódicos de sua área através das bases de indexação, mas de certa forma peculiar. Para os estratos A1, A2 e B1 ela utiliza uma estratificação do fator de impacto JCR (muito semelhante as outras áreas), mas para os estratos seguintes ela define 5 bases importantes para a área, a saber: *Science Citation Index (ISI)*; *Commonwealth Agricultural Bureau (CAB)*, *Biological Abstracts (BIOSIS)*, *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* e *Aquatic Sciences and Fisheries Abstracts (ASFA)*. Para ser classificado como B2 basta o periódico, independentemente de índices de impacto, estar indexado em pelo menos 4 destas 5 bases. Para ser B3 deve estar indexado em três delas. Para B4 em duas. E para ser B5 estar presente em pelo menos em uma base.

Medicina Veterinária é a “Área 24”. Ela possui semelhanças com a área 23. Para a Medicina Veterinária são bases indexadoras de relevância a Pub Med, SciELO, CAB *Internacional*, *Biological Abstracts e Zoological Records*. Ela utiliza o fator de impacto do JCR para estratificar os periódicos entre A1 e B2 (de forma isolada). Pode ser também classificado como B2 o periódico que não possuir fator de impacto do JCR, mas que esteja indexado no mínimo a quatro bases indexadoras da área. Se há três o periódico é B3. Se há pelo menos uma, ele é B4 e se ele está indexado, mas há uma base que não é da área (o documento não relata então quais seriam) ele será considerado B5.

Saindo da grande área da saúde a “Área 25” trata da avaliação dos programas de pós-graduação de Ciência e Tecnologia de Alimentos, que está inserido dentro da grande área das Ciências Agrárias. Mesmo assim esta área possui muita semelhança no modelo de classificação de periódicos com a área 23 e 24 (importância para o JCR para os estratos A1, A2, B1 e B2 e outras bases para os estratos inferiores), no entanto, cabe destacar a importância da marca de uma base para esta área, a *Food Science and technology Abstracts* (FSTA). Isso fica evidente, pois, por exemplo, para ser classificado como B4 o periódico deve estar indexado a duas bases da área, ou a apenas uma se esta for a FSTA, esse fato (a valorização desta base sobre as demais) ocorre também para os estratos B2 e B3. Cabe destacar que, como em outras áreas, se não estiver em pelo menos uma base indexadora o periódico não é considerado relevante para a área e não existe outro parâmetro que pode ser utilizado.

Migrando para outro campo distinto do conhecimento científico, a “Área 26”, avalia os programas de pós-graduação em Direito. Esta área classifica seus periódicos através de uma dependência com os fatores de impacto. Na verdade basta estar indexado (não necessitando possuir fator de impacto) em uma das bases: ISI, Scopus ou SciELO e mesmo esse critério é apenas para os estratos A1 e A2.

Por este motivo a definição de periódico que será avaliado pela área é algo muito mais fundamental para esta área e o que é descrito no documento de área segue abaixo:

Um periódico científico é uma publicação seriada, arbitrada e dirigida prioritariamente a uma comunidade acadêmico-científica. Para ser considerado um periódico científico, o mesmo deve conter, obrigatoriamente, os seguintes itens:

- Editor responsável

- Conselho Editorial
- ISSN
- Linha editorial
- Normas de submissão
- Periodicidade mínima semestral. No caso da Área do Direito, esta periodicidade mínima poderá ser anual.
- Avaliação por pares
- Publicar pelo menos 14 artigos por volume
- Afiliação institucional dos autores
- Afiliação institucional dos membros dos Conselhos
- Títulos, resumos e palavras-chave/descriptores em português e inglês.
- Data de recebimento e aceitação de cada artigo
- Pelo menos um número do ano anterior publicado

(CAPES - área 26, 2008, p.3)

A avaliação cega por pares (anônima) é característica para a constituição de um periódico científico pela maioria das áreas, no entanto a área 26 abre exceção e aceita classificar, entre os estratos B1 e B5, aqueles periódicos que possuam alguns artigos publicados por convite.

No início das descrições sobre as exigências para a classificação do estrato A1 ao B3 a primeira frase se repete: “ser publicado por instituição com Pós-graduação *stricto sensu*, ou Sociedade Científica de âmbito nacional ou internacional reconhecida pela Coordenação de Área, [...]”(CAPES - área 26, 2008, p.5) desta forma verifica-se a importância da marca institucional que endossa a marca do periódico científico.

A “Área 27” congrega os programas de pós-graduação dos campos de conhecimentos relacionados à Administração, Ciências Contábeis e Turismo. Esta área estabelece certa similaridade com a área anterior. Por isso o documento estabelece uma descrição de periódico. No entanto esta área retoma o fator de impacto do JCR e do Scopus para classificar seus periódicos nos estratos A1 e A2. Para o estrato B1 o periódico deve estar indexado no SciELO ou em base semelhante no exterior. Para os estratos B2 a B5 foi feita uma relação com a avaliação

trienal anterior, desta forma os periódicos antes classificados como “NA – Nacional A” foram classificados como B2 e assim sucessivamente.

Economia é o objeto de estudo dos programas de pós-graduação da “Área 28”. Esta área realiza uma avaliação quantitativa relacionada aos índices de citações dos artigos nos periódicos, as avaliações anteriores já realizadas pela área conjugada com uma avaliação subjetiva realizada pela comissão de área que posiciona os periódicos em estratos sem a possibilidade de demonstrar critérios objetivos para isso.

Essa forma de análise fica evidenciada no seguinte trecho do documento: “a área de economia tem definido seu Qualis ao longo dos triênios passados, para os periódicos internacionais, com base em um *ranking* efetuado por algum pesquisador, complementando com informações colhidas junto a associações, além, evidentemente, da opinião dos membros da comissão Qualis.” (CAPES - área 28, 2008, p.4)

O documento relativo à “Área 29”, que reúne os cursos de pós-graduação em Arquitetura, Urbanismo e Design não se refere de forma direta a indexação ou a presença em base de dados (ou fator de impacto) como instrumento de classificação. Segundo o documento: “deve ser ressaltado que, ao avaliar o esforço editorial, a Área não coloca peso relevante no número de edições anuais e sim na diversificação de origem dos autores, indicador importante para a penetração do periódico bem como na consistência da publicação aferida pela estabilidade (tempo) do veículo”. (CAPES - área 29, 2008, p.5)

Antes de existirem os programas de pós-graduação a disseminação do conhecimento da área era realizada através das revistas comerciais e estas, mesmo na atualidade, desempenham papel importante nesta tarefa. Desta forma o conhecimento científico é compartilhado em simpósios, congressos e seminários, bem como em livros. Outro relato do documento é que a importância das revistas científicas varia muito dependendo da linha de pesquisa do programa, existem aqueles que já possuem veículos consolidados e por isso já divulgam através de suas páginas como existem linhas que tradicionalmente não se utilizam deste recurso. Nota-se então a necessidade e a oportunidade para o gerenciamento e construção de um periódico com uma marca de qualidade científica reconhecida.

Como não se utiliza dos fatores de impacto para realizar a classificação a área elegera como fatores de relevância: “esforço editorial (expresso pela quantidade de artigos e edições publicadas), periodicidade, diversificação dos autores e do corpo de parecerias,

longevidade e representatividade”. (CAPES - área 29, 2008, p.27). E apesar de descrever critérios mínimos para categorizar um periódico como científico (critérios semelhantes as outras áreas) nesta área é admitido que projetos (produção projetual) fossem aceitos em revistas comerciais de grande circulação, pois assim cotidianamente os pares desta área atuavam.

Planejamento Urbano e Regional/Demografia é a “Área 30”, o documento relata a importância dos periódicos científicos, mas diagnostica que os periódicos onde professores e alunos desta área publicam raramente estão indexados e desta maneira eles não possuem índices de impacto. Isso levou a comissão de área a criar critérios próprios. A área definiu por determinar critérios objetivos.

Apenas em relação às publicações que satisfazem os critérios mínimos (editor responsável, ISSN, ...) serão aplicados os seguintes critérios classificatórios para definir em qual dos estratos um periódico deve ser classificado:

a = consolidação do periódico que será medida pelo tempo de existência do periódico;

b = Presença em indexadores e bancos de dados reconhecidos: número e tipo de banco de dados como *Library of the US Congress*, Latindex, SciELO e outros;

c = Diversificação institucional dos autores dos artigos que será medida, negativamente, por meio do grau de concentração das instituições aos quais pertencem os autores que publicam no periódico (base para cálculo: período de dois anos); essa diversificação precisa ser observada particularmente em relação à instituição responsável pela edição do periódico;

d = Presença de artigos de autores com filiação a instituições estrangeiras;

e = Suporte editorial – abrange tanto apoios financeiros como institucionais;

f = Composição do Comitê Editorial, conforme a projeção dos seus membros na área (experiência, presença, qualificação de pesquisador, etc.);

g = Regularidade do periódico ou quantidade de artigos publicados em relação ao número total de artigos publicados nos últimos dois anos (exclui todos os trabalhos de divulgação e de comunicação);

Mas estes são os requisitos mínimos para a área. O periódico que os detenha será considerado como B5. Para a estratificação é utilizado o quadro chamado de “Perfil do Periódico”, ele segue abaixo:

Tabela 1 - Perfil dos Periódicos da área de Planejamento Urbano e Regional / Demografia.

| Critério/ Estrat o | A Consolid ação (tempo de existênci a) | B Indexadores | C Diversific ação/ Concentra ção | D Autores Instituiçõ es Estrangeir as | E Suporte de Editoração | F Composiçã o do conselho | G Quantid ade de artigos/ volume |
|--------------------------|--|---------------------------------------|--|--|--|---|--|
| C | - | - | - | - | - | - | - |
| B5 | < 7 anos | Sem indexado r | >60% | Sem autoria estrang eira | Sem | Estritam ente local e/ou regional | 10 (míni mo) |
| B4 | < 7 anos | Sem indexado r | De 60 a 50% | Sem autoria estrang eira | Sem | Estritam ente local e/ou regional | 10 |
| B3 | < 7 anos | Sem indexado r | De 50 a 40% | Sem autoria estrang eira | Sem | Estritam ente local e/ou regional | 10 |
| B2 | < 7 anos | 1 indexado r reconhec ido | De 40 a 30% | Sem autoria estrang eira | Sem | Estritam ente local ou regional | 10 |
| B1 | > 7 anos | 1 indexado r reconhec ido | De 30 a 20% | 10% ou pelo menos um autor de institui ção estrang eira | Algum suporte instituci onal ou financei ro | Com projeção nacional e internaci onal | 10 |

| | | | | | | | |
|---|-------------|--|-------|--|--|--------------------------------------|------------|
| A2 | > 7 anos | 2 indexado res reconhec idos | < 20% | >20% de autoria estrange ira | Algum suporte instituci onal ou financei ro | Com projeção internaci onal | 10 a 20 |
| A1 | | > 2 indexado res | | | | | > 20 |
| Como condição, o periódico precisa satisfazer as condições do estrato A2 e apresentar mais do que dois indexadores. Para alcançar esse estrato, é necessária uma avaliação qualitativa do seu conteúdo. | | | | | | | |

Fonte: Capes – área 30, 2008,p.5.

A “Área 31”, denominada de Ciências Sociais Aplicadas I, aglutina Comunicação, Ciência da Informação e Museologia. Por ser uma área que aglutina programas com objetivos muito diferentes, o trabalho para estabelecer os critérios para estratificar os periódicos teve que ser feito de forma minuciosa para que nenhuma área saísse prejudicada. Desta forma a área primeiramente definiu de forma objetiva e clara periódico como sendo “uma publicação seriada, arbitrada e dirigida prioritariamente à comunidade acadêmico-científica”. (CAPES - área 31, 2008, p.4). Seguidamente a área definiu uma série de critérios mínimos, muito semelhante a outros já apresentados neste trabalho (registro de ISSN, periodicidade regular, avaliação por pareceristas *ad hoc*, entre outros).

Para realizar a estratificação a área adotou como critério para ser considerado B5 as revistas que cumprissem os requisitos mínimos sobre os quais foi relatado acima. Para B4 e B3 a manutenção da periodicidade, o número de artigos vindos de instituições diferentes e ao número de autores com título de doutorado. Para o estrato B2, B1 e A2, além dos critérios anteriores, é verificado a quantidade de indexações em bases de dados reconhecidas pela área e ainda “ser publicado por instituição com Pós-Graduação *stricto sensu*, ou Sociedade Científica de âmbito nacional ou internacional reconhecida pela Coordenação de Área, [...]”(CAPES - área 31, 2008, p.6). Para ser A1 além de atender a todos os critérios anteriores constar no JCR de 2008.

A “Área 32” corresponde a Serviço Social e Economia Doméstica. Esta área passa por um período de consolidação e as circunstâncias inerentes deste processo levaram a uma reflexão maior por parte dos coordenadores de área sobre os parâmetros de qualidade a serem adotados para a estratificação dos periódicos e o documento já

relata um direcionamento dos periódicos oriundos de programas de pós-graduação reconhecidos pela CAPES em busca de melhorias de qualificação.

Como na área estudada anteriormente existe uma definição objetiva de periódico e a descrição de critérios mínimos para que uma revista seja considerada científica, todas aquelas revistas da área que cumprissem esses requisitos e já tivessem um número publicado foram classificadas como B5.

Para ser B4 a publicação necessariamente precisou ter 20% dos seus autores de instituições diferentes daquele que editou a revista, para ser B3, esse índice sobe para 30% e deve ainda ser publicada por instituição reconhecida pela área. Para B2 o índice de autores de instituições diferentes sobe para 45% e é requisito que a revista esteja indexada a uma base de dados. Para B1 o índice sobe para 60% é obrigatório publicar por ano pelo menos 18 artigos e estar indexada em mais de uma base. Cabe ressaltar que as revistas classificadas de forma preliminar como B1, mas que estejam na base SciELO, passaram por uma avaliação qualitativa e assim algumas foram elevadas ao estrato A2.

Para o estrato A2, além de todos os requisitos anteriores, ter um índice de 75% de autores de pelo menos 5 instituições diferentes, além daquela que publica o periódico, ter periodicidade mínima semestral, e estar presente nas bases ISI, SciELO, Scopus, ou similar. Os critérios para ser A1 são o preenchimento de todos os critérios objetivos dos estratos anteriores e uma análise qualitativa por avaliadores.

A “Área 33”, reúne os programas de Filosofia e Teologia. Ao contrário das outras áreas (que sequer estabeleceram critérios para a classificação de livros alegando que os periódicos são muito mais significativos) nesta área o roteiro para classificação de livros é o principal interesse. Este critério é tão presente na área que um dos parâmetros para o periódico ser classificado como A1 e A2 é “publicar regularmente resenhas de livros de interesse para a área”. Parâmetro este encontrado somente nesta área. A necessidade de indexação aparece apenas para os periódicos classificados em B1, A2 e A1 e sem a necessidade de fator de impacto.

A “Área 34” refere-se aos programas de pós-graduação em Sociologia. A necessidade de estar indexado aparece apenas nos estratos B2, B1, A2 e A1 sem a necessidade de análise do fator de impacto. Concede muito importância ao fato de ser publicado por instituições reconhecidas e a endogenia (publicação de membros externos a instituição).

A “Área 35”, Antropologia e Arqueologia também só exige indexação nos seus estratos mais elevados, a partir do estrato B1, sem necessidade de fator de impacto. Além da endogenia, concede muita importância para a circulação (nacional e regional) sendo um fator relevante para a classificação nos estratos que não necessitam de indexação. Cabe destaque que apesar de não utilizar o fator de impacto para sua classificação a área também não adota nenhuma análise subjetiva dos títulos. Apenas no estrato A1 o documento se refere a “periódicos de destacada qualidade devidamente demonstrada e necessariamente superiores a todas as exigências para o estrato A2” (CAPES - área 35, 2008, p.4) apesar de não demonstrar como será verificada esta “destacada qualidade” subentendendo que se dá por uma verificação subjetiva, todos os critérios para a estratificação inferior ocorre através de critérios quantitativos.

A área de Geografia, “36” da CAPES, criou critérios bem diferentes das demais. Somente no estrato A1 ela vincula o periódico a ter um fator de impacto (JCR) maior ou igual à 0,5, para os demais ela criou 8 itens dentro de normatização, 3 em publicação, 6 em circulação, 5 em autoria e conteúdo e 5 em Gestão Editorial, com base na análise destes 27 itens esta área realiza a classificação de seus periódicos. Esta classificação ocorre através de análises quantitativas, por exemplo, não existe o subitem “tempo de publicação” dentro do item publicação, caso a revista possua mais de 15 anos ela recebe 4 pontos, caso esteja entre 11 e 15 anos recebe 3 pontos, se possui entre 6 e 10 anos recebe 2 pontos e se possui entre 2 e 5 anos recebe 1 ponto. Ao final existe uma estratificação conforme a pontuação total obtida pelo periódico.

No item normatização são pontuados pela área os critérios: 1) legenda bibliográfica e ficha catalográfica, verificando, por exemplo, se todas as informações necessárias neste instrumentos estão disponíveis; 2) o sumário, verificando se existe e se está oferecido em duas ou mais línguas; 3) as normas de publicação e referências, se estão claras e se respeitam alguma norma de instituição reconhecida; 4) afiliação institucional do autor, se está disponível; 5) resumos de artigos, se existem e se estão em duas ou mais línguas; 6) Descritores, se as palavras chaves estão disponíveis e em duas ou mais línguas; 7) data de recebimento e aceite dos textos, se estão disponíveis; e 8) Conselho Editorial e Consultores Externos, se a relação de nomes está disponível.

No item publicação os critérios verificados são: 9) tempo de publicação, já mencionado neste texto; 10) regularidade, verificação se a publicação não ocorre muito em atrasos; e 11) periodicidade, se existe a

publicação de mais de dois números por ano o periódico recebe pontuação máxima neste quesito.

No item circulação os critérios averiguados são: 12) Indexação em bases de dados, ISI, SciELO, Scopus ou outra, não tem pontuações diferenciadas para estes critérios, ou seja, se indexada em uma única base ou em diversas a pontuação recebida é 3 pontos; 13) Formas de distribuição, como o público irá ter acesso ao periódico; 14) Possibilidade de assinaturas; 1) Disponibilidade em bibliotecas do sistema nacional e ou internacional; 15) Para revistas eletrônicas presença no sítio de sua instituição, sem estabelecer nenhuma valorização desta instituição; 16) Vinculação virtual e impressa, e não em apenas um formato; 17) Permuta, pontuando a partir de 5, e somando um ponto a cada mais 5, até um total máximo de 30 permutas para pontuar.

No item Autoria e conteúdo é observado: 18) Autoria, verificando de forma estratificada a quantidade de autores de instituições diferentes daquela que publica o periódico e a presença de estrangeiros; 19) Número médio de páginas de artigos e ensaios, pontuando se mais de 10 páginas com 4 pontos, e se mais de 15 páginas com 5 pontos; 20) Número de artigos e ensaios por ano, pontuando se mais de 08, 12, 15 ou 18; 21) Relatos de experiências, resenhas bibliográficas, notas técnicas, entrevistas, etc., tendo como única possibilidade a resposta “sim”; 22) Representações gráficas, cartográficas e iconográficas, também com a possibilidade única de “sim”.

No item Gestão Editorial a área considera como aspectos mais relevantes: 23) Comissão executivas e/ou editor responsável, se existe é pontuado; 24) Composição do Conselho, observando se os membros possuem reconhecida contribuição para a área é observado se existe diversidade tanto no conselho editorial como no conselho científico do periódico; 25) Abrangência geográfica do Conselho, observando se existe a filiação de pelo menos 3 membros internacionais ou 3 membros de instituições nacionais diferentes daquela que produz o periódico; 26) critérios de arbitragem, avaliando o processo de tramitação dos artigos submetidos; e finalmente 27) Financiamento por agência de fomento, pontuando com mais valor quando existiu avaliação externa nos últimos 3 anos para a manutenção deste financiamento.

¹ O documento de área omite a sequência numérica e deixa este subitem sem número referencial.

Observar estes critérios estabelecidos pela área de Geografia é indispensável para revistas que possuem escopo delimitado para temas afins, mas estes parâmetros podem ser adotados como referência por periódicos iniciantes de qualquer área e representam critérios que reconhecidamente auxiliarão na construção de uma marca de qualidade em qualquer das áreas de conhecimento.

A “Área 37”, Psicologia, exige a presença em indexadores a partir do B3 e estar no ISI, ou PsycInfo, ou Scopus, ou SciELO, a partir do B1, sem analisar qualquer fator de impacto.

Os programas de pós-graduação em Educação correspondem a “Área 38”. Critério para uma revista ser A1:

publicação amplamente reconhecida pela área, seriada, arbitrada e dirigida prioritariamente à comunidade acadêmico-científica, atendendo a normas editoriais da ABNT ou equivalente (no exterior). Ter ampla circulação por meio de assinaturas/permutas para a versão impressa, quando for o caso, e *on-line*. Periodicidade mínima de 3 números anuais e regularidade, com publicação de todos os números previstos no prazo. Possuir conselho editorial e corpo de pareceristas formado por pesquisadores nacionais e internacionais de diferentes instituições. Publicar, no mínimo, 18 artigos por ano, garantindo ampla diversidade institucional dos autores: pelo menos 75% de artigos devem estar vinculados a no mínimo 5 instituições diferentes daquela que edita o periódico. Garantir presença significativa de artigos de pesquisadores filiados a instituições estrangeiras reconhecidas (acima de dois artigos por ano). Estar indexado em, pelo menos, 6 bases de dados, sendo, pelo menos 3 internacionais.

(CAPES - área 38, 2008, p.2).

Já é necessário estar indexado a uma base de dados para configurar entre os títulos classificados como B4.

A “Área 39” que compreende os programas de pós-graduação relacionados à Ciência Política e às Relações Internacionais o documento de área relata a necessidade de indexação a bases de dados e a partir do estrato B4 sem considerar o fator de impacto.

A História é o foco dos programas da “Área 40”. Esta área relata logo no início do trecho do documento sobre a avaliação dos periódicos que “a área de História possui inúmeros periódicos acadêmicos de bom nível, mas não tem tradição de concentrar sua produção em periódicos científicos, pois os livros são os itens de produção mais valorizada” (CAPES - área 40, 2008, p.3). De toda forma, os critérios de estratificação dos periódicos científicos são semelhantes aos adotados pelas outras áreas que compõem a grande área de humanidades, com a não utilização do fator de impacto e a necessidade de indexação em bases apenas a partir do estrato B2.

A “Área 41”, Letras/Linguística, apesar de apresentar uma série de critérios objetivos, avalia também critérios subjetivos através de uma metodologia própria, segundo o documento de área “a área de Letras e Linguística não tem tradição de indexação e, conseqüentemente, não se valem de índices de impacto para qualificar seus periódicos. Essa avaliação tem sido realizada por comitês “seniores”, tendo em conta a qualidade dessas publicações”. (CAPES - área 41, 2008, p.2).

Na “Área 42”, Ciências Agrárias I, é retomada a utilização do índice de impacto JCR como instrumento baluarte de estratificação. Ele é utilizado para realizar a classificação entre os estratos B1 e A1, sendo que para ser considerado como B5 já é necessário que o periódico esteja indexado a uma base de importância para a área.

O documento disponibilizado pela “Área 44” é o mesmo disponibilizado pela “Área 33” (Filosofia e Teologia).

O documento “45” traz os parâmetros da área Interdisciplina – CAInter – que anteriormente era designada como área Multidisciplinar. Esta área desde sua criação em 1999, vem apresentando os maiores índices de incremento de programas, por este motivo ela vem ganhando destaque e importância ano a ano. Em termos numéricos a área possuía 46 cursos de pós-graduação em 1999 e em 2008 já eram oferecidos 258 cursos recomendados. Desses cabe registro que segundo a avaliação de 2007, a nota máxima obtida era o conceito 5 obtido por 18 programas. Em 2010 o EGC-UFSC. Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, ao qual este trabalho está sendo submetido, também angariou o conceito 5 nesta área junto a CAPES.

Esta área adota um conceito de periódico muito objetivo, para ela periódico é “os veículos com corpo editorial reconhecido, com avaliação pelos pares, com base em pareceres *ad hoc*, e dotados de ISSN”. (CAPES - área 45, 2008, p.11). Para realizar a estratificação, entre todos aqueles que cumprem a definição anterior “historicamente, a CAInter tem adotado como critério de classificação uma hierarquia que leva em

consideração indexação no JCR, no SciELO e classificação em outras áreas de avaliação”. (CAPES - área 45, 2008, p.12).

Como se trata de uma área interdisciplinar a estratificação é realizada através de dois indicadores, o J* leva em consideração o fator de impacto JCR, e a indexação no SciELO. Já o indicador Q* estabelece um cálculo ponderado que leva em consideração a classificação do periódico pelas demais áreas da CAPES.

