

A PLATAFORMIZAÇÃO DOS PERIÓDICOS CIENTÍFICOS NA ERA DA CULTURA DIGITAL¹

THE PLATFORMIZATION OF SCIENTIFIC JOURNALS IN THE ERA OF DIGITAL CULTURE

Adriana A. Oliveira ²

Resumo: A cultura digital promoveu uma transformação nas relações dos indivíduos com as tecnologias digitais. Nesse cenário, as plataformas digitais se encontram incorporadas à rotina da população, atuando em áreas como o transporte, educação e comércio. As plataformas digitais são utilizadas pelos cientistas em várias etapas da pesquisa e na publicação dos resultados das investigações em periódicos científicos. Nesse contexto, questiona-se: quais são os impactos da plataformação na dinâmica da publicação, visibilidade e acesso aos periódicos científicos? O objetivo deste artigo é evidenciar como a plataformação altera os processos de publicação e divulgação dos periódicos científicos. Os resultados da investigação apresentam desafios, como a dependência das infraestruturas digitais comerciais, mas, também, oportunidades, como o fortalecimento de infraestruturas abertas.

Palavras-Chave: Plataformação. Periódicos científicos. Cultura digital.

Abstract: Digital culture indicates a transformation in individuals' relationship with digital technologies. In this context, digital platforms have become an integral part of people's daily lives, operating in sectors such as transportation, education, and commerce. Digital platforms are also widely used by scientists at various stages of research and in the publication of findings in scientific journals. Given this scenario, the following question arises: what are the impacts of platformization on the dynamics of publication, visibility, and access to scientific journals? This article aims to highlight how platformization is reshaping the processes of publishing and disseminating scientific journals. The findings reveal challenges, such as dependence on commercial digital infrastructures, but also opportunities, such as the strengthening of open infrastructures..

Keywords: Platformization. Scientific journals. Digital culture.

1. Introdução

Desde a década de 1990 houve uma aceleração mais intensa no desenvolvimento e assimilação das tecnologias digitais por parte da sociedade. Castells (1999) defende que a

cultura digital não se refere somente ao uso de aparatos tecnológicos, mas está relacionada à

forma como a tecnologia influencia e é influenciada pela vida social, econômica e política. A

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação da Ciência e Políticas Científicas, 33º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói - RJ, 23 a 26 de julho de 2024.

² Adriana A. Oliveira: Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Doutoranda em Comunicação, membro do Grupo de Pesquisa LEAUD/CNPq adriana.oliveira@ufjf.br. Orientação do prof. Dr. Frederico Braida: Doutor em Design. Professor Permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Líder do Grupo de Pesquisa LEAUD/CNPq. E-mail: frederico.braida@ufjf.br

cultura digital, segundo o autor, é parte constituinte da sociedade contemporânea (Castells, 1999). Nesse contexto, entende-se que a cultura digital se consubstancia como um fenômeno que não se limita à ampliação do uso cotidiano da tecnologia, da ubiquidade de artefatos tecnológicos e plataformas digitais na rotina das pessoas, mas indica, sobretudo, a significativa mudança na relação dos indivíduos com as tecnologias digitais para comunicação, produção de conhecimento, relações comerciais e sociais, em um cenário digitalmente mediado.

Para Bortolazzo (2020, p. 386), a cultura digital abrange novas experiências, novas formas de interação entre os seres humanos e os dispositivos tecnológicos; diz respeito aos meios de comunicação e às transformações propiciadas com o uso da tecnologia, da multimídia, da conectividade entre computadores, além do impacto e transformação causados pelo avanço da tecnologia de informação e comunicação em outros meios, como livros, filmes, telefones e televisores. Lemos (2004, p. 2) afirma que o desenvolvimento da computação ubíqua ocorreu para atender à demanda por novas formas de conexão requeridas pelo “nomadismo tecnológico da cultura contemporânea”.

Apesar da presença da tecnologia em atividades rotineiras, há que se considerar que a exclusão digital alcança um terço da população mundial. Segundo o relatório da *International Telecommunication Union* (ITU), que é a agência especializada da Organização das Nações Unidas (ONU) para tecnologias digitais, o uso da internet vem ampliando, mas ainda assim, apenas 68% da população global está online (ITU, 2024, p. 1-2). A entidade reforça que em países com maior poder econômico a conectividade da população quase alcança a universalidade, com 93% das pessoas conectadas; contrastando com os países com menor desenvolvimento econômico e social, onde somente 27% possuem acesso à internet.

O termo “plataforma” é utilizado em vários cenários. Van Dijck, Poell, Waal (2018, p. 9, tradução própria) definem plataforma “[...]como uma arquitetura programável projetada para organizar as interações entre os usuários”. Os autores destacam que as plataformas não são apenas ferramentas tecnológicas que facilitam a interação, o compartilhamento, o comércio e várias outras atividades. Uma plataforma possui uma anatomia própria, desenvolvida para coletar dados que ampliam a conectividade entre as plataformas: “[...] é alimentada por dados, automatizada e organizada por meio de algoritmos e interfaces, formalizada por meio de relações de propriedade orientadas por modelos de negócios e governada por acordos de usuário” (Van Dijck; Poell; Waal, 2018, p. 9, tradução própria). Nesse sentido, Lemos (2023, p. 11) destaca que a cultura digital também se caracteriza pelo monitoramento e extração dos

dados digitais pessoais realizados pelas plataformas, que são utilizadas diariamente e já estão incorporadas à rotina da população conectada à internet. Van Dijck, Poell, Waal (2018, p. 9, tradução própria) ressaltam que os algoritmos são fundamentais na estrutura conectiva das plataformas. Feitoza (2023, p. 10) afirma que as plataformas de redes sociais são ambientes projetados e codificados para estimular comportamentos específicos. Segundo o autor, “O caminho feito pelo usuário e guiado pela própria plataforma através de diversos elementos de sua interface que variam de acordo com algoritmos previamente programados” (Feitoza, 2023, p. 10). Sob as perspectivas apresentadas pelos autores, pode-se inferir que os algoritmos utilizados para a vigilância digital, o monitoramento e a extração de dados, bem como a plataformização, hoje em dia, são características inerentes à cultura digital.

No contexto da era digital, emergem novas práticas culturais e arranjos sociais que refletem e, ao mesmo tempo, moldam os processos de mediação tecnológica, evidenciando a centralidade das plataformas digitais como infraestruturas que incorporam a interrelação dos aspectos sociais e técnicos da coletividade e que sustentam essa reorganização societal. As plataformas estão integradas ao cotidiano de bilhões de pessoas em todo o mundo, conforme afirma Pelliccione (2023, p. 2-3), e são utilizadas como espaço de mediação de atividades profissionais, sociais, econômicas, de lazer e entretenimento. Plataformas digitais também são utilizadas por cientistas em várias etapas da pesquisa, incluindo a publicação dos resultados das investigações em periódicos científicos. Nesse contexto, questiona-se: quais são os impactos da plataformização na dinâmica da publicação, visibilidade e acesso aos periódicos científicos? O objetivo deste artigo é evidenciar os mecanismos pelos quais a plataformização

2. Metodologia

O artigo é parte de uma pesquisa de doutorado, desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, exploratória e bibliográfica. A pesquisa empírica foi realizada nos periódicos que compõem a Lista de Periódicos da Área - Revistas Ativas na Área de Comunicação no Brasil³, apresentada pela Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

³ Disponível em: <https://compos.org.br/publication/lista-de-periodicos-da-area/>. Acesso em: 10 jan. 2025.

A lista Compós consiste em 84 periódicos, sendo que Gutenberg: Revista de Produção Editorial, Insólita – Revista Brasileira de Estudos Interdisciplinares do Insólito, da Fantasia e do Imaginário e Revista Narratio não possuem classificação Qualis no quadriênio 2017-2020. O recorte para a realização da presente investigação foram os periódicos com classificação Qualis⁴ A1, A2, A3 ou A4, no quadriênio 2017-2020, que é o mais atual. Um total de 26 publicações atendem ao critério estabelecido e foram elencados no Quadro 1, com o respectivo *International Standard Serial Number (ISSN)* e estrato Qualis.

