

# Dimension esthétique de la médiation éditoriale dans les revues scientifiques brésiliennes de sciences de l'information

*Dimensão estética da mediação da informação nas revistas científicas brasileiras de ciência da informação*

*Aesthetic dimension of information mediation in brazilian science magazines of information science*

Martha Suzana Cabral Nunes – Telma de Carvalho – Maria Edite Santos de Araújo – Paulo Roberto Fernandes Júnior

Universidade Federal de Sergipe (UFS)

marthasuzana@hotmail.com, telmacarvalho@yahoo.com.br, editehr@gmail.com,

paulo.r\_junior@hotmail.com

---

## Résumé

Cet article aborde la dimension esthétique de la médiation de l'information observée dans les revues scientifiques de la science de l'information au Brésil. Il est basé sur l'hypothèse que la médiation de l'information a des dimensions différentes, parmi lesquelles la dimension esthétique, qui, selon Gomes (2014), permet d'observer la beauté représentée par le processus du médiateur. L'objectif est d'analyser la dimension esthétique de la médiation de l'information dans les revues scientifiques des Sciences de l'Information et de la Communication au Brésil. Nous avons utilisé la recherche bibliographique et la recherche empirique obtenue à partir de l'application de questionnaires en ligne avec les éditeurs des revues étudiés. L'analyse obtenue permet de déduire que les revues comptent sur des professionnels qui ont une expérience minimale de trois ans dans la branche de l'édition et qu'ils ont des capacités spécifiques pour le travail avec l'édition scientifique. En outre, la dimension esthétique de la médiation de l'information est travaillée consciemment et inconsciemment par les éditeurs, et des critères tels que style, couverture, stratégies de communication et diffusion sont adoptés pour promouvoir la médiation éditoriale entre les revues scientifiques et leurs interlocuteurs.

**Mots-clés :** revue scientifique, Brésil, Sciences de l'Information et de la Communication, médiation éditoriale, esthétique.

---

## Resumo

Aborda a dimensão estética da mediação da informação observada nas revistas científicas da Ciência da Informação no Brasil. Parte do pressuposto de que a mediação da informação possui diferentes dimensões, dentre elas a dimensão estética, a qual, segundo Gomes (2014), permite observar a beleza representada pelo processo mediador. O objetivo é analisar a dimensão estética da mediação da informação nas revistas científicas de Ciência da Informação no Brasil. Utilizou-se de pesquisa bibliográfica e pesquisa empírica obtida a partir da aplicação de questionários on-line com os editores das revistas investigadas. A análise obtida permite inferir que as revistas contam com profissionais que possuem experiência mínima de três anos no ramo da editoração e que possuem capacitações específicas para o trabalho com a editoração científica. Além disso, a dimensão estética da mediação da informação é trabalhada de modo consciente e inconsciente pelos editores, e critérios como estilo, capa, estratégias de comunicação e disseminação são adotados para promover a mediação editorial entre as revistas científicas e seus interlocutores.

**Palavras-chave :** revista científica, Brasil, Ciência da Informação, mediação editorial, estética.

---

## Abstract

It is about the aesthetic dimension of information mediation observed in the scientific journals of Information Science in Brazil. It is reasoned on the assumption of the mediation of information has different dimensions, among them the aesthetic dimension, which, according to Gomes (2014), allows us to observe the beauty represented by the mediator process. The objective is to analyze the aesthetic dimension of information mediation in the scientific journals of Information Science in Brazil. We used bibliographic research and empirical research obtained from the application of online questionnaires with the editors of the journals investigated. The obtained analysis allows to infer that the magazines count on professionals who have minimum experience of three years in the branch of the publishing and that they have specific capacities for the work with the scientific publishing. In addition, the aesthetic dimension of information mediation is worked consciously and unconsciously by editors, and criteria such as style, cover, communication strategies and dissemination are adopted to promote editorial mediation between scientific journals and their interlocutors.

**Keywords:** scientific journal, Brazil, Information Science, editorial mediation, aesthetics.

---

Pour citer cet article :

Nunes, Martha Suzana Cabral, Carvalho, Telma de, Araújo, Maria Edite Santos de, Fernandes Júnior, Paulo Roberto (2018). « Dimension esthétique de la médiation éditoriale dans les revues scientifiques brésiliennes de sciences de l'information ». In Chaudiron S., Tardy C., Jacquemin B. (dir.). *Médiations des savoirs : la mémoire dans la construction documentaire. Actes du 4<sup>e</sup> colloque scientifique international du Réseau MUSSI. Médiação dos saberes : a memória no contexto da construção documental. Anais do 4<sup>o</sup> colóquio científico internacional da Rede MUSSI*, Villeneuve d'Ascq : Université de Lille, p. 109–118.

## 1 Introduction

Les études sur la médiation de l'information dans le domaine des Sciences de l'Information et de la Communication au Brésil sont récentes. Elles offrent de nombreuses possibilités de développement de recherches et de projets visant à sa compréhension comme processus contribuant à une large participation des acteurs, des dispositifs, des ressources, des politiques et des institutions responsables de l'accès, de l'appropriation et de l'utilisation de l'information.

La médiation de l'information peut revêtir des dimensions différentes comme les dimensions dialogiques, esthétiques, formatives ou éthiques (Gomes, 2014). Gomes a transposé dans le domaine informationnel la perspective d'une dimension esthétique de la médiation de l'information, considérant qu'elle peut et doit conduire à la connaissance, au plaisir et au sens du beau.