O ensino de Ciências e Matemática é o objeto de estudo dos programas vinculados a “Área 46”, criada no ano 2000. Esta área não utiliza nenhum fator de impacto como referência para a estratificação (apenas a informação se o periódico encontra-se ou não indexado as bases) desta forma os critérios são bem definidos para possibilitar a estratificação. A iniciar pela própria definição de periódico:

Para ser considerado um periódico científico, devem ser atendidos alguns requisitos, tais como:

- a) o Editor deve ser pesquisador reconhecido pela comunidade nacional e/ou internacional na área;
- b) a composição do Conselho Editorial deve ser pública e predominantemente composta de especialistas reconhecidos pelos pares de origem nacional e/ou internacional, devidamente identificados na publicação; o Conselho deve evitar endogenia, ou seja seus membros não podem estar ligados predominantemente a uma instituição ou ter os artigos publicados, em sua maior parte, por uma única instituição;
- c) o periódico deve ter ISSN;
- d) deve ter linha editorial claramente definida;
- e) explicitar normas de submissão de contribuições;
- f) deve ser publicado pontualmente, de acordo com sua periodicidade;
- g) a arbitragem deve ser realizada por pares, ou seja, a revisão e a aprovação das contribuições devem ser delegadas a pares reconhecidos pela área, com especificação formal dos procedimentos seguidos para a aprovação dos artigos e devem ser indicadas, preferencialmente, as datas do processo de arbitragem;
- h) o periódico deve publicar predominantemente artigos originais, resultantes de pesquisa científica e textos de outra natureza, que contenham contribuições significativas para a área, tais como artigos de revisão, comunicações, resenhas.
- i) as publicações devem conter

informações completas sobre a afiliação institucional e endereços dos autores; j) os artigos resultantes de pesquisa devem conter título, resumo e descritores no idioma do texto e, preferencialmente, em outro idioma; k) o periódico deve especificar as normas para a estruturação dos textos, para as referências bibliográficas e para os descritores; l) deve estar, preferencialmente, disponível em formato digital, com acesso *on-line*. (CAPES - área 46, 2008, p.3).

Se cumprido todos os requisitos mínimos (listados acima), passa o periódico para o processo de estratificação. As questões mais relevantes para esse processo é a endogenia e presença em base de dados. Para ser considerado A1 deve o periódico possuir 80% dos artigos publicados de instituição diferentes daquela que edita o periódico (no mínimo 5) e estar indexado a no mínimo 3 bases de dados sendo no mínimo 1 internacional. Para ser B5 além dos requisitos mínimos basta o periódico ser semestral publicando 12 artigos anualmente e ser um “periódico reconhecido pela área”. (CAPES - área 46, 2008, p.4).

Em 2007 a CAPES decidiu pela criação da área de Materiais, “Área 47”. Como base para a estratificação do Qualis periódico a área utilizou os critérios da área Engenharia II. Desta maneira se o fator de impacto (JCR) é maior que 1,0 o periódico é considerado como A1, se menor que 1,0 e maior que 0,5 é classificado como B2, se menor que 0,5 e maior ou igual a 0,3 é B1 e se menor que 0,3 é B2. A classificação nos estratos B3, B4 e B5 ocorreu “conforme importância para a área” (CAPES - área 47, 2008, p.4).

E ainda registra o documento que:

entende-se que o indicador de qualidade de um periódico não pode ser atribuído apenas ao fator de impacto em especial numa área interdisciplinar, o que pode ser comprovado verificando-se a flutuação que apresenta esse índice entre as diferentes áreas do conhecimento. Certamente, aspectos como tradição, tempo de existência e respeitabilidade na sua respectiva área foram também fatores determinantes na definição e classificação dos periódicos que compõe o Qualis que está sendo proposto. (CAPES - área 47, 2008, p.4).

A última área, “nº 48”, se refere aos programas ligados ao estudo da Biotecnologia. A classificação foi realizada com base no Fator de Impacto do JCR. Primeiramente, a área reuniu todos os periódicos informados na coleta CAPES e destes tirou uma mediana, que resultou em um valor de 1,65. Posteriormente a comissão estabeleceu que A1 seriam todas as revistas que tivessem 3 vezes o valor da mediana, A2 as que tivessem 2,1 vezes ou mais (até o limite de 3 vezes), B1 as que tivessem mais que 1,31 vezes a mediana(até o limite de 2,1 vezes), B2 as que tivessem 0,68 vezes, B3 0,44 vezes (mais revistas indicadas), B4 0,17 vezes (mais as revistas constantes nas base SciELO) e B5 as que tivessem mais que 0,07 vezes a mediana (mais aquelas constantes na base ISFI).

Ao finalizar esta etapa do estudo fica evidente que estas diferenças acarretam em grandes discrepâncias entre as análises das áreas, desta forma, um mesmo periódico pode receber avaliações muito distintas. No caso das revistas Caderno Brasileiro de Ensino de Física, Biotema e Revista Brasileira de Cineantropometria e Desenvolvimento Humano, das quais realizamos entrevistas com seus editores, isso fica evidenciado. Vejamos: o Caderno Brasileiro de Ensino de Física é B1 para as áreas de Educação e Interdisciplinar, é B4 para Engenharias II e III e para Psicologia, é B5 para Engenharias IV, Matemática e Medicina II e para Química e para Física (área relacionada diretamente a revista) ela é C. Fato semelhante ocorre com a revista Biotemas que é B2 para a área de Medicina Veterinária, B3 para a área Interdisciplinar, B5 em diversas áreas (inclusive para Ciências Biológicas III) e tem conceito C na área de Biotecnologia (que possui relação direta com a linha editorial da revista). A Revista Brasileira de Cineantropometria e Desenvolvimento Humano é B1 em sua área de avaliação principal (Educação Física) B2, B3, B4, B5 e C em diversas outras áreas.

Para que seja possível visualizar de forma mais holística quais os principais elementos e parâmetros levados em consideração para estratificar os periódicos são apresentados abaixo os gráficos que agrupam estes elementos que foram apresentados de forma singular até o momento.

a) Utiliza o fator de impacto JCR como único ou um dos fatores parâmetros de classificação dos periódicos?

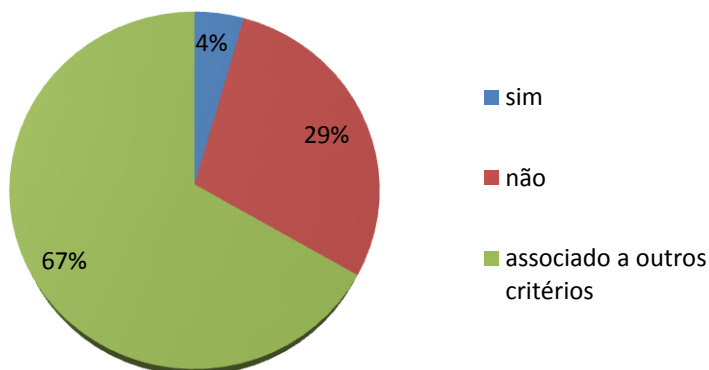


Figura 1 - Gráfico com as respostas em relação ao número de documentos de área que apontam o índice de impacto do JCR como único fator para estratificação dos periódicos.

Durante todo o texto de análise dos documentos de área até aqui é possível observar a predominância do índice de impacto do JCR como instrumento de parâmetro para a classificação dos periódicos.

A figura 1 demonstra este predomínio, pois 71% das áreas utilizam este fator, de forma isolada ou de forma associada a outros critérios.

De toda forma não se pode gerenciar um periódico científico apenas com o objetivo de melhorar a sua pontuação no JCR, apesar de que em algumas áreas isso possa ser considerado verdadeiro. Em 96% dos documentos de área ou esse critério não é observado ou existem outros fatores que são levados em consideração.

Não distante desta discussão está a forma com que um periódico melhora seu posicionamento no JCR.

Segundo o Portal de Periódicos da CAPES (2012):

o Journal Citation Reports (JCR) é um recurso que permite avaliar e comparar publicações científicas utilizando dados de citações extraídos de revistas acadêmicas e técnicas e o impacto destas na comunidade científica. O JCR permite verificar os periódicos mais citados em uma determinada área e a relevância da publicação para a comunidade

científica por meio do Fator de Impacto. O JCR avalia revistas de 3.300 editores, aproximadamente 200 disciplinas, e 60 países e permite acesso à estatística de citações desde 1997 até o presente.

Não cabe a este trabalho determinar os critérios adotados pelos cientistas para citar uma outra obra em seus artigos, mas cabe destacar que a marca do periódico e dos autores exercem forte influência, como já demonstrado na análise das entrevistas. Desta maneira a gestão da marca do periódico é elemento necessário para o aumento de seus pontos junto ao JCR e caso isso não ocorra é elemento capaz de superar este parâmetro.

b) Adota parâmetros subjetivos (associados ou não a parâmetros objetivos)?

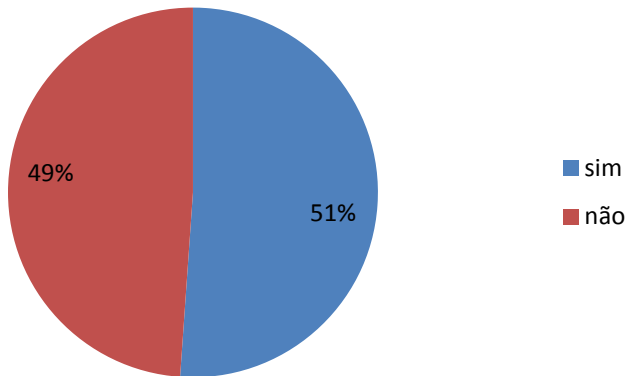


Figura 2 - Gráfico com as respostas em relação ao número de documentos de área que adotam critérios subjetivos para a classificação dos periódicos (associados ou não a critérios objetivos como, por exemplo, o índice de impacto do JCR).

Uma vez que na construção do fator de impacto do JCR, não é possível, para este trabalho, determinar a influência da marca de um

periódico, fica mais evidente a sua influência quando o documento de área adota parâmetros subjetivos para a inclusão em estratos.

Em muitos documentos, em vários estratos, aparece a indicação de que além de critérios objetivos serão incluídos em um determinado estrato “periódicos reconhecidos pela área”. Este reconhecimento não se dá a um único volume do periódico, mas sim a sua trajetória, ao conjunto da sua obra, a sua marca.

É interessante observar que 51% dos documentos de área fazem esta observação. Sendo assim, podemos afirmar que em determinadas áreas o índice de impacto do JCR, ou outro critério objetivo, não conseguiu absorver para si, o reconhecimento de qualidade que a marca de algumas revistas possuem. Neste caso, o documento de área teve que admitir a ocorrência de parâmetros subjetivos que permitissem a comissão de área corrigir estas distorções.

Esse “trabalho extra” das comissões de declinar atenção e realizar análise subjetivas para o posicionamento dos periódicos só é possível, pois alguns periódicos possuem uma marca tão forte que mesmo não posicionados em extratos mais elevados pelos critérios objetivos, exigem este trabalho das comissões para o reposicionamento.

c) O documento de área aponta a revista científica como o mais importante instrumento de disseminação do conhecimento para aquela comunidade científica?

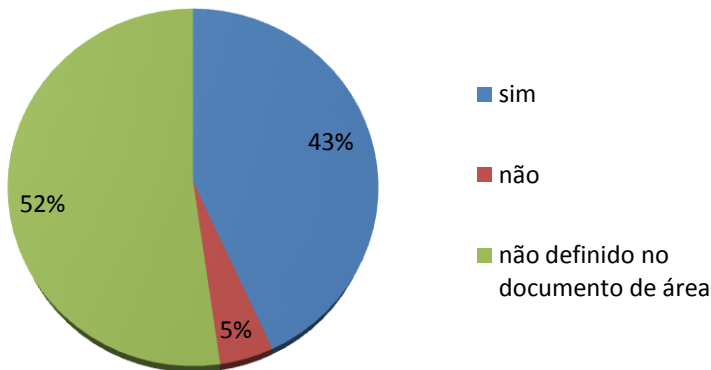


Figura 3 - Gráfico com o percentual de documentos de área que apontam a revista científica como o principal instrumento de divulgação dos conhecimentos científicos daquela área.

Em muitos documentos de área essa importância superior da revista científica está colocada de forma explícita. Em outros, esta importância pode ser deduzida, pois o documento não se refere a nenhuma outra forma de publicação. Estes casos reúnem 43% dos periódicos. Outros 5% dos periódicos colocam outro instrumento de disseminação científica como instrumentos mais importantes do que a revista (em geral o livro). E em 52% dos documentos de área não é possível afirmar qual instrumento é o mais importante.

Cabe destacar que neste 52% não é possível também afirmar que a importância da revista e de outro instrumento (como o livro) se equivalem, apenas que esta informação não consta no documento. Em outra pesquisa é possível que este universo de 52% se questionado diretamente possa indicar qual o instrumento mais relevante para a sua área.

d) O documento de área adota o índice de impacto JCR para classificação dos periódicos nos estratos A1, A2 e B1?

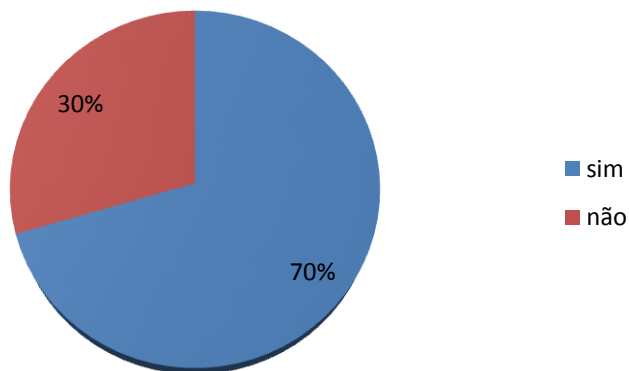


Figura 4 - Gráfico com os índices percentuais de documentos de área que apontam o índice de impacto do JCR como fator para estratificação dos periódicos acima do estrato B2.

Quando da utilização do fator de impacto do JCR esse critério não é utilizado de forma exclusiva e em todos os níveis de estratificação. Para os estratos A1, A2 e B1 70% das áreas utilizam esse critério. Cabe reforçar que a marca do periódico e do autor é elemento indispensável para o número de citações e conseguinte o aumento de sua nota no JCR.

e) Adota o índice de impacto JCR nos estratos B3, B4 e B5?

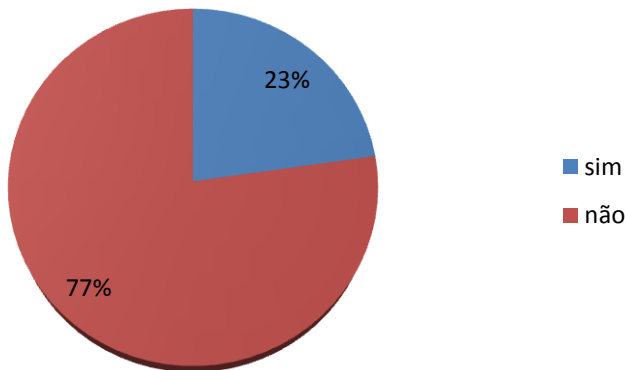


Figura 5 - Gráfico com os índices percentuais dos documentos de área que apontam o índice de impacto do JCR como fator para estratificação dos periódicos abaixo do estrato B2.

Este gráfico aponta que nos estratos inferiores 77% das áreas não utilizam o fator de impacto do JCR. Isso representa que para um novo periódico que é lançado e, possivelmente, irá, em primeiro momento, ser classificado com B5 ou B4 não existe relação com o JCR em 77% das áreas.

A gestão da marca então é fator fundamental para a sua classificação e posteriormente para a sua indexação (junto com os critérios objetivos) e futuramente para o número de citações e sua nota no JCR.

4.3 ESTUDO DOS CRITÉRIOS, POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DA SCIELO

A *Scientific Electronic Library Online* é uma base de dados também conhecida pela sigla SciELO. O Projeto SciELO é coordenado pela Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP e pelo BIREME, com o apoio do CNPQ. O Objetivo do Projeto SciELO é alavancar a pesquisa com o aperfeiçoamento da comunicação científica por meio eletrônico. Por isso “o Projeto SciELO

busca a curto prazo aumentar radicalmente a visibilidade, a acessibilidade e a credibilidade nacional e internacional da publicação científica da América Latina e Caribe, através da publicação integrada na Internet de coleções nacionais ou regionais de periódicos científicos. A longo prazo, o projeto busca contribuir para o aumento do impacto da produção científica destas regiões”. (SCIELO, 2011)

Entre vários documentos disponibilizamos em seu sítio na internet (<http://www.scielo.org>), a SciELO apresenta os “Critérios SciELO: critérios, política e procedimentos para a admissão e a permanência de periódicos científicos na coleção SciELO”, em sua última atualização que aconteceu em outubro de 2004.

Deste documento é possível encontrar os critérios, as políticas e os procedimentos adotados pela SciELO para que um novo periódico possa ser admitido em sua base de dados ou para aqueles que já estão inseridos, que ali se mantenham.

Os objetivos do projeto só serão alcançados se os periódicos da América Latina e Caribe aumentem em quantidade, mas principalmente que se equiparem aos principais periódicos científicos mundiais em qualidade. Por isso, o estabelecimento dos critérios, das políticas e dos procedimentos para a inserção e manutenção dos periódicos é elo fundamental para o sucesso de todo o projeto.

A inclusão e exclusão de periódicos, bem como a modificação dos critérios e a construção de indicadores, fica a cargo de um comitê consultivo que é composto por personalidades que são referência na comunicação científica do Brasil.

De forma preliminar já é definido que “a coleção SciELO inclui periódicos científicos que publicam predominantemente artigos resultantes de pesquisa científica original e outras contribuições originais significativas para a área específica do periódico. O processo de revisão e aprovação das contribuições deve ser feito por pares”. (SCIELO, 2011)

Não existe a necessidade de os periódicos possuírem uma versão impressa.

Até 2001 os periódicos brasileiros que estivessem indexados no ISI, no MEDLINE/Index Medicus e no PsycInfo (APA), estariam automaticamente indexados a SciELO.

Para novas inserções a SciELO analisa os seguintes itens: caráter científico, arbitragem por pares, conselho editorial, periodicidade, duração, pontualidade, que estejam em inglês o título, o resumo e as palavras-chave, normalização, afiliação de autores e citações recebidas. Abaixo segue mais comentários sobre cada item.

Como característica de caráter científico a SciELO determina que as revistas devem publicar prioritariamente artigos originais, apesar de não restringir uma quantidade menor de comunicações, resenhas ou artigos de revisão, e que estes artigos devem ser resultantes de pesquisas científicas significantes para a área do periódico.

A arbitragem por pares é considerada característica indispensável para que uma revista seja classificada como científica, é a avaliação cega por pares, que transmite a ela esta característica. Para entrar na coleção SciELO todo o procedimento de como essa revisão ocorre deve estar minuciosamente explícito. Documentar este processo é obrigatório após a inserção do periódico na base.

O conselho editorial é a instância máxima da revista, é ele que determina a linha editorial e dá a última palavra, baseado nos pareceres, sobre a publicação ou não de um artigo. Por isso, exige a SciELO que o nome das pessoas que compõe o conselho seja de domínio público e ele deve ser composto por pessoas reconhecidamente especialistas na área em que a publicação pretende atuar. É salutar destacar que a base veta a entrada de periódicos onde a composição do conselho, ou mesmo a origem dos artigos, advém em sua grande maioria de uma mesma instituição.

Diferente dos livros as revistas científicas são denominadas de periódicos científicos justamente por sua característica temporal. Advém disso a necessidade de uma periodicidade mínima para adentrar a base, conforme podemos observar na tabela a seguir:

Tabela 2 - Periodicidade para inclusão na base SciELO.

| Área temática | Periodicidade | | Número de artigos por ano | |
|-------------------|---------------|---------------|---------------------------|----------|
| | mínima | desejada | mínimo | desejado |
| Agrárias e Exatas | trimestral | bimestral | 40 | 48 |
| Biológicas | trimestral | bimestral | 60 | 72 |
| Humanas | semestral | quadrimestral | 18 | 24 |

Fonte: SciELO, 2011.

Para salvaguardar os periódicos já inclusos na base, é necessária uma preexistência mínima da revista para adentrar o portal. Para ser considerado para análise, a revista já deve possuir no mínimo 4 números.

A periodicidade é uma promessa de números ao longo do tempo, mas a efetivação desta promessa através da pontualidade no lançamento dos números é critério também avaliado. Para a manutenção posterior na base este critério merece muita atenção do editor da revista.

São aceitos pela SciELO periódicos que publicam artigos escritos de forma integral em inglês (considerada a língua universal na contemporaneidade), mas caso o artigo seja redigido em português ou espanhol é obrigatório, pelo menos, que o título, o resumo e palavras-chave estejam também na língua inglesa.

Além do conteúdo a própria forma transmite credibilidade ao periódico e facilita a sua usabilidade. Por isso a normalização é característica que vai ser avaliada para um periódico ser aceito. A base não estabelece uma norma padrão, como ABNT, por exemplo, mas determina que a norma que é utilizada deva estar claramente exposta e deva ser rigorosamente seguida.

Como garantia aos leitores a base exige que os dados referente aos autores estejam expostos nos artigos, como instituição de origem, cidade e país.

Para determinar o impacto de um artigo no universo acadêmico-científico um índice muito relevante é o número de citações recebidas por outros documentos científicos, desta forma a base SciELO determina que novos periódicos devam ter um índice de citações semelhante aos periódicos daquela área que já compõe a coleção.

O processo de ingresso de novos periódicos é dividido em três análises, a primeira de formato, que analise principalmente questões de respeito as normas que foram definidas por aquele periódico, segundo, a análise de endogenia, que analise se um periódico não está demasiadamente concentrado na disseminação de publicações de uma única instituição ou de uma região geográfica, os artigos que contemplam estas características passam para a terceira etapa que é a análise do próprio conteúdo buscando indicativos de qualidade. Estas análises são realizadas por um parecerista indicado pelo projeto que apresenta o resultado de seu trabalho para deliberação do Comitê Consultivo, este então decidirá pela inserção ou não do periódico, podendo inclusive recomendar melhoramentos.

Uma vez incluso na base SciELO a permanência do periódico ocorrerá se, além da manutenção dos critérios para a inclusão, forem garantidos 3 critérios: 1) A pontualidade de envio dos arquivos para a base SciELO, garantindo a sua periodicidade; 2) Bom índice do indicador de uso do periódico, que é medido pelo número de leitores que acessam o conteúdo da revista; e 3) Bom indicador de impacto, que é

produzido pelo número de citações que o periódico obteve de outras produções científicas. Esse índice é comparado com outros periódicos da mesma área disponibilizados pelo SciELO.

4.4 DISCUSSÃO SOBRE OS RESULTADOS DAS PESQUISAS

A maioria dos estudos que versam sobre a gestão e operacionalização dos periódicos científicos tem como foco a importância da normalização e padronização, como pôde ser observado no referencial teórico sobre o tema. Por este prisma, parece ao leitor que basta o periódico cumprir específicos padrões explícitos (a maioria metodológicos) e ele (e sua marca) será avaliado e reconhecido pela comunidade científica. No entanto, cabe destacar que critérios subjetivos, vinculados fortemente às relações entre os professores/cientistas/pesquisadores (entre os pares), são fundamentais para o sucesso de um periódico. O renome do professor que é o editor do periódico, sua marca, ou o renome do seu grupo de pesquisa é, por exemplo, um fator importante.

No que tange ao tema gestão da marca, deve-se atentar o gestor dos periódicos científicos das peculiaridades deste objeto. Se este utilizar de forma direta as orientações expostas pelos doutrinadores de *branding*, pode incorrer em erro. Isso ocorre, pois os estudos de *branding* se concentram, em sua grande maioria, nos produtos comerciais. Se sintetizadas as recomendações de Aaker, pode-se instituir três etapas básicas para a gestão de uma marca. Primeiramente levantar o atual conhecimento que os clientes possuem sobre a marca, posteriormente utilizar da comunicação em massa, principalmente através da propaganda, para se comunicar com este público, e finalmente acompanhar os resultados e corrigir desvios. A primeira e última etapa podem ser utilizadas pelo gestor de revistas científicas, mas a utilização da mídia de massa (que pode ser utilizada por revistas comerciais), provavelmente não surtirá os efeitos desejados, além de ser provavelmente inviável em termos financeiros. Por esta razão, as estratégias de comunicação utilizadas pelos gestores devem fugir das que tradicionalmente são sugeridas pelos autores de *branding*, sendo assim necessário construir um novo arcabouço de instrumentos próprios para este segmento. A web (internet) além de ter reduzido os custos de

produção e comercialização dos periódicos, conforme já foi amplamente exposto neste trabalho, é um espaço que pode oferecer possibilidades de comunicação da marca também com custos reduzidos. Ao definir suas estratégias para comunicação da marca científica de um periódico, pode o editor utilizar-se de redes sociais, sítios na internet de grupos de pesquisa, e-mail *marketing*, entre outros instrumentos que possibilitarão uma comunicação direcionada e de custos viáveis.

Ganha destaque neste trabalho a gestão de marcas para as revistas científicas que estão sendo lançadas, isso ocorre porque de acordo com Batey (2010) somente quando a marca é inserida em um novo mercado é que as ações de posicionamento, realizadas pelos marketeiros, atinge resultados diretos. Ao confrontar esta afirmação com o universo das revistas acadêmicas e científicas pode-se afirmar que, segundo os relatos feitos pelos entrevistados, também o editor da revista tem pouco tempo para posicionar seu novo periódico no mundo acadêmico, uma vez que isso é realizado, será muito mais difícil modificar o status desta revista. Desta forma, as etapas e o processo de conhecimento e comunicação da marca que serão demonstrados, logo a seguir, devem, preferencialmente, estar definido pelo editor desde o lançamento da revista.