QUADRO 1

Lista de periódicos da área: revistas ativas na área de Comunicação no Brasil, estrato Qualis A1, A2, A3 e A4

	Título do periódico	ISSN	Qualis 2017-2020
1.	Matrizes (Online)	1982-2073	A1
2.	Brazilian Journalism Research (Online)	1981-9854	A2
3.	E-Compós (Brasília)	1808-2599	A2
4.	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	1980-3508	A2
5.	Revista Famecos (Online)	1980-3729	A2
6.	Revista Observatório	2447-4266	A2
7.	Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso)	1983-7070	A3
8.	Estudos em Jornalismo e Mídia	1984-6924	A3
9.	Fronteiras – Estudos Midiáticos	1984-8226	A3
10.	Galáxia (PUCSP)	1982-2553	A3
11.	Intexto	1807-8583	A3
12.	RECIIS	1981-6278	A3
13.	Revista Contracampo	2238-2577	A3
14.	Revista Eco-Pós (Online)	2175-8689	A3
15.	Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo	2295-0729	A3
16.	Comunicação & Inovação	2178-0145	A4
17.	Comunicacao e Educacao (USP)	2316-9125	A4
18.	Contemporanea (UFBA. Online)	1809-9386	A4
19.	Discursos Fotográficos	1984-7939	A4
20.	Logos: Comunicação e Universidade	1982-2391	A4
21.	Lumina (Juiz de Fora)	1516-0785	A4
22.	Organicom (USP)	2238-2593	A4
23.	Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação	2318-6372	A4
24.	Revista Brasileira de História da Mídia	2238-5126	A4
25.	Revista Esferas	2446-6190	A4
26.	Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación	2238-1694	A4

⁴ Disponível em: <https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/index.jsf>. Acesso em: 15 jan. 2025.

FONTE: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 2022.

A investigação empírica foi realizada no site de cada periódico, nos meses de janeiro e fevereiro de 2025. O *link* de acesso ao periódico ‘Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo’ apresentou erro, mas procedeu-se à busca da *URL* com a utilização da ferramenta de pesquisa do *Google*.

No site dos periódicos, foram averiguadas as plataformas digitais utilizadas para a gestão e disseminação das publicações. A identificação da plataforma de gestão ocorreu a partir da visualização da logomarca do OJS que, geralmente, está localizada no lado inferior esquerdo, com o símbolo da PKP, desenvolvedor responsável. Em caso de ausência dessa informação, procedeu-se à análise das características do sistema, como o layout, as configurações e os plugins utilizados. As plataformas de divulgação também foram verificadas no site da revista e na ausência da informação, diretamente nas plataformas de redes sociais: *Instagram*, *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*) e *YouTube*. Em consonância com a revisão da literatura, foi possível identificar e contextualizar as plataformas e práticas utilizadas para a otimização de processos editoriais, divulgação e indexação, evidenciando impactos no cenário da plataformização dos periódicos científicos.

3. Plataformas digitais, plataformização e algoritmos

O surgimento das plataformas digitais, segundo Silva Neto e Chiarini (2023, p. 5), ocorreu a partir da confluência de dois fatores: o desenvolvimento da infraestrutura física da internet e de protocolos de navegação. Para Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 4), o conceito de plataforma é plural e o termo tem sido utilizado em diferentes cenários. Gillespie identificou 15 usos em contextos diferentes, que foram reunidos em quatro campos semânticos: arquitetônico, metafórico, político e computacional (Gillespie, 2010 *apud* Trinca; Papi; Albabli, 2022, p. 5).

No imaginário coletivo, as plataformas foram assimiladas como ambientes imparciais, tecnicamente neutros, abertos e propícios para dirimir tensões relacionadas à sua área de atuação (Trinca; Papi; Albabli, 2022, p. 5). Mesmo antes do surgimento do *Google* e do *Facebook*, consideradas atualmente gigantes na área da tecnologia, segundo Steinberg (2019 *apud* Poell, Nieborg; van Dijck, 2020, p. 3), o termo plataforma vem sendo utilizado e o seu conceito passou por diversas mudanças significativas desde o início do terceiro milênio,

conforme afirmam Poell, Nieborg e van Dijck (2020, p. 3-4). Países como Japão, França e Estados Unidos utilizavam o termo plataforma na área de economia de redes e de negócios. No início na década de 2000, o conceito foi explorado por pesquisadores da área de administração, para abordar a liderança de plataformas e o termo foi abordado como “mercados de dois lados”: os operadores, designados como os compradores ou usuários finais de videogames e os vendedores ou editores de jogos (Gawer; Cosumano, 2002; Rochet; Tirole, 2002 *apud* Poell; Nieborg; van Dijck, 2020, p. 3). Em sua consolidação, o termo plataforma ainda incorporou abordagens das áreas da economia de organização industrial, gerenciamento estratégico e tecnologia da informação, conforme destacam Poell, Nieborg e van Dijck (2020, p. 3).

No campo da comunicação, o conceito de plataforma foi alvo de discussões que envolviam a evolução das tecnologias da comunicação (Benkler, 2006; Jenkins, 2006 *apud* Poell; Nieborg; van Dijck, 2020, p. 3). Nesse sentido, segundo Zittrain (2008, p. 12 *apud* Poell; Nieborg; van Dijck, 2020, p. 3), o conceito de web 2.0 contribuiu para a transição da internet generativa ou web aberta, o modelo inicial da internet onde as pessoas interagiam, criavam, modificavam e compartilhavam conteúdo de forma mais livre, sem grandes restrições e intervenções impostas por empresas ou governos, para a estrutura atual da internet, com redes e plataformas que exercem controle sobre os dados, interações, visualizações e compartilhamentos. Apresentando o mesmo ponto de vista de Zittrain (2008, p. 12 *apud* Poell; Nieborg; van Dijck, 2020, p. 3), o pesquisador D’Andréa (2020, p. 13) também defende que, a partir de 2005, a *Web 2.0* trouxe uma nova perspectiva para os serviços on-line e, nesse período, termos que transmitiam a ideia de uma participação coletiva, como “cultura da participação, sabedoria das multidões e inteligência coletiva” eram utilizados para caracterizar as práticas inovadoras da *Web 2.0*, que asseguravam a democracia, horizontalidade ou descentralização das “[...] relações interpessoais, da política e da economia” (D’Andréa, 2020, p. 13). O autor destaca, ainda, um ambiente diverso após dez anos, com a consolidação de empresas como *Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft*, que, além de influenciarem processos eleitorais, fazem uso indiscriminado de dados pessoais dos usuários e de algoritmos com vieses que, por vezes, reforçam o preconceito e a desigualdade. Apesar disso, segundo Pellicione (2023, p. 3-4), essas empresas formam o grupo chamado GAFAM (*Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft*), que, no século XXI, ainda reproduzem a retórica utilizada no surgimento da internet e se identificam como espaços para a promoção da democracia,

equidade e igualdade. Contudo, o autor ratifica a sua percepção de que a plataformização é um fenômeno difuso, dinâmico e paradoxal, que tem reconfigurado a comunicação institucional e interpessoal, pois permitiu a transformação de receptores, consumidores e destinatários da informação em produtores de conteúdo (Pelliccione, 2023, p. 3-4).

Diante da trajetória apresentada pelos autores mencionados, sobre a construção e conceitualização do termo plataforma, é perceptível o esforço para se forjar no imaginário coletivo as características de ação, produtividade, conexão, pluralidade, resultado e liberdade associadas às plataformas. Visão contestada por pesquisadores como Poell, Nieborg e van Dijck (2020, p. 3-4), que definem plataformas como: “[...] infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados”. O ponto de vista dos autores revela que as plataformas não são ambientes neutros, além da extração dos dados dos usuários, utilizam algoritmos para remodelar a percepção e conduta das pessoas. D’Andréa (2020, p. 13) afirma que diferentes abordagens e metodologias vêm sendo utilizadas no desenvolvimento de estudos para a compreensão das plataformas on-line, que na sua concepção são “[...] objetos empíricos instáveis e opacos como o *Facebook*, a *Uber* ou o *WhatsApp*”. Segundo Helmond (2015, tradução própria), antes que o conceito de plataforma ganhasse destaque, plataformas de mídia social, como o *Facebook*, eram frequentemente conceituadas como sites de redes sociais.