Les revues scientifiques de Sciences de l'Information et de la Communication comme espace où se mettent en forme, en circulation et en mémoire les recherches conduites dans la spécialité peuvent-elles être un espace de reconnaissance mutuelle? Les formes éditoriales proposées participent-elles au sentiment d'appartenance à la communauté science de l'information? Pour répondre à ces questions nous développerons une analyse de la dimension esthétique de la médiation en nous plaçant du point de vue des éditeurs de revues scientifiques évaluées par la Coordination du personnel de l'enseignement supérieur (CAPES) avec un indice de qualité Qualis et sur la base des travaux de Viviane Couzinet, Henriette Ferreira Gomes, Oswaldo Francisco de Almeida Júnior, Gérard Régimbeau.

La recherche porte sur un corpus de vingt-et-une revues étudiées de 2013-2016 sur la base de l'analyse documentaire et de l'analyse de contenu de Bardin (2011) et sur les données collectées sur la plateforme *Google Docs*. Il s'agira de mettre au jour les interactions auteurs-éditeurs lors de la soumission des manuscrits et de caractériser les dispositifs pour guider les auteurs dans la soumission des articles, de comprendre quelle perception de leur rôle de médiateur ont les éditeurs et de caractériser les processus et dispositifs de réception, d'évaluation et d'édition des revues scientifiques étudiées.

Après avoir discuté la notion d'esthétique dans la médiation éditoriale, nous exposerons notre méthode et commenterons les résultats obtenus. Le travail empirique permettra d'apporter une contribution au débat et à la compréhension du processus de médiation dans son essence et à l'analyse de ce processus dans la dimension esthétique adoptée par les revues.

## 2 La médiation de l'information et des revues scientifiques

Dans le contexte des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), considéré comme « [...] le domaine qui étudie l'action de médiation entre l'information et la connaissance à travers l'individu » (Barreto, 2002), la médiation se présente comme un processus qui se déroule à partir de l'interrelation entre les sujets, ce qui présuppose entre eux un changement contribuant à l'amélioration de leurs condition.

Par conséquent, la recherche dans le cadre des SIC sur la médiation a acquis une plus grande dynamique concernant la formation de groupes de recherche ainsi qu'une augmentation des programmes de Post-graduation à partir des années 1960. Ces derniers étaient occupés à enquêter sur le processus de médiation en tant que perspective sociale cognitive, identifiant la médiation comme une observation privilégiée des phénomènes visant à promouvoir l'accès, la diffusion, la circulation et l'utilisation des informations dans des environnements d'information.

Ainsi, la médiation a été étudiée plus fortement dans les SIC qui proposent un regard plus axé sur les questions liées aux processus individuels et collectifs de l'appropriation de l'information. En ce sens, des études sur les utilisateurs, sur le développement de stratégies de recherche et sur l'intelligence artificielle ont été introduites dans le domaine à partir de 1970.

On peut voir la médiation de l'information dans toutes les actions développées par les professionnels de l'information, afin de permettre l'appropriation de l'information par l'utilisateur (Almeida Júnior, 2009).

## 2.1 Les approches théoriques sur la médiation de l'information

Nous partons de la définition de la médiation par Almeida Júnior (2015, 25), qui la présente comme :

« Toute action d'interférence – réalisée dans un processus par un professionnel de l'information et dans l'ambiance d'un espace d'information –, directe ou indirecte, consciente ou inconsciente, singulière ou plurielle, individuelle ou collective, vise l'appropriation d'informations qui répondent, partiellement ou momentanément, à un besoin informationnel, générant des conflits et de nouveaux besoins informationnels » (Almeida Júnior, 2015, 25).

Almeida Júnior parle sur l'importance de la médiation dans les espaces d'information, soulignant la responsabilité professionnelle d'observer chaque espace où il est possible de produire leurs actions d'interférence, que ce soit partiel ou momentané.

Nous comprenons aussi la médiation de l'information selon Régimbeau (2011, 98) « [...] comme un processus de communication prenant pour objet les idées, le contexte technique, le contenu et la pratique (sociale, économique, politique...) [...] ». En ce sens, l'interaction entre les éléments constitutifs du processus de médiation, qui peut avoir lieu entre les professionnels, les chercheurs et le grand public, dans un réseau complexe d'interactions et d'échanges qui caractérisent les médiations hybrides en tant que producteurs de connaissances (Couzinet, 2009).

De même, nous mettons en évidence ici les différentes dimensions avec lesquelles nous pouvons caractériser le processus de médiation, en particulier la dimension dialogique, étant entendu qu'elle est fondée sur l'essence de la communication et l'interaction entre les sujets, ce qui fait émerger, comme indiqué par Gomes (2014), les subjectivités avec lesquelles les sujets, conscients ou non de cette potentialité, génèrent des significations.

En accédant à l'information par la médiation, le processus sera complété par l'appropriation de l'information afin d'élever la perception du monde de l'individu, son niveau d'interaction dans la communauté et la conscience de son rôle comme protagoniste, et cela se reflète plus expressément par la relation qui s'établit entre sujet, information et environnement de manière harmonique et cyclique.

Almeida Júnior (2015) indique qu'assister l'utilisateur et les autres actions du travail de l'information est réalisé par la médiation et que cela, à son tour, n'est pas neutre pour la réalité et pour l'expérience de la vie de la personne qui effectue, mettant ainsi en lumière les formes de médiation implicite et explicite. Ainsi, parmi ces deux formes de médiation, la recherche qui a été développée utilise le concept de médiation implicite et explicite, puisque le processus éditorial se déroule avec ou sans participation directe des utilisateurs.

## 2.2 Dimension esthétique de la médiation de l'information et des revues scientifiques

L'esthétique, en tant que discipline philosophique, a été développée par Baumgarten au <sup>xx</sup>e siècle pour faire face à la connaissance sensible, celle qui s'oppose à la connaissance objective et rationnelle, en s'établissant au niveau sensible de l'esprit. Dans son livre *Aesthetica*, