

# **Métodos de financiación alternativos para revistas científicas indexadas: micropagos y *freemium***

Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón, Universitat Pompeu Fabra

Dr. Joaquín Marqués Pascual, Universitat de Barcelona

Dr. Pedro Mir Bernal Universidad de Navarra



## Resumen

En la Sociedad de la Banda Ancha, conseguir financiación para los contenidos de calidad (diarios digitales, blogs científicos o revistas científicas, por ejemplo) es el objetivo angular de la industria editorial. En el ámbito del periodismo digital se han consolidado modelos (no tanto resultados) como el *freemium* (una parte abierta, otra de pago), el *utility o metered* (pago tras una parte en abierto elegida por el lector), el *paywall* total (muro de pago que sacrifica el tráfico de lectores), el *micropagos* (pagos puntuales por actividades o evento concretos con banda ancha garantizada) o la franquicia (consecución de ingresos mediante delegaciones gracias a una marca consolidada).

En el campo de las revistas científicas indexadas, tradicionalmente financiadas gracias a las **suscripciones de universidades y entidades de investigación**, los recortes presupuestarios en el ámbito documental limitan las opciones de supervivencia, y eso que la revisión por pares es gratuita (curioso factor en la cúspide de la actividad académica, que en principio es la que debería ser más remunerada).

Teniendo en cuenta que la actividad científica, en general, proviene de **ayudas públicas** (en menor grado privadas), se exige a los científicos compartir sus descubrimientos con la comunidad, y ello se lleva a cabo mediante revistas indexadas.

El hecho que la mayor parte de esas revistas sean de pago total **coarta** la lógica de difusión de esos hallazgos.

El creciente coste de suscripción en este ámbito se arguye en términos de concentración de revistas científicas en manos privadas (empresas como Elsevier, Springer y Wiley), con la consiguiente búsqueda de beneficio en detrimento de la accesibilidad de la opinión pública. De ahí que emerja con fuerza el *open science*: el factor democratizador de Internet debe extenderse a todos los ámbitos. De esta manera se **incentiva** el trabajo científico en equipo. En esta comunicación proponemos dos fórmulas que funcionan en el mercado de los diarios digitales y que se pueden adaptar a los journals: los **micropagos** y el *freemium*. En el caso de los **micropagos**, se trata de divulgar el título y abstract del artículo para atraer la atención del público y que éste realice un pago modesto por su obtención: comprar la pieza individual y no el global allana el camino hacia el pago (alguna empresa del sector, como Common Ground, ya está llevando a cabo prospecciones de este tipo). En el caso *freemium*, la revista pone en abierto algún artículo siempre que previamente se haya pagado el resto de número.