

ANÁLISIS DEL CONTRATO DE LECTURA DE DOS PUBLICACIONES PERIÓDICAS DE CIENCIAS SOCIALES DE ARGENTINA: ESTUDIOS. REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS (UNC) Y ESTUDIOS SOCIALES (UNL)

READING CONTRACT ANALYSIS OF TWO ARGENTINEAN PERIODIC PUBLICATIONS IN SOCIAL SCIENCES: ESTUDIOS. REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS (UNC) AND ESTUDIOS SOCIALES (UNL)

Lic. Florencia María Páez
Doctoranda en Estudios Sociales de América Latina
Centro de Investigaciones y Estudios en Cultura y Sociedad (CIECS)
Universidad Nacional de Córdoba
fmpaez@gmail.com
Córdoba, Argentina

Resumen

Pretendemos con este trabajo efectuar un análisis del contrato de lectura de dos publicaciones periódicas de Argentina que se inscriben en el campo de estudios de las ciencias sociales. Partimos de las ideas de Eliseo Verón, esbozadas en “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica” (1984), y realizamos una apropiación de las categorías del autor teniendo en cuenta las particularidades propias de las revistas científicas y el modo de funcionamiento del subcampo de publicaciones de ciencias sociales del país, en íntima relación con los capitales en juego en el campo científico en general. Hemos escogido uno de los últimos números de cada una de las revistas Estudios del Centro de Estudios Avanzados de la UNC, y Estudios Sociales, de la Universidad Nacional del Litoral. Los criterios que fueron atendidos al momento de la elección de estas revistas apuntaron a la factibilidad de efectuar una comparación entre los contratos de lectura de ambas, según la propuesta de Verón en torno a este tipo de análisis. Este estudio nos permite profundizar nuestra comprensión del funcionamiento de la comunicación científica gráfica, puntualmente posibilita conocer las estrategias que las publicaciones despliegan para captar a los académicos (potenciales lectores y autores en las revistas) y para convencer de la calidad científica de su trabajo editorial a los encargados de elaborar índices y catálogos de publicación.

Palabras clave: contrato de lectura, publicaciones periódicas, Eliseo Verón, ciencias sociales.

Abstract

This paper intends to analyze two periodical publications of Argentina which enroll in the field of social sciences studies from the notion of ‘reading contract’ developed by Eliseo Verón. Based in ‘When reading is making: The enunciation in the discourse of print media’ (1984) this work takes into account the peculiarities of the sub-field of national scientific journals considering the dynamics of capital involved in this specific process of production. The lasts issues of ‘Studies’, from the Center of Advances Studies - of the National University of Córdoba- and ‘Social Studies’ -of the National University of Litoral- have been selected for this purpose. The criteria for choosing this specifics journals considered the feasibility of making a comparison between these two publications, taking Veron`s arguments in this type of analysis. This study allows us to deepen our understanding of how graphical science communication develops strategies to capture academics to turn them into readers or authors of their journals and to convince, about the quality of editorial work, those people in charge of the creation of indexes and catalogues.

Keywords: contract reading, periodical publications, Eliseo Verón, social sciences.

(Recibido el 18 de agosto de 2011)

(Aceptado el 9 de marzo de 2012)

Introducción

El artículo se ha realizado en el marco de la investigación que indaga en los cánones de la publicación de las ciencias sociales en Argentina. Puntualmente, se pretende con este trabajo efectuar un análisis del contrato de lectura (Verón, 1984) de dos publicaciones periódicas de Argentina que se inscriben en el campo de estudios de las Ciencias Sociales. Hemos escogido uno de los últimos números de cada una de ellas: las revistas *Estudios* del Centro de Estudios Avanzados de la UNC, y *Estudios Sociales*, de la Universidad Nacional del Litoral¹.

Los criterios que fueron atendidos al momento de la elección de estas revistas apuntaron a la factibilidad de efectuar una comparación entre los contratos de lectura de ambas, según la propuesta de Verón en torno a este tipo de análisis. También se consideró que las dos publicaciones forman parte del Núcleo Básico de Revistas del Centro Argentino de Informaciones Científicas y Tecnológicas (CAICyT) de CONICET, listado que reúne a las revistas del país que cumplen con los criterios de calidad editorial y científica reconocidos a nivel internacional.

Un estudio como el que se propone permite profundizar la comprensión del funcionamiento de la comunicación científica gráfica, puntualmente posibilita conocer las estrategias que las publicaciones despliegan para captar a los académicos (potenciales lectores y autores en las revistas) y para convencer de la calidad científica de su trabajo editorial a los encargados de elaborar índices y catálogos de revistas.

En el desarrollo de este trabajo procuraremos, por un lado, explicitar la perspectiva teórica y analítica propuesta en el trabajo, centrada en las categorías de Eliseo Verón (1984), teniendo en cuenta las particularidades propias de las revistas científicas y el modo de funcionamiento del subcampo de publicaciones de Ciencias Sociales del país, en íntima relación con los capitales en juego en el campo científico en general. Aquí la mirada de Pierre Bourdieu aporta también nociones fundamentales. En la otra parte del desarrollo, se aborda el análisis discursivo en torno a las diferentes secciones de las revistas que fueron sometidas a comparación: las portadas y las páginas de presentación institucional.