O estudo desenvolvido por Rodrigues (2019, p. 73) enfatiza que as plataformas digitais definem o próprio modelo de negócio e conectam usuários e fornecedores no ambiente virtual que pode ser uma rede social (*Facebook*, *Pinterest*) ou comercial (*Amazon*, *Netflix*). Porém, para se diferenciarem de sites ou portais, são necessárias funcionalidade técnicas em sua infraestrutura.

Pelliccione (2023, p. 10) enfatiza a ambiguidade da plataformização, que se baseia em um modelo de acumulação de capital que utiliza a força de trabalho dos próprios usuários e dos prestadores de serviços na geração e consumo de conteúdo. Esse modelo de negócio, segundo o autor, tem facilitado o acesso a uma variedade de serviços, funcionalidades, informações, entretenimento, mas, ao mesmo tempo, exerce grande controle e vigilância sobre os cidadãos, e ainda explora os trabalhadores. A acumulação realizada pelas plataformas acontece em dois níveis, segundo Pelliccione (2023, p. 5):

Primeiro, pela apropriação que realizam diretamente sobre os produtos e serviços (valores de uso) criados pela força de trabalho por elas contratada, que inclui desde empregados de baixa qualificação até pessoal técnico de alto nível dedicado à elaboração/manutenção de suas infraestruturas e ferramentas digitais, como algoritmos e mecanismos de Inteligência Artificial. O segundo nível considera que essa força de trabalho também produz informações e metadados que são apropriados pelas empresas contratantes para fins comerciais, sendo tal apropriação estendida aos dados e rastros digitais produzidos diariamente por milhões de usuários de plataformas no mundo inteiro.

De acordo com Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 5), a plataforma trata-se de um processo que está em curso simultaneamente com a expansão das plataformas. Para D'Andréa (2020, p. 15, 18), a tecnologia e as práticas sociais se influenciam mutuamente e, nesse contexto, as plataformas se encontram em constante construção e são moldadas através da conduta, percepções, hábitos, rotinas dos próprios usuários, que deixam os “[...] rastros de suas relações, preferências etc.”. D'Andréa (2020, p. 13) destaca, ainda, as empresas de tecnologia, as “[...] chamadas *Big Five – Alphabet-Google, Amazon, Apple, Facebook e Microsoft* [...]”, que deixaram de ser apenas ferramentas, desenvolveram e consolidaram serviços essenciais de infraestrutura para tarefas rotineiras, mas também para decisões e operações estratégicas, indicando a dependência da sociedade e o domínio das plataformas. Baseado nos autores mobilizados durante as suas investigações, D'Andréa (2020, p. 35-36) utiliza termos como “plataformização das infraestruturas” e “infraestruturalização das plataformas” para designar os investimentos, o monitoramento e a gestão das *Big Five* no ecossistema de interconexão e recursos de suporte à rede mundial de computadores. Segundo o autor, além da organização e centralização da infraestrutura de redes, atualmente, essas empresas figuram entre os destaques no cenário capitalista a nível global.

D'Andréa (2020, p. 26) afirma que as práticas sociais dos usuários de plataformas, bem como seus interesses, rotinas e demais rastros digitais se tornam dados mensuráveis que servem para aprimorar os algoritmos na personalização de recomendações de conteúdo, por exemplo. D'Andréa (2020, p. 13) destaca, ainda, que, além do acesso e uso irrestrito de dados dos usuários, as grandes empresas que operam nesse segmento de suporte para comunicação e interconexão digital desenvolvem algoritmos capazes de influenciar processos eleitorais, hábitos culturais e de consumo, incentivar a intolerância e o preconceito e perpetuar

desigualdades. Baseado na argumentação de D’Andréa (2020, p. 13), percebe-se que, além de interferir em processos sociais e culturais, os algoritmos desenvolvidos pelas plataformas também têm influenciado os processos da comunicação científica, determinando o alcance das publicações.

O termo condição digital diz respeito à dependência das infraestruturas digitais para a realização das atividades inerentes à vida humana, sejam práticas individuais, coletivas, públicas ou privadas e até mesmo atividades triviais relacionadas ao trabalho, estudo e lazer. Esse termo foi cunhado por Felix Stalder, pesquisador alemão que explora o impacto da mídia e das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, para se referir “ao momento da história em que a digitalização – a transformação de dados e processos informacionais do analógico para o digital - chegou ao ápice” (Stalder, 2018 *apud* Bortolazzo, 2020, p. 376). O pesquisador destaca, ainda, que a algoritmidade é uma característica da condição digital; os algoritmos são sequências lógicas projetadas para executar comandos responsáveis por transformar grandes quantidades de dados em informações que podem ser processadas e organizadas, possibilitando a visualização e a compreensão humana (Stalder, 2018 *apud* Bortolazzo, 2020, p. 377). O autor afirma que os algoritmos facilitam a localização da informação na internet, o que seria impraticável diante de bilhões de sites disponíveis. Tal visão é compartilhada por Napoli (2013 *apud* Winqes, 2024, p. 39), ao afirmar que, “no que se refere ao consumo de informações, os algoritmos têm como papel central auxiliar sujeitos no processo de navegação”. Mas, segundo Stalder (2018 *apud* Bortolazzo, 2020, p. 377), ao mesmo tempo em que os algoritmos podem facilitar o acesso à informação, eles também são utilizados pelas empresas que gerenciam os mecanismos de busca para direcionar informações, moldar práticas culturais, comportamentos, consumo e estilos de vida.

Sodré (2021), investigando como as tecnologias permeiam a sociedade, impactando as relações sociais, os comportamentos individuais, a estrutura política, analisa que, inicialmente, acreditava-se que a internet poderia propiciar maior interatividade e que o aumento do compartilhamento de informações e ideias resultaria em um mundo melhor, mais democrático. Porém, a evolução da rede apontou para uma outra direção e Sodré (2021) apresenta uma percepção semelhante a Stalder (2018 *apud* Bortolazzo, 2020, p. 377), ao afirmar que os algoritmos se referem a um conjunto de comandos ou regras utilizados pelos sistemas para organizar, controlar operações ou gerenciar. O autor afirma que

hoje, esse controle aprofunda-se tecnologicamente por meio do algoritmo; isto é, um processo iterativo e finito (um conjunto de regras lógicas) destinado à resolução de problemas ou à execução de tarefas. Mas entendido também como algo muito diferente em escala de uma “aritmética”, pois implica organização ou gerência (Sodré, 2021).

Nessa mesma perspectiva, Winques (2024, p. 30) afirma que a função dos algoritmos é “cumprir uma tarefa específica, resolver problemas e controlar o fluxo de ações”. A autora destaca que a ideia de algoritmo, desenvolvida por matemáticos, data do século XVII, apesar de se tratar de um tema atual, quando se abordam mecanismos de busca na internet e plataformas digitais. Pierro (2018, p. 20) também indica que os algoritmos “são sistemas lógicos tão antigos quanto a matemática”. Na visão do autor, o aumento da aplicação dos algoritmos e as novas finalidades foram possíveis a partir da expansão da capacidade e velocidade de processamento dos computadores e devido ao desenvolvimento do Big Data.