Antes, porém, de explicitar quais as etapas que compõem este processo é salutar lembrar que mesmo que uma revista estabeleça uma eficiente gestão de marca, o conhecimento por parte do público-alvo nunca será homogêneo. Os cientistas que interagem com a revista (lendo e submetendo artigos) irão construir conhecimentos de marca distintos (por exemplo, um leitor que procurou por três ocasiões artigos sobre temas distintos e não encontrou terá uma percepção distinta daquele que procurou e encontrou os artigos) apesar de a revista ser a mesma (e o processo de conhecimento e comunicação também).

Para o conhecimento e a comunicação de uma marca científica de qualidade acadêmica, com base nas entrevistas, na análise dos documentos de área da CAPES e do documento de critérios, política e procedimentos da base SciELO é possível considerar que existe um processo composto de 4 etapas, a saber: 1) construção dos (assegurar os) elementos básicos; 2) gestão focada em parâmetros; 3) comunicação / indexação nas bases de dados (reconhecidas); e 4) aumento do fator de impacto (através da melhora contínua dos itens 1, 2 e 3). Este processo realizado de forma contínua é o que esse trabalho denomina de Espiral Virtuosa da Marca de Periódicos Científicos. Este capítulo versará basicamente sobre o que compõe cada uma dessas etapas do processo e sobre a formação da espiral.

Em busca da construção de uma marca de qualidade de uma revista científica, os entrevistados, os documentos de área e os critérios e parâmetros da base SciELO revelam elementos básicos que foram elencados durante este capítulo.

Entre esses elementos alguns são inclusive necessários para distinguir uma revista científica de uma revista comercial. O principal elemento que possui esta característica é a avaliação pelos pares. Uma avaliação realizada pelos pares de forma idônea (cega, não tendenciosa,...) e que garanta que os artigos de um volume cumpram um parâmetro de qualidade e de avanço científico é o que compõe basicamente o elemento.

Para realizar e coordenar esta avaliação cega por pares é necessário que a revista possua um editor responsável, este editor deve estar explícito no periódico, bem como a sua formação e a vinculação institucional. Como já mencionado neste trabalho estas marcas (do editor e a sua vinculação institucional) serão importantes para um endosso no início da existência do periódico e, em um momento futuro, caso a marca deste periódico ganhe elevado prestígio, existirá o processo contrário com o endosso das marcas do editor e da instituição sendo fortalecidas pela marca do periódico.

Outro elemento igualmente essencial é a presença ativa de um conselho editorial. Esse conselho deve auxiliar na definição das estratégias do periódico e definir e assegurar a manutenção da linha editorial. O processo de endosso ocorre de maneira semelhante ao do editor.

Elemento extremamente objetivo é a obtenção do ISSN. Indispensável para dar credibilidade a marca do periódico. A localização desta informação no periódico também deve obedecer critérios, conforme salientou ENT4.

O periódico deve definir com objetividade e clareza as suas normas de submissão. Isso vai transmitir credibilidade e fortalecer a marca no momento em que o pesquisador estiver visitando mais de um sítio na internet de periódicos para definir em qual realizará a submissão. Também é esse elemento necessário para a inclusão do periódico na avaliação WebQualis e bases de dados.

Possuir um padrão metodológico de apresentação dos artigos (ABNT, por exemplo) além de ser critério para inclusão em bases, transmite confiabilidade ao periódico. Além de definir o seu padrão é importante uma constante vigilância para a sua manutenção.

Elemento que ganha destaque nos tempos da convergência digital é a definição da periodicidade e a sua preservação de maneira rigorosa.

Esse elemento foi muito destacado nas entrevistas, nos documentos de área e anunciado como elemento essencial para a manutenção de um periódico na base SciELO. Pela ênfase dada a esse elemento é possível concluir que muitos periódicos tiveram desgastes de suas marcas por problemas de não manutenção da periodicidade. De maneira oposta, foi destacado que uma das principais qualidades de um editor para a construção de uma marca de qualidade científica é a sua capacidade de manter a periodicidade de sua revista.

No entanto, esta periodicidade não pode ser garantida com a publicação de volumes ainda inacabados ou com um padrão de exigência dos artigos inferior. Desta forma a manutenção da quantidade mínima de artigos por volume e a manutenção de parâmetros mínimos de qualidade destes são elementos impactantes na marca do periódico.

Recomenda-se a publicação dos artigos em outro idioma, de preferência o inglês. Mas compõe elemento essencial possuir título, resumo e palavras-chaves dos artigos em inglês.

Outros elementos foram citados neste capítulo, como por exemplo, explicitar as datas de recebimento e aceite dos artigos, este e outros elementos podem auxiliar a construção de uma marca de qualidade de um periódico, mas não são fundamentais como os mencionados acima de acordo com os resultados desta pesquisa.

Segunda etapa do processo para o conhecimento e comunicação de uma marca de periódico científico é a gestão focada em parâmetros. A relação entre o desempenho do editor e o sucesso do conhecimento que a comunidade científica possui de um periódico é uma relação direta, segundo os resultados da pesquisa. De toda forma, esta gestão, mesmo que dedicada e trabalhosa, não pode ocorrer de uma forma despreziosa, sem um foco. É necessário que o editor tenha como foco parâmetros de qualidade que seu periódico deve cumprir. Esta constatação está muito clara na fala de ENT6 que afirma que um periódico que inicia atualmente deve ter como foco a possibilidade de atender os critérios e parâmetros da base SciELO em um curto espaço de tempo.

Os parâmetros de cada gestor serão diferentes, primeiramente, pois os documentos de área do WebQualis são diferenciados e deve ser este a principal fonte emissora de parâmetros para os editores. Mas de toda forma mesmo dentro de uma mesma área, as revistas devem atender um público-alvo definido e que, preferencialmente, ainda possua demanda. Assim os parâmetros do gestor serão definidos a partir do atendimento das necessidades e expectativas deste público-alvo.

Recomenda-se que o gestor verifique que, conforme exposto na pesquisa, o trabalho do editor está muito mais relacionado às técnicas de editoração de periódicos científicos do que aos conhecimentos científicos de uma área específica do conhecimento, desta forma, é recomendável a capacitação deste editor nestas técnicas.

A Engenharia do Conhecimento pode oferecer ferramentas para a captura dos conhecimentos dos editores mais experientes, realizar a gestão destes conhecimentos e promover a disseminação dos conhecimentos mais salutares. É recomendável que este sistema de gestão do conhecimento seja implementado e gerenciado por uma instituição que edita periódicos (uma universidade, por exemplo) desta forma será mais fácil conseguir a participação de seus editores, realizar a disseminação e ainda este processo vai auxiliar a qualificação dos periódicos de sua base e assim fortalecer a marca da editora.

Parâmetro relacionado diretamente ao trabalho do gestor é o tempo de resposta ao cientista após o encaminhamento do artigo para publicação. Existe relato nas entrevistas (ENT4 e ENT5) da valorização da marca do periódico após um eficiente e rápido retorno ao cientista.

Retornando ao processo para o conhecimento e comunicação da marca de um periódico científico que está sendo propondo, a construção de estratégias de comunicação compõe a terceira etapa. Apesar de, nas entrevistas dos três editores, apenas ENT6 relatar que sua revista possui ações planejadas de comunicação e os documentos de área e da SciELO não se referirem a este tema, esta etapa de comunicação é extremamente importante e aparece de forma indireta na fala dos entrevistados ligados ao Portal de Periódicos da UFSC e da Incubadora de Periódicos. Ganha destaque a fala de ENT3 ao afirmar que muitos periódicos não conseguem passar do segundo ano de vida e que o principal desafio de um novo periódico é conseguir bons artigos.

Para conseguir bons artigos é necessário cumprir as etapas 1 e 2 deste processo, mas é tão importante quanto, construir e implementar ações de comunicação. Somente será possível iniciar o processo de receber “bons” artigos e então ganhar prestígio para a sua marca através da comunicação dirigida para a comunidade científica.

Não é objetivo deste trabalho, determinar uma metodologia ou mesmo um plano de comunicação de um periódico. De toda forma, algumas iniciativas de promoção dos periódicos foram mencionadas neste trabalho e merecem destaque. Algumas ações são pontuais, como por exemplo, a elaboração de material gráfico (flyer) para ser encaminhado ao público-alvo (distribuição em eventos científicos - uma vez que com a migração das revistas para a plataforma digital, não é

mais possível a distribuição do volume), *e-mail marketing*, dentre outras ações.

No entanto, os resultados da pesquisa, apontam claramente para a indicação de que atualmente a principal forma de promoção / comunicação da marca de um periódico é a sua inclusão em bases de dados. A marca desta base serve de endosso para a marca do periódico. Mesmo que ainda não possua parâmetros para a inclusão em bases de dados de renome nacional e internacional deve o periódico buscar a inclusão no maior número de bases em que a sua inclusão seja possível no seu atual momento de desenvolvimento. Por exemplo, na Universidade Federal de Santa Catarina, logo após a construção do projeto de uma nova revista científica, mesmo antes do lançamento de seu primeiro volume, é possível buscar a indexação à Incubadora de Periódicos. A partir deste momento a gestão do periódico deve estar focada nos parâmetros exigidos para que este periódico possa migrar para o Portal de Periódicos desta universidade (etapa 2 deste processo) e a cada nova inclusão em uma nova base será mais um avanço na etapa 3 deste processo.

Por fim, uma vez que o periódico conquistou a sua indexação em uma base de dados de renome internacional, as estratégias de conhecimento e comunicação de uma marca de qualidade não podem ser renegadas. Adentrar em uma base de dados não assegura a este periódico um bom número de acesso (leitores) e ainda é menos garantido que o periódico será considerado como base para novas pesquisas (fator de impacto). A partir da inclusão em uma base de dados as etapas 1, 2 e 3 deste processo se reforçam buscando a etapa 1 basicamente manter o periódico nesta base (a não manutenção da periodicidade, do ISSN,... são fatores que podem levar a exclusão do periódico da base) e as etapas 2 e 3 levarão a um aumento constante do número de leitores e do fator de impacto o que vai revelar um aumento do conhecimento da marca do periódico.

É isso que este trabalho denominou como Espiral Virtuosa do Conhecimento da Marca da Revista Científica.

Para explicar esse conceito toma-se em mente que uma nova revista científica é criada, obedecendo a alguns critérios (etapa 1) ela nasce, a gestão deve então ter foco em alguns parâmetros necessários a inclusão em uma base “local” (etapa 2), uma vez ocorrida esta inclusão e estabelecida outras ações temos a etapa 3. A partir deste momento deve buscar o periódico aumentar o seu prestígio dentro desta base e buscar outras bases de maior renome e isso se dá com o retorno a etapa 1, 2 e 3 (etapa 4). Como já mencionado, isso melhorará os índices de

leitura e impacto nesta base, e oportunizarão a entrada em uma base “regional” e se a espiral continuar a ser operacionalizada o periódico irá ser incluído em uma base “nacional”, e posteriormente “internacional” e mesmo nesta continuará a ganhar sempre mais prestígio ao melhorar o conhecimento sobre sua marca. É importante destacar que este parâmetro (local, regional, nacional e internacional) foi meramente ilustrativo, na prática esse processo pode ocorrer de uma base internacional com menor penetração científica para uma base regional de grande prestígio ou outros contextos definidos pela conjuntura de cada comunidade científica.

Abaixo está a figura que ilustra a Espiral Virtuosa da Marca de Periódicos Científicos, proposta por este trabalho. A espiral simboliza o aumento do prestígio da marca dentro da comunidade científica e as quatro setas em seu interior simbolizam as etapas necessárias para que este processo ocorra.

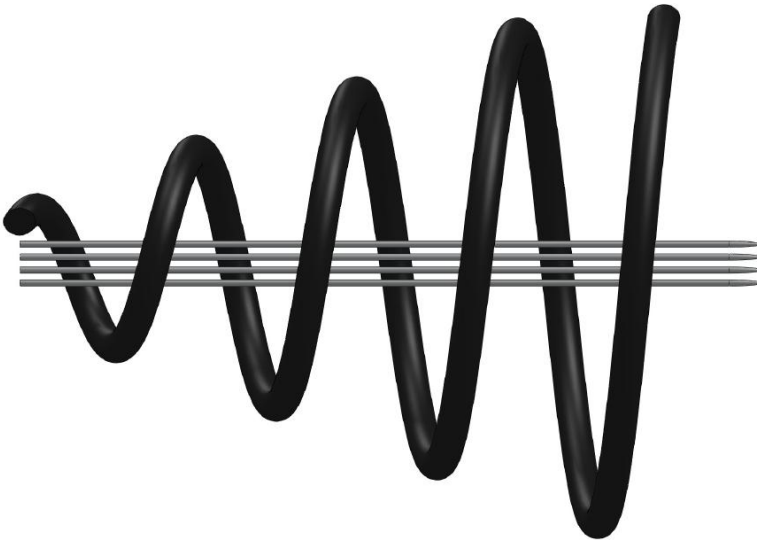


Figura 6 – Espiral Virtuosa da Marca de Periódicos Científicos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão formal e consciente da marca de uma revista científica, geralmente, não é priorizada, diante das dificuldades enfrentadas pelos editores, que atuam de maneira solitária ou com poucos colaboradores.

De modo informal, entretanto, é comum que as pessoas se preocupem com os produtos de suas ações, tendo em vista os resultados previstos e considerando, ainda, a percepção pública sobre o que está sendo desenvolvido.

Tudo o que é publicamente aparente ou atuante tende a desenvolver uma marca, seja essa positiva ou negativa. Pois, individualmente e coletivamente, o público percebe as aparências e as ações, qualificando-as como positivas ou negativas, de acordo com critérios variados. Os aspectos recorrentes nas percepções do público são reforçados nos contatos entre os observadores, configurando uma síntese que é a imagem de marca na mente do público.

Há, portanto, a preocupação dos editores de revistas científicas, para que sua publicação seja bem sucedida. Para tanto, é necessário que a revista receba e selecione bons artigos e, também, que seja conhecida e reconhecida pelos formadores de opinião e pelo público interessado. Pois, isso resulta em maior consumo e em boa reputação, desenvolvendo um círculo virtuoso, que atrai mais e melhores artigos, ampliando a boa reputação e aumentando o consumo.

Diante do exposto, acredita-se que o presente trabalho caracteriza um auxílio aos interessados no sucesso de uma marca de revista científica, especialmente aos editores. Pois, apresenta-se aqui o resultado de um estudo sobre a percepção da qualidade das revistas científicas e os critérios de qualificação desses periódicos por instituições já legitimadas, especialmente, a instituição CAPES.

A partir das percepções coletadas no contexto UFSC, o estudo evidencia que o público diretamente interessado detém um repertório para a percepção de qualidade da marca de uma revista científica. Além disso, descreve a ação das instituições especializadas e a participação de representantes acadêmicos das diferentes áreas do conhecimento, no processo de qualificação das revistas científicas.

Acredita-se que a perenidade da publicação científica dependa mais especificamente da boa reputação de sua marca. Pois, isso promove o acesso a subsídios financeiros e justifica o investimento recebido com índices institucionais de qualidade e com o reconhecimento da comunidade científica relacionada às áreas do conhecimento relacionadas com a revista.

O sucesso ou o fracasso da marca de uma revista científica, como de outros produtos, depende de um bom gerenciamento, seja esse formal ou informal. Porém, a formalização sistematiza e facilita o processo de gestão, porque viabiliza o planejamento e organiza o controle evitando erros e reduzindo custos operacionais e financeiros.

Durante a pesquisa, não foi observado o processo de formalização efetiva da gestão da marca de revistas científicas, como ativo intangível desse tipo de publicação. Isso pode ser decorrência da associação restritiva, a qual é comumente estabelecida entre a gestão da marca ou *branding* e os negócios empresariais com fins lucrativos. Porém, a economia de recursos ou gastos e o acesso facilitado aos meios de financiamento representam lucro para o processo de produção e veiculação de revistas científicas.

A formalização consciente do processo de gestão da marca de revistas científicas, que é aqui percebido como gestão do conhecimento, promove o domínio dos recursos e procedimentos que possibilitam a construção e o desenvolvimento da marca e dos produtos que essa representa. Pois, oferece subsídios para o gerenciamento das relações com os diferentes *stakeholders*, a começar pelos membros do corpo editorial, pelos pareceristas *ad hoc*, pelos colaboradores e estagiários, dentre outros parceiros, como os gestores de portais virtuais ou de bibliotecas, entre outros.

Além disso, oferece ainda subsídios para o estabelecimento de estratégias de promoção da revista científica junto a comunidade diretamente interessada, a comunidade em geral e as instituições de qualificação desses periódicos.

Atualmente, o Brasil vive um momento de expansão dos programas de pós-graduação, como indicam os dados constantes nos documentos CAPES. O crescimento da pós-graduação está levando ao aumento das pesquisas acadêmicas, da produção e da publicação de artigos científicos. Isso promove também o aumento das revistas científicas, especialmente, aquelas disponíveis em plataformas digitais.

O aumento do número de publicações passa a requerer um maior esforço de distinção e desenvolvimento da marca, especialmente, entre as revistas mais recentes, cuja marca ainda não foi devidamente consolidada na mente do público interessado. Para tanto, o processo de conhecimento e comunicação da marca em quatro (4) etapas propõe a composição de uma “espiral virtuosa da marca de periódicos científicos”, que é proposta como mais um resultado deste trabalho de pesquisa.

Há necessidade de reforçar todas as etapas do processo, considerando-se que o índice de impacto JCR é apenas uma das formas que a comunidade científica utiliza para mensurar a qualidade científica, apesar da indicação da quantidade de cientistas que estão utilizando um artigo, como base para as futuras publicações.

Há outras condicionantes que justificam as alterações nos índices de impacto, sendo que isso é relatado nos documentos de área. Caso o índice de impacto fosse um critério exclusivo, as revistas científicas com alto fator tenderiam a ter esse fator cada vez mais elevado, enquanto outras, com baixo ou nenhum fator de impacto, deveriam ser definitivamente excluídas. Porém, isso não ocorre, evidenciando a influência de outros fatores condicionantes e ressaltando a necessidade de se considerar todas as etapas do processo de gestão da marca das revistas científicas.

A espiral da marca também pode ocorrer em sentido oposto. Pois, a falta ou perda de elementos, caracterizando a falta de foco na gestão dos parâmetros de qualidade, tende à exclusão da revista científica das bases institucionais de qualificação, retraindo o número de interessados e relegando sua marca ao esquecimento.

A ênfase deste trabalho é destacar a marca como principal ativo de uma revista científica, considerando seus índices de conhecimento e reconhecimento e sua boa reputação no âmbito da comunidade científica. Pois, mesmo que o produto apresente uma vantagem competitiva objetiva, como ser a única na sua especialidade ou estar indexada em uma respeitável base de dados, os aspectos objetivos são possíveis de serem alcançados ou superados por outras revistas. Porém, o cuidado com a reputação da marca pioneira garante-lhe um diferencial simbólico que é percebido e privilegiado pelo público interessado.

5.1 POSSIBILIDADES DE TRABALHOS FUTUROS

Ao finalizar este trabalho reconhecemos que muito se avançou na elucidação dos elementos, dos parâmetros e dos processos que permitem a avaliação e qualificação das revistas científicas, e assim promovem o conhecimento da sua marca. No entanto, não é possível afirmar que a completude foi alcançada, pois o trabalho está fortemente vinculado ao contexto da Universidade Federal de Santa Catarina. E mesmo neste

universo restrito, devido a velocidade das mudanças na atualidade, rapidamente estes critérios podem ser alterados.

Por isso, recomenda-se que futuros trabalhos possam verificar:

- A manutenção ou alteração destes elementos, parâmetros e processos no âmbito da UFSC;
- A verificação destes critérios em outras instâncias vinculadas a ciência no Brasil;
- Avaliar como se comportam estes objetos de estudos nos exterior, verificando principalmente se existem instrumentos semelhantes descritos por agências governamentais ou de fomento, como ocorre no Brasil com a CAPES;
- Estabelecer um comparativo entre as revistas que já possuíam marcas consolidadas na versão impressa com aquelas que nascem em meio digital, para tentar determinar se o processo de consolidação da marca se mantém ao longo dos anos;
- Com a elucidação dos elementos, parâmetros e processos advindos deste trabalho é possível que em um novo trabalho seja construída a base conceitual de um sistema computacional, baseado nas tecnologias de informação e comunicação, que ofereça subsídios para a formulação de estratégias de *branding* e tomada de decisão dos editores de revistas científicas.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

AGRASSO NETO, Manoel; FRANÇA DE ABREU, Aline. **Conhecimento científico**: subsídios para gestão de serviços de referência e informação. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2009.

AKUTSU, Satoshi; NONAKA, Ikujiro. **Capacidades de Branding**: Um olhar sobre a capacidade da Sony na criação do conhecimento da Marca. In: Gestão do Conhecimento. Hirotaka Takeuchi e Ikujiro Nonaka. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Editora 70, 1979.

BARRADAS, Maria Mércia; TARGINO, Maria das Graças. **Redação de Artigo Técnico-Científico**: a pesquisa transformada em texto. In: Mais sobre Revistas Científicas: em foco a gestão. Organizadoras Sueli Mara Soares Pinto Ferreira e Maria das Graças Targino. São Paulo: Editora SENAC/Cengage Learning, 2008.

BATEY, Mark. **O significado da marca**: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.

BAUER, Martin W. **Análise de conteúdo clássica**: uma revisão. In: Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. Organizadores: Martin W. Bauer e George Gaskell. Petrópolis: Vozes, 2002.

BENDER, Arthur. **Personal Branding**: construindo sua marca pessoal. São Paulo: Integrare Editora, 2009.

CAPES. **Área 01**. 2008. Disponível em: <http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_01.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 02**. 2008. Disponível em: <http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_02.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 03**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_03.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 04**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_04.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 05**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_05.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 06**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_06.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 07**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_07.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 08**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_08.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 09**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_09.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 10**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_10.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 11**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_11.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 12**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_12.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 13.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_13.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 14.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_14.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 15.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_15.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 16.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_16.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 17.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_17.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 18.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_18.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 19.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_19.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 20.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_20.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 21.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_21.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 22.** 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_22.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 23**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_23.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 24**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_24.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 25**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_25.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 26**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_26.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 27**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_27.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 28**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_28.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 29**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_29.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 30**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_30.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 31**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_31.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 32**. 2008. Disponível em:

<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_32.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 33**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_33.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 34**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_34.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 35**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_35.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 36**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_36.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 37**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_37.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 38**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_38.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 39**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_39.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 40**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_40.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 41**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_41.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 42**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_42.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 43**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_43.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 44**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_44.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 45**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_45.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 46**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_46.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 47**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_47.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **Área 48**. 2008. Disponível em:
<http://qualis.capes.gov.br/arquivos/avaliacao/webqualis/criterios2007_2009/Criterios_Qualis_2008_48.pdf> . Acesso em: 10.01.2012.

_____. **PORTAL DE PERIÓDICOS**. 2012. Disponível em:
<http://www.periodicos.capes.gov.br/?option=com_pcollection&mn=70&smn=79&cid=94> Acesso em: 09.02.2012

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. – 6. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHEVALIER, Michael; MAZZALOVO, Gérald. **Pró Logo**. 1 ed. São Paulo: Panda Books, 2007.

DIAS, Guilherme Ataíde; GARCIA, Joana Coeli Ribeiro. **Revistas Científicas**: financiamento, recursos tecnológicos e custos. In: Mais sobre Revistas Científicas: em foco a gestão. Organizadoras Sueli Mara Soares Pinto Ferreira e Maria das Graças Targino. São Paulo: Editora SENAC/Cengage Learning, 2008.

FACHIN, Gleisy Regina Bories; HILLESHEIM, Araci Isaltina de Andrade. **Periódico Científico**: padronização e organização. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2006.

FAYARD, Pierre. **O inovador modelo japonês de gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

FIALHO, Francisco A. P.; MACEDO, Marcelo; SANTOS, Neri dos; MITIDIERI, Tibério da C. **Gestão do conhecimento e aprendizagem**: as estratégias competitivas da sociedade pós-industrial. Florianópolis: Visual Books, 2006.

GOMES, Romeu. **Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa**. In: Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Organizadora: Maria Cecília de Souza Minayo. Petrópolis: Vozes, 2010.

GUÉDON, Jean-Claude. **Prefácio**. In: Mais sobre Revistas Científicas: em foco a gestão. Organizadoras Sueli Mara Soares Pinto Ferreira e Maria das Graças Targino. São Paulo: Editora SENAC/Cengage Learning, 2008.

GÜNTHER, Hartmunt. **Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa**: esta é a questão? Psicologia: Teoria e Pesquisa. Mai-Ago 2006, Vol. 22, n. 2, p. 201-210. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v22n2/a10v22n2.pdf>> Acesso em: 22.08.2011

HEALEY, Matthew. **¿Qué es el Branding?**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2009.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. Ed. – 5. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

MACEDO, Marcelo; FIALHO, Francisco; SANTOS, Neri dos;

MITIDIERI, Tibério da Costa. **Gestão do Conhecimento Organizacional**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2010.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica**: a prática de fichamentos, resumos, resenhas – 11. Ed. – 4. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2011.

MENEGHEL, Thiago Rodrigues; PERASSI, Richard Luiz de Souza. **BRANDING**: Gestão do Conhecimento e Mídia do Conhecimento. In: 10º Congresso Brasileiro de Gestão do Conhecimento. São Paulo: SBGC, 2011.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação do conhecimento na empresa**: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

NORTH, Klaus. **Gestão do Conhecimento**: um guia prático rumo a empresa inteligente. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

PERASSI, Richard L. de S.; MENEGHEL, Thiago R. **Conhecimento, mídia e semiótica na área de mídia do conhecimento**. In: Mídias do Conhecimento. Organizadores: Tarcísio Vanzin e Gertrudes Aparecida Dandolini. Florianópolis: Pandion, 2011.