En las conclusiones se ponen en discusión algunas reflexiones generales y los interrogantes generados en el proceso del trabajo.

El Análisis del Contrato de Lectura: El caso de las Revistas Científicas

En “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica”, Verón se propone explorar lo que denomina “un nuevo territorio de la semiología” (1984: 171): el de los “efectos de sentido”, o del sentido de la recepción. Esta semiología de tercera generación pretende abarcar así el proceso completo desde la producción de sentido hasta la recepción, en la cual el texto es sólo “un punto de pasaje” del entramado de significaciones.

En el marco de este campo de estudios, Verón inclina la mirada hacia una problemática central: el funcionamiento de la enunciación. A diferencia del enunciado, que corresponde al orden del contenido, dice el autor, la enunciación atañe a “las modalidades del decir” (1984: 173), a las relaciones del locutor con lo que dice. En todo discurso existen signos que permiten reconstruir estas modalidades del decir, elementos lingüísticos como los pronombres personales y los deícticos, íntimamente ligados a la situación de enunciación en la que cobran sentido, pero también la utilización de imágenes y todas las decisiones referidas a la puesta en escena del discurso atañen a esta esfera de análisis.

Las modalidades del decir, expresa Verón, dan forma al “dispositivo de enunciación” de determinado discurso, el que comprende: la imagen del que habla o “el enunciador” (los lugares que se atribuye a sí mismo el actor social, también su relación con lo que dice); la imagen de aquel a quien se dirige el discurso o “el destinatario” (el lugar que el productor del

¹ Revistas *Estudios*, N° 21 Otoño de 2009. ISSN 0328-185X: “Identidades, miradas y nuevas configuraciones sociales en América Latina” y Revista *Estudios Sociales*, N° 34. Año XVIII- Primer semestre, 2008. ISSN 0327- 4934.

mensaje construye definiendo al lector); y la relación entre el enunciador y el destinatario propuesta en el discurso (1984: 173). Cabe aclarar que tanto el enunciador como el destinatario son entidades lingüísticas.

Entendemos entonces por “contrato de lectura”, según las premisas de Eliseo Verón, al dispositivo de enunciación de la prensa gráfica (en la cual las revistas científicas estarían incluidas) que implica las tres dimensiones enunciadas en el párrafo anterior.

En nuestro caso de estudio, cada una de las revistas construye un contrato de lectura particular. Lo que interesa a los autores es indagar en las diferencias y similitudes entre el propuesto por *Estudios* N° 21, y el construido por *Estudios Sociales* N° 34, para así analizar la especificidad de cada uno, siendo que a nivel del contenido y a nivel del público que “disputan”, son muy homogéneos.

Cabe una breve referencia a las particularidades de las publicaciones periódicas, y del campo (Bourdieu, 2003) en el cual ejercen su sentido e influencia, que es el científico.

Los discursos de la ciencia son avalados institucionalmente, ya que se configuran a partir del conjunto de convenciones, normas y procedimientos, de cánones de producción estipulados y legitimados por la comunidad de expertos. Las revistas científicas constituyen uno de los dispositivos institucionalizados en el campo que regula la visibilidad, la circulación y la evaluación de los discursos. Como expresa Patalano: “constituyen tradicionalmente el principal medio de comunicación y conservación de los avances de la ciencia –considerada en un sentido amplio-: tanto las ciencias puras y naturales como las sociales y humanidades- a través de la organización y publicación de artículos científicos que comunican el resultado de las investigaciones” (2005 s/n).

Al asumir un carácter “público”, y a través de la fuerza de la palabra escrita, determinados avances y perspectivas científicos entran en el juego de la discusión compartida y deliberada en la comunidad académica, aspecto muy característico de las ciencias modernas: el conocimiento precisa de la mirada y la devolución de los pares, una crítica interdependiente que funciona como mutuo “control” y legitimación. La autora anteriormente mencionada considera que la relevancia de las revistas científicas hace que la ciencia sea “ciencia publicada” (2005); “ciencia que no se ve, no existe”, es la frase que circula literal y tácitamente en los rumores del campo. Sin embargo, estos medios no son neutros. Plantea Bourdieu:

“(…) los instrumentos de difusión y, en particular, las revistas científicas que, por la selección que ellas operan en función de los criterios dominantes, consagran los productos conformes con los principios de la ciencia oficial, ofreciendo así continuamente el ejemplo de lo que merece el nombre de ciencia y ejerciendo una censura de hecho sobre las producciones heréticas, tanto rechazándolas expresamente, cuanto desanimando simplemente la intención de publicar por medio de la definición de lo publicable que proponen” (2005 s/n).

