

## Fim do Qualis?



Por **RENATO FRANCISCO DOS SANTOS PAULA\***

*A não exigência de critérios de qualidade na editoria dos periódicos vai remeter pesquisadores, sem dó ou piedade, para um submundo perverso que já existe no meio acadêmico: o mundo da competição, agora subsidiado pela subjetividade mercantil*

A Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, que atende pelo acógrafa Capes já anunciou há algum tempo a nova sistemática de avaliação da nossa produção bibliográfica tendo como principal medida o fim do sistema “Qualis” Periódicos.

As posições se dividem. Uns enaltecem a medida por compreendê-la como uma adequação necessária aos novos tempos telemáticos e de centralidade comunicacional, se valendo dos termos da “ciência aberta” como álibi. Outros, como nós, reivindicamos não apenas compreender melhor a proposta como também vemos com ressalvas qualquer submissão acrítica ao mundo da produção de conhecimento aligeirado, instantâneo, fugaz das redes sociais.

Artistas de cinema, TV e teatro têm denunciado sistematicamente a substituição dos critérios “talento” e “experiência” na contratação de elencos pelo critério de “quantidade de seguidores” das redes sociais. Isso explica, em parte, a deterioração da qualidade das produções sobretudo as da TV aberta. Agora chegou a nossa vez.

O deslocamento da avaliação quanti-quali realizada por pares e a não exigência de critérios de qualidade na editoria dos periódicos vai nos remeter, sem dó ou piedade, para um submundo perverso que já existe no meio acadêmico, mas que será “piorado” que é o mundo da competição, agora subsidiado pela subjetividade mercantil.

Ao termos que lutar pela conquista de “números de citações”, “downloads” e “menções em redes sociais” e ao mesmo tempo demonstrar “contribuição científica e relevância teórica” seremos lançados à autofagia – repito: que já existe no meio acadêmico – mas que antes era motivada pelos nossos egos inflados e desejos de sucesso e poder tal qual descreveu Thomas Hobbes em sua apresentação da natureza humana, mas que agora será motivada pela necessidade de sobrevivência na carreira científico-docente: “o pesquisador é o lobo do pesquisador”, diria o filósofo inglês.

Queremos maiores explicações e tememos parte das medidas não porque somos das Humanidades, como diriam alguns colegas das *hard sciences* que consideram as Humanidades como pseudociência, mas sim porque temos perdido a batalha contra a mercantilização do conhecimento e da produção científica que transformou, nos últimos anos, periódicos importantes em máquinas caça-níqueis que passaram a atribuir os custos de manutenção aos/as autores/as, conforme demonstrou Michel Goulart da Silva em seu artigo [“Qualis: o estranho rumo dos periódicos científicos”](#), além da proliferação das revistas predatórias.

# a terra é redonda

A produção de conteúdos para redes sociais ou para o mundo sem limites da *web* exige estratégias que chamem a atenção do público-alvo fazendo com que não apenas “cliquem na setinha” para acessar o conteúdo, mas também mantenham sua atenção o maior tempo possível naquela experiência. Isso fez com que os *leads* “nunca” reflitam o conteúdo real do que será visto.

A chamada, sempre sensacionalista, tem o intuito de provocar a atenção e mobilizar emoções para atrair e com isso ganhar a disputa com outros conteúdos que estão pululando aos olhos. Agora, imaginemos isso transposto a nossa produção de artigos científicos.

Como pesquisadores e orientadores de pesquisas sempre dizemos aos nossos “aprendizes” que o título ou a chamada dos artigos deve refletir tanto quanto possível o conteúdo do texto. Em ciência não enganamos os leitores. Esse critério também é utilizado na avaliação dos artigos que são submetidos aos periódicos, pelo menos os mais sérios. Diante da necessidade de disputarmos a atenção de um público nas redes sociais teríamos que espetacularizar nossos *leads*?

Outro fato preocupante é com relação ao tamanho das produções. No universo internético as informações são repassadas de modo rápido, o tempo máximo de um *story* no instagram é 60 segundos. É isso que estamos condicionadas a consumir. As novas gerações se enfadonhariam só de passar perto de um Alexandre Dumas (*O conde de Monte Cristo* com suas 1.400 páginas) ou de um Victor Hugo (*Os Miseráveis* com suas 1.500 páginas). Aos professores contemporâneos é exigido que se trabalhe com textos curtos, rápidos, objetivos e que transmitam em no máximo três ou quatro laudas um conteúdo que para ser compreendido adequadamente um curso médio de 360 horas seria insuficiente.

Isso impacta diretamente as produções organizadas, conhecidas como coletânea de textos. As coletâneas são produções coletivas que reúnem autores diversos que oferecem suas reflexões em torno de um tema comum. Elas possuem, sobretudo, uma unidade conceitual, teórica, política e/ou metodológica que demonstram sua validade como “obra” única.

Na lógica da Capes-caça-cliques os capítulos terão de ser individualizados, pois a divulgação da coletânea como um todo não só não vai despertar interesse do público que busca algo preciso, curto e rápido, como também será mais “pesada” para o *download* e ocupará mais espaço de armazenamento (embora haja solução tecnológica para isso).

Talvez essa dinâmica tenha um efeito colateral importante, que é o resgate do profissional de editoração que tem perdido espaço para a automação via inteligência artificial. Isto é, um capítulo em uma coletânea necessitaria ser individualizado para ser divulgado, contudo, são necessárias todas as informações acerca da própria coletânea, assim, os capítulos estariam contidos em um compilado onde poderíamos ter por exemplo, a capa, contracapa, sumário, apresentações e/ou prefácios, fichas catalográficas e finalmente o capítulo individualizado.

Enfim, temos ainda muitas questões e poucas respostas, mas o fato é que iremos resistir as tentativas de nos tornar caixeiros-viajantes da ciência, aqueles que no meu tempo de juventude vendiam a enciclopédia *Barsa* de porta-em-porta. Trata-se da mesma lógica, só que agora a venda é pela internet.

---

**A Terra é Redonda existe graças aos nossos leitores e apoiadores.**

**Ajude-nos a manter esta ideia.**

**[CONTRIBUA](#)**