RICHARDSON, Roberto Jarry; et al. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

SCIELO. **Critérios SciELO Brasil: critérios, política e procedimentos para a admissão e a permanência de periódicos científicos na Coleção SciELO Brasil**. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/avaliacao/criterio/scielo_brasil_pt.htm> Acessado em: 08.03.2012

SUAIDEN, Emir. **Prefácio**. In: Mais sobre Revistas Científicas: em foco a gestão. Organizadoras Sueli Mara Soares Pinto Ferreira e Maria das Graças Targino. São Paulo: Editora SENAC/Cengage Learning, 2008.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TARGINO, Maria das Graças; GARCIA, Joana Coeli Ribeiro. **O Editor e a Revista Científica**: entre “o feijão e o sonho”. In: Mais sobre Revistas Científicas: em foco a gestão. Organizadoras Sueli Mara Soares Pinto Ferreira e Maria das Graças Targino. São Paulo: Editora SENAC/Cengage Learning, 2008.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. – 1. Ed. – 19. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação**. São Paulo: Polis, 2005

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008

Apêndices

Apêndice A

ENTREVISTA 1:

Entrevista concedida por ENT1 (Diretor Geral da Biblioteca Universitária da UFSC e membro do conselho editorial do Portal de Periódicos da UFSC), em 7 de novembro de 2011 das 10h10min às 11h05min. Gravado em arquivo de áudio (.amr), tamanho: 3.5MB.

Pergunta 1) *O tema da minha dissertação são os parâmetros e as referências de qualidade das marcas das revistas científicas. A revista é um meio de disseminação do conhecimento muito importante. Para iniciar a nossa conversa gostaria que a senhora falasse sobre a transição das revistas impressas para as revistas eletrônicas.*

ENT1 - Primeiro que a construção da marca de uma revista se dá pela qualidade e, sem dúvida, pelo currículo dos autores. O mais importante é a qualidade dos artigos e o currículo dos autores. São dois pontos básicos para construção de uma marca. Depois existem outras variáveis. E esta análise depende do conceito de qualidade.

A questão dos periódicos em meio digital e impresso, nós ainda não temos a cultura do meio digital. O povo ainda está se adaptando. Ele está criando esta cultura do meio digital. O meio digital veio para dar visibilidade para a produção acadêmica e científica. Saiu um artigo agora da Universidade do Minho em Portugal, onde fala exatamente sobre a questão da informação científica em meio digital, quando ela já nasce em meio digital você já trabalha toda a hiperlinkagem e quando você simplesmente digitaliza a informação e passa ela para o meio eletrônico. Então há uma grande diferença entre o que nasce em meio digital e o que foi transformado em meio digital. A grande quantidade de possibilidades que você tem é quando você cria o periódico em meio digital ou um e-book. A tendência é a digitalização da informação, essa é a tendência. Mas nós vamos conviver eternamente com o meio impresso.

Humberto Eco deixa muito claro essa questão, o papel ele não vai desaparecer até mesmo porque nos vamos ter pessoas que vão querer o papel, o toque, o cheiro, a sensação ao invés do meio digital. Quais as desvantagens do meio digital? É o cansaço, agora a maior vantagem é visibilidade da produção acadêmica e científica, isso é um ponto que a gente precisa reconhecer. No portal de periódicos da UFSC nós migramos todos os 44 títulos para o meio digital, e por quê isso? Porque com a criação do repositório institucional veio para dar visibilidade

acadêmica e científica e reunir em um local toda a produção da universidade, por isso nós estamos migrando todos os periódicos científicos (a coleção toda da revista) para o meio digital. E sem dúvida isso está sendo muito bom para a Universidade, para os professores,...

A primeira revista do portal que nasceu em meio digital foi Encontros Bibli da ciência da informação, uma excelente revista, com um grupo de professores altamente qualificados. Agora é preciso que a gente tenha consciência de que um bom conselho editorial é o grande desafio. Qual outro desafio das publicações periódicas? É o idioma. Então, há 20 dias a gente foi até a FAPESC e o que foi discutido? O periódico hoje que queira se manter tem que estar em vários idiomas. É uma dificuldade? Claro que é! Porque o nosso professor também não fala vários idiomas, então é esse o grande desafio dos periódicos brasileiros. Hoje o Brasil é um dos países que mais produz, só que por que não está sendo absorvida essa informação científica? É justamente pela questão do idioma. Então, é esse o grande desafio das bibliotecas, é lidar diretamente com o professor a questão da comunicação científica, desde a ideia até a versão final e em inglês, no mínimo o resumo. Agora sobre a cultura digital, como você cria essa cultura digital? É colocando, é disponibilizando para a nossa comunidade acadêmica e científica a informação em meio digital, e mostrar pra ela quais as vantagens. Não simplesmente você comprar um livro eletrônico jogar na página da biblioteca e deixar, não! Tem que fazer a apresentação desse livro, e muitas vezes até orientar o nosso usuário final, como pesquisar em um livro eletrônico. Esse é o grande segredo.

2) Nesta linha do que a professora estava falando, de periódicos que nasceram em meio eletrônico e outras que não, mas mesmo aquelas que nasceram, os professores/cientistas estão escrevendo em formato digital? Há uma diferença? Eles estão pensando na possibilidade de hiperlinks?

ENT1 - Ele tem que se adequar. Existe toda uma estruturação. Se eu estou escrevendo um artigo para um periódico de papel e um para meio digital há uma diferença de estruturação. Até mesmo sabendo que este artigo que estou escrevendo em meio papel, ele vai se limitar as pessoas que estão aqui na universidade, que vão vir até aqui, o outro que eu vou disponibilizar via web, o mundo todo vai estar lendo aquele meu artigo, então a preocupação sem dúvida é maior.

3) É ou deveria ser?

ENT1 - Com o contato que eu tenho, no evento que eu fui na FAPESC estavam os maiores editores, e há essa preocupação sim. Até a questão do idioma, antes ninguém se preocupava e hoje a maior preocupação deles é com a questão do idioma. A correção também! A ortografia, antes no papel poucos tinham essa preocupação, hoje eles estão passando por um corretor, estão passando pela questão da gramática em si, tem toda essa preocupação sim! Pois a visibilidade te assusta em um momento. Se eu sei que a minha tese vai estar disponível para o mundo todo eu tenho que ter um pouco mais de cuidado. Então toda estruturação, quando você escreve um artigo para o meio digital e para o meio impresso há uma diferença de estruturação sim, inclusive de pensamento e ideias e os grandes cientistas estão com esta preocupação. É claro que não são todos. Tem professor hoje que ainda adota a cultura da apostila no Xerox, a gente é contra isso! Ele tem que retomar a idéia do livro texto, ele tem que voltar a biblioteca, ele tem que estimular a leitura, a leitura não vai acabar, a leitura é um momento único, você vem até a biblioteca, você escolhe um livro, você senta, você lê, você internaliza, e o professor acabou com isso. Qual é o caminho da informação científica? Não é via Google, é via portal de periódicos, hoje nós temos 28 mil títulos de periódicos científicos. A CAPES disponibiliza o maior portal de informação científica do mundo, o qual a gente integra, faz parte, então nós temos que fazer com que o aluno e o professor tenham esta consciência de que o caminho da informação científica é via CAPES e biblioteca, e não Google. E por que hoje tem tanto plágio, por que você vai lá coloca as quatro primeiras linhas do trabalho do Google e aparece o texto inteiro? Temos que tomar cuidado com isso.

4) *Até por que no mundo do trabalho não vai existir o Xerox do professor*

ENT1 - E olha que nós temos tirado teses, dissertações e TCCs por plágio. E o grande responsável pelo ensino do aluno é o professor.

5) *E isso vem aumentando?*

ENT1 - Tende a aumentar, nós estamos trabalhando, nós temos reuniões com representantes de todos os centros de ensino e nós trabalhamos para que o professor conscientize o aluno.

6) *Interessante como esta preocupação da Biblioteca já vem há anos, esta conscientização tem que ser constante e como há um enfrentamento dos professores no dia a dia a este trabalho.*

ENT1 - Qual é a missão maior da universidade? Não é educar? Não é formar? E de que forma você educa e forma alunos? Não é com textos em Xerox. O professor tem que retomar a ideia do livro texto. Eu discuto muito sobre isso, até mesmo porque eu sou professora, eu fiz parte de uma congregação de 44 professores. Eles não gostam de ler, o professor não gosta de ler, não frequenta a biblioteca. Ah! Por que eu compro [dizem os professores]! Eu também compro muitos livros! Mas, venha até a biblioteca ver o mundo que é essa biblioteca. A nossa por exemplo e tantas outras que existem por aí. A gente tem que construir esse conhecimento. E a gente pode ter ensino de qualidade, sim! Sem uma grande biblioteca, você não consegue construir uma grande universidade. Não consegue ter um ensino de qualidade.

7) *Tanto física quanto eletrônica?*

ENT1 - Sim. Sem dúvida as duas vão juntas. Temos que criar essa cultura do meio digital, até por causa da facilidade da rapidez da informação, incrementando, por hoje se nós fizermos uma análise: quanto da produção literária nós temos em meio digital? 5%, então nós temos ainda 95% do que foi produzido em meio impresso para passar para o meio digital. Isso você não vai conseguir nunca.

8) *A professora já pontuou para a construção da marca a qualidade dos artigos e o currículo dos autores. Teriam outros parâmetros?*

ENT1 - A questão do tema é fundamental! Eu posso estar lendo um artigo sobre o tema que me interessa, e o professor não tenha grande currículo. Então aquele artigo é interessante para mim porque eu gosto do tema. Seja um tema atual, um tema histórico, o tema é muito importante para a construção da marca de uma revista. Cria-se uma revista “Ilha do Desterro”, “Outra Travessia”, quais os temas que nós vamos publicar aqui nestas revistas? Então você já tem que criar uma linha que interesse o seu leitor. A definição do tema é fundamental.

9) *Se um novo grupo de professores decide produzir uma revista eletrônica, como esta revista é legitimada para o portal de periódicos da UFSC?*

ENT1 - Primeiramente ela vai para a incubadora. E ela fica na incubadora por 2 anos, ela tem que ter 3 números, então ela recebe toda orientação, como faz, o porquê, todos os procedimentos, e a normatização, todos os aspectos e então a partir do quarto número ela vem para o nosso portal de periódicos, e então ela já está toda legitimada, já tem 3 números, já tem certa visibilidade. É fundamental

que o conselho editorial seja integrado por pessoas de vários lugares, principalmente, pessoas do exterior. É uma questão que nós orientamos muito agora.

10) *Sobre esta incubadora...*

ENT1 - Essa incubadora faz parte do Departamento de Ciência da Informação. Tem a Prof.^a Rosângela Rodrigues que coordena a incubadora, além dela, existe uma equipe de estagiários que trabalham em parceria com a gente, com a nossa coordenação do portal de periódicos, é uma parceria muito bonita entre a biblioteca e a Ciência da Informação. Então o editor encaminha, ele faz todo o projeto, já manda o esboço do primeiro número, nós temos um conselho editorial, então nós fazemos uma análise, encaminha para a incubadora, e fica lá durante 2 anos, então publica-se 3 números, e então ela migra para o portal toda “bonitinha”. Nós estamos fazendo a migração agora de uma revista do CFH, uma revista muito boa.

11) *O número de novas revistas vem aumentando?*

ENT1 - O papel da biblioteca é estimular os professores a criação de novos periódicos. Então nós temos entrado em contato com os diretores de centros para estimular, tem programas de pós-graduação, isso é “bacana”, isso é comunicação científica. Você trabalha junto com o pesquisador a ideia, o que pesquisar. Nós estamos estimulando a comunidade acadêmica na produção de novos periódicos. Agora é caro a manutenção. Cada artigo sai em média R\$ 1.500,00. E muitas vezes não tem um financiamento, o próprio editor que arca com todo este custo. É um processo que além da competência, tem que ter muito amor, muita dedicação. E isso não é aqui. É no Brasil. Lá na FAPESC (reunião) eu fiquei impressionada, é uma dedicação, um amor, como se fosse um filho, além da doação de tempo, eles pagam do próprio bolso a manutenção do periódico. E isso acontece aqui na Universidade também.

12) *Isso não é uma falha das instituições de fomento? Que deveriam ter um interesse maior, dar maior prestígio?*

ENT1 - Não, às vezes tem projetos, as estratégias são definidas, mas o recurso que vem não é suficiente, então para você não deixar a sua revista morrer você arca com as consequências. E não é só no Brasil. As mesmas dificuldades que nós temos aqui, Espanha tem, Portugal tem, França tem,...

13) *A senhora já citou do portal de periódicos a Encontros Bibli...*

ENT1 - Sim, foi a primeira que nasceu em meio digital.

14) *Quais outras têm um grau elevado de prestígio? São marcas mais conhecidas da comunidade acadêmica?*

ENT1 - Outra Travessia, Motrivivencia, Intertes, são várias..., Extensio, o nosso portal depois da customização ficou simplesmente maravilhoso, a partir da criação do nosso portal, muitos outros portais surgiram em universidades, o nosso portal é referencia, o Ibict tem o nosso portal como referencia. A Biotemas é uma revista que tem uma marca muito boa. Ebosco também, Estudos Feministas tem uma marca forte, Geosul tem uma marca forte, Ilha do desterro, a Insula,

15) *O portal mantém uma identidade comum, mas tem também a identidade de cada revista.*

ENT1 - É. Tem uma parte padrão, depois cada uma tem a sua marca.

16) *Quando um aluno referencia em seu trabalho um artigo, o periódico onde ele foi publicado será que influencia na validade ou não deste artigo? Ou é basicamente os autores?*

ENT1 - A marca ela influencia, porque quando você vai comprar um utensílio, um eletrodoméstico você tem já uma marca (em mente), então a marca também influencia. E a marca ela é o resultado de todo um trabalho que tem ali atrás, que a produção destes artigos, então quem é hoje convidado para escrever na Ilha do Desterro, ou qualquer outra revista, ele já tem toda uma fundamentação e já conhece a marca. A Insula, por exemplo, não vai convidar qualquer pessoa. Convida alguém que já tem um reconhecimento, para garantir a nossa marca. Então, a marca também influencia, sem dúvida. Agora a marca é o resultado de toda uma estruturação anterior. Por exemplo, a marca da nossa Biblioteca. A nossa Biblioteca está com 45 anos, e vem trabalhando a consolidação desta marca ao longo desses 45 anos, você não faz uma marca de um dia para o outro. Então, cada revista vem ao longo de sua história consolidando a sua marca. Que é a questão da credibilidade!

17) *As revistas que migraram do meio impresso para o meio eletrônico possuem uma marca mais forte do que aquelas que já nasceram no meio digital?*

ENT1 - Eu acredito que não. Não temos isso como um dado estatístico.

18) *A não existência do formato impresso não desmerece a revista?*

ENT1 - De forma nenhuma. O meio eletrônico tem as suas vantagens. E a maior delas é a visibilidade. A facilidade com que você coloca isso no mercado. Mas não desmerece em momento algum. A biblioteca assumiu o portal em 2008. Os nossos periódicos tem o DOI, apesar de nem todos. Mas isso é uma inovação. Eu fico muito orgulhosa. A gente busca o que tem de novo para os periódicos e a gente senta com cada Editor.

19) *Como elas fazem parte de um mesmo portal, a marca de uma revista pode influenciar nas outras?*

ENT1 - Sim.

20) *Por exemplo, se uma revista pára de publicar edições, fica desatualizada, isso pode prejudicar as outras?*

ENT1 - A primeira questão para uma revista se manter no portal é a periodicidade regular. Isso é fundamental. O que faz uma revista ficar aqui, além do tema, além da qualidade, além do currículo dos autores é a periodicidade. Não tem periodicidade, automaticamente, ela deixa o portal. Então tem todo esse trabalho de assessoria da Andreia junto com a equipe. E dessa forma você vai fortalecendo a marca. A marca já está aí, agora você tem que fortalecer, de que forma? É a cada número você lançar artigos com temas que vão fazer a diferença e com a qualidade que a gente tanto busca na informação científica. Agora, o que nos preocupa é a velocidade da informação. Um pesquisador não pode ficar em função da velocidade. As coisas estão sendo atropeladas. Um pesquisador, um cientista tem que ter o seu tempo para internalizar, para digerir, para transformar isso em algo que seja lido. Então é uma variável que nos inquieta.

21) *A professora fala de uma pressão para a publicação, que está gerando uma baixa na qualidade?*

ENT1 - Exato. Isso não pode acontecer. Essa avalanche de informação. O autor não deve se sentir pressionado com tudo isso. Ele tem que usar isso como um aliado dele.

22) *Isso está gerando uma massa de informação que pouco constrói?*

ENT1 - É.

23) *É muita publicação que avança muito pouco?*

ENT1 - É preciso uma maturidade emocional e intelectual. O que eu quero publicar? Que público eu quero atingir? Eu devo escrever um

artigo para o curto prazo? Não! Devem ser coisas de longo prazo. Ele tem que ter esta maturidade.

24) Podemos afirmar que no começo a revista se utiliza da marca dos professores e das universidades para se consolidar?

ENT1 - Sem dúvida! Hoje você criando uma revista aqui na UFSC é uma marca. A Universidade (Federal de Santa Catarina) é uma marca respeitada no mundo todo. Então, a partir do momento que você cria uma revista científica, que ela passa pela incubadora e que ela entra no portal, ela ganha o aval da Universidade. Então, nascendo dentro da Universidade já tem uma marca. E é claro que depois o conselho tem que trabalhar para consolidar essa marca. Aí depende da vontade, entra a questão da ética, entra a questão da transparência, da responsabilidade, esses valores.

25) No começo a revista se utiliza da marca do conselho editorial, dos professores, para ganhar credibilidade e no futuro se inverte, a marca de uma grande revista pode legitimar a pesquisa de um professor?

ENT1 - Sem dúvida. É uma via de mão dupla.

Apêndice B

ENTREVISTA 2:

Entrevista concedida por ENT2 (Coordenador do Portal de Periódicos da UFSC), em 7 de novembro de 2011 das 13h30min às 14h11min. Gravado em arquivo de áudio (.amr), tamanho: 2.4MB.

Pergunta 1) *Comente um pouco sobre o seu trabalho de pesquisa na pós-graduação.*

ENT2 - Eu faço Pós-graduação na literatura e o meu trabalho é pesquisar a transposição do formato impresso para digital da revista Nova Travessia e isso necessita de um novo olhar do editor, do autor, do avaliador, de todos esses ... que compõe uma publicação eletrônica.

2) *As revistas eletrônicas estão usando a mídia digital de forma eficiente? Por exemplo utilizando hiperlinks?*

ENT2 - Eu vejo assim, nós estamos vivendo um momento híbrido é claro que é uma questão cultural, neste momento, nós estamos transpondo o impresso para o digital ... a gente começa a trabalhar neste novo olhar ... trazer as ferramentas que estão disponíveis no meio eletrônico. Por exemplo, a questão do DOI que é o identificador de objetos digitais, é uma nova função, existem ferramentas ... para imprimir ... são características eletrônicas que aos poucos nós vamos incorporando a nova mídia. Como é uma coisa muito nova, recente para os editores, a gente observa que existe uma resistência a isso, mas é um trabalho que tem que ser feito. Alguns editores não tem dificuldades em relação a isso, mas outros sim.

3) *Editores e autores também?*

ENT2 - Também. Eu falo mais em editor, porque eu tenho mais contato com o editor. É claro que eu tenho muito contato com o autor, na qualidade de coordenadora de periódicos da UFSC eu recebo muito e-mail pedindo informações sobre as revistas. Agora mesmo, eu estava respondendo um e-mail. Veja só que interessante: O autor acabou de me mandar o e-mail pedindo que ele quer submeter um documento para uma revista do portal e nas diretrizes do portal fala que ele tem que se cadastrar e, devido a avaliação cega por pares, a gente pede que retirem a identificação nominal inclusive de propriedades, por que às vezes eles esquecem de retirar em propriedades e a máquina registra isso. E a pergunta dele era justamente isso, por que a revista trabalha de forma híbrida, é impressa e eletrônica, e então a revista queria que ele retirasse

em propriedades mas que mandasse o documento com os nomes, então ele perguntava para que tirar em propriedades? O que acontece é que para os autores e editores isso ainda é um processo que está caminhando.

4) *Quais são os requisitos básicos para uma revista ser considerada científica e poder adentrar ao portal?*

ENT2 - A primeira coisa o editor gerente da revista, que é a pessoa responsável é quem responde pela revista, ele tem que fazer um projeto com informações a respeito da revista: ele tem que falar o histórico da revista; qual o foco?; como vai funcionar a avaliação por pares?; a questão do direito autoral; as diretrizes para os autores; que tipo de norma vai ser seguida; o ISSN; a periodicidade; todas essas informações. A partir disso, eu recebo o parecer e a gente convoca um reunião com o conselho consultivo do portal, é feita uma análise daquele documento e a gente emite um parecer favorável ou não, a hospedagem no portal. Hoje revista que apresenta muitos problemas referente a periodicidade, por exemplo, ou revista que ainda não tem 3 anos de vida útil são encaminhadas a incubadora de periódicos que utiliza o mesmo foco que o nosso só que a revista fica um tempo incubada. ... Como tudo é muito recente nós tivemos agora a primeira revista que estava na incubadora e que agora está sendo migrada para o portal é o primeiro passo concreto, saindo da teoria e indo para a prática de a transposição de uma revista da incubadora para o portal.

5) *No portal temos revistas que são mais reconhecidas que outras, a que você credita isso?*

ENT2 - A primeira coisa é esta questão do Qualis, depende muito da avaliação Qualis da revista e a avaliação qualis está diretamente relacionada a área do conhecimento que ela está vinculada, porque os documentos de área são diferentes, a área de Letras/Linguística é um documento, a área de Engenharia é outro documento, então o nível de exigência também difere. Então eu acredito que a primeira coisa é a questão do Qualis mesmo, e isso amplia muito a visibilidade da revista, porque para ela ser avaliada no Qualis e receber uma boa avaliação ela tem que atender critérios, quais são estes critérios? Critérios de qualidade. Tem a questão da endogenia, que é muito observada, vamos supor: para atingir um certo determinado nível dentro da área, 40% dos documentos devem ser de autores de outras instituições, e essas questões vão trazendo credibilidade para a revista. A questão do conselho editorial também, ele tem que ser multi-institucional, e estar

especificado na revista, então tem que trazer pessoas de fora para ajudar a pensar a revista, o corpo de parecerista também, todas estas questões. Tudo isso faz com que a revista se profissionalize, aí uma coisa está diretamente relacionada a outra, aí acaba que ela é indexada a várias bases nacionais e internacionais, tudo isso amplia a visibilidade. Com certeza isso vai criando o conceito da revista.

6) *Isso quer dizer que mesmo que um aluno não esteja procurando uma revista pelo critério do Qualis, como ela vai estar indexada em mais bases, ela terá mais visibilidade?*

ENT2 - As coisas estão diretamente relacionadas. Por exemplo, para você atingir Qualis A1 você tem que estar indexado no SCielo, e para você estar indexado no SCielo eles vão avaliar vários critérios da revista. São super rigorosos, e dão uma visibilidade como a que uma biblioteca virtual como o Scielo possui. Assim como outras bases de dados como Scopus, Web of cienc..., então tudo isso amplia a visibilidade

7) *E sobre a questão do idioma?*

ENT2 - É um desafio. Uma diretriz do portal é que o editor exija dos autores o título, resumo e palavras-chaves em língua estrangeira, no mínimo. É claro que tem algumas revistas que publicam artigos em outros idiomas, em Inglês, em Francês, depende muito..., mas pelo menos esses meta dados ...

8) *Você faz um acompanhamento com os editores? Quais são as suas principais recomendações?*

ENT2 - Essa questão do título, resumo e palavras chaves é preciso informar. A questão da norma, por exemplo, não importa se é ABNT,..... não adianta você falar que usa ABNT, mas ... Aí a gente sempre conversa, a gente oferece oficinas nesse sentido, ... nós estamos oferecendo uma oficina de normatização de artigos conforme a norma ABNT, mas sobre o olhar do editor que é diferente do olhar do autor. Também existe a rotatividade, troca o editor, troca... então é um trabalho que deve ser feito de forma continuada.

9) *E sobre a valorização dos editores pelas instituições, como por exemplo, com a destinação de carga horária, a concessão de bolsas, infraestrutura?*

ENT2 - Eu falo: ser editor é uma paixão. Porque a gente observa que alguns editores se envolvem tanto com a revista que fazem aquilo por

amor, porque eles trabalham final de semana, eles trabalham à noite e geralmente as revistas que apresentam melhores resultados são quando o autor está mais empenhado naquela função.

10) *Há uma relação direta entre o desempenho da revista e a dedicação do editor?*

ENT2 - Com certeza. Isso a gente observa claramente. Aí a gente observa que aquela revista, ela é melhor conceituada, que ela recebe mais submissões essa é uma grande questão que você pode colocar no seu trabalho: uma revista iniciante.... o que faz a diferença entre um editor receber 100 manuscritos por mês e outra revista recebe 30 por semestre e então você observa que tem relação direta, porque ele também trabalha mais, é como paixão, mas ele é obrigado a trabalhar mais, a gente vê que está muito relacionado uma coisa com a outra.

11) *E tem uma tarefa/ação específica do editor que tem maior valor?*

ENT2 - Depende muito da área do conhecimento ...A gente sempre aconselha os editores iniciantes apresentar a revista nos eventos ...

12) *Dentro do Portal de periódico da UFSC, quais revista possuem destaque? E quais motivos levaram a esse diferencial?*

ENT2 - Tem várias. Uma revista que foi agora para o SCielo é a Revista Brasileira de Antropometria e Desenvolvimento Humano, do Prof. Édio do CDS, primeira coisa a interfase dela está em inglês, ele fez questão, ele é um editor muito atuante, ele está sempre preocupado com questão da indexação, ele manda a periodicidade de maneira rigorosa. Ele tentou uma vez o SCielo não conseguiu, mas ele está sempre trabalhando, faz melhorias necessárias, e então ele conseguiu indexar no SCielo que é uma grande conquista, com certeza na próxima avaliação do Qualis o conceito da revista vai aumentar. O Caderno Brasileiros de Ensino de Física, no último levantamento que nós fizemos, é a revista mais consultada no portal, ela é uma revista voltada para o ensino de física e é uma revista também que os editores são muito empenhados ... tem um tratamento estético, um tratamento de conteúdo também.

13) *Quais as diferenças entre as revistas científicas impressas e as eletrônicas?*

ENT2 - Eu ainda não acredito, no momento, na extinção do documento impresso principalmente pela questão cultural, que eu já comentei com você, ... mas acredito que é um caminho que está sendo percorrido... vai chegar. Sobre o editor ele tem que ter esse olhar para a indexação ...

14) *O trabalho do editor ficou mais difícil ou mais fácil com o advento da revista eletrônica?*

ENT2 - Depende muito das características do editor. Tem editor que acha muito mais fácil, pois ele já está inserido no contexto digital, para outros já existe uma certa resistência, porque tem que educar aquele avaliador, e porque uns exigem o artigo impresso e para estes ele tem que fazer por fora da plataforma, o sistema que a gente utiliza permite desde o momento do auto arquivamento, seja feito tudo via sistema então, o editor recebe o material, encaminha para o avaliador, depois recebe aquilo que é aprovado vai para edição de texto, depois para layout, leitura de ... e depois finaliza o processo. Mas a gente observa que muitas vezes os editores, não só por questões pessoais, mas por questões do conselho consultivo mesmo, eles até recebem o manuscrito pela plataforma mas acabam realizando o trâmite de alguns por fora, que a gente chama, seria por e-mail ou até mesmo imprimindo e mandando por correio, dependendo do parecerista, da área, eles acabam se submetendo a estes procedimentos. É claro que com o tempo as coisas vão se alterando, mas ainda existe muito isso.

15) *Sobre a importância do endosso de outras marcas, como por exemplo, da universidade ou do nome do editor?*

ENT2 - Com certeza. A UFSC acaba assumindo como editora de qualquer forma, então por isso quando você vê o portal de periódicos o cabeçalho tem o logo da UFSC e isso com certeza é uma identidade e representa muito uma publicação científica da Universidade Federal de Santa Catarina tem um peso, e também em relação ao editor, para publicar no portal da UFSC ela tem que ter vínculo institucional, ou seja ela tem que ... em programas de pós-graduação, laboratório de pesquisa, grupo de pesquisa, ela tem que ter vínculo com a UFSC, e geralmente o editor gerente é um doutor e é um pesquisador também que publica, ...

16) *A marca dos membros do conselho editorial e os pareceristas também, ou muito mais o editor?*

ENT2 - Na verdade eu acho que não existe este peso, pois na verdade o coração da revista é o editor, é ele quem vai tomar as decisões, ele vai formar o conselho, ele vai convidar as pessoas, ele vai tomar as decisões gerenciais, ele vai lidar com a revista no dia a dia, as outras pessoas ... os pareceristas tem que ter habilidade, tem que ter conhecimento daquela área, tem que ter credibilidade o parecerista, tem que ser uma pessoa renomada.

17) *Mas, o editor tem sempre um impacto maior?*

ENT2 - É porque ele é a pessoa que responde. Ele é a pessoa que pensa a revista.

18) *Alguma consideração final?*

ENT2 - A ferramenta de estatística. Ela foi desenvolvida especificamente para o portal e aqui você vê os números do portal, mas em cada revista é possível analisar as revistas individualmente. É possível ver por semana, por dia,...

19) *Todo acesso à revista passa pelo portal? Ou existe outras formas de acesso?*

ENT2 - Se a revista está indexada em um diretório acessando pelo diretório ele vai remeter para o portal.

20) *Além dos já citados existem outros 'cases' de destaque?*

ENT2 - O Prof. Paulo da Biotemas tem o maior fluxo de submissão

Apêndice C

ENTREVISTA 3:

Entrevista concedida por ENT3 (Coordenador da Incubadora de Periódicos da UFSC), em 7 de novembro de 2011 das 17h10min às 17h59min. Gravado em arquivo de áudio (.amr), tamanho: 3.1MB.

Pergunta 1) *Quais são os parâmetros/elementos para construção de uma marca de qualidade para que uma nova revista ganhe prestígio no ambiente acadêmico?*

ENT3 - O Qualis é um dos (indicadores) mas o Qualis a gente entende como uma síntese da área, que cada área é diferente, a orientação que a gente dá para os editores das revistas da incubadora é que eles organizem as suas revistas para terem um Qualis B2, pois o Qualis sintetiza o pensamento daquela comunidade científica, por exemplo, na Educação estar na Scielo é A1 e na Biologia é B4, então, você não consegue ter uma resposta a esta sua pergunta sem ver área por área, pois elas são completamente diferentes.

2) *Mas quais aspectos são extremamente relevantes para o sucesso da revista em todas as áreas?*

ENT3 - Se esta revista não tiver uma revisão cega por pares ela não chega nem a ser uma revista científica, então o que torna uma revista científica? O que a distingue de uma revista outra qualquer? Isso já tem os critérios todos colocados no Oasis, no próprio Scielo, por que o coração da revista científica é a revisão cega por pares, se não tem isso não é uma revista científica.

3) *Mas o prestígio do editor chefe é um fator determinante?*

ENT3 - É um dos!

4) *O corpo de pareceristas?*

ENT3 - Por que todos estes fatores estão ligados a revisão por pares, o editor chefe é que manda para a revisão de pares, quanto maior o prestígio daquele editor naquela comunidade, mais e melhores pareceristas ele vai ter, quanto mais e melhores pareceristas ele tiver, maior será o prestígio dele e da revista. Quanto maior pontualidade ele tiver, melhor o retorno, então é uma soma de fatores.

5) *Quando as revistas estão incubada quais os principais desafios?*

ENT3 - É conseguir bons artigos! Este é o desafio das revistas novas é conseguir bons artigos para fazer a revisão por pares. Conseguir que os autores submetam artigos, pois ela ainda não está no Qualis.

6) *Quanto tempo uma revista leva?*

ENT3 - A literatura considera que o maior índice de mortalidade das revistas é nos 3 primeiros anos, tem dois picos, nos 3 primeiros anos e nos 7 anos.

7) *Quanto tempo ela leva para sair da incubadora da UFSC?*

ENT3 - Vai depender do editor. Se ele conseguir bons artigos, conseguir colocar todos os volumes pontualmente no ar, conseguir que a comunidade científica reconheça aquela revista como importante, invista no potencial dela, acredita-se que entorno de 2 a 3 anos.

8) *E que trabalho o editor deve fazer para que a comunidade científica reconheça aquela revista como importante?*

ENT3 - O caso que eu considero de maior sucesso na incubadora é a revista de Saúde Pública, eles divulgam nos eventos, o editor é muito ativo, ele manda para as listas, ele chama pessoas de renome na área para fazer editoriais especiais junto com ele, ele não deixa atrasar nenhum dia, ele faz uma revisão bem rigorosa.

9) *E sobre a diferença entre as revistas impressas e digitais?*

ENT3 - Não tem distinção. Hoje, a maioria das revistas são híbridas, têm poucas revistas que seguem exclusivamente no impresso, a maioria das revistas sai híbrida, ou exclusivamente digital. A qualidade da revista não depende do tipo de suporte, se impressa, digital ou híbrida. Tem revistas excelentes só digitais, tem revistas excelentes só impressas, e tem revistas péssimas nas duas coisas, então o suporte não dá indicador de qualidade.

10) *As revistas eletrônicas estão utilizando as possibilidades do meio digital? Como, por exemplo, com a utilização de hiperlinks?*

ENT3 - Isso não interfere no prestígio da revista. O que tem são duas alternativas, pois você tem um trabalho dobrado se quiser atender usabilidade e preservação. Para garantir a segurança dos dados você tem que estar em PDF-A, que não é uma interfase amigável, não permite hiperlinks, essa sim é reprodução impressa direta, mas por outro lado garante integridade do texto e garante a preservação do texto a longo prazo, coisa que com o hiperlink nós não temos muita certeza disso.

Dentro da ... HTML 5 você passa trabalho dobrado, pois você tem que coloca tudo no hyperlink e colocar no PDF-A, então a questão não é o tipo em que ela está, então em HTML ou PDF também não atinge o pretígio da revista. No cenário ideal elas estariam nos dois. No cenário ideal estariam em PDF, HTML, português, inglês e espanhol cada um deles. O desafio é o trabalho para fazer isso. É gente qualificada que consiga fazer isso, dentro dos prazos. Então a maioria das revistas tem optado pelo PDF, nem sempre o PDF-A que é o mais adequado. O Scielo, uma base de dados de muito prestígio, consegue fazer as duas coisas o UJS muito menos.

11) *Não é uma questão de o editor estar mais ou menos familiarizado com o universo digital?*

ENT3 - Não posso lhe afirmar. Veja, você tem que editar todos os artigos, algumas revistas tem 10, 12, 15 artigos por fascículo, todos esses artigos tem que ser completamente editorados, organizados, com DOI, com resumo, com a paginação, com a legenda, então para você fazer nas duas alternativas, por exemplo o HTML não permite paginação e nem legenda, é um outro formato, eu não vejo as coisas como competindo entre si, eu vejo as coisas como complementares, então se eu for imprimir do HTML vai ficar um horror, e eu gosto de ter algumas coisas impressas, um artigo ou dois que eu vou ler com mais calma, isso continua assim, não sumiu o impresso, eu acredito que ao editor ter que optar entre os dois, acaba optando pelo PDF em função da preservação e em função da precisão, porque ali eu consigo numerar as páginas eu consigo fazer uma citação, no HTML tem uma revista da nossa área que é a Data grama 0 e ela está só em HTML é um formato bem diferente das outras, aí complica a busca, para imprimir é um pesadelo, você não consegue colocar paginação, não consegue colocar legenda direito, ela não fica tecnicamente tão bem tratada como no PDF, eu acho que é muito mais por aí do que uma escolha do editor de ser mais digital ou ser menos digital. É uma questão técnica de identificação do próprio artigo. Da diagramação do artigo, não da revista como um todo. Do artigo como uma unidade do fascículo.

12) *O sucesso da revista está vinculado diretamente a atuação do editor chefe?*

ENT3 - Sim.

13) *Existe valorização do editor pela instituição ou dos pares? A atuação como editor é a atividade principal dessa pessoa?*

ENT3 - Isso acontece no cenário dos países ditos periféricos. Nos países que têm a produção científica mais estruturada, com editoras comerciais, como Estados Unidos, Inglaterra, Holanda, Alemanha,... os editores são profissionais, é uma empresa editorial. O que acontece no cenário ibero-americano, sul europeu, ou seja, nos países que não têm essa tradição na produção científica (que estão começando agora) é que surge um número muito grande de periódicos,... feitos por idealistas e quem está cuidando disso são as universidades. Isso se intensifica quando começa uma interface mais amigável da internet (consequência direta). E junto com o crescimento da pós-graduação ele (o editor-professor da universidade) ocupa um espaço editorial que antes não existia nesses programas de pós-graduação. Com o nascimento desta massa de cientistas, ela precisa de periódicos para dialogar. É o canal onde ocorre o diálogo científico. Se um área não tem periódicos não é uma área científica. Não tem como avançar sem ter um periódico científico. Então neste países periféricos surge um número muito grande de periódicos para justamente viabilizar este diálogo, e surge onde? Nas universidades, porque ali é que estão os programas de pós-graduação. Então os professores de pós-graduação vêem esta necessidade e junto com suas comunidades científicas se organizam para criar as revistas científicas. Com o surgimento das novas revistas as universidades vão se estruturando e são os professores que são os editores, então, eles não são pagos por isso, mais ainda no caso do Brasil que as universidades são públicas. Ainda essa semana está ocorrendo em Gramado um evento da associação brasileira dos editores científicos, eles estão pensando em algum maneira de remuneração. Hoje nos temos em algumas revistas da UFSC em que os professores têm portaria com horas alocadas para atividade editorial, mas são poucos, é um movimento que está em andamento ainda não está pronto. Isso tem que ser considerado, que está em uma curva ascendente e se organizando.

14) *Como que a academia reconhece que uma revista possui qualidade? Somente através do Qualis?*

ENT3 - A academia materializa isso através do Qualis. Não é o único critério, pois tem revistas que estão em posições inadequadas no próprio Qualis, tem revistas que deveriam estar 1 ou dois Qualis acima e revistas que deveriam estar 1 ou 2 Qualis abaixo, pois tem critérios políticos, tem uma série de critérios que o Qualis não está pronto ainda, os espanhóis fizeram o Qualis deles agora, eles consideram o JCR, o fator de impacto, uma série de indicadores, então é agrupar isso em cada país com o seu reconhecimento nacional, pois tem periódicos que não estão

no Qualis e são excelentes. Se eu publico em um periódicos da minha área que não está no Qualis, isso equivale a um periódico A1 pois está indexado, não é difícil argumentar assim, esse vale, não o outro não vale. Critério é fundamental. O periódico que está no Scielo é um bom periódico. Mas é a área que dá esse posicionamento. Possui distorções aqui, distorções ali, como todo processo de classificação. Então o que precisa para ser um periódico de qualidade? Tem que ser reconhecido como tal pela comunidade científica, não tem outro jeito.

15) *E o que precisa para a comunidade reconhecer isso?*

ENT3 - O que precisa para a comunidade reconhecer isso é ter periodicidade, ter bons avaliadores, ter um editor que seja sério, que dê respostas rápidas. Você pode fazer a análise ao contrário: o que faz um periódico sair? Um periódico atrasar, você prejudica os professores da pós graduação. Os professores não publicam em periódicos para brincar, existem uma pontuação dos programas, disso dependem verbas, progressões funcionais, pós-doutorados, ... então é inadmissível um professor se planejar para publicar determinado resultado de pesquisa em um periódico e esse periódico atrasar 1 ano, 6 meses e ele perdeu o prazo da Capes isso é cada vez mais Então isso é inadmissível, dar um parecer errado, publicar um artigo ruim, pois a estrutura da academia está sempre julgando os seus pares por isso eu tenho que ter essa atividade de monitoramento permanente.

16) *A marca da instituição que é a editora faz diferença?*

ENT3 - Sim. Aonde assina, onde está o link aparece junto. Acredita-se que as grandes instituições da pós-graduação não vão permitir possuir periódicos de qualidade ruim ou mediana, vão ter periódicos bons.

17) *Por isso a importância da incubadora? Ela é uma salvaguarda dos outros periódicos?*

ENT3 - Exatamente. É a única instituição que tem incubadora. Justamente para preservar o portal. Na ideia de que algum dia o portal seja um indicador importante tanto quanto o Scielo,...

18) *E sobre o volume de periódicos?*

ENT3 - Isso é uma decisão institucional, eu não considero que periódicos de baixa qualidade devam ser considerados como tal, eu tenho muito apreço pelo nome da universidade que eu trabalho , só quero que ela tenha o melhor. Que todos os periódicos tenham as condições de serem periódicos importantes da sua área, senão

conseguirem, vejam um novo editor, vejam se vale a pena, existem muitos periódicos que foram criados em função da facilidade digital e que não tem perfil, não tem estrutura, não tem uma vontade, não tem uma comunidade estruturada para dar sequência, então este periódico podem parar de circular ou tomarem outro direcionamento, pois não é difícil, os critérios estão colocados, o Scielo tem muito claro o que ele exige para indexar um periódico, o Scopus também, o ISI, você vê periódicos bons da área e segue o modelo, se a comunidade “der conta”. Porque é um movimento comunitário usar uma estrutura de diálogo, se esta comunidade não está preparada, se já têm outros, ou se acontecer alguma coisa que o editor não se pode prever, aí é julgar se vale a pena ou não (continuar), e é o editor que pode fazer isso.

19) *Um periódico tem que vir para suprir uma necessidade da comunidade?*

ENT3 - Exatamente. Se a comunidade não reconhecer aquele periódico como valioso ou relevante não há o que o editor possa fazer para ganhar prestígio.

20) *A etapa mais difícil para um periódico é o período inicial onde ele não tem esse reconhecimento? Onde ele depende do prestígio do editor e da instituição?*

ENT3 - E da necessidade da comunidade científica.

21) *É mais fácil um periódico bem amplo ou específico?*

ENT3 - Depende. Depende dos canais de comunicação que a área já possui.

Apêndice D

ENTREVISTA 4:

Entrevista concedida por ENT4 (Editor do periódico científico Caderno Brasileiro de Ensino de Física – ISSN 2175-7941 – periódico que recebeu maior número de acessos no Portal de Periódicos da UFSC em 2011), em 9 de dezembro de 2011 das 08h30min às 10h45min. Gravado em arquivo de áudio (.amr), tamanho: 8.7MB.

1) Faça um *comentário sobre a Revista Caderno Brasileiro de Ensino de Física*.

ENT4 - A revista tem 28 anos, eu estou desde o início, ela começou com um projeto de extensão, uma coisa pequena. Nós pretendíamos fazer alguma coisa que levasse o conhecimento produzido na universidade para o Estado, o nome inicial dela era Caderno Catarinense de Ensino de Física. Fomos até a Imprensa (departamento da UFSC), a nossa pretensão de impressão da revista era muito mais despreziosa, dentro aqui da imprensa da UFSC eles deram algumas idéias: “vamos fazer uma capa bonitinha.”, então ela já tomou um aspecto de revista, inicialmente nos 8 primeiros números, como nós não sabíamos como fazer a forma dela, nos fomos olhar a Revista Brasileira de Física que é a revista da SBF, e nos espelhamos nesta revista e fizemos os 2 primeiros números colocando numeração e essas coisas, mas que para nós no início não era importante, mas hoje essa coisa é muito importante para as pessoas terem acesso a revista colocar o ISSN, o lugar onde você coloca, tem uma série de fatores, a ficha catalográfica que a biblioteca faz, os bibliotecários entendem aquele linguajar, para nós parece estranho, mas tem significado para eles. Inicialmente, então nós fizemos nos espelhando nesta revista e fizemos tudo errado, pois a revista “top” no Brasil na nossa área não obedecia critério nenhum, aí a biblioteca (universitária da UFSC) interferiu e disse que nós estávamos fazendo errado. Desde aquela época o Beto da Biblioteca nos orientou, e então nós mudamos a forma de colocar a revista, nós colocávamos ano 1, e então passamos a colocar volume, número, ano, colocar as coisas diferentes, começar a colocar um rodapé identificando a revista no artigo, essas coisas que hoje se fazem até no Xerox, você pega um artigo e tem toda a referência. Então a gente começou a fazer essas coisas sobre a orientação da biblioteca, a biblioteca é nosso parceiro a muito tempo, e a gente começou a levar para simpósios a revista, distribuía nos

simpósios, e cresceu muito a revista, o acesso a revista, os pedidos pela revista deixaram de ser regional, às vezes nós íamos em simpósios até no exterior e levávamos os cadernos “em baixo do braço”, fazia a distribuição, então nós começamos a ter artigos vindos de fora também, esse crescimento foi se dando como numa “escadinha”.

2) Esse trabalho de comunicação da revista, que foi muito importante, foi feito sem um planejamento?

ENT4 - Sem um planejamento. Distribuíamos, falávamos da revista, começamos a receber artigos e a coisa começou a crescer. Aí pedimos financiamento, pois inicialmente a revista foi financiada aqui pela universidade, a gente passou “chapéu” na reitoria, e aí eles financiaram a primeira, aí na segunda, eu lembro que a gente passou o “chapéu” em diversas pró-reitorias, aí uma deu uma coisinha outra deu outra, e aí fizemos a segunda, e então nós percebemos “nós não vamos sobreviver deste jeito”. Dessa forma de ficar pedindo dinheiro. Aí nós fizemos um projeto para fora, e nós tivemos sorte que no início da revista a gente pegou a época do .. PHCT.. aquele programa educação para a ciência da CAPES, isso a 28 anos atrás, a gente fez o projeto e a gente ganhou, na época se trabalhava com muita dificuldade no sentido de fazer um projeto, pois aí tinha a inflação e, então, você previa uma certa quantia aí o dinheiro demorava pra vir e aí a inflação te comia muito, gerenciar isso era realmente complicado, hoje você pede o dinheiro e às vezes não ganha o que pede, mas o que tu ganha é o que realmente você recebe. Hoje o dinheiro do CNPQ vem razoavelmente rápido.

3) Essa gestão financeira na época era quase uma gestão paralela da gestão da revista?

ENT4 – Ah! Era complicado. Porque era feito artesanalmente pela gente mesmo. Inicialmente nós começamos com um grupo maior, mas acontece que aquela idéia de maravilhosa de vamos levar a palavra da UFSC se mostrou muito trabalhoso e aí as pessoas vão “caindo fora” e nós ficamos em 4 pessoas inicialmente até 1992, que começou em 1984, quando nós ficamos só em 2 pessoas, que somos os atuais, hoje nós temos um editor convidado que é da PUC do Rio Grande do Sul que faz 1 ano que está com a gente e que compartilha esta discussão sobre os artigos, mas não é uma pessoa que faz a revista, na verdade quem faz o trabalho “formiguinha” é meu, sou eu quem mexo com a revista, mas a gente discute entre os 3. Mas, eu que escrevo as cartas para os autores, tudo isso sou eu que faço, e os outros 2 leem os artigos. Então, a primeira arbitragem sobre os artigos é nossa, para decidir se a gente

manda para frente ou se a gente já recusa os artigos, nós somos 3 então já é um grupo que poderia arbitrar, mas é muito importante que a arbitragem seja feita por gente de fora, isso é muito importante, não pode ser uma coisa artesanal.

4) *Esse é o processo de avaliação cega por pares?*

ENT4 - Isso. Nós fizemos a primeira triagem, em geral ficam metade dos artigos e a gente nem manda adiante, a outra metade a gente manda para a arbitragem, então, o que acontece é que como nós já fizemos essa primeira arbitragem, o que tu mandas adiante é quase tudo aceito. O que se vê é que raramente..., é claro que acontece de artigos serem recusados, mas, quando se manda para os árbitros a maioria é aceita.

5) *Isso é pela própria experiência desenvolvida por vocês?*

ENT4 - É porque a gente já “peneirou”. Então, a gente já faz esse trabalho “sujo” que é sempre chato você recusar para colegas, que não é gente de fora que está recusando, somos nós que estamos recusando, mas a gente faz, e tem dado certo.

6) *Qual é o volume de artigos?*

ENT4 - Tem certa de 70 artigos por ano, este ano deve estourar isso barbaramente pois nós fizemos uma chamada para um número especial que vai ser sobre tecnologias, TICs aplicadas, e chegaram 43, nós não esperávamos tanto, claro que é muito pouco provável aceitar 43, aliás, se os 43 forem bons artigos teríamos que colocar em 2 números, pois seria grande demais. Mas é pouco provável que os 43 sejam aceitos, mas foi surpreendente a gente não esperava tanto, nossa estimativa era que não iria chegar a 20.

7) *Esse volume de 70 artigos anuais eles chegam todos em um mesmo período ou isso ocorre de forma diluída ao longo do ano?*

ENT4 - Eu recebo continuamente, só que janeiro eu saio de férias e fecho a porta, então quem me escreve não tem resposta, pois em janeiro eu estou de férias, e as pessoas ficam mandando e-mail e falando “você não responde”. Não é isso, é que janeiro eu estou de férias e então, eu não respondo realmente, na bem da verdade, às vezes até respondo. Hoje se viaja e se leva o computador. Antigamente eu realmente fechava a porta. Mas o recebimento é contínuo, vou recebendo a medida que as pessoas vão mandando. Neste número especial nós colocamos uma data limite. Por isso eu digo que chegaram 43 pois o que chegaram depois as pessoas mandam para um número regular da revista. Os números além

de estarem no portal eles são impressos, hoje em uma tiragem de 800, uma tiragem muito menor porque já foi de 4.000, a biblioteca faz permuta com 100 exemplares.

8) *Que mudança traz para a revista a mudança do formato impresso para o digital?*

ENT4 - Para nós trouxe uma diminuição da tiragem, é claro que nós não estávamos imprimindo 4.000 já a algum tempo por uma questão financeira, nós começamos a diminuir a tiragem por uma questão financeira, porque nós já estamos colocando ele disponível *on-line* a tempo, eu até nem saberia te precisar quando nós começamos, isso diminuiu o pedido, a gente incentiva: “Quer a revista? Está disponível!” A assinatura é uma quantia pequena é R\$ 50,00 pelos 3 números do ano, e se tem um número especial, o número especial vai junto neste valor.

9) *Mas no recebimento dos artigos, na avaliação,*

ENT4 - Nisso não fez nenhuma diferença.

10) *O formato da revista é o mesmo?*

ENT4 - O formato da revista é o mesmo, ela só está ficando cada vez mais “gordinha” (se referindo a quantidade de páginas). É expressiva a diferença. Hoje ela está com 240 pg. Flutuando, com 230 pg. Os artigos nesta área são grandes, são artigos de 40 páginas, os pequenos são raros. 40 (páginas) não é tão comum, mas em 20 e poucas páginas e chegar a 30 é comum.

11) *E o que a professora pode relatar sobre a qualidade dos artigos submetidos?*

ENT4 - A qualidade é gritante há melhora, os artigos dos primeiros números eram até muito ingênuos, não vou dizer de todos, mas a gente publicava artigos bem mais ingênuos, não vou dizer ruins, mas os artigos não passariam hoje. Com certeza não passariam.

12) *E sobre a valorização do editor pela universidade/instituição? E qual a relação entre o desempenho do editor e o sucesso da revista?*

ENT4 - Eu não tenho absolutamente nenhuma reclamação em relação à Universidade, hoje, eu tenho 20 horas neste projeto, na extensão é permitido ter 20 horas, isso é um projeto de extensão, desde que não seja remunerado e eu não recebo nada para trabalhar neste projeto, além do meu salário. Não tenho nenhum valor extra, então eu posso ter 20 horas e a Universidade me permite ter essas 20 horas. Eu sempre tive apoio de

bolsistas, e com o portal a visibilidade aumentou muito, existe a sala que é grande e foi um pedido do departamento, e ela tem uma parede para a questão do peso, pois na matemática acabaram colocando muitos livros em uma sala e deu um certo problema lá, então quando eu vim pra cá teve essa preocupação, o papel pesa muito e são 28 anos de registro, de cadernos antigos é bastante peso, então eu considero que o meu espaço está muito bom. Vários colegas já entraram nesta sala e falaram: “nossa você está sozinha nessa sala?” Não, eu e meus bolsistas, mas, de professor sou eu sozinha nessa sala. Claro, que eu não posso dizer que sempre consegui tudo que eu queria em termos de bolsistas, não é verdade. Algumas vezes eu não consegui, mas são as regras do jogo. Eu acho que eu não tenho do que reclamar.

13) *E sobre a relação do sucesso da revista e com o desempenho do editor?*

ENT4 - A revista se você não tem dedicação, você não consegue levar. Muita gente já me perguntou: “Mas como é que você consegue?” É porque a gente vive em função disso, eu já não quis ir para fora (do país) para não deixar a revista, pois em 3 meses ou 6 meses ela morre, eu não posso deixar. Hoje você pode trabalhar em qualquer lugar do mundo, mas isso não era verdade a algum tempo atrás. Hoje você tem um computador você trabalha em qualquer lugar não precisa estar fisicamente. Antigamente nós tínhamos correspondência de papel. A gente recebia artigos em papel, essas coisas eram diferentes. Então você tinha que estar aqui, no máximo sair nas férias. Que aí é justificável, mas no resto o tempo todo você tem que estar atendendo. Isso é contínuo.

14) *E isso é determinante para a revista?*

ENT4 - Isso é determinante para a revista! Hoje tem mais revistas na área, mas de modo geral, elas têm problemas que nós não temos, porque é exatamente essa questão. Problemas do tipo: as pessoas têm que se dedicar para isso, então se as pessoas vão fazer isso e outras coisas termina não dando certo, tem que se dedicar, até assim alguém quer assinar tem que pedir a fatura tem que ir na reitoria, pois eu não posso dar nenhum recibo, então isso é depositado em uma conta na Universidade, e a Universidade me dá o recibo, então tem o bolsista que vai lá buscar, mas tem que coordenar. Então, você tem que coordenar em todo momento. Tem gente que assina lá em novembro, então você tem que ir atrás das revistas enviar, já saiu do esquema da assinatura, tem de tudo, essas coisas você tem que estar sempre envolvido.

15) *O Cadernos Brasileiros de Física tem um destaque entre os periódicos da UFSC. Pois é que tem mais acesso no portal...*

ENT4 - Na verdade, o número de acesso que esta lá é fictício, na verdade ele é muito maior, pois este ano nós fizemos um trabalho de revisar todos os artigos colocados lá, pois quando nós fomos colocar, que foi em 2008, essa questão do portal eu fiquei sabendo em dezembro e em maio eu estava com a revista no portal, e tinha que passar para PDF-A e isso só tinha um local na Universidade que fazia, você tinha que agendar, hoje ainda é na biblioteca, mas hoje é fácil, o meu bolsista vai lá e é rapidinho, gestão da revista pelo portal da biblioteca foi uma melhora incrível, é assim do dia para a noite, a biblioteca gerenciando esse portal para os editores, todo mundo reconhece como algo muito bom, antes era complicado essa coisa era mais atravancada, aí eu tinha um acervo de artigos para serem inseridos no portal que era uma coisa astronômica, 2 anos atrás, era referente a 26 anos para ser inserido no portal, isso era uma coisa imensa em termos de artigo, eu tinha uma bolsista sentada aqui (no local da entrevista) que me disse estou no autor número 600, ou seja ela passou a muito mais de 600, então se percebe que a coisa toda era muito grande, então a gente inseriu aquela massa e é claro que tinham errinhos, então este ano a gente fez esta estrutura fina, como a gente diz em física, e muitos artigos a gente substituiu e cada vez que tu substituías, vamos supor tinha um artigo com 3.000 acessos, aí você tirava ele passava para zero, decrescia o número, então este ano eu perdi no mínimo uns 60.000 acessos, isso é desagradável você saber que está perdendo isso aí, que o registro que aparece ali está decrescendo, mas é uma coisa que vai ficar, é algo que vai ser momentâneo, então vários artigos eu ia substituir e eu dizia “olha ali o número de acessos!”.

16) *Quais os motivos de sucesso da revista em relação as demais revistas do portal?*

ENT4 - Em relação as outras do portal eu desconheço, pois eu conheço o Prof. Paulo (Biotemas), mas eu desconheço os problemas da revista dele, eu fiz um curso na biblioteca e tinham vários editores e como eu conheço o Paulo há bastante tempo, conversei com ele, conversei alguma coisa com os outros editores, mas eu não tenho contato com eles.

17) *Mas o que é destaque na Cadernos Brasileiros de Ensino de Física? A qualidade dos artigos, por exemplo?*

ENT4 - Eu não saberia avaliar os artigos das outras revistas, não tem como comparar eu não sei comparar. Primeiro, porque eu não acesso as outras revistas, para te falar bem a verdade eu só descobri que o caderno era a mais acessada quando a biblioteca me falou. Aí no ano passado eu queria ver como isso andava e resolvi acessar e aí fui olhando e ainda era a mais acessada, mas eu não tenho tempo para ficar olhando as outras. Em relação as outras revistas eu não saberia te dizer. Eu sei te dizer em relação a área de Física. O caderno preencheu um espaço que não tinha outra revista. Porque ela começou dirigida para o professor de física do ensino médio, não tinha outra revista que fizesse esse papel, aí depois começou a aparecer revista direcionadas ao professor de ciência que também tinham professores de física, mas aí a pessoa adquiria a revista e aí tinha física, química, biologia, tem menos interesse. Depois a SBF quis que o caderno passasse a ser a revista da SBF, há mais de 15 anos, ela ofereceu toda infraestrutura, mas aí a gente percebeu que iríamos perder a autonomia, nós iríamos continuar como editor mas a SBF estando por trás seria ela que iria mandar na revista, e a revista da SBF tinha muitos problemas, tinha muita crítica na área, tem hoje muita crítica, pois ela publica alguns artigos que parecem que não tem nada a ver, e essa crítica é muito contínua, claro que era muito atraente ter toda estrutura da SBF, a impressão da revista, não precisaríamos fazer “malabarismos” com projetos, atirando projeto para tudo quanto é lado, o PCDT foi muito bom, mas o PCDT acabou aí o PCDT ainda nos mandou dinheiro, não mais pelo programa, mas depois ele parou de mandar dinheiro para estes projetos, ele só mandou mais uns 2 ou 3 anos, então essa era a nossa dificuldade, mas a gente avaliou que não valeria a pena. A linha editorial dela iria acabar mudando e a linha editorial dela é muito elogiada pelo pessoal da área. É dito que a revista tem muita coerência que ela continua com o mesmo perfil, na verdade mudando um pouquinho no sentido que a qualidade dos artigos melhoraram muito e a revista que era direcionada para o professor de física do ensino médio, hoje é direcionada para o professor de física do ensino médio que está fazendo pós-graduação, não é só aquele que quer um artigo pequenininho para levar para a sala de aula. Tem também, mas hoje o que é publicado a gente não tem tanto controle porque depende do que entra, no início nos tínhamos seções que nós queríamos colocar aí nós saíamos atrás de pessoas para escreverem experiências, então, a gente saía atrás de colegas da gente, mas isso é muito desgastante, e com o tempo a gente foi cansando daquilo e nós paramos e hoje se não entra para uma seção, não sai essa seção, então hoje nós temos várias seções e os artigos são incluídos naquelas seções, claro que

não vai deixar ter artigo só de uma seção, mas naturalmente já entra com um distribuição, sem forçar você percebe que existem 2 de uma seção, 1 de outra,...

18) *O corpo de pareceristas é dividido por essas seções?*

ENT4 - Não. Os pareceristas nós não temos um número fixo, tem revistas que tem 10, 20 pareceristas, nós mandamos para professores de universidades federais de todo Brasil e fora do Brasil, nós mandamos para professores que nós achamos que são adequados para analisar aquele artigo.

19) *Mas não ter este corpo fechado não prejudica em alguns momentos? Esta relação nunca é solicitada para a revista?*

ENT4 - Não. O corpo fechado ele existe, ele é o conselho editorial, mas este conselho editorial não necessariamente fica dando parecer, eles também dão parecer, mas eles e outros . Hoje tem bem mais revistas na área, estas pessoas não agüentariam, não é que elas não sejam pessoas qualificadas, elas o são, mas elas não agüentariam dar parecer para todos os artigos do caderno isso ficaria inviável. Porque isso é fora todas as outras coisas que a pessoa faz, então o que a gente faz é uma constante busca de pessoas novas que estão chegando nas universidades, agora estão chegando uma grande leva de pessoas, então como é que a gente descobre essas pessoas? Por aqui que elas publicam, tu vê o que ele publica, tu colocas no Google um assunto, aí tu vê que uma pessoa publicou sobre um assunto e aí tu vê que este assunto é relacionado com este aqui, olha este artigo tem qualidade, então ela poderia dar parecer. Olha eu devo ter cadastrado umas 500 ou 600 pessoas, então eu encaminho se faz tempo que eu não mando, pois a gente tenta nunca mandar mais que 1 artigo por ano, 1 artigo por ano é o máximo.

20) *Um comentário sobre questões técnicas e sobre a classificação Qualis.*

ENT4 - Nós seguimos a norma da ABNT, as referências são todas colocadas nas normas da ABNT, a própria estrutura da revista, a gente obedece a ABNT, entre outras possibilidades nós optamos por esta. Isso nós começamos a fazer no volume 19, uniformizar as referências, eu já desisti de solicitar aos autores para colocarem na ABNT, eu coloco lá nas instruções como fazer, mas aí você recebe os artigos você vê que tem que corrigir, um colega me diz: “manda de volta”, mas vai me dar muito mais trabalho, eu mesmo faço, eu mesmo corrijo. Eu já estou quase bibliotecária.

21) *E são muitos que vêm em desacordo?*

ENT4 - Eles vêm em semi acordo, alguns até tentam fazer direitinho, mas têm outros que não se percebe muito.

22) *Mesmo um autor publicando várias vezes ele não se qualifica?*

ENT4 - Está lá nas instruções. Se a pessoa prestar atenção, nas instruções tem exemplos de como fazer, quando é um autor, quando são dois autores, etc. tem várias coisas como exemplo, que foi como eu aprendi também eu também não tive esta formação. Eu tive que aprender. Eu fiz um livrinho de como fazer estas determinadas coisas. Os autores mandam mais ou menos, uns melhores e outros piores, mas a gente ajeita. É publicado segundo as normas da ABNT. Isso a gente tem seguido direitinho. Inclusive o formato da revista, a questão de recuar, como colocar as referências dentro do próprio texto, esse erro é muito comum, quando coloca dois autores, coloca “fulano e beltrano” errado! “Fulano;Beltrano”, esse erro é muito comum. A gente ajeita. Tem uma pessoa formada em português, ela era aluna até semestre passado, agora já formada há um semestre que faz as correções de português, e tem uma revisora de inglês, faz os resumos, os títulos, essas coisas assim, e quando o artigo está revisado e colocado nas normas, eu mando de volta para o autor para dar a última lida e então eu tenho o “ok” dele. E estes “oks” eu guardo. Todo artigo tem o “ok” do autor com a correspondência dizendo.

23) *São todos inéditos?*

ENT4 - São todos inéditos.

24) *E já houve problemas com isso?*

ENT4 - Quando o autor insere o artigo no portal ele assinala lá que o artigo é inédito, ele está assinando aquilo, mas na verdade às vezes a gente encontra o artigo por aí, já aconteceu e quando a gente identifica a gente diz para ele “olha este artigo já foi publicado”. Às vezes o professor coloca na sua página na web, essas coisas assim, até pouco tempo atrás nós recebemos um artigo até bem interessante que analisava o batimento do coração fazendo analogia com um dispositivo da física, mas, aí na leitura nós colocamos no Google e aí o artigo estava inteirinho, igualzinho colocado na página dele, então a gente avisou “o artigo é interessante, mas o artigo já está publicado”. Ele já fez esta escolha, não vou dizer que isso revele má fé, mas no mínimo desconhecimento, pois ele colocou ali que o artigo era inédito, senão a

peessoa não consegue enviar o artigo pelo portal. Agora, garantir que um artigo que está aqui não está em outro local, nós não temos como fazer. Mas, todas às vezes que a gente identifica a gente rejeita o artigo.

25) *E a questão do peso da avaliação Qualis? Para uma revista com 28 anos conhecida pela sua comunidade como isso se dá?*

ENT4 - A revista em 2002 quando começou a ser avaliada pelo Qualis ela ficou com A, e na ANPED também que deu A, até que no ano passado ela passou pra B, na época eu me incomodei um pouco, fiquei meio chateada, mas depois “deixei pra lá”, a revista continua igualzinha, tem um monte de gente mandando, gente do exterior, eu não vou me preocupar.

26) *Mas há uma relação direta entre o número de submissões e de leitores com a classificação Qualis?*

ENT4 - Não notei diferença. O número de submissões fica entre 70, 72. Antes nós publicávamos números especiais com pessoas que a gente convidava da área, de onde a gente sabia que vinha coisa boa, pois é muito complicado você convidar para escrever artigos. Já aconteceu de eu pedir um editorial e era uma pessoa de Português/ Letras, que escrevia muito bem, mas o teor do artigo estava muito artigo de jornal, foi muito chato dizer para a pessoa que eu não ia publicar, mas eu fiz, volte e meia eu me vejo indo fazer este papel sujo de ir recusar artigo para amigo, às vezes as pessoas ficam bicudas, mas o que eu vou fazer? Tenho que fazer!

27) *Se alguém fosse começar uma revista, quais são as dicas que a professora poderia conceder?*

ENT4 - Há algum tempo atrás seria mais complicado você começar uma revista, porque você tinha que fazer ela impressa e ninguém te financiava se você não mostrasse que não era apenas uma pretensão. Então, você tinha que ter um suporte inicial, que foi o que a UFSC nos deu, então, quando nós já tínhamos 2 ou 3 (números) nós pedimos dinheiro para o PCDT, agora, se nós tivéssemos zero e chegássemos lá e disséssemos: Queremos fazer uma revista. Acredito que eles tivessem “n” pedidos. A gente não fez isso, nós mostramos olha isso já está pronto, já temos uma nova pronta e só precisamos de dinheiro para imprimir, então isso fez com que a gente recebesse. Então, era complicado, a pessoa tinha que ter um dinheiro inicial. Mas hoje a pessoa pode fazer uma revista e colocar na rede, desde que ela tenha um suporte de uma universidade, que ela tenha o endosso de uma

universidade, pois a revista passou a ser do departamento de física, ela pertence a UFSC, se eu me aposentar e quiser levar ela para outro lugar a UFSC pode dizer não! Claro que tem um problema de quem iria continuar, mas a revista não é minha, ela pertence a UFSC. Isso, ao longo da nossa história a gente passou a revista para a UFSC, agora ela não é mais nossa.

28) *No começo a marca da UFSC ajudou o reconhecimento dela? Concedeu certo prestígio?*

ENT4 - Sim. Sem ter este endosso da UFSC seria muito complicado. Se o “Joãozinho” lá da esquina quisesse fazer um revista ele não teria credibilidade, então tem que ter o endosso de uma instituição.

29) *Além de ter o endosso de uma instituição, a instituição faz diferença?*

ENT4 - Com certeza. A Revista Brasileira de Ensino de Física, tem o endosso da Sociedade Brasileira de Física, tem muita crítica a ela, mas ela é a revista da Sociedade, então não importa, se ela não fosse da Sociedade talvez ela já tivesse acabado, mas ela tem a chancela da Sociedade e então ela continua. Ela tem troca de editor ao longo de sua história de vários editores. Os dois primeiros é que ficaram vários anos. O quarto editor também foi uma pessoa importante. Mas depois é meio eventual, fica um tempo percebe que aquilo dá muito trabalho e quer sair. Então isso é um problema.

30) *A permanência da professora ao longo desses 28 anos também é um dos pontos do sucesso?*

ENT4 - Eu acho que sim. Não só a minha, mas a minha e do outro professor que ficou também, que por acaso é meu marido (risos).

31) *A permanência do editor então é importante?*

ENT4 - O fato de eu dedicar 20 horas da minha jornada, que na verdade eu digo que trabalho mais de 20 horas, mas que eu tenho 20 horas do departamento para isso, e ser sempre a mesma pessoa, então eu conheço todos os problemas da revista. Talvez a mudança para uma nova pessoa com novas ideias seria até interessante, mas onde existe muita troca isso dá problemas.

32) *E a manutenção de uma linha editorial só é possível por essa manutenção.*

ENT4 - Exatamente. Outra coisa que eu percebo é que têm outras revistas na nossa área e o que está acontecendo é que as outras revistas demoram muito para dar resposta. Eu tenho visto pessoas que mandam artigo para gente e depois me escreve assim maravilhado de como foi atendido na revista, a presteza que às vezes o autor me pede, em 2 ou 3 dias eu estou dando resposta, se a pessoa não recebeu o retorno é porque eu não recebi a correspondência, isso me tira um tempo, mas isso faz parte do meu trabalho na revista, eu trabalho bastante por e-mail, então eu vejo pessoas me dando esse retorno, “puxa que atendimento bom que eu tive na revista”. No outro dia, eu estava dizendo pra o outro professor: “o que os outros editores estão fazendo? Que as pessoas ficam tão maravilhados com o nosso atendimento”. Pois o meu atendimento é normal. Quando eu recebo essas correspondências eu mando para os outros dizendo “olha o nosso IBOPE está alto!”. Um que estava publicando pela primeira vez conosco, o orientador de doutorado e o aluno, e disse: “a partir de agora eu vou considerar sempre a revista de vocês para futuras publicações!” por causa do atendimento.

33) *Sobre o Qualis, a revista foi buscar os requisitos para buscar uma elevação na classificação?*

ENT4 - Não. Nós não temos a pretensão de ser internacional, eu não vejo utilidade. Eu acho que como está, está bem. Nós queremos mudar várias coisas? Não, não queremos. A revista já tem um número de acessos enorme, em relação a segunda (do portal) ela já duplica, correspondência (submissões) se eu tiver mais, eu não vou dar conta, olha sinceramente, não. Se tiver que mudar para isso a resposta é não. Nós não queremos ser internacional, porque para ser internacional tem que começar a publicar em inglês, e qual a vantagem disso aqui, se tu olhares as pessoas que falam inglês é um número reduzido, nós não temos a cultura de saber esta língua, a gente publica em espanhol, e já atinge a América Latina, Portugal, Espanha, por que a revista é mandada para fora, mas a gente não quer colocar tudo em inglês, a gente só coloca o título, o resumo e as palavras-chave. Aceitar artigos em inglês isso já estaria fora. Não tem muito sentido.

34) *Se ela tivesse muito artigos em inglês o número de acesso poderia reduzir?*

ENT4 - Pois é. Trocou um pouco o usuário da revista antes era direcionada ao professor de física, começou com o professor de física do estado, era mandada para as escolas, aí depois já começou a ser mais abrangente essa troca de nome de catarinense para brasileiro a gente

resistiu muito a fazer na época do PDCT, a coordenadora deste projeto cansou de nos dizer “este caderno catarinense não podia ter no nome da revista” mas a gente batia o pé e dizia mas ela é daqui , até que a gente percebeu que a gente está truncando a revista ela é nacional, mas com um nome que dá um caráter regional, e aí a gente trocou para brasileiro discutimos em um simpósio com várias pessoas, a troca de nome, como a gente colocaria.

35) *A senhora acredita que um planejamento de comunicação, para inserir uma nova revista no mundo da academia, é importante para uma nova revista?*

ENT4 - Não começar impressa por que isso é muito complicado, faz *on-line*, coloca publicando no primeiro número pessoas de bastante peso, aí tem que ser pessoas convidadas, na nossa revista eu acredito que foi no segundo número, nós colocamos uma pessoa de bastante renome nacional e internacional que publicou um artigo, essa pessoa nos deu um endosso durante anos ao nos mandar artigo, era uma pessoa extremamente conhecida, hoje essa pessoa não está mais nos nacionais, ela só está nos internacionais, então foi uma pessoa que colocou vários artigos, hoje ela tem uma revista, hoje ela não publica mais com a gente.

36) *No começo da revista são os autores que endossam a revista e com o passar do tempo é a revista que endossa o autor?*

ENT4 - É exatamente. Inicialmente a gente procurou colegas, a gente teve essa ajuda interna de colegas, depois na segunda mais gente com um ou outro de fora (da instituição), ...

37) *O que a revista traz para o editor? É prestígio? É ter uma obra?*

ENT4 - Essa é uma boa pergunta. Eu já disse que eu não quis ir para fora por causa da revista (para o exterior) eu já poderia me aposentar, eu também gosto de dar aula, mas a revista talvez seja o principal de eu não me aposentar, de vez em quando eu reclamo que não tenho tempo para nada, que eu gostaria de ter um pouco mais de tempo, mas eu tenho a opção de parar e eu não paro. Eu não sou exatamente uma pessoa ambiciosa, essa coisa de prestígio eu não me importo muito. Mas ela traz, claro que ela traz, eu sou humana e saber que a revista agrada, isso me agrada. Eu gosto que as pessoas aceitem bem a revista, pois é o trabalho da gente. Mas essa coisa de prestígio eu vou te dizer que eu não sou muito chegada, eu já fui convidada, por ser a editora, a participar de eventos, as outras pessoas brigam por isso, e eu fui indicada e eu não quero. Esse tipo de coisa não me atrai muito.

38) *Seria o próprio trabalho do editor? O relacionamento? E a história?*

ENT4 - Essa história eu já fui convidada de ir a vários eventos para contar, eu tenho que me controlar, pois senão eu fico falando 3 horas sobre isso, eu tenho que colocar uma linha, senão eu fico divagando.

39) *A gente percebe esse carinho do editor.*

ENT4 - É uma obra que tu trata com cuidado, é uma plantinha que regas e tu cuidas, muitas vezes eu já me perguntei: “porque eu estou me preocupando tanto com isso aqui?” Mas eu me importo com a revista, realmente eu me importo. Ela dá um trabalho, colocar essa revista na rede foi outro grande trabalho, pois nós tínhamos uma outra página antes do portal era muito trabalhosa e quando eu estava quase colocando tudo em HTML, a gente mudou para o portal e começamos tudo de novo. Claro que em um sistema muito mais fácil. ... para nós editores essa parceria com a biblioteca foi fundamental.

40) *Nós podemos afirmar que o trabalho na revista (de editor) transcende a área de conhecimento? Se o trabalho da editora do caderno de física fosse realizado em uma revista da área de Letras ou Biologia, a organização, a sistematização do trabalho seria parecida?*

ENT4 - Poderia ser a mesma. Eu fui me organizando, nos éramos em quatro, quando as duas saíram , elas saíram em dezembro do projeto, e em março o outro professor começou o doutorado, ou seja, eu passei a fazer o serviço de quatro e aí eu fui organizando tudo que eu podia. Hoje eu já tenho uma lista de todos os árbitros, e eu tenho que estar sempre atualizando, mas isso é organização, porque agora toda vez que eu preciso eu não preciso sair atrás, antes eu tinha que buscar no papel onde está o nome dele para descobrir a instituição, e hoje eu não sei como durante um certo tempo eu fiz isso, ficar procurando, aí eu comecei a organizar tudo no computador. O nome é organização. Talvez uma pessoa da biblioteconomia percebesse essas coisas eu fui aos poucos, me organizando aos poucos.