Assim, pela combinação desses dois fatores, os algoritmos podem ser usados em atividades variadas e com capacidade para identificar convenções que escapariam à percepção humana. Para Winques (2024, p. 30), os “algoritmos são um conjunto de procedimentos que envolvem variados tipos de cálculos, com diversas especificidades, e isso se modifica, principalmente, em relação às propriedades e domínios”. Conforme afirma Winques (2024, p. 34), as plataformas adotam critérios diferentes em relação à elaboração dos algoritmos, que são baseados, principalmente, na finalidade de uso do código. A elaboração de um algoritmo, segundo a autora, é complexa e envolve relações intrincadas de decisões computacionais. O enredamento que envolve o desenvolvimento de um algoritmo visa dificultar a sua localização. A falta de transparência e o fato de serem mutáveis criam uma opacidade dos sistemas algorítmicos que, segundo Winques (2024, p. 36), são utilizados como estratégia de competitividade e autoproteção. Sua compreensão requer conhecimento específico como “técnicas de inteligência artificial e a aprendizagem de máquina” que limitam o entendimento dos usuários a respeito da dinâmica dos algoritmos.

A autora menciona, ainda, que o obscurantismo no desenvolvimento dos códigos dificulta a compreensão da maioria da população sobre o funcionamento do algoritmo utilizado na plataforma, como as publicações em redes sociais diferentes, como e em que momento acontece a entrega de conteúdo para os visualizadores. Conforme menciona Winques (2024, p. 36), o algoritmo utilizado pela plataforma é o responsável pela decisão. Pierro (2018, p. 18)

destaca que, a despeito de estarem presentes e influenciarem atividades cotidianas, os algoritmos não são facilmente perceptíveis e entendidos pela população em geral que, apesar de sentir os seus efeitos, não entende o seu modo de atuação. O autor indica que a construção de um algoritmo engloba três etapas: (1) identificação do problema, que envolve a definição do objetivo do algoritmo; (2) organização da solução, etapa em que são estabelecidos o encadeamento do fluxo para solução do problema; e por fim, (3) a tradução e desenvolvimento, quando a solução do problema é convertida em linguagem de programação (Pierro, 2018, p. 19). O autor menciona, ainda, que os algoritmos podem alcançar bilhões de linhas de códigos.

A utilização dos algoritmos como instrumento de dominação social é destacada por Marques, Moura e Paula (2023, p. 1), que afirmam que os códigos “podem ser empregados para constituir mediações que estão a serviço da acumulação de riqueza, da dominação simbólica ou da disputa política”. Na mesma lógica, Winques (2024, p. 35) assevera que “os algoritmos não são neutros”. Sua construção envolve decisões da equipe de desenvolvimento e as normas das plataformas que refletem interesses pessoais dos seus gestores, além de aspectos econômicos, culturais, religiosos, geográficos, políticos etc. Conforme cita a autora, o desenvolvimento de algoritmos compreende “vieses humanos e dinâmicas institucionais, contempla os rastros digitais compostos por milhões de informações geradas nos acessos dos sujeitos e que agregam diversos aspectos: desde questões socioeconômicas e geográficas até padrões de acesso” (Winques, 2024, p. 35-36). A autora destaca que os algoritmos são aplicados por plataformas para criar e moldar comportamentos relacionados ao consumo de notícias, produtos culturais, entretenimento, direcionando até mesmo a escolha de bens e produtos. Winques (2024, p. 39) enfatiza que o aumento expressivo do volume de dados e a necessidade de seleção das informações no contexto digital alavancaram o uso dos algoritmos. Por sua vez, Lemos (2023, p. 10) afirma que, atualmente, a internet encontra-se “dominada pela lógica das performances algorítmica e da dataficação, que passam a captar, tratar e distribuir informações customizadas sobre e para cada usuário, gerando induções de ações sob a forma de recomendações (que mais se parecem coerções)”.

A compreensão do cenário digital contemporâneo, caracterizado pela ubiquidade das plataformas, algoritmos e dados, é essencial para a análise crítica e compreensão dos fatores técnicos e éticos, além dos vieses que podem moldar as dinâmicas informacionais, causar impacto na credibilidade, no acesso e na visibilidade de pesquisas, influenciando a prática e a comunicação científica nesse contexto.

3.1 Plataformização da ciência

A comunidade acadêmica encontra-se entre os primeiros usuários da internet, antes mesmo do seu uso comercial, ocorrido em 1995, conforme destaca Vickery (1999 *apud* Silva Neto; Chiarini, 2023, p. 5). O desenvolvimento de plataformas governamentais na área de ciência e tecnologia, como da Unesco, é destacado por Silva Neto e Chiarini (2023, p. 8), que enfatizam o pioneirismo da iniciativa brasileira de organizar e padronizar os currículos dos pesquisadores, Currículo Lattes. Segundo os autores, além de atribuir uma identificação única para cada pesquisador, antes da criação do *Orcid*, o Lattes reuniu informações atualizadas sobre os pesquisadores brasileiros. Silva Neto e Chiarini (2023, p. 4, tradução própria) definem plataformas digitais científicas como sistemas de governança digital de espaços virtuais que alavancam efeitos de rede em direção a uma ou mais fases do processo de pesquisa científica.

Fecher *et al.* (2024, p. 2, tradução própria) afirmam que as plataformas científicas não são produtoras de conteúdo, mas são consideradas ferramentas auxiliares e disponibilizam a infraestrutura que possibilita o encontro entre provedores de serviços e usuários. No cenário científico, Silva Neto e Chiarini (2023, p. 8) também destacam os editores acadêmicos, responsáveis por disseminar os periódicos científicos. Os autores enfatizam, ainda, o crescimento das editoras científicas a partir do ano 2000 e o oligopólio formado pelas cinco maiores empresas: *Reed-Elsevier*, *Springer*, *Wiley-Blackwell*, *SAGE Publications* e *Taylor & Francis* (LARIVIÈRE; HAUSTEIN; MONGEON, 2015, p. 5-6, tradução própria). Nas abordagens sobre o ecossistema da pesquisa científica, Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 4) afirmam que as plataformas atuam em vários setores e oferecem serviços diversos baseados na geração, coleta e processamento dos dados dos usuários e do seu comportamento. Poell, Nieborg e van Dijck (2020, p. 4) concordam com os autores e destacam os aspectos econômicos das plataformas, salientando que a operação em mercados diversificados se trata de uma vantagem competitiva. Nesse contexto, a FIG. 1 apresenta a expansão da Elsevier, que, segundo Chen, Posada e Chan (2019), para além da editoria científica, ao longo dos anos, vem adquirindo infraestruturas que atuam no processo de investigação, publicação e avaliação da pesquisa.