En los últimos años, la dinámica de la publicación se ha ido transformando y complejizando de manera creciente debido a varios factores, entre los que mencionamos: la utilización de la edición digital; la política cada vez más frecuente de acceso abierto a la información; el aumento creciente de revistas y de agentes en el campo con necesidad de publicar sus trabajos; y las dinámicas propias de la evaluación del trabajo académico a través de índices cuantitativos. Es así que la necesidad de dar visibilidad a la producción y el papel de la evaluación de la misma han generado un campo muy competitivo.

A nivel global la competencia asume una dinámica compleja en la que participan revistas muy diversas, de disciplinas heterogéneas y provenientes de países con características y niveles de inversión financiera en ciencia divergentes. En este contexto, las revistas latinoamericanas deben competir con las de países mucho más desarrollados en condiciones notorias de desigualdad presupuestaria.

Según las características del campo, la publicación en revistas especializadas y el índice de citación de los trabajos de un autor constituyen algunos de los capitales más importantes en juego. Es así que los académicos necesitan publicar, pero no otorga el mismo

prestigio ni el mismo potencial de citación, hacerlo en un medio de circulación limitada que hacerlo en uno de reconocido renombre.

A su vez, cuanta más visibilidad alcanzan las revistas (a nivel nacional pero especialmente a nivel internacional) mayores posibilidades tienen de ser consultadas por eruditos de todo el mundo y citadas en sus trabajos. Asimismo, no es igual el impacto de la cita de un investigador ya consagrado (que seguramente será posteriormente consultado y quizás citado), que la de alguien que recién se inicia en la carrera. De ahí que las publicaciones precisen captar la atención de especialistas que aumenten sus probabilidades de citación y su calidad científica, lo que atraerá la mirada de otros.

Sin embargo, para adquirir visibilidad las revistas no sólo precisan posicionarse en el horizonte de publicación de los autores y en el horizonte de consulta (y citación) de los lectores, también necesitan ubicarse en el nivel de status de calidad editorial-científico más jerarquizado en el subcampo de publicaciones a nivel internacional, para lo cual existen determinados cánones establecidos que determinan la “calidad editorial–científica” en cuestiones “de forma” (que consten de “páginas de presentación institucional”; que se mencione la periodicidad; que al inicio de cada artículo aparezca el membrete bibliográfico; entre otros²) y también “de contenido”.

El Núcleo Básico de Revistas del Centro Argentino de Informaciones Científicas y Tecnológicas (CAICyT) del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) del país, fue creado recién en el año 2001. Constituye un listado que reúne a las publicaciones periódicas que cumplen con los parámetros de calidad editorial mencionados. Para integrarlo, muchas revistas han tenido que efectuar modificaciones en función de los mismos. Tanto *Estudios* como *Estudios Sociales* están incluidas en dicho Núcleo.

Suponemos así, que las operaciones desplegadas en el contrato de lectura tanto de *Estudios* como de *Estudios Sociales*, estarán orientadas en esos 3 sentidos:

- hacia los posibles *autores*, que pueden aumentar su calidad y garantizar la periodicidad;
- hacia los *lectores*, que con probabilidad citarían a la revista, y
- hacia los *agentes encargados de evaluar las revistas* para su ingreso a bases de datos, que les otorgaría visibilidad.

Por lo general, al menos los dos primeros destinatarios mencionados suelen coincidir: son los académicos o investigadores que en un caso ejercen el rol de autoría y, en el otro, el de lector que “consume” el discurso de la revista, y con probabilidad lo cita.

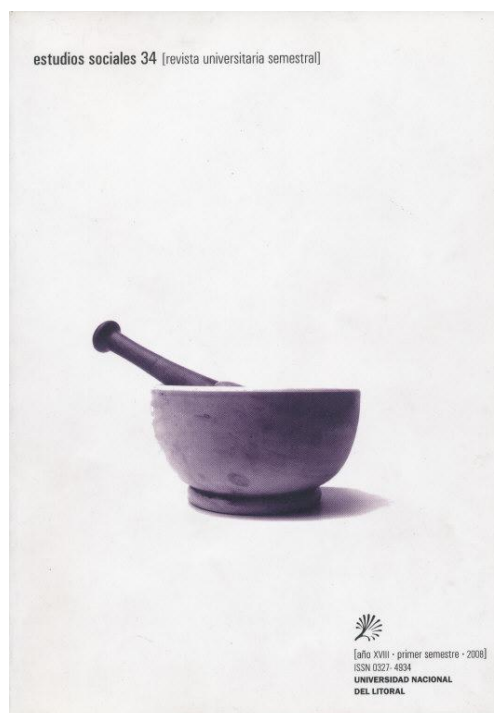
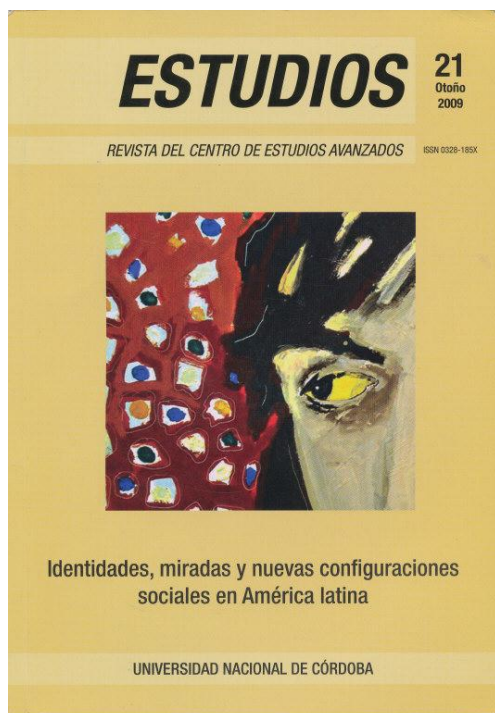
Efectivamente, el público al cual ambas están dirigidas es muy homogéneo: la comunidad académica de ciencias sociales y humanas. Esta población tiene códigos compartidos muy específicos: un lenguaje especializado, convenciones de citación y de referencias bibliográficas, un saber práctico que guía sus acciones vinculadas a la escritura de la ciencia y a la lectura –esta última orientada por la necesidad de “estar actualizado” permanentemente en la literatura científica- a la que se accede a través de este tipo de revistas.

En función de todo esto, se construye el interrogante: ¿Cuáles son las estrategias desarrolladas por *Estudios* y *Estudios Sociales* a través de sus contratos de lectura para posicionarse, captar al público de académicos (autores y lectores) y para integrar las bases de datos?

² Tomamos en referencia los parámetros de calidad editorial de Latindex. Pueden ser consultados en: <http://www.caicyt.gov.ar/latindex/parametros-de-calidad-editorial-latindex>

Distinciones en la portada

Para la construcción del contrato de lectura de la prensa gráfica, Verón propone el análisis de la portada como estrategia fundamental (1984: 175). Observemos las fotografías de las portadas de los dos números de las revistas en cuestión.



En nuestras revistas, como se puede observar, las portadas incluyen información básica sobre la identidad de las mismas en formato textual y una imagen, que en ambas ocupa un lugar central.

La imagen de la portada

En relación a las imágenes, se podría decir que ambas revistas las utilizan con un claro sentido estético³ y en algún punto referencial.

La imagen del mortero, en *Estudios Sociales*, es una imagen que se destaca por su sencillez y la utilización de un solo color con un leve tono de sombras. El diseño de la portada se basa en un concepto de la simplicidad. Si lo relacionamos con el nombre de la revista, su naturaleza, objetivos y el campo de estudios que abarca, la imagen está vinculada indirectamente a los “estudios sociales”. Es decir, si bien no aparece ninguna persona en la escena, el mortero se presenta como un producto de la acción humana, vinculado a la función esencial y cotidiana de la supervivencia: la alimentación.⁴

A su vez, la sola presencia de dicho objeto -que de por sí es un recipiente construido con un material de utilización muy común como la madera, que no requirió mucho proceso de elaboración, una figura pequeña y de contornos claros sobre un fondo en blanco- es un rasgo muy particular de la imagen del enunciador, el destinatario y el vínculo entre ambos en su contrato de lectura. Se podría aventurar a decir que el fondo blanco en la portada es el espacio vacío que el enunciador de *Estudios Sociales* cede al lector. De algún modo, el destinatario es

³ En *Estudios*, es literal la remisión al autor del dibujo de la portada y de imágenes que aparecen a lo largo de la publicación. En la página de presentación institucional se destaca el agradecimiento efectuado al mismo por parte de la revista.

⁴ Cabe mencionar, que en los otros números de esta revista los objetos que protagonizan las portadas asumen las mismas características de sencillez y un contenido social implícito.

definido con la capacidad de ser co-constructor del sentido del discurso científico que propone la publicación.

En la revista *Estudios*, en cambio, la imagen es compleja. Esta revista aborda, como sabemos, el campo disciplinar amplio de ciencias sociales. En esta portada, directamente el lector se encuentra con una persona de la que su mirada se encuentra destacada. No podemos dejar de vincular esa mirada con la temática del dossier: "Identidades, miradas y nuevas configuraciones sociales en América Latina". Este título también aparece en un lugar jerarquizado en la tapa. Podríamos decir que, con la presencia reiterativa de "la mirada" -tanto en la imagen como en el título del dossier- el enunciador reafirma la temática puntual de este número de *Estudios*. Es claro que la imagen ocupa un lugar central en el contrato propuesto al lector, y puntualmente la mirada: el fondo de los ojos, en lugar de ser blanco es amarillo, lo cual llama mucho la atención. Tanto el título como este subrayado representan estrategias pedagógicas a través de las cuales el enunciador enseña al lector qué tiene que interpretar con el dibujo, y por qué. A su vez, el hecho de que sea un dibujo y no una foto, hace que aparezca la intervención directa del enunciador: señala su voluntad de querer significar algo con esa imagen que muestra.

A pesar de constituir una imagen más caótica que la de *Estudios Sociales*, podemos decir que en *Estudios*, al haber más datos en escena y un signo indicial en la mirada del hombre que guía al lector hacia el lugar donde tiene que mirar, se reafirma esta estrategia pedagógica.

Los elementos textuales en la portada

En relación a los elementos textuales presentes en las portadas, nuevamente asistimos, en el caso de *Estudios Sociales*, a una economía de signos, que, sumada a la opción para el título de una fuente de letra tamaño pequeño, sin mayúsculas y ubicado en un vértice, refuerza la sensación de que el enunciador se ubica "al margen" del lugar de enunciación. ¿Querrá con esta estrategia generar en el lector una imagen de "objetividad"? Como es sabido, la calidad de la ciencia está históricamente vinculada con el ideario de la objetividad, es decir, con la ausencia del sujeto. El equipo editorial de *Estudios Sociales* confecciona con esto una imagen del "enunciador" que otorgaría confianza al lector en torno a la calidad científica (objetiva) de la revista.

En *Estudios*, ya desde la misma manera en que su nombre está expresado (en mayúscula, tamaño de fuente relativamente grande y en la parte superior de la portada, al centro) el enunciador aparece con más "presencia" y jerarquía que en *Estudios Sociales*. La ligazón directa al nombre del Centro de Estudios Avanzados, refuerza la idea de que *Estudios* se presenta con autoridad para ejercer el rol de la publicación científica en estas áreas del conocimiento. Según Costa y Mozejko, esto se denomina "gestión de la competencia" (1984: 24), entendiendo por competencia la "capacidad diferenciada de relación fundada en el control diferenciado de propiedades y/o recursos eficientes, y en las orientaciones de uso y gestión de las mismas" (1984: 27). El sujeto social productor de *Estudios* destaca en la portada el hecho de ser "la revista del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba", haciendo uso de esta propiedad que -él sabe- interviene en la definición de su competencia: esta institución universitaria es muy reconocida por su trayectoria en el ámbito de las ciencias sociales del país, también de otros países. Asociar directamente el nombre de la revista con el del CEA es un modo de "citar" su palabra, de incorporar su presencia en el propio discurso, su aval. El CEA se convierte así en una autoridad que respalda la competencia y la legitimidad de *Estudios*.

En la primera revista, en cambio, la referencia institucional que podría ser "garantía" de su calidad, la Universidad Nacional del Litoral, es ubicada en un vértice inferior, nuevamente con un tamaño de fuente pequeño. Sin embargo, el nombre de la publicación figura asociada al rasgo de ser "revista universitaria semestral", con lo cual también se acude al prestigio que la universidad tiene como institución central en la producción y difusión de conocimientos de calidad.

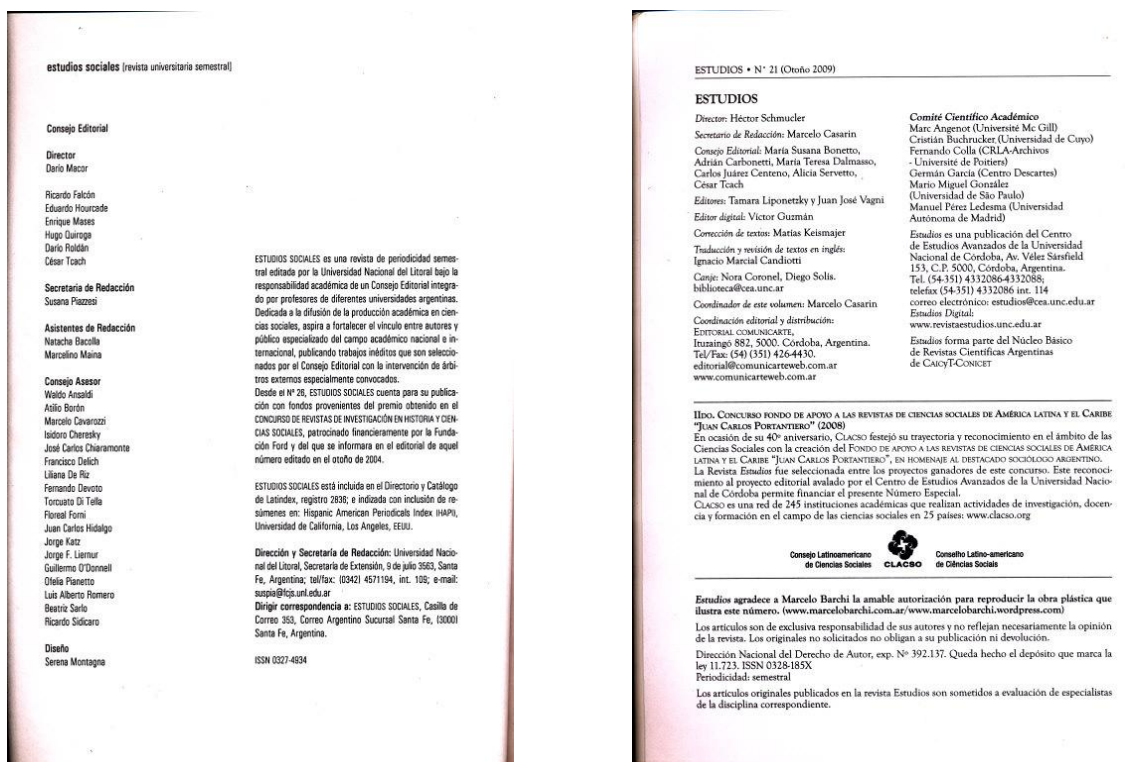
En la publicación del CEA, llama la atención el modo en que está señalado el momento de aparición de la edición: “Otoño 2009”. El término “otoño”, ubicado con esta función concreta, no respondería a los códigos del lenguaje científico, del que se espera exactitud y claridad (Day, 1996). Podríamos proponer incluso que se acerca más a “lo esperable” en el tipo de lenguaje literario. Consideramos que constituye otra estrategia de *Estudios* en su contrato de lectura, que está en sintonía con la persistente apuesta, a lo largo de todo el número, de incorporar obras de arte al comienzo de cada sección. Esto también puede mostrar un puente de estrecha vinculación entre Ciencias Sociales y Humanidades, en la propuesta de la revista.