41) *Com a criação do portal de periódicos da UFSC será que vai ocorrer um maior compartilhamento de conhecimentos entre os editores das revistas?*

ENT4 - Se alguém tivesse me ensinado essas coisas o meu caminho seria mais simples. Eu tenho listas de todas as coisas, das pessoas, das

instituições, endereço, que hoje não precisa mais, mas eu tinha o endereço para correio.

42) E talvez o principal trabalho do editor é essa organização?

ENT4 - Eu já tive quatro bolsistas, hoje tenho 3, no semestre que vem (2012/1), eu vou ter dois, eu deixei de pedir a outra bolsa, por que? Porque simplesmente com esse trabalho do portal agora que eu aprendi eu acho muito fácil, estou dando graças a Deus que eu mesmo faço, agora está na minha mão, sou eu mesmo que controlo. Então, eu quero bolsistas que façam correção de português, porque eu não tenho o conhecimento em português que um bolsista vai ter e vai trazer, e tem o Guilherme que faz as coisas do caderno da parte impressa, e não preciso mais, isso é a informatização, eu já tive vários bolsistas trabalhando na revista e agora eu estou precisando de cada vez menos.

43) Isso só foi possível pois não existe mais um volume de 4.000 cadernos impressos?

ENT4 - Isso eu não aguentaria mais. Eram caixas e mais caixas na minha sala, eu tinha que passar por cima para entrar na minha sala, passávamos 1 mês ensacando revista, era uma tarefa estúpida, isso eu não agüentaria mais fazer. Agora enche duas caixas grandes de revistas e deu.

44) Mas em contrapartida o acesso a revista aumentou com o advento da internet.

ENT4 - O portal deu muita visibilidade.

Apêndice E

ENTREVISTA 5:

Entrevista concedida por ENT5 (Editor do periódico científico Biotemas – ISSN 2175-7925 – Periódico que mais recebeu submissões de artigos em 2011), em 9 de dezembro de 2011 das 13h32min às 15h15min. Gravado em arquivo de áudio (.amr), tamanho: 7.5MB.

Pergunta 1) *Comente um pouco sobre a revista.*

ENT5 - Nós vamos fazer 25 anos, vamos entrar no nosso jubileu de prata em 2012. Ela é de 1988, não sei como isso ocorre nas outras revista, mas imagino que ela (a revista) é uma marca que pertence a um grupo muito pequeno ou mesmo é de uma pessoa, que é o caso da nossa aqui, estamos até tentando mudar um pouco esta perspectiva, mas nos últimos 10 anos ela ficou absolutamente sob o meu controle.

2) O senhor pode falar mais sobre o contexto de criação da revista?

ENT5 - A revista surgiu em 1988, por iniciativa mais de um grupo da Psicologia do que do pessoal da Biologia, então o enfoque inicial da revista era muito neurociência, comportamento, e a medida que o tempo foi passando ela tem como interesse qualquer coisa na área das Ciências Biológicas, em principio qualquer assunto na área das Ciências Biológicas é passível de submissão e tramitação na revista, isso dentro da área vai de “A a Z”, nós já tivemos trabalhos aqui, por exemplo, de Arquitetura, mas quando está usando plantas como paisagismo, também tem Educação Ambiental, Etnobiologia que é uma parte da Biologia mais voltada as comunidades, aquela história do chá da vó, dos índios, tem todo esse contexto. Ela era uma revista semestral, tinha dois volumes por ano, a partir de um certo momento ela começou a ter uma demanda muito grande de artigos, e então estava comprometendo muito essa questão da periodicidade, não periodicidade no sentido de publicar a revista que ela sempre saiu no prazo, mas ela começou a demorar muito para publicar (um determinado artigo), e então nós pedimos o apoio da FAPESC um ano, conseguimos, devido as complicações da FAPESC depois, desistimos completamente, mas em 2006 ela passou a ser trimestral, e aí mudou inclusive o formato da revista, um pouco antes de 2006 ela começou a ser divulgada por via eletrônica, paralelamente a versão impressa ela começou a ser divulgada por meio eletrônico, ela nunca teve o propósito de fazer dinheiro, ela sempre teve o propósito de ser uma inicialização, de ser uma possibilidade de publicação de artigos mais regionais, só que a revista foi crescendo e nós, segundo a Andreia,

somos a revista do portal com menos problemas de submissão, para você ter uma idéia, neste ano de 2011 que nós encerramos as submissões em 30 de novembro, que reabre em fevereiro, a gente fecha esses dois meses pois é período de férias e é complicado conseguir avaliadores, mas neste ano a gente fechou com 297 submissões, então nós não temos o menor problema de submissão, o nosso problema é o excesso de submissões, da mesma forma da revista lá da Física, nós não temos nenhuma pretensão de nos tornarmos “A” em Qualis ou coisa parecida, nossos B em uma série de comitês da CAPES em alguns C, mas não temos neste momento nenhum interesse, precisa a equipe da revista crescer para alguém se dedicar a esta questão, nós já fizemos movimentos para tentar indexa-la o máximo possível, aumentamos a periodicidade, temos um conselho editorial local que define as questões políticas da revista, mas nós temos os consultores associados que tem gente do Brasil inteiro, das principais universidades, que é isso uma das exigências, a revista publica artigos em português, inglês e espanhol, pois queremos atingir um pouco do MERCOSUL, e então ela vem de fato crescendo muito e com isso o índice de rejeição (de artigos) vem aumentando significativamente, que na verdade o que vem acontecendo é uma crise de produtivismo nacional, que eu pessoalmente discordo totalmente, nós temos alguns trabalhos na área de biologia, que tem resultado imediato, principalmente na área de genoma da Biotecnologia, que em dois meses você tem algo para publicar, que acabam publicando nas revistas de maior impacto, mas nós temos toda uma área mais tradicional da Biologia, com coletas de campo, que se importa com a sazonalidade, em que você não pode fazer trabalhos em curtíssimo prazo, leva 1 ano, 1 ano e meio, 2 anos, para ter resultado. Então, o que está ocorrendo nessa exigência de produtividade é que as pessoas estão mandando trabalhos com qualidade absolutamente discutível, os orientadores ,muitas vezes sequer leem os trabalhos que os seus orientados encaminham e isso está criando vários problemas: o primeiro, é o fluxo enorme de artigos para as revistas, o segundo, que a qualidade desses artigos em geral baixou muito, terceiro, que isso cria um problema para os avaliadores, pois os avaliadores começam a ter uma demanda de todas as revistas que eles opinam e artigos de baixa qualidade que eles acabam se irritando e perdendo tempo e não querendo mais fazer. Então por isso, nós estamos mudando a estrutura e estamos criando editores de área, para fazer uma triagem, e já estar eliminando vários trabalhos na origem, e todos esses fatores são importantes para a indexação e para o Qualis que será uma consequência desse processo.

3) *Ainda existe a versão impressa da revista?*

ENT5 - Não. 2007 foi o último ano que ela foi impressa e *on-line*, a partir de 2008 ela é só *on-line*.

4) *E essa mudança facilitou o trabalho do editor?*

ENT5 - Não tenha a menor dúvida. Isso desonera, isso possibilita que você tenha figuras coloridas, que no impresso ficava muito caro para fazer, a qualidade dos nossos PDFs sempre foi muito boa, mas agora você tem a possibilidade de fazer a publicação colorida o que na nossa área é muito importante, não é simplesmente um adorno, é que as vezes você está trabalhando com trabalhos de morfologia, de células e tem corantes, então não adianta aquilo em branco e preto, não resolve, não significa, agora nós temos muitos trabalhos com plantas ou com animais, algum processo de pigmentação e no branco e preto não significava.

A questão toda da agilidade. Nós não cobramos, é uma revista de acesso livre, qualquer pessoa pode entrar na revista, entrar nos volumes, baixar os PDFs, imprimir se quiser sem pedir autorização para ninguém, tanto é que nós estamos no DOAGEN que é um portal de open journal de distribuição livre.

Melhorou brutalmente, desde o momento que ela ainda era impressa, mas já estava *on-line* isso já foi. E nós realizamos um processo de recuperação de todos os artigos e digitalizamos todos os volumes anteriores, desde o 1º volume de 1988 até os atuais estão digitalizados, e é o que o portal está fazendo agora, apesar de 2010 ser o ano que a gente entro no portal, eles já estão inserindo os números anteriores, o problema é que a qualidade é diferente, a revista começou em uma época que as coisas eram datilografada, e mimeógrafo e aquelas coisas todas. Mas ela foi mudando de “cara” e isso também é bonito e se consegue na página da revista você vê inclusive os momentos quando ela passou de semestral para trimestral, quando ela foi mudando o padrão estético e a qualidade das revistas. Então, respondendo objetivamente, não há a menor dúvida que a digitalização é importante, o papel para muita coisa é importante, mas neste caso é dispensável.

5) *A Biotemas é uma revista que abrange todos os ramos da Biologia, temos revistas que tem um foco específico em suas áreas. O que o senhor observa de pontos positivos e negativos nessas estratégias?*

ENT5 - O importante é qual é o ideário que está por trás. Quando a revista Biotemas começou em 1988 eu já era docente da UFSC, mas eu

não fazia parte do conselho editorial, então eu não sou idealizador da revista, ao contrário da Prof.^a Sonia que está desde a primeira hora, junto com o marido dela, a minha irmã - a Prof.^a Marta, então lá ela tinha esse enfoque, aqui foi diferente pois ela visa publicar manuscritos da área de Ciências Biológicas, então ela tem essa cara. Porque a ideia era justamente um espaço de iniciação a pesquisa, ela surgiu em um momento que se pensou: um espaço para a publicação da própria UFSC, ou programas de mestrado e doutorado trabalhos de conclusão de curso e etc. Mas agora ela estapoulou completamente e talvez vai existir um momento que o conselho editorial vai ter que rever essa questão exatamente porque tem uma qualificação boa em alguns setores, isso é um chamariz, então a parte de veterinária de morfologia animal, de grandes animais (cavalo, boi,...), acabou sendo atraído para essa área e tem um peso grande nessa área, nós já estamos começando a rejeitar sumariamente pois as pessoas estão começando a vir com coisas de doença, que não é bem o foco da revista, aí nós já estamos começando a excluir por não atender a linha editorial. Eu acho que em algum momento vai ter que se rever isso aí, escolher um recorte, nós estamos fazendo neste momento um levantamento de quais as áreas que tem publicado mais, até para a gente definir aonde precisa de editores de área, onde são coisas que “só de vez em quando” publica-se, ou como que nós vamos fazer um recorte na área, se ela vai ser muito focada ou se vai ser ampla, nós estamos passando por um processo agora de avaliação, pois a equipe está mudando. Pois na perspectiva de eu me aposentar eu falei: “ou as pessoas aprendem ou nós vamos fechar a revista” e é um absurdo fechar a revista em 2012, que é quando ela está fazendo 25 anos. Então uma equipe de pessoas chegou, e as pessoas estão aprendendo e então durante 2012 eu vou estar passando o bastão. A partir dali vai vir uma moçada que vai trazer novidades.

6) *Qual a relação entre o sucesso da revista e o desempenho do editor?*

ENT5 - Um pouco antes tu falaste uma coisa que eu ia te corrigir, mas eu resolvi deixar quieto, mas agora vem bem a propósito, tu falasses assim “a revista da Prof.^a Sonia”, a gente não fala a revista da física, ou do Departamento de Física, a gente identifica ao editor, o caso da Biotemas está muito isso, as pessoas falam a revista do Paulo Hoffmam, se hoje neste exato momento eu resolver “chutar o pau da barraca” se eu resolver ter um infarto aqui, a revista é uma caixa preta, absolutamente ninguém sabe como a revista acontece, e essa sempre foi a minha preocupação e não porque eu tenha ..., eu sou meio centralizador sim, e eu acho que nestes projetos se não tem uma pessoa que centralize, eu

acho que é problemático, mas hoje a revista está centralizada demais, hoje ninguém conhece a dinâmica, o processo, inclusive as pessoas que tem vindo para agregar neste processo tem visto e falado: “nossa é uma trabalhadora”, eu tenho na minha carga horária do meu regime de trabalho eu tenho 15 horas semanais de dedicação a revista, mas isso eu resolvo em dois dias, não tem sábado, não tem domingo, não tem férias, é uma coisa absolutamente em cima de uma pessoa, e é claro que então ela vai ter a cara dessa pessoa, o que a gente está tendo exatamente agora é que ela combine os olhos bonitos de não sei quem, com o nariz bonito de não sei quem, com a boca bonita de não sei quem. Que ela tenha esse olhar mais multi.

7) *A revista é do Departamento de Biologia?*

ENT5 - Quem nos pede o relatório no final, e nesse momento ela é lembrada, e como ela tem uma produção boa, pois é um trabalho que tem gerado frutos muito interessantes, então perguntam: quanto teve? Mas é um momento, nesta hora ela é do Centro, até então ela era do professor. Eu não tenho dúvidas que a revista Biotemas, um pouco também a da física, ela é a cara do editor.

8) *E a valorização do editor pelas instituições no Brasil?*

ENT5 - Eu não posso falar de como que a comunidade científica pensa isso no Brasil inteiro, eu tenho algumas opiniões, em relação a algumas que eu conheço, os comentários que eu escuto sempre foram, que o editor é fundamental, ele é o espírito das revistas, ele tendo ou não uma equipe, a questão do editor são pessoas que tem uma dedicação imensa e não tem como não ter, apesar de uns mais outros menos, dependendo da estrutura que tem. É uma coisa que é recolhida porque todo mundo tem que publicar, eu tenho recebido muito e-mail aqui elogiando a dinâmica da revista e aí é muito engraçado porque vem assim: “Nós queríamos cumprimentar o senhor e a sua equipe..”. (se referindo que ele não possui equipe), pois eu nunca deixo um autor sem resposta, então as coisas são ágeis e eu acho que elas são ágeis porque eu pressionoo, e eu acredito que tem uma série de revistas em que isso aconteça também, então as pessoas sabem que precisa ter um editor, reconhecem o valor do editor, alguns acham que não precisaria ser um professor, poderia ser um técnico que poderia agenciar essa questão toda, mas nós temos uma crise seríssima dentro da Universidade, pelo menos nas universidades federais do Brasil, os servidores são muito mal remunerados, as pessoas que são melhores habilitadas como técnico administrativo estão fazendo o seu mestrado o seu doutorado e na

primeira oportunidade que tiverem vão sair da função de técnico administrativo e virarem professores, então ser um professor o responsável cria uma estabilidade maior, como não existe recursos para isso, nós cobramos uma taxa irrisória de publicação, quando o artigo é aceito, hoje, se uma comunicação breve é aceita, o conjunto de autores (é por trabalho), pagam R\$ 80,00. E R\$ 120,00 para um artigo. Tem revista que cobra isso em dólar por página, em alguns locais. Como a gente não visa lucro, o que a gente faz com esse dinheiro? A gente paga o rapaz que transporta de Word para PDF, a gente paga o garoto que mantém a página atualizada, a gente compra cartucho para impressora, pois apesar de a revista ser *on-line* por um excesso de zelo meu, toda vez, que o artigo está na versão final a gente imprime uma cópia e guarda dentro dos envelopes, então a gente precisa de alguns recursos, já deu pane no computador e eu passar as férias inteiras..., então ter isso é uma coisa que nos dá um pouco mais de segurança, agora com o portal isso melhorou muito, hoje tudo que tramita pela revista está dentro do portal então se um dia der uma pane no meu computador isso está lá, mas a necessidade de HD externo a gente tinha, e a gente não consegue essas coisas pela universidade.

9) *Os editores recebem da instituição, carga horária, bolsistas e a estrutura necessária?*

ENT5 - Do meu plano de trabalho do departamento a gente tem carga horária que a gente possa contabilizar de ensino, de pesquisa, de extensão, de administração e de formação, eu sou professor 40h dedicação exclusiva, então eu tenho que fazer um plano de trabalho onde eu tenha as minhas 40h preenchidas pelas minhas atividades, as atividades de ensino são fechadas, a não ser para aquelas pessoas que estão afastadas para a formação, então nós temos um mínimo de hora aula que nós temos que dar por semestre, a gente nunca pode colocar no plano de trabalho a extrapolação das 40 horas, pois ali é um fato legal do ponto de vista trabalhista, esses planos de trabalho são sempre mentirosos, inevitavelmente mentirosos, ou a gente vai dizer não vou fazer isso, não vou fazer aquilo e a gente vai ficar limitado. Mas a revista Biotemas é considerada um projeto de extensão da Universidade, então, nesse projeto de extensão, que eu crio e mando para aprovação, está contando 15 horas semanais de dedicação a revista, que são insuficientes, em dois dias eu resolvo essas 15 horas. Pois fora os momentos de sala de aula e reuniões, eu praticamente vivo a revista, então não há remuneração, como a chefia de departamento que tem gratificação, que além das horas ainda tem uma remuneração monetária,

no nosso caso isso não tem, esse recurso que entra nada é pessoal, porque eu acho que a Universidade está me pagando um salário pelas minhas atividades e dentre elas está a de editor da revista. Mesmo que as horas que eu digo que eu faço são muito menos que realmente faço, mas as horas de ensino também são muito menos, as horas que eu tenho de pesquisa são muito menos. É assim mesmo. Isso é uma farsa institucionalizada. Eu não tenho equipe, tive um ano uma bolsa de extensão, que foi concedida a Biotemas, e aí um menino que já era voluntário, pois no curso de Ciências Biológicas os alunos têm que cumprir atividades científicas, culturais e de extensão, e é uma coisa que é meio complicada para eles, científica e cultural é participação em congresso, iniciação científica, isso eles conseguem facilmente, mas essa carga de extensão além de ser uma carga muito pesada, não existia no curso um exercício nesta área. A revista como era um projeto de extensão tiveram alunos que começaram a fazer de forma voluntária, então eles cumpriam aquela carga horária que precisavam e às vezes ficavam pela amizade, porque gostavam do trabalho, então voluntariamente e fazem alguma coisa de formatação de artigo, que para eles acaba sendo bom, porque eles acabam fazendo aprendizado para as suas dissertações, começam a olhar criticamente, era isso que tinha. A gente ter um bolsista é uma coisa muito complicada, pois eu vou precisar de muito tempo para explicar para ele como a coisa funciona, e aí ele consegue uma bolsa de iniciação científica que lhe interessa mais pois o valor é maior e ele sai, e aí você tem que ensinar outro, e eu já disse: “trabalhar com bolsista, a não ser que sejam voluntários que se apeguem a idéia, pra mim não interessa. Prefiro trabalhar sozinho do que ter uma pessoa que eu perder muito tempo ensinando como funciona e quando ele aprende ele vai embora, ou eu tenho que ficar revisando o trabalho que ele fez, pra mim não dá”. Tem que profissionalizar. Profissionalizar significa colocar mais gente do quadro real da Universidade. Que abracem o projeto e toquem ele para frente.

10) *Qual a importância de a Biotemas ter o endosso da UFSC?*

ENT5 - A revista enquanto impressa sempre teve a chancela da editora da UFSC, que é uma editora muito forte e isso pesa, quando ela passou a ser digital, mesmo que a editora acabe não fazendo nada pela revista, nós mantivemos a chancela, a UFSC hoje é reconhecidamente uma das universidades federais mais importantes, também na área biológica, desde a graduação, tem uma série de mestrados e doutorados, o curso de Farmacologia é índice máximo na Capes, a Biotecnologia tem 5 (se referindo ao conceito), são pontuações muito altas, então a área é

reconhecida sim, é claro que nem todas as áreas (da Biologia na UFSC) têm o mesmo prestígio nacionalmente, algumas mais outras menos, mas ela é sim, uma Universidade pelo todo reconhecida, o Centro Tecnológico, as Engenharias são o carro chefe, nem todas tem o mesmo prestígio, não dá pra dizer que a Elétrica e a Civil têm o mesmo peso da Produção, por exemplo, mas de modo geral sim. As pessoas querem vir para a Universidade querem ser docentes daqui. A chancela da Universidade é importante para a revista. Eu não acho que se ela fosse de uma particular, dependendo obviamente da particular, que ela teria o mesmo reconhecimento. Agora eu acho que historicamente foi uma coisa que a revista foi conquistando pelo resultado que ela oferecia para os seus “clientes”.

11) *O senhor quer dizer que uma outra revista com o mesmo endosso não teria a mesma trajetória?*

ENT5 - Nós temos duas revistas no Centro Biológico tem a Biotemas e tem a Insula que é lá da Botânica e que foi uma revista que foi uma revista de muito impacto em algum momento, mas que neste momento tem muita gente da Botânica que prefere submeter trabalhos para a Biotemas e não a Insula, por exemplo, que é uma revista específica de área, e aí vem aquela pergunta sobre o foco. A Insula é uma revista muito mais focada, que teoricamente seria mais lida por pessoas daquela área, e o que daria mais “eco” aos seus trabalhos, mas não há essa preferência, e aí eu acho que é uma marca de administração, de como as revistas são “tocadas”, que eu acho que as Biotemas leva uma vantagem neste momento. Agora estar vinculada a uma universidade federal ou a uma sociedade científica forte, faz diferença. Por exemplo, existe a revista brasileira de genética, ela está vinculada a Sociedade Brasileira de Genética, que é uma sociedade fortíssima.

Nós temos no portal mesmo uma série de revista que são da UFSC e cada uma tem o seu peso.

12) *Sobre o endosso de professores renomados para a revista?*

ENT5 - Nós tivemos vários professores renomados que avaliaram artigos para a revista, e a partir desse momento começaram a submeter artigos para a revista, e a existência dessas pessoas é obvio que traz um endosso, não é em todas as áreas nós temos hoje um grupo forte da USP na área de morfologia animal submetendo artigos para cá, que é considerada a principal universidade brasileira, e o argumento deles é que a revista tem hoje uma dinâmica que lhes favorece, então a revista está sendo endossada por esses professores que se despuseram a ser ...

associados, eles emprestaram seu nome, e tu não vai emprestar o teu nome para qualquer situação, e por outro lado você tem pessoas submetendo artigos, aqueles que foram avaliadores, agora conhecem a revista, e através de seus orientandos estão participando das publicações.

13) *Isso tem uma ligação direta com o Qualis da revista? Em áreas do Qualis que ela está melhor posicionada ela recebe mais submissões?*

ENT5 - A questão do Qualis, no meu ponto de vista, é uma coisa muito subjetiva, é porque, na verdade, não existe essa ciência ética, imparcial. A administração da ciência é feita por pessoas, e aí os vícios todos acontecem, tem artigos que você pega, não é nem em revistas brasileiras, às vezes na Nature, que é na nossa área uma das mais importantes, e você sabe que se fosse você que tive submetido aquele manuscrito ele não seria nem considerado. Então, existe um vício nessa área que é muito sério, a questão do Qualis depende de quem está nos comitês, se eles têm simpatia ou não pela revista, não é que o comitê do Qualis vai olhar para ver quem está publicando naquela revista, a não ser que alguém do próprio comitê esteja publicando naquela revista e ele começa a valorizar.

Existe essa busca pelo Qualis (por quem submete artigos). Eu participei de bancas de concurso para entrada de professores e esses são critérios que estão sendo considerados, eu participo de comissões para concessão de bolsas de iniciação científica, mestrado e doutorado e essa questão existe, essa questão do índice de impacto, eu já recebi perguntas de “eu gostaria de saber o qualis da revista da área” e isso vai balizar se a pessoa vai submeter. Mas, o que tem ocorrido também é que ninguém começa no A. E isso é notório, pois às vezes você pega artigos que a pessoa não se deu o trabalho de olhar as normas. Nós somos muito críticos a isso e devolvemos o trabalho dizendo: “o seu trabalho está totalmente fora das normas a submissão vai ser mantida, mas você terá que rerepresentar o trabalho no formato da revista e se você não fizer isso em X tempo a submissão será cancelada”. Nós podemos nos dar ao luxo de fazer isso, pois nós temos 300 artigos submetidos em 1 ano. Tem revista que segundo a Andreia (coordenadora do portal de periódicos da UFSC) que os editores tem que peregrinar o país para divulgar a revista. E se nós estivéssemos nesta situação, talvez a gente iria formatar o trabalho para estas pessoas. Hoje nós estamos bloqueando a tramitação. E isso tem mostrado o despreparo completo e absoluto dos nossos doutores e doutorandos, o abandono que essas pessoas estão em relação aos seus orientadores. Que às vezes eu digo assim: “estou te mandando as normas que já estavam disponíveis no site e que você clicou dizendo

que viu, mas você não viu. Olhe minuciosamente”. Então, vem a segunda vez e aí você vê que as pessoas estão completamente despreparadas pois as pessoas não conseguem ler uma norma e adequar um trabalho a uma norma. E elas estão desamparadas.