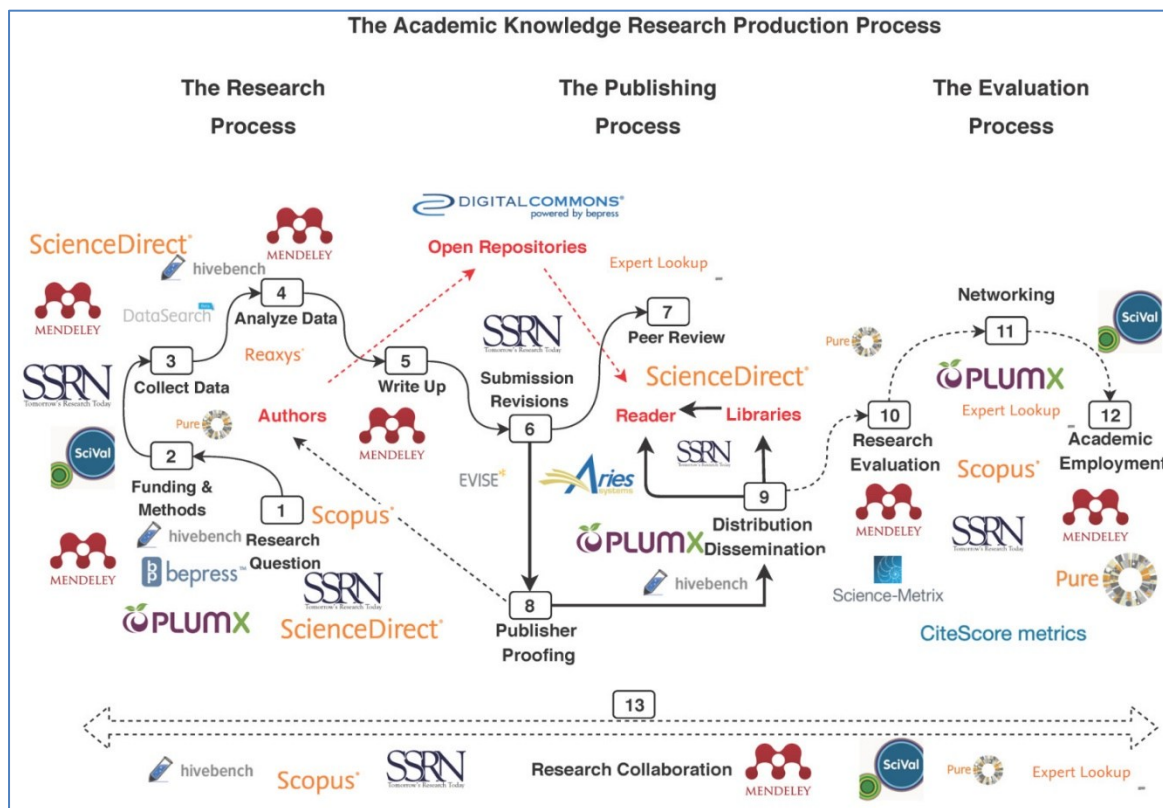


FIGURA 1 - Presença da Elsevier ao longo do ciclo da vida da pesquisa

FONTE: CHEN; POSADA; CHAN, 2019, p. 9.

Os autores relacionaram as fases da produção do conhecimento acadêmico com serviços e produtos disponibilizados pela Elsevier, que abrangem todos os aspectos da infraestrutura do processo de produção do conhecimento (processo de pesquisa, de publicação e avaliação) e, dessa forma, expande sua área de atuação no setor acadêmico e amplia a sua influência no ciclo de produção de saberes. Estratégia similar é adotada pela *Wiley*, que desenvolve ações em vários estágios do processo educacional universitário, e que, segundo Posada e Chen (2018, p. 5-8), após fusões e lançamentos de produtos, ampliou de maneira histórica a sua atuação na área, assim como a concentração de conteúdo acadêmico ofertado para o setor. Os autores mencionam, ainda, que *Taylor e Francis* segue a mesma direção de investimentos no processo educacional, com fornecimento de serviços e produtos para subsidiar essa infraestrutura. Nesse contexto, D'Andréa (2020, p. 26) destaca o investimento técnico e financeiro realizado pelas plataformas na geração e interpretação de dados e na integração de serviços e processos.

Em relação à circulação científica brasileira, Oliveira (2019, p. 195) indica que ela é permeada por um alto nível de concorrência, interesses e conflitos, que também se reflete no cenário global, envolvendo o mercado científico que utiliza o conhecimento como mercadoria e como mecanismo de competição pelo controle e poder. Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 7) também destacam a alta rentabilidade do mercado editorial da ciência e afirmam que a comunicação científica digital teve início com a reprodução do modelo impresso, que era ancorado sobre os direitos de propriedade intelectual. Esse padrão foi confrontado pelo movimento mundial de acesso aberto (AA) ao conhecimento e à literatura científica e, a partir da sua consolidação, os grupos editoriais reconfiguraram os seus modelos de negócios e ampliam o seu campo de atuação com “[...] o reposicionamento dos conglomerados editoriais em novos modelos de negócio em torno dos dados e plataformas de serviços acadêmicos, com desdobramentos sobre o controle das cadeias decisórias do ecossistema da pesquisa” (Appel; Albagli, 2019 *apud* Trinca; Papi; Albabli, 2022, p. 7).

Os autores destacam a fusão de grupos editoriais e o desenvolvimento de ferramentas para adoção de processos e abordagens baseadas, por exemplo, na digitalização, extração e análise de dados, e desenvolvimento de algoritmos. Segundo Alencar e Barbosa (2022, p. 2-3), com o crescimento do movimento de AA, as editoras reagiram de duas formas: criaram periódicos com o formato aberto, mas para publicar nestas revistas com maior impacto, iniciaram a cobrança de taxa de processamento de artigo (APC); as editoras também desenvolveram um sistema híbrido de publicação, onde coabitam artigos em formato AA e artigos com acesso restrito a assinantes. Surgem aí, os acordos transformativos (AT) cuja implementação, segundo Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 8), também faz parte do movimento de contrarreação dos grupos editoriais frente à ampliação do movimento que defendia a abertura da ciência. Alencar e Barbosa (2022, p. 3) afirmam que os AT são conhecidos como acordos de compensação, *Read & Publish* ou Ler e Publicar, e configuram uma nova modalidade de negociação com as editoras científicas, onde são concedidos descontos em taxas de publicação e as instituições podem direcionar recursos, que até então eram destinados a assinaturas de periódicos, para a publicação de um determinado número de artigos dos seus pesquisadores, em acesso aberto.

Os pesquisadores Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 8) argumentam que ações como os AT referem-se a novas acomodações comerciais que remetem ao processo contínuo do crescimento da plataformização da pesquisa. Para ampliação do campo de atuação e das suas

estratégias competitivas, Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 8) afirmam que o serviço prestado pelas editoras, que era baseado na lucratividade com a propriedade intelectual das obras, alcançou novas esferas e as grandes editoras comerciais também investiram na hospedagem e extração de dados obtidos através dos rastros digitais dos usuários. Essas estratégias, segundo os autores, envolvem a exploração do trabalho de cientistas, pesquisadores, bibliotecários e estudantes e a utilização do conhecimento produzido para fins que incluem a análise e comercialização de dados. Dessa forma, segundo Trinca, Papi e Albabli (2022, p. 8), as editoras comerciais ampliaram as suas estratégias e investiram no aumento da capacidade de trabalhar com os dados (coletar, armazenar e reprocessar) para o desenvolvimento de ferramentas e serviços, uma prática que se apropria de informações e dados gerados por pesquisadores, instituições, agências de fomento entre outros, para mantê-los como usuários reféns desta infraestrutura (Appel; Albagli, 2019 *apud* Trinca, Papi e Albabli, 2022, p. 8).

Ao prover serviços aos usuários e “clientes” (agências de financiamento, organismos transnacionais, instituições de ensino e pesquisa, profissionais da informação, pesquisadores etc.), sejam estes produtos gerenciadores de redes de pesquisa, métricas, *rankings* universitários, indicadores de produtividade ou sistemas de recuperação de informação, as plataformas digitais acadêmicas passam a sensação de que seus resultados são imparciais, objetivos, posto que advém de cálculos estatísticos (Trinca, Papi e Albabli, 2022, p. 8).

Nesse contexto, Gillespie (2018 *apud* Trinca, Papi e Albabli, 2022, p. 9) destaca a influência exercida pelas plataformas em comportamentos e até mesmo políticas públicas de apoio à ciência. Posicionamento reiterado por Fecher *et al.* (2024, p. 3, tradução própria), que asseveram a expansão do campo de atuação e o crescimento da influência das plataformas digitais na pesquisa científica.

As redes sociais acadêmicas também são apresentadas por Silva Neto e Chiarini (2023, p. 15, tradução própria) como plataformas destinadas especificamente à interação e compartilhamento de informações entre pesquisadores. Os autores afirmam que *Academia.edu*, *ResearchGate* e *Mendeley* são as maiores, atualmente. Baseado em investigação realizada por Katy Jordan, em 2019, defendem que o acesso aberto é uma das maiores vantagens das redes sociais acadêmicas e que elas contribuem para a celeridade da divulgação das pesquisas, ampliando o alcance e as citações (Silva Neto; Chiarini, 2023, p. 15, tradução própria). Os autores também alertam que as informações e dados coletados pelas redes sociais acadêmicas formam um “*big data* acadêmico”, mas são mantidos em sigilo pelos provedores. Destacam

ainda, que essas plataformas estão expandindo a sua atuação para outras fases da pesquisa científica, conforme apresentado por Chen, Posada e Chan (2019), na Figura 1.

Silva Neto e Chiarini, (2024) argumentam que a plataformização da ciência apresenta aspectos positivos e benéficos para os cientistas e para a ciência, podendo contribuir na otimização de processos e gerar novas oportunidades, mas os autores também apresentam um olhar crítico e demonstram que a plataformização da ciência pode “[...] criar barreiras artificiais ou mesmo acabar aumentando os custos de se fazer ciência (um cenário possível caso a fragmentação da infraestrutura se acentue mantendo um formato não interoperável, por exemplo)”. Nessa mesma perspectiva, Fecher *et al.* (2024, p. 13, tradução própria) defendem que as plataformas podem reduzir os custos da pesquisa e facilitar o acesso, mas, em contraponto, podem padronizar a produção científica, desconsiderando a diversidade cultural e perpetuando as desigualdades epistemológicas.

3.2 Plataformização dos periódicos científicos

O pioneirismo das plataformas digitais dedicadas aos periódicos científicos é destacado por Silva Neto e Chiarini (2023, p. 14). Nos primeiros séculos de existência, os periódicos científicos disputavam espaço ou conviviam com grau de importância equivalente às correspondências trocadas entre os cientistas, monografias e tratados, conforme afirmam Larivière, Haustein e Mongeon (2015, p. 2). Somente a partir do início do século XIX, segundo os autores, os periódicos tiveram um crescimento importante e se consolidaram, no século XX, como a forma mais rápida e eficiente de divulgação dos resultados de pesquisa. Os autores destacam, ainda, que os periódicos científicos foram criados no século XVII, por sociedades científicas, mas que, em meados do século XIX, no período entre 1837 e 1901, já existia interesse comercial na publicação e afirmam que, “curiosamente, enquanto a maioria dos periódicos surgiu de sociedades científicas, um número representativo foi publicado por empreendimentos comerciais já na era vitoriana” (Larivière; Haustein; Mongeon, 2015, p. 2, tradução própria). Esse viés mercadológico, segundo os autores, consolidou-se a partir da década de 1990, quando foi percebido “[...] aumento da participação das editoras comerciais na produção; nessa altura, as editoras comerciais eram responsáveis por 40% da produção da revista, enquanto as sociedades científicas e profissionais eram responsáveis por 25% e editoras universitárias e editoras educacionais por 16%” (TENOPIR; KING, 1997 *apud* LARIVIÈRE; HAUSTEIN; MONGEON, 2015, p. 2, tradução própria).

A migração dos periódicos para o formato digital facilitou o acesso e proporcionou maior alcance, mas, segundo Larivière, Haustein e Mongeon (2015, p. 2), o grande impacto proporcionado pela revolução digital foi o interesse econômico e o viés mercadológico. O avanço da era digital exigiu um reposicionamento das editoras (Silva Neto; Chiarini, 2023, p. 14). Foi nesse contexto que surgiu um oligopólio formado pelas editoras comerciais *Reed-Elsevier, Springer, Wiley-Blackwell, Sage Publications e Taylor & Francis*. Esse oligopólio controlava 70% dos periódicos indexados na *Web of Science* (WOS) e possuíam margem de lucro superior à indústria farmacêutica. Nos anos 2000, outras plataformas de periódicos foram adquiridas pelo grupo, expandindo a área de atuação (LARIVIÈRE; HAUSTEIN; MONGEON, 2015, p. 6-7).

Nesse contexto, na análise apresentada por Oliveira (2024) sobre os desafios para a soberania epistêmica no contexto da plataformização da ciência, a autora ratificou impactos do processo sobre os periódicos científicos. O modelo *article processing charge* (APC), utilizado com a justificativa de sustentabilidade financeira dos periódicos, segundo Oliveira (2024, p. 5), consolidou práticas como os periódicos predatórios. Ainda, segundo a autora, a estratificação de classes dos periódicos, que envolve questões econômicas, e não apenas científicas, também é decorrência do processo de plataformização. A autora destaca a pequena representatividade dos periódicos vinculados a instituições do Sul Global nos mais importantes indexadores a nível mundial, o que, conseqüentemente, reduz a diversidade geográfica e a presença de pesquisadores de prestígio do Sul nesse ambiente restrito, onde ainda se identifica a barreira do “idioma padrão da ciência”, que é o inglês. O mesmo ponto de vista é compartilhado por Chen, Posada e Chan (2024, p. 15-16), que destacam as implicações excludentes causadas pela dependência de instituições, pesquisadores e periódicos do Sul Global em relação às infraestruturas disponibilizadas pelos grandes editores acadêmicos: “A dependência dos produtos e serviços de editoras como a Elsevier, bem como a promoção de métricas de citações, têm o potencial de aumentar as desigualdades e a marginalização de revistas e investigadores do sul global” (Chen; Posada; Chan, 2024, p. 15-16). Ainda, segundo os autores, muitas vezes os recursos fornecidos pelas empresas se limitam ao idioma inglês, configurando em uma prática excludente que atinge a pesquisa científica do Sul.

Após a visão geral sobre aspectos que envolvem a plataformização dos periódicos científicos, a discussão se concentra nas plataformas utilizadas pelos periódicos da Lista Compós, com estrato Qualis A1, A2, A3 e A4.

3.2.1 Plataformas utilizadas por periódicos científicos na gestão e divulgação do conteúdo

Para a gestão do fluxo editorial, todos os 26 periódicos utilizam o *Open Journal System* (OJS), que é um *software* livre, anteriormente denominado Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER), desenvolvido pelo Public Knowledge Project (PKP), cuja primeira versão foi disponibilizada em 2003. O “Open Journal Systems (OJS) é uma solução de código aberto para gerenciar e publicar periódicos acadêmicos on-line. O OJS é um sistema de gerenciamento e publicação de periódicos altamente flexível, operado por editores [...]” (PUBLIC KNOWLEDGE PROJECT, 2025). O OJS se propõe a reduzir o desgaste das equipes editoriais nos fluxos rotineiros, que eram realizados manualmente, otimizando o processo e acelerando a publicação. A preservação digital também é realizada pelo OJS, que é um software que pratica a ciência aberta.

Para que a ciência aberta seja livre de barreiras, é necessário aplicar instrumentos de gestão e de fluxo editorial com a mesma filosofia, não apenas a gratuidade de um sistema editorial, mas também a possibilidade de aplicar ferramentas que auxiliam em todas as etapas do fluxo editorial, maximizando esforços e viabilizando melhor desempenho no processo de publicação científica em acesso aberto (FACHIN; SILVEIRA; ABADAN, 2020, p. 142).

O OJS possibilita a integração com outros sistemas gestores e bases de indexação, realizando a exportação direta de metadados sem necessidade de duplicação de esforços. Fachin, Silveira e Abadan (2020, p. 142) ratificam que “várias bases utilizam para a exportação automática de metadados o formato *Dublin Core*, um dos padrões mais utilizados”. Por todas essas questões, o OJS é altamente adotado para a gestão do fluxo editorial de revistas em todo o mundo.

Baseado nos apontamentos de Poell, Nieborg e van Dijck (2020, p. 3-4), que ampliam o debate sobre plataformas para o campo de estudos de software, caracterizamos o OJS como uma plataforma por se tratar de um sistema que oferece infraestrutura digital que viabiliza múltiplos serviços, nesse caso: a gestão e disponibilização dos periódicos, as interações entre os atores envolvidos no fluxo editorial, a exportação de dados para os indexadores e, não obstante, os periódicos disponibilizados também são impactados pelo processamento algorítmico. Os autores apontam para “[...] a natureza programável e orientada por dados das

infraestruturas das plataformas, reconhecendo os *insights* da perspectiva dos estudos de negócios, incluindo os principais *stakeholders* ou “lados” nos mercados de plataforma: os usuários finais e os complementadores” (POELL, NIEBORG E VAN DIJCK, 2020, p. 4). Baseado no apontamento dos autores, destaca-se ainda, a capacidade do OJS de criação, como o desenvolvimento dos plugins, e a interoperabilidade com outros serviços. Características também evidenciadas por D’Andréa (2020, p. 26) sobre o esforço das plataformas na integração de serviços e processos.

A comunidade científica vem ampliando os debates e o reconhecimento a respeito da importância do incremento da divulgação do conhecimento publicado em periódicos (ARAÚJO *et al.*, 2020, p. 202). Segundo os autores, o tema tem sido abordado em eventos de comunicação e divulgação científica. Nesse sentido, equipes editoriais de periódicos se esforçam para incorporar a atividade e as redes sociais têm sido utilizadas para a divulgação dos periódicos. A investigação realizada por Pinto, Abib e Souza (2023) que abordou a presença digital de 27 revistas científicas brasileiras da área de Comunicação nas redes sociais. Os autores selecionaram periódicos brasileiros do Eixo Comunicação e Informação, do Qualis Periódicos da Capes, com estrato A1, A2, A3 e A4, quadriênio 2017-2020, e identificaram como as publicações utilizam as redes sociais para a divulgação científica. A investigação concluiu que a rede social mais utilizada pelos periódicos investigados é o *Facebook*, seguido pelo *Instagram* e pelo *Twitter*. Pinto, Abib e Souza (2023, p. 6) constataram também que é comum a manutenção de perfil no *Facebook* e *Instagram*. Os autores não identificaram perfis exclusivos das publicações na plataforma *Youtube*, sendo detectada a utilização juntamente com as instituições vinculadas. Pinto, Abib e Souza (2023, p. 7) afirmam ainda que o *Tik Tok* ainda não foi adotado pelos periódicos científicos. Baseado no levantamento anterior realizado pelos autores, o Quadro 2 apresenta a atuação dos periódicos investigados nas plataformas de redes sociais.

Qualis 2017- 2020	Periódico	Instagram	Facebook	X (antigo Twitter)	Youtube
A1	Matrizes (Online)	X	X ₁₉		X*
A2	Brazilian Journalism Research (Online)	X		X	
A2	E-Compós (Brasília)	X	X***		

A2	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	X	X***		
A2	Revista Famecos (Online)		X*	X*	
A2	Revista Observatório		X*	X*	
A3	Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo)				
A3	Estudos em Jornalismo e Mídia	X	X*		
A3	Fronteiras – Estudos Midiáticos				
A3	Galáxia (PUCSP)	X*	X*		
A3	Intexto	-	X*		
A3	RECIIS	X	X		
A3	Revista Contracampo	X*	X*		
A3	Revista Eco-Pós (Online)		X		
A3	Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo			X	
A4	Comunicação & Inovação		X*		
A4	Comunicacao e Educacao (USP)	X	X	X	
A4	Contemporanea (UFBA. Online)				
A4	Discursos Fotográficos				
A4	Logos: Comunicação e Universidade	X*	X*		
A4	Lumina (Juiz de Fora)		X	X	X**
A4	Organicom (USP)	X*		X*	
A4	Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação		X*		
A4	Revista Brasileira de História da Mídia				
A4	Revista Esferas	X*	X*	X*	
A4	Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación		X*		

*Perfil desatualizado - **Podcast LumiahCast - *** Postagens no perfil da mantenedora

QUADRO 2 – Periódicos da área da Comunicação estrato Qualis A, com perfis nas redes sociais
FONTE: A AUTORA, 2025.

A pesquisa foi realizada em busca de perfis exclusivos dos periódicos nas plataformas. Porém, constatou-se que algumas publicações utilizam a conta da instituição gestora para disponibilização esporádica de conteúdo. Portanto, foram desconsiderados perfis não restritos aos periódicos. Entre os 26 periódicos investigados, constatou-se que a maioria possui perfil no *Facebook*, 16 publicações, porém quase 70% se encontram inativas. Foram considerados ativos os perfis atualizados no último trimestre de 2024. Os periódicos mais atuantes nesse cenário, em relação ao número de seguidores, são RECIIS, com 3,3 mil seguidores e Matrizes com 2,4 mil seguidores. O *Instagram* é a segunda plataforma de rede social mais utilizada pelos periódicos, com 12 perfis localizados, mas é a que contém o menor número de inativos, um total de 40%. Os periódicos que apresentam maior destaque nesse contexto, tanto em relação

ao volume de publicações quanto ao número de seguidores, são Matrizes e ReCIIS, com Qualis A1 e A3, respectivamente. Matrizes apresenta 392 publicações e 767 seguidores, já a RECIIS realizou 172 postagens e possui 1.708 seguidores. Nas duas plataformas o conteúdo publicado se refere principalmente à divulgação de artigos publicados, entrevista com autores e convites para a submissão de novos manuscritos.

A plataforma X (antigo *Twitter*) é utilizada por 8 periódicos do recorte investigado, porém 50% dos perfis está inativo. Nesse âmbito se destacam os periódicos *Brazilian Journalism Research*, Qualis A2, com 366 seguidores e *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, Qualis A3, com 276 seguidores. Apenas dois periódicos disponibilizam informações no Youtube, sendo que o perfil da revista Matrizes se encontra desatualizado e a Lumina, Qualis A4, veicula seu *podcast* por meio dessa plataforma.

4. Considerações finais

O processo de plataformização dos periódicos científicos encontra-se em curso e vem inserindo as publicações em um ecossistema mediado por plataformas digitais, com a redefinição das dinâmicas de produção, disseminação e acesso. Apesar do recorte da presente investigação não contemplar exatamente os mesmos títulos averiguados por Pinto, Abib e Souza (2023, p. 7), há uma repetição significativa nos periódicos abordados por esses autores, o que possibilita uma comparação entre os resultados obtidos. O maior impacto entre os resultados das duas pesquisas refere-se ao aumento do percentual de publicações que não atualizam os perfis nas plataformas de redes sociais. Situação que pode indicar o desconhecimento dos editores em relação ao potencial de alcance do conteúdo, bem como a resistência em relação à divulgação do periódico nesse cenário, além de barreiras econômicas existentes, como a falta de recursos tecnológicos, mão de obra dedicada ou especializada, com conhecimento das dinâmicas das redes e técnicas para maximizar a visibilidade do periódico e o engajamento do público.

A dependência de infraestruturas digitais, disponibilizadas pelas plataformas, é um dos desafios do processo de plataformização dos periódicos científicos, visto que essa sujeição pode impor barreiras financeiras, influenciar na maneira como o conteúdo é disseminado e envolver interesses políticos e financeiros, além dos vieses ideológicos²¹. O processo de plataformização pode ainda aumentar os custos de fazer ciência, conforme destacado por Silva Neto e Chiarini (2024). A limitação do acesso ao conhecimento, criação de barreiras, limitação

da autonomia editorial dos periódicos e ampliação das desigualdades de acesso são pontos negativos observados por Fecher *et al.* (2024, p. 13, tradução própria), que indicam ainda que a fragmentação da infraestrutura digital prejudica a interoperabilidade, aspecto necessário para integração dos periódicos em plataformas de indexação de conteúdo, por exemplo.

Ao mesmo tempo em que o processo de plataformização dos periódicos impõe procedimentos como a cobrança de APC ou mesmo os acordos transformativos que arbitram a assinatura de periódicos como condição para publicação das pesquisas da instituição, ele também apresenta oportunidades de fortalecimento de infraestruturas abertas, como os repositórios de publicações e dados. Nesse sentido, torna-se necessária a adoção de uma postura crítica em relação a esse processo, para aprimorar o uso das plataformas digitais, maximizando os benefícios e dirimindo as dificuldades no enfrentamento dos desafios.

Referências

ALENCAR, B. N.; BARBOSA, M. C. Diretrizes para celebrar acordos Read and Publish no Brasil a partir da análise dos acordos transformativos da Alemanha e Colômbia. **Transinformação**, v. 34, p. e220020, 2022. DOI 10.1590/2318-0889202234e220020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/tinf/a/P438ZsH757jrMVmzyMtnRQb/?lang=pt>. Acesso em: 15 set. 2024.

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de *et al.* Marketing científico digital e práticas de comunicação e divulgação de portais de periódicos: notas de uma primeira incursão. In: SILVEIRA, Lúcia da; SILVA, Fabiano Couto Côrrea da (org.). **Gestão editorial de periódicos científicos: tendências e boas práticas**. Florianópolis: Edições Bosque, 2020. p. 197-222. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/978-65-87206-08-0>. Acesso em: 5 out. 2022.

BORTOLAZZO, Sandro Faccin. Das conexões entre cultura digital e educação: pensando a condição digital na sociedade contemporânea. *ETD - Educ. Temat. Digit.*, Campinas, v. 22, n. 2, p. 369-388, abr. 2020.

Epub. DOI 10.20396/etd.v22i2.8654547. Disponível em:

http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-25922020000200369&lng=pt&nrm=iso.

Acesso em: 20 mar. 2024.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: volume 1*. 6ª. ed. rev. amp. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

Tradução de Roneide Venancio Majer.

CHEN, G.; POSADA, A.; CHAN, L. Vertical integration in academic publishing. In: CHAN, L.; MOUNIER, P. (éds.). **Connecting the knowledge commons — from projects to sustainable infrastructure**. [S.l.]: OpenEdition Press, 2019. Disponível em: <https://books.openedition.org/oepp/9068>. Acesso em: 5 out. 2024. DOI: 10.4000/books.oepp.9068.

POSADA, Alejandro; CHEN, George. Inequality in knowledge production: the integration of academic infrastructure by big publishers. In: **ELPUB 2018**, jun. 2018, Toronto, Canadá?Anais [...]. [S.l.]: [Editora/Organização], 2018. Disponível em: <https://hal.science/hal-01816707v1/document>. Acesso em: 15 fev. 2025. DOI: 10.4000/proceedings.elpub.2018.30.

D'ANDREA, Carlos. **Pensando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020. 81 p. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/32043/7/4b44582c-ef3d-4c0a-b8b1-d8d5d1df2762.pdf>. Acesso em: 30 out. 2024.

FACHIN, Juliana; SILVEIRA, Lúcia da; ABADN, Diego. Ferramentas de gestão editorial para periódicos de acesso aberto. In: SILVEIRA, Lúcia da. **Gestão editorial de periódicos científicos**: tendências e boas práticas. Florianópolis: Edições Bosque/Ufsc, 2020. p. 127-168. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/Gest%C3%A3o-Editorial_v06.pdf. Acesso em: 10 out. 2024.

FEITOZA, Pedro Rezende Santos. **A sociabilidade programada do Instagram e sua pedagogia**. Orientador: Dr. Marcílio de Souza Vieira. 2023. 103f. Tese (Doutorado em Educação) - Centro de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/57392>. Acesso em: 13 fev. 2025.

FECHER, Benedikt; KUNZ, Raffaella; SOKOLOVSKA, Nataliia; WRZESINSKI, Marcel. Platformisation of Science: Conceptual Foundations and Critical Perspectives for the Science System. **LIBER Quarterly: The Journal of the Association of European Research Libraries**, [S. l.], v. 34, n. 1, p. 1–18, 2024. DOI: 10.53377/lq.16693. Disponível em: <https://liberquarterly.eu/article/view/16693>. Acesso em: 9 set. 2024.

Helmond, A. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. **Social Media + Society**, [S. l.], v. 1, n. 2, 2015, p. 1-11, 2015. DOI 10.1177/2056305115603080. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305115603080>. Acesso em 4 set. 2024.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION (ITU). **Measuring digital development**: Facts and Figures 2024. Genebra: UIT, 2024. Disponível em: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-internet-use/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

LARIVIÈRE, Vincent; HAUSTEIN, Stefanie; MONGEON, Philippe. The Oligopoly of Academic Publishers in the Digital Era. **Plos One**, [S.L.], v. 10, n. 6, p. e0127502, 10 jun. 2015. Public Library of Science (PLoS). <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0127502>. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0127502>. Acesso em: 5 fev. 2025.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Florianópolis: Sulina, 2023. Edição do Kindle.

LEMOS, André. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. **Razón y Palabra**, Quito, v. 8 n. 41, p. 1-21, 2004. Disponível em: <https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibermob.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2024.

MARQUES, Rogério Moreno; MOURA, Maria Aparecida; PAULA, Lorena T. de. Apresentação do dossiê O papel dos algoritmos e das plataformas digitais em contextos sociopolíticos. **Liinc em Revista**, Brasília, v. 18, n. 2, p. 1-6, 2023. DOI: 10.18617/liinc.v18i2.6205. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6205>. Acesso em: 27 mar. 2024.

OLIVEIRA, T. As políticas científicas na era do conhecimento: uma análise de conjuntura sobre o ecossistema científico global. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 24, n. 1, p. 191–215, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22610>. Acesso em: 3 abr. 2024.

PELLICCIONE, André Luis Pires. A Plataformização na Sociedade Contemporânea: por uma visão dialética. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46., 2023, Belo Horizonte. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2023. p. 1-16. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0814202309101564da19a788097.pdf. Acesso em: 20 jan. 2025.

23

PIERRO, Bruno de. O mundo mediado por algoritmos: sistemas lógicos que sustentam os programas de computador têm impacto crescente no cotidiano. **Pesquisa Fapesp**, São Paulo, v. 19, n. 266, p. 18-25, 2018. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>. Acesso em: 5 mar. 2024.

PINTO, Pâmela A.; ABIB, Roberto; SOUSA, Clara Marques. A divulgação científica nas plataformas de redes sociais: um mapeamento das revistas brasileiras de Comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 46, 2023, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Intercom, 2023, p. 1-16. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0815202314174464dbb3386e1a0.pdf. Acesso em 1 abr. 2024.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DICK, José. Plataformização. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020. DOI [10.4013/fem.2020.221.01](https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01). Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 30 ago. 2024.

PUBLIC KNOWLEDGE PROJECT (PKP). **Sobre o Open Journal Systems (OJS)**. Disponível em: <https://docs.pkp.sfu.ca/learning-ojs/3.3/pt/about-ojs#antecedentes>. Acesso em: 10 fev. 2025.

RODRIGUES, Andreia Cristina da Paixão. **Plataformas digitais e o efeito da plataformização**: aspectos introdutórios na Ciência da Informação. Orientador: Cristian Berrio-Zapata. 2019. 93 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpa.br/jspui/handle/2011/14176>. Acesso em: 10 jan. 2025.

SILVA NETO, V.J.; CHIARINI, T. The Platformization of Science: Towards a Scientific Digital Platform Taxonomy. **Minerva**, v. 61, 1–29, 2023. DOI [10.1007/s11024-022-09477-6](https://doi.org/10.1007/s11024-022-09477-6). Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11024-022-09477-6>. Acesso em: 30 ago. 2024.

SILVA NETO, V.J.; CHIARINI, T. Plataformas digitais e atividade científica: três décadas de coevolução. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/cts/en/topics/330-plataformas-digitais-e-atividade-cientifica-tres-decadas-de-coevolucao>. Acesso em: 15 set. 2024.

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. São Paulo: Vozes, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 4 mar. 2024.

TRINCA, Tatiane Pacanaro; PAPI, Miguel Enrique Silveira; ALBAGLI, Sarita. Capitalismo de plataforma e plataformização na ciência. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 22., 2022, Porto Alegre (online). Anais [...]. Associação de Pesquisa e Pós-

graduação em Ciência da Informação, 2022. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxii-enancib/schedConf/presentations>. Acesso em: 05 out. 2024.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn. The platform society: public values in a connective world. **Journal of Business Ethics**, 2020. Disponível em: <https://www.amazon.com/Platform-Society-Public-Va>. Acesso em: 5 dez. 2024.

WINQUES, Kérley. **Mediações algorítmicas**: articulação entre as dimensões simbólicas e materiais das tecnologias digitais. Florianópolis, Insular, 2024.