Encontramos otros elementos lingüísticos en las dos portadas, que consideramos están incorporados en cumplimiento de los parámetros de calidad editorial estipulados por organismos como CAICYT y Latindex. Estos son: el número de ISSN y el número correspondiente a cada revista. Como veremos más adelante en el análisis de las páginas de presentación institucional de las publicaciones, también allí son atendidas las especificaciones a nivel formal que se sugieren en los parámetros de calidad editorial de las bases de datos.

Al igual que *Estudios*, *Estudios Sociales* define también un dossier temático para cada número. Sin embargo, como ya fue mencionado, esto es presentado en la portada de la primera, no así de la segunda. Cabría conjeturar que para los editores del CEA la exhibición del título del dossier en la portada de la revista supone una estrategia de captación de un determinado público vinculado a la temática puntual que se presenta, cuestión que no parece valorarse del mismo modo por el equipo de *Estudios Sociales*.

En relación a la página de presentación institucional

La sistematización y el análisis de los elementos presentes en las páginas de presentación institucional de las dos revistas que estamos analizando remite a las siguientes consideraciones.



La sólo existencia de estas “páginas de presentación institucional” es, como en otros casos ya mencionados, un signo de cumplimiento de los criterios de evaluación de calidad.

Los contratos de lectura contruidos por quienes hacen *Estudios* y *Estudios Sociales*, según puede percibirse en sus páginas de presentación institucionales, son muy similares. Ambas incluyen una breve descripción de la revista; un “Comité editorial”; un Consejo “Asesor” o “Científico Académico”; exhiben la información de estar incluidas en catálogos, los datos para el contacto de los lectores y los premios obtenidos.

Salvo la mención de los premios, todos los demás aspectos son criterios de calidad editorial tenidos en cuenta por las bases de datos (nacionales e internacionales) para la inclusión de revistas. Esto anuncia, en cierta medida, el seguimiento de las pautas propuestas por el “canon de publicación” hegemónico en el subcampo de revistas, que de algún modo tiende a homogeneizar (cuando menos “en forma”) a los proyectos editoriales de las revistas científicas.

La revista *Estudios Sociales* efectúa una definición de sí misma en dos párrafos que consideramos importante transcribir:

“Estudios Sociales es una revista de periodicidad semestral editada por la Universidad Nacional del Litoral bajo la responsabilidad académica de un Consejo Editorial integrado por profesores de diferentes universidades argentinas. Dedicada a la difusión de la producción académica en ciencias sociales, aspira a fortalecer el vínculo entre autores y público especializado del campo académico nacional e internacional, publicando trabajos inéditos que son seleccionados por el Consejo Editorial con la intervención de árbitros externos especialmente convocados.”

La remisión efectuada en estos párrafos condensa, de manera literal, atributos propios del canon hegemónico que establece la comunicación “esperable” de la “buena ciencia”:

- el origen universitario;
- la responsabilidad del grupo de académicos de diversas universidades del país (que garantizaría una edición no endógena, sino abierta y transparente);
- el carácter nacional e internacional de los autores (que refuerza el efecto de apertura ya mencionado);
- la opción por la publicación de trabajos “inéditos”, y
- la selección de los mismos a través de evaluadores externos (sistema aceptado por la comunidad académica como legítimo).

Cabe aclarar que en *Estudios* estas características aparecen en el número, pero desarticuladas en diferentes partes del mismo. La participación de académicos de prestigiosas universidades se exhibe directamente a través de los nombres que integran el Comité Científico Académico y la especificación de la Universidad de que proviene cada uno.

Encontramos en *Estudios Sociales*, nuevamente, la preponderancia del color blanco. Consultando los otros números de esta revista podemos decir que el blanco es una apuesta permanente, que remite –además de las vinculaciones ya mencionadas- a un concepto de claridad, limpieza e incluso de transparencia.