14) *Em algum momento existiram ações de divulgação da revista? Elas foram planejadas?*

ENT5 - No primeiro momento, quando a revista não era eletrônica, não existia nem um site dela, isso nós estamos falando de 1988 até aproximadamente o ano 2000, a única divulgação que havia era que quando havia congressos a editora da UFSC levava seus produtos e entre eles a revista e as pessoas tomavam conhecimento da existência dela ali, ou era uma coisa de boca mesmo, nunca houve uma ação da comissão editorial para divulgar, nem mesmo colocar uma mensagem e espalhar coletivamente, no momento que nós criamos a página da revista, as normas ali contidas, e agora via portal, o primeiro item das normas diz “o período de submissão vai de 1º de fevereiro a 30 de novembro de cada ano”. Mas, as pessoas não leem pois no dia 5, 15, 19 de dezembro você está recebendo submissões. E a gente tem uma comunicação pronta que diz “o primeiro item da norma que você assinalou que tinha lido diz...” a gente faz um trabalho que é um pouco “puxão de orelha” mas ele é educativo. A sua resposta é: hoje nós temos o site, temos o diretório de open journals que é uma organização internacional que divulga uma série de revistas, e a nossa revista está lá, as pessoas conseguem acessar os nossos artigos no mundo inteiro através deles, a revista começou a ter artigos submetidos da Índia, de Portugal, da América Central, alguns grupos brasileiros conveniados a grupos europeus, esse grupo indiano eu não tenho a menor idéia de como eles chegaram na revista, já submeteram 3 ou 4 trabalhos, eu acho que eles submeteram 1 esse um foi aprovado eles se estimularam, pois foi ágil foi rápido, aí mandaram o segundo a coisa já não funcionou bem, o terceiro e o quarto já foram rejeitados, e eles já desapareceram daqui. Eu sei de um professor nosso que esteve na Inglaterra e se surpreendeu chegando lá na Biblioteca estava a nossa revista, esse era um trabalho da própria B.U., existia uma quantidade de impressos que era cota do autor, que vinha para a gente, os autores todos recebiam, e ia um tanto para a Biblioteca para os convênios, trocas que haviam, e a revista estava nas bibliotecas. Então nós tínhamos a revista espalhada em todos os continentes. Agora isso era um trabalho que acontecia com todas as revistas que passavam pela Biblioteca, era um trabalho importante do pessoal da permuta, o Beto, que fez um trabalho legal.

Como a revista deixou de ser impressa, passou a ser só *on-line*, onde ela estava ela continua sendo lida, no portal tem uma ferramenta para ver quem está acessando e a gente se surpreende.

15) *Mas não existe uma estratégia de comunicação?*

ENT5 - Não.

16) *Poderia existir? Ou no ambiente científico isso não deve ocorrer?*

ENT5 - Eu como pesquisador tenho recebido “chuvas” (de mensagens), muitas mensagens, chamando para submissão de artigos em revistas do mundo inteiro, mas são revistas que cobram e não cobram pouco, são essas que estão fazendo chamamento.

17) *Isso funciona?*

ENT5 - De minha parte não, pois eu nunca submeti para essas revistas, é que a minha área ela é muito específica eu já sei quem é que vai me ler e a quem interessa a produção que eu faço, então a gente tem um elenco de revistas de credibilidade onde as pessoas da minha área atuam e publicam, e leem então eu vou ali. Agora isso tem sido feito. Biotemas não pensou nisso em nenhum momento. Com a chegada da juventude, totalmente dependente da rede mundial, talvez tomem a decisão. Agora o nosso problema hoje é muito mais o excesso de submissões.

18) *Que questões levaram ao sucesso da revista?*

ENT5 - Essa questão da língua, nós sabemos que no Brasil as pessoas têm problemas com o inglês, e agora elas pegam essa tradução do Google e colocam ali e fica um horror. Então nós temos uma exigência, que quando o trabalho for aceito, o trabalho na íntegra se ele foi escrito em inglês, ou abstrat, tudo que for escrito em inglês, obrigatoriamente tem que passar pela correção por corretores de inglês da nossa confiança, antes nós tínhamos 1 então se o teu trabalho era aceito, nós mandávamos para a correção, ele devolvia corrigido, ele cobrava tanto, eu pagava ele, eu passava para ti e você me pagava, mas como isso criava um problema de gerenciamento de recurso, e aí a gente não podia pagar pessoa física, então a gente decidiu que nós temos 3 pessoas da nossa confiança, que estão absolutamente cientes do processo e a coisa funciona assim: na hora que o teu trabalho é aceito no mérito, a gente informa os parabéns e informa que você tem que submeter para um dos 3 e depois nos enviar a correção que o “fulano” fez a sua correção inserindo a correção proposta e justificando aquelas que você não vai atender, pois tem um problema de área e a pessoa diretamente paga o

“fulano”. Nós nos liberamos dessa correção, mas nenhum artigo é publicado sem que obrigatoriamente passe por alguém da nossa confiança e aí vem um horror, porque a gente vê a quantidade de correção que vem, eu olho para isso, e eu tenho que checar depois se eles fizeram todas as correções ou não e se justificaram as que não fizeram. Isso cria credibilidade, pois a gente está em um diretório de open journal que é divulgado no mundo inteiro. Essa é uma questão técnica que é bem importante. Nós temos a qualidade da digitação, do PDF. Via portal nós conseguimos colocar em PDF-A que vai nos dar uma garantia de 50 anos da Adobe que qualquer máquina vai ler esses PDFs em qualquer momento. Porque, senão, daqui a pouco as coisas caducam e você não consegue mais abrir na sua máquina, porque com o advento das coisas hiper modernas as outras vão ficando obsoletas. Então, nós temos certos cuidados técnicos que dão a revisita um padrão razoável.

19) *Quantos artigos existem em cada edição da revista?*

ENT5 - Isso varia em função do tamanho dos artigos.

20) *Minha pergunta é da quantidade de trabalho para edições a cada 3 meses.*

ENT5 - Isso é uma coisa estúpida. O número de março de 2012 eu acabei de fechar hoje (9 de dezembro de 2011) e estou mandando para o rapaz da editoração. Ele tem 20 artigos completos, 6 comunicações breves escritas em português e 4 comunicações breves escritas em inglês. O professor (se referindo a ele mesmo) não tem férias. Enquanto tiver esta estrutura deste jeito o professor não tem férias. Você vai tirar férias legalmente, por questões trabalhistas que precisa tirar, eu vou sair, vou viajar um pouquinho, mas durante as minhas férias eu vou trabalhar, eu vou dedicar pelo menos um turno, e agora o portal me possibilitou uma coisa que é poder trabalhar na minha casa, eu posso acessar o portal remotamente, não preciso estar em um computador da Universidade, e isso me possibilita algumas manobras, mas o trabalho não pára. Esse tempo que a gente deu de parada de submissão é muito mais para a gente conseguir fechar algumas coisas, não é que pare, neste período nós temos correções que estão chegando, avaliações que estão chegando, o projeto Biotemas ele leva 52 semanas, ele não pára, a submissão pára. Nós já estamos com 3 artigos aceitos para o volume de junho do ano que vem. E até março eu estou fechando o volume de junho. Agora ela tem saído pelo menos 1 semana antes do prazo, isso é uma outra coisa que

tem sido muito simpático na revista. Por exemplo, o número de dezembro saiu na última semana de novembro.

21) *Por quanto tempo pode ser lida uma edição da revista? Ela tem validade?*

ENT5 - Depende da área. Se tu pegares a área de Biotecnologia, Molecular, e Química tem coisa..., agora se tu pegares artigo de Ecologia, de Comportamento, ele tem validade (longa). Você vê pelos próprios artigos, têm uns que as citações são todas dos anos 2000, em outras você pega trabalhos clássicos dos anos 70, 50. Então depende da área, a minha área específica eu uso muita coisa da área de 70 e 80, muita coisa de agora, essas coisas não caducam, tem áreas que caducam outras não caducam. Tem áreas que tem um período de validade muito curto.

22) *E sobre honestidade acadêmica? Plágio e ineditismo?*

ENT5 - Há a necessidade de ser inédito e há esse tipo de problema. Eu como editor não tenho como te garantir que não tenha nenhum artigo publicado na Biotemas com problemas de plágio e ineditismo. A gente não tem como controlar isso justamente pela amplitude da área. O que tem acontecido é que os avaliadores tem detectado esse tipo de situação. Eu tenho uma pastinha aqui com artigos que foram rejeitados por problemas de plágio. E às vezes não é nem problema de plágio, é muito confuso, ... tem instituições que tem páginas que meio a revela dos autores tudo que é produzido na universidade os caras jogam para lá. E aí ele passou de ser de domínio público e quando você submete para uma revista. Essa história de pegar um trecho e colocar no Google isso eu não faço pois eu não tenho equipe para fazer isso. Quem sabe com o aumento do grupo. Mas isso é um problema que o sistema está criando, pois, o sistema te obriga a produção.

23) *Quais as recomendações para quem vai iniciar uma revista?*

ENT5 - Ele deve definir bem a área, ele tem que ter uma definição da amplitude da área. É restrita ou ampla? As duas têm problemas se não forem bem pensadas, o restrito pela falta de demanda, e o amplo pelo excesso de demanda. Nunca percam a direção da qualidade, a questão não pode ser quantitativa, é melhor você publicar um número com 4 artigos de qualidade, do que um número de 30 artigos de qualidade discutível ou de má qualidade, porque às vezes as pessoas relaxam na avaliação, ou na tolerância da avaliação para ter número. A nossa revista tem números maiores e logo depois números menores e não é uma

questão de submissão é questão de manter certos critérios, avalie muito bem o seus avaliadores, eu tenho aqui uma lista negra, eu convido as pessoas por indicação de outras, como eu não conheço todas as áreas eu tenho algumas referências de pessoas, quando é uma pessoa nova eu avalio a avaliação da pessoa, como a gente manda sempre para dois avaliadores e em alguma situações para 3, muitas vezes ele não se debruça sobre o trabalho, ou ele quer ser um coautor do trabalho. Você tem que ser muito criterioso. Tem que se cercar de pessoas que tenham o máximo de idoneidade e de ética possível. Se tem problemas de idoneidade e de ética você tem que colocar de lado essas pessoas. Para que você tenha algo que te gere credibilidade.

24) O trabalho do editor gera algum problema ao você ter que rejeitar trabalho de colegas?

ENT5 - Eu sempre falo assim para os avaliadores; “a gente pode aceitar um trabalho com poucas palavras, mas a gente nunca rejeita um trabalho com poucas palavras”. Você tem que ter bons elementos, como os elementos não são meus, são de avaliadores anônimos, eu nunca tive problemas nenhum de relacionamento. Até porque apenas 5% dos trabalhos são da Universidade (UFSC). Eu sou um cara muito vaidoso, e a atuação como editor tem me trazido muito mais prestígio do que problemas, problemas eu não tive nenhum. Agora eu tenho tido muito reconhecimento, de chegar em algum lugar e ser apresentado devido a revista. Mas eu digo para quem está vindo: nunca façam por isso. A gente sempre acaba fazendo um pouco por isso, porque a gente gosta de ver o trabalho da gente reconhecido, mas tem que ter amor a causa. Porque é uma coisa muito dura, não é fácil. A revista nesse momento é um filho para mim, não tenha dúvida. E eu acho que tem que ter essa paixão. Se não ela facilmente se fragiliza.

Apêndice F

ENTREVISTA 6:

Entrevista concedida por ENT6 (Editor do periódico científico Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano – ISSN 1415-8426 – última revista do Portal de Periódicos da UFSC a conquistar a inclusão na base SciELO até a data da entrevista), em 9 de dezembro de 2011 das 17h05min às 17h52min. Gravado em arquivo de áudio (.amr), tamanho: 3.0MB.

Pergunta 1) *Faça um comentário introdutório sobre a revista.*

ENT6 - Essa é uma revista que tem um nome um pouco diferente que é Cineantropometria e Desempenho Humano. É uma revista da área da Educação Física, ou dá área de movimento humano, porque a cindrometria... estuda a relação da morfologia humana e o desempenho humano, então as questões de movimento mesmo, ela surgiu em 1999 quando o seu primeiro volume, os quatro primeiros anos ela foi uma revista anual, com apenas 1 número por ano, depois em 2003 começou a ser semestral, e a partir de 2009 ela passou a ser bimestral, ela publica 72 artigos por ano sendo 12 artigos em cada número, ela publica apenas artigos originais e artigos de revisão, geralmente 2 artigos de revisão e 10 artigos originais, é uma revista que leva o nome de brasileira então não é exclusiva de um estado ou de uma instituição ela publica de onde vier os artigos geralmente a gente observa a distribuição para não dar uma endogenia então da UFSC ou do estado de Santa Catarina, no máximo 3 artigos por número e assim a gente distribui pelos estados brasileiros. Agora estão vindo alguns artigos de outros países, da Venezuela, da Argentina, da Colombia, do México, Estados Unidos, e principalmente Portugal, a submissão de 2011 até 1º de dezembro chegou a 263 (artigos), é em geral entre 270 e 250 por ano, então a gente seleciona aproximadamente 25% dos artigos submetidos.

2) *A sua revista acabou de ser indexada a base Scielo, qual o processo para chegar até lá, e qual a importância para a revista?*

ENT6 - A importância de a revista estar indexada em bases é por que vai ao encontro do web Qualis da área, no caso a Educação Física está na área 21 e ela compõe um Qualis e a recomendação para a revista ser classificada como B1 ela deve estar no mínimo na base Scielo, aí para ela ser A2 precisa estar no ISI, e para ser A1 estar no ISI com fator de impacto maior que 1,57, isso se for da área de Educação Física, se for de

outra área esse fator de impacto é multiplicado por dois e esse ano a revista foi aceita para ser indexada na base Scielo que já está indexada, todos os números de 2011 lá já encontram e também foi indexada recentemente na base Scopus que é uma base de projeção internacional muito boa então a meta da revista em termos de indexação nós vamos projetar para os próximos 4 ou 5 anos é ser inserida inicialmente no Line e posteriormente no ISI porque então ele atinge todas as bases e a revista ganha um ponto de destaque relevante. Atualmente no Brasil ela é B1 e existem mais 3 revistas B1 e no último Qualis apareceu 2 com A2 até o último Qualis o máximo era B1 então é uma revista que está muito bem, então para entrar no Scielo, que foi a sua pergunta, dentro da área Biológica nós precisamos ter no mínimo 60 artigos publicados por ano e isso é um volume bem grande. Atualmente as revistas brasileiras cresceram e estão bem estabelecidas nesse quesito, mas outras revistas que deveriam buscar a base Scielo por que ela é uma base muito grande muitas das revistas dela estão no ISI, no Scopus, e a visibilidade no Brasil é enorme, a revista de Educação Física que não entrar no Scielo ela praticamente desaparece, se você quiser criar uma revista hoje e não olhar no mínimo o Scielo é aconselhável não iniciar.

3) *E os requisitos para entrar no SciELO?*

ENT6 - São vários quesitos e todos são importantes. Formatação muito importante porque eles olham norma e regulamentação, a questão da qualidade eles olham com muita atenção tem que ter professores com doutorado para revisar os artigos, revisão por pares, distribuição endogenica dos trabalhos, não pode publicar só de uma instituição, ou só de um estado, ou só de uma linha de pesquisa, a endogenia é um ponto relevante que a Scielo observa e depois disso ainda tem a política do Scielo de restringir muito a entrada de novas revistas porque como o Scielo cresceu muito para a revista entrar tem que já estar nos padrões de qualidade das existentes então fica muito difícil, porque para você ter bons artigos a revista tem que estar bem rankiada no Qualis e se não está lá não tem artigo, e se não tem artigo não entra, então fica aquela velha história da “galinha e do ovo”.

4) *Neste caso no início são o professores que endossam a revista e depois de um certo tempo é a revista que prestigia o professor?*

ENT6 - É.

5) *E qual a importância do endosso da marca UFSC para estas revistas?*

ENT6 - Isso eu não saberia no momento caracterizar, é evidente que o portal da UFSC é bem organizado e bem estruturado, mas outras universidades também tem um portal tão bem estruturado, o fato de a revista entrar no Scielo e ser aceita eu acredito que não foi devido a UFSC, para entrar no Scielo São Paulo acredito que valeria mais, mas mesmo assim não há uma restrição tão evidente, acho que isso não era o ponto, o importante é a revista estar bem formatada norma, o corpo editorial, periodicidade.

6) *Para o início da revista, para que os autores submetam artigos, a instituição não é importante?*

ENT6 - Olha isso pode ser, para uma revista que vai iniciar. Mas a nossa isso ela não teve pois ela começou não muito bem informada, nós começamos a revista mais no entusiasmo do que na razão, eu acho que para começar hoje uma revista a instituição vai somar sim. Eu estava falando da nossa história que não foi assim, mas hoje sim. Para iniciar uma revista hoje, você ter uma instituição forte, um corpo editorial respeitado, que o corpo editorial atraia bons artigos e que ela já comece pensando em entrar no Scielo em 2 anos, e não 10 anos depois como foi a nossa. E então aonde ela esta nascendo vai dar respaldo, vai criar a estrutura necessária. Até porque se tiver um portal bem organizado já existe um crivo para poder ser hospedada então ela começa em uma condição, eu diria, mais profissional, de maior qualidade.

7) *E o papel do editor para a revista? E a valorização deste editor?*

ENT6 - A instituição atribui certas horas como atividade de extensão, isso é permitido, agora o sucesso de uma revista depende muito do editor, e depende muito mesmo. Porque senão os artigos não dão fluxo, a resposta aos autores demora, e perde periodicidade, então a atuação do editor com certeza é um ponto chave para o crescimento e estabilidade da revista.

8) *E os editores possuem um respaldo para desenvolver esse trabalho?*

ENT6 - Eu não sei as outras revistas, mais eu acredito que se tem muito pouco respaldo da instituição, no máximo usam uma sala que é a própria dele, não deslocam bolsistas, não deslocam um funcionário para isso, eu até acho que nem pode, então não tem muito apoio, algumas revistas possuem bolsistas, mas bolsista é outra coisa complicada, pois é um trabalho tão técnico, que bolsista pouco faz, ele pode receber e-mails enviar e-mails, mas o principal trabalho é da avaliação dos artigos e

distribuição dos revisores e o bolsista pouco pode fazer. Tem que ser alguém de carreira, um bibliotecário que se dedicasse, que gostasse.

9) *A revista tem um foco bem definido, isso é um ponto positivo?*

ENT6 - Ela é mais fechada do que outras revistas brasileiras que levam o nome de Educação Física, a Revista Brasileira de Educação Física da UEM é um nome genérico, você pode pensar em qualquer documento, qualquer produção relacionada a Educação Física, neste caso aqui restringe bastante, o número de pesquisadores é menor que em uma revista aberta, mas na busca o pesquisador já sabe qual é o foco, facilita bastante também.

10) *Como que a comunidade científica ficou sabendo da existência da revista? Foram ações planejadas?*

ENT6 - Algumas ações foram planejadas, nós começamos com uma revista impressa, distribuimos para todas as universidades, pesquisadores da área a gente encaminhou, tivemos um folder e encaminhamos para todas as coordenações foi o começo, tão logo nós tivemos acesso a um portal, nós hospedamos a revista, antes de estar no portal da UFSC, nós já tínhamos ela há alguns anos hospedada, e começamos a disponibilizar toda a coleção gratuitamente, por que revista brasileira para sobreviver de assinatura tem que ter um *marketing* muito forte, com certeza muita propaganda paga, porque senão, não sobrevive, e por conta disso partimos do princípio do open access, gratuito, tanto que ela foi impressa somente até este ano (2011), a partir de agora nós vamos fazer ela somente *on-line*, que a busca de acesso e publicação fica muito mais fácil, e o *on-line* não impede o acesso as bases top como medi line, então não precisa da impressa para chegar lá.

11) *Como foi a transição do impresso para o digital?*

ENT6 - Foi tranquila. Quando ela estava no quarto ano nós já começamos a disponibilizar *on-line*, e agora é que nós estamos dando um outro passo, pois a forma tradicional de publicar em revistas científicas é em duas colunas por página e assim sempre foi a revista, nós agora projetamos um novo layout pois nós vamos fazer somente digital, isso eu até tenho uma preocupação de como a comunidade científica vai observar. Pois, tradicionalmente, revista científica se faz a impressão de uma determinada forma, eu estou ansioso e preocupado se as pessoas vão pensar que perdeu o caráter científico mudando a forma física, o visual da revista, que agora tem uma coluna só, no lugar de duas, alargamos um pouco a coluna, para se você quiser imprimir ficar

mais fácil de ler, então usamos vários artifícios para facilitar a leitura do usuário que vai ler em tela.

12) *A questão da cor?*

ENT6 - Nós já estamos usando a cor há alguns anos, pois como a revista era impressa e também *on-line*, então nós já usávamos na versão digital ela colorida, e imprimíamos só em preto, fica mais atraente para o leitor, não tenha dúvida.

13) *A linha editorial da revista se manteve sempre a mesma?*

ENT6 - A linha é a mesma, nós estamos exigindo agora é mais qualidade. Agora nós somos 7 editores de seção que auxiliam na avaliação dos artigos, e na distribuição dos avaliadores, então nós temos um corpo trabalhando para a revista, como editor de seção ele tem a responsabilidade de fazer a triagem, distribuir para os revisores e dar o parecer final também. Então eu já vou receber desses 6 editores, com responsabilidade deles, se o artigo foi aprovado ou não.

14) *Sobre idoneidade acadêmica? Plágios ou falta de ineditismo, como estão esses fatores na sua revista? E a qualidades dos artigos?*

ENT6 - Tem muitos artigos que já são devolvidos na análise prévia, então quantidade não quer dizer qualidade, talvez a revista de Física tenha mais qualidade, justamente pois recebe um número bem menor (de artigos). Plágio, não temos relatos disso. O que aconteceu e é bem desagradável é publicação dupla, a pessoa publica o artigo em uma revista e depois manda para outra, isso já aconteceu. Você tenta evitar isso, pois em geral publicação dupla não interessa para a revista.

15) *Quais as questões primordiais para quem deseja iniciar uma revista científica?*

ENT6 - Eu aconselharia primeiro olhar o Scielo como base. Quais são as exigências para as revistas de uma determinada área entrar (no Scielo)? Se ele não tiver condições de fazer isso, eu aconselho ele a não criar a revista. Se tiver condições, adotar o formato Scielo, com norma, corpo editorial e qualidade dos trabalhos, se não tiver condições de distribuir pelos estados brasileiros, pensar em uma publicação no mínimo mixta, com publicações em português e inglês, porque as bases seguintes vão exigir publicações no idioma inglês, é outro ponto muito importante, e a dedicação. Com duas horas por semana não adianta nem começar, ele vai precisar de aproximadamente 20 horas (por semana) para fazer o trabalho, é um trabalho contínuo devido a periodicidade, o tempo passa

rápido, pois a revisão, a editoração demora, a gente tem sempre que estar editorando o volume seguinte, então agora (dezembro de 2011) eu já estou finalizando o primeiro número de 2012 e mandando para correção de português e inglês os artigos no número dois de 2012, pois senão atrasa a periodicidade e a periodicidade é o ponto chave de qualquer revista. A diferença básica entre publicar um artigo no Brasil e um no exterior é basicamente que no Brasil eu levo 6 meses para ter uma resposta no exterior eu levo no máximo 3 (meses), então se eu tenho pressa na publicação é preferível mandar para revistas estrangeiras. Até porque acaba sendo mais fácil publicar no estrangeiro do que aqui. Por mais incrível que pareça. Então esse editor precisa ter um espectro mínimo de infraestrutura, de visão, senão é melhor não começar, pois então será mais uma revista que começa e aos poucos desaparece. Porque hoje com a exigência do Qualis, o autor que colocar o artigo em revistas que apareçam nas mídias, que apareçam nas bases, que os usuários tenham acesso, que você seja citado, senão o autor não quer gastar o artigo ali.

17) *De onde vêm os recursos para manutenção da revista?*

ENT6 - O recurso é outro problema, pois existem custos para a revista, mesmo que não tenha hospedagem para a revista, no caso aqui (na UFSC) nós não temos, mas revisão de português tem que pagar, revisão de inglês tem que pagar, e a editoração tem que pagar, esses custos não tem como não existir, mas a impressão, correio é caro, as revistas normalmente não tem financiamento, a não ser que seja revista muito grande, ou revista médica ou odontológica que anuncia remédio, equipamentos e esses anúncios é que pagam a revista. Nós não temos financiamento nenhum, exceto 2011 que tivemos um apoio do Ministério do Esporte, até então nunca tivemos, mas nem por isso nós deixamos de perder uma periodicidade, na hora da prova gráfica nós estamos pedindo uma colaboração dos autores para ajudar a cobrir as despesas com editoração e a revisão de português e inglês.

18) *Existiam assinaturas?*

ENT6 - Tinham algumas assinaturas, mas a impressão é muito cara. Para ter uma impressão mais barata tem que ter uma tiragem mínima de 1.000, 2.000 fica muito barato, mas até lá? Você investe R\$ 5.000,00 e aí fica com estoque e aí tem um problema que é guardar o estoque e distribuir, e a Universidade não tira esse dinheiro de lugar nenhum, se chegar aqui para o diretor e pedir dinheiro ele vai dizer que não tem, e assim deve acontecer na maioria dos Centros eu acredito, A revista

Brasileira de Saúde Pública da USP que é forte, que é “Top”, vai começar a cobrar R\$ 1.500,00 por artigo, outras revistas brasileiras já cobram isso. Por que senão ela não sobrevive, pois os gastos existem. Uma revista custa R\$3,00 ou R\$4,00 para mandar pelo correio. Se você multiplicar por 100 ou por 500 você vai ver a despesa que é. No início do ano que eu não tinha nenhum auxílio financeiro, nós começamos a metade dos artigos a ser publicados em inglês e português, aí eu fazia o orçamento e convidava os autores a investir no pagamento da tradução, e para minha surpresa a resposta é positiva e facilmente 50% incorpora a ideia e paga a tradução. Não tive dificuldades para isso. Pois se o autor confia no artigo ele quer aumentar o número de leitores.