El diseño en esta revista aparece con un posicionamiento muy claro y estratégico: la simplicidad y la economía de signos. Probablemente esta opción estará vinculada a otorgar a los investigadores y a los evaluadores de revistas la idea de “sobriedad”, “seriedad” y, como decíamos, de “objetividad”. Estos últimos, sabemos, son valores muy arraigados en la construcción que la comunidad académica ha creado a lo largo de la historia en torno a lo que es considerado “la buena ciencia”.

Claramente, en ambas revistas, el destinatario es construido como ilustrado, conocedor de los códigos de las publicaciones y de la ciencia.

Dicen Costa y Mozejko: “la referencia a otros enunciadores se convierte en una manera de dar cuenta del lugar que ocupa el yo dentro de un sistema de relaciones” (2002: 33). Nuevamente la revista *Estudios* acude a una institución de renombre en el campo de ciencias sociales argentino y de América Latina: el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Al igual que con el CEA en la portada, en este caso, el lugar destacado para la asociación de *Estudios* con CLACSO, marca un criterio de autoridad que respalda su trabajo editorial, al mencionar el premio recibido de este Consejo y al reforzar su prestigio con su logo.

Conclusiones

Más allá de algunas diferencias que logramos percibir entre ambas revistas en el plano de sus contratos de lectura, es notable la homogeneidad entre estos. Podemos suponer que la existencia de un canon hegemónico de publicación en las ciencias unifica gran parte de las modalidades del decir en estos medios de comunicación, no solamente en los dos casos en análisis, sino en muchos otros de la Argentina y del mundo.

Como ya proponíamos en otro trabajo, los cánones de publicación funcionarían como modelos, como guías, como referencias en relación al ideal hegemónico de “ciencia”, entendiéndose que hoy las revistas científicas constituyen el medio por excelencia de comunicación entre pares, para el mutuo control y reconocimiento; los “contratos de lectura” que se proponen a los lectores y autores incidirían también en la definición de la ciencia aceptable y, por esto, “publicable”. Podríamos decir que en las revistas analizadas a nivel de sus contratos de lectura se encuentran signos que refuerzan esta idea: estrategias homogéneas que responden al modelo hegemónico y algunas diferencias secundarias, que a su vez no dejan de estar en “armonía” con aquel (o al menos no lo contradicen).

Es decir, un conjunto de operaciones de los contratos de lectura son convenciones de la publicación creadas por fuera del ámbito de acción de los cuerpos editoriales de las revistas: las revistas proponen a los lectores contratos que a la vez les son propuestos a ellas. ¿Qué tipo de instituciones propone estos cánones de publicación? ¿Son instancias nacionales, regionales, o de otros lugares del mundo? ¿En Argentina se adoptan estos modelos con autonomía?

Como advertimos, las revistas de las universidades –que cuentan con pocos recursos para dar sostenimiento a la edición- pueden participar en concursos para conseguir premios, los que se traducen en financiamiento. Este “anzuelo” financiero podría ser uno de los lugares donde se determinan las características del modo adecuado de publicación, ya que las instituciones que otorgan recursos económicos y visibilidad a las revistas inciden en su adaptación a las normas de calidad editorial dominantes.

Según podemos advertir, este canon persigue generar una imagen de sí de objetividad, transparencia, seriedad, amplitud y prestigio. Todos atributos vinculados al ideal de ciencia consagrado en la comunidad de académicos, que podemos vincular con el discurso de la modernidad, de raíz eurocéntrica, y al modelo “heredado” de las disciplinas científicas hegemónicas (mal-llamadas “duras”).

En *Estudios Sociales* la configuración de elementos lingüísticos y de diseño es muy coherente en este sentido. El discurso científico genera que el enunciador no modalice lo que dice, y que lo haga de un modo impersonal: un enunciador objetivo e impersonal habla del “discurso verdadero”. En *Estudios*, una estrategia distinta busca generar en el lector la misma idea: la presencia más activa del enunciador (en la imagen- dibujo; con una tipografía que jerarquiza el nombre de la revista; la apelación a instituciones que refuerzan su prestigio; etc.) lo posiciona como un interlocutor científico de confianza y con autoridad en el campo, incluso su construcción como un enunciador pedagógico podría reforzar este contrato que busca generar confianza en el lector-autor.

Las otras estrategias, no especificadas por este canon, son el margen de libertad a través del cual pueden optar verdaderamente y asumir tal o cual operación. Así observamos, por ejemplo, la apuesta de *Estudios* a la incorporación de obras de arte en la revista: la fusión de ciencia y arte podría interpretarse como un carácter desafiante, en el sentido de superación

de la separación de estas áreas del saber, la disciplinarización, que constituye uno de los pilares sobre los que el discurso moderno de la ciencia se ha construido a lo largo de la historia.

En ambas revistas, podemos decir luego de una indagación exploratoria de otros números, las operaciones de enunciación detectadas son estables a lo largo del último tiempo de vida de las mismas, otorgando estabilidad a la relación entre el medio y los lectores.

Según Verón, el éxito o fracaso de medios gráficos con contenido semejante que se disputan un mismo público, depende de las “modalidades del decir” (1984). Luego del análisis efectuado en el caso de las publicaciones *Estudios* y *Estudios Sociales*, surge el interrogante: ¿Su éxito o fracaso depende de sus contratos de lectura o de otras cuestiones vinculadas a las características del campo científico? Los autores consideran que los contratos de lectura tienen una incidencia fuerte en esto, pero también otros aspectos influyen.

Por ejemplo, la posibilidad de gestionar con periodicidad la revista, que depende de factores como los recursos financieros y el personal con dedicación con que cuenta la publicación para hacerlo. Esto es clave para entender por qué revistas científicas de prestigio internacional, que comparten un mismo público y un mismo campo temático, tienen niveles de éxito tan disímiles: la visibilidad de las de países dependientes es mucho menor que la de los países centrales.

Por otra parte, retomando el papel de los contratos de lectura en el éxito de las revistas para captar el interés del público, pensamos que sería productivo también analizar los contratos de lectura propuestos por las publicaciones a los autores que quieren postular sus trabajos, a través de las “convocatorias” de artículos. Es a través de éstas que muchas veces los autores se acercan a las revistas. En algunas especifican la temática del dossier del número para el que se está convocando. Se puede percibir allí también el nivel de “dificultad o facilidad” con que se presenta el procedimiento para publicar, entre otros aspectos, que serían fuertemente valorados por los autores al momento de elegir o no dónde publicar. Otras operaciones de las revistas en las convocatorias podrían estar dadas mediante la información que se aceptan trabajos para distintas secciones como “entrevistas”, “ensayos”, entre otras, además de la más jerarquizada por el canon hegemónico: la sección “artículos”. Muchos autores pueden sentirse seducidos por esta opción. También el análisis de las “Normas de presentación de trabajos” que suelen ser exhibidas por los comités editoriales, podría aportar elementos importantes en la valoración de la relación entre el medio y su público- autor.

Las distintas estrategias desplegadas en el orden de la enunciación de las revistas buscan captar la atención de los autores, lectores y catálogos. Asimismo, es preciso señalar que en algún punto también los *autores* son quienes compiten entre sí para lograr un lugar en las revistas. Son quienes deben desplegar una serie de operaciones discursivas para convencer a las revistas, y a los evaluadores a los que ellas acuden, que su aporte es beneficioso para ellas y para “la ciencia”. Sería interesante analizar cuáles son sus estrategias discursivas para posicionarse en las revistas. ¿Cuáles son las diferencias en el plano del contrato de lectura, presentes en los trabajos? Con seguridad también aquí se advertiría la influencia del “canon de publicación” dominante. Los autores conocen las reglas declaradas y tácitas que regulan la escritura y la publicación científica, con lo cual utilizan ese “saber hacer” para ingresar al nivel de status de “lo publicable”.

Podríamos decir que es un juego complejo donde se cruzan múltiples procedimientos de seducción, tanto por parte de las revistas para atraer a los autores, a los lectores y a los catálogos de revistas y por parte de los autores para atraer la aceptación de las revistas y de los evaluadores con sus trabajos.

El análisis efectuado brinda información importante que puede guiar en la comprensión de las estrategias desplegadas por las revistas para posicionarse en el horizonte de publicación de los autores, en el horizonte de consulta (y citación) de los lectores-académicos y en el nivel de status de calidad editorial- científico más jerarquizado en el subcampo de publicaciones del país (pero también a nivel internacional).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, P. (2003): *El oficio de científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Barcelona, Anagrama.

----- (2005), *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires, Nueva Visión.

COSTA, R. L. y Mozejko D. T. (comp.) (2002): *Lugares del decir. Competencia social y estrategias discursivas*. Rosario, Homosapiens Ediciones.

DAY, R. A. (1996): *Cómo escribir y publicar trabajos científicos*. Washington, Organización Panamericana de La Salud.

PÁEZ, F. M. (2010): “Una aproximación a los Cánones de Publicación de las Ciencias Sociales de Argentina” en *Revista Question* N° 26, La Plata, Universidad Nacional de La Plata.

PATALANO, M. (2005). “Las publicaciones del campo científico: las revistas académicas de América Latina” en *Anales de Documentación, Revista de Biblioteconomía y Documentación*, Núm. 8, Universidad de Murcia, España, pp. 217- 235.

VERÓN, E. (1984): “Cuando leer es hacer. La enunciación en el discurso de la prensa gráfica”. En *Fragmentos de un tejido*. Barcelona, Gedisa.

Revistas Científicas Analizadas

Estudios (2009): N° 21 “Identidades, miradas y nuevas configuraciones sociales en América Latina”. ISSN 0328-185X. Córdoba, Centro de Estudios Avanzados, UNC.

Estudios Sociales (2008): N° 34. Año XVIII- Primer semestre, 2008. ISSN 0327- 4934. Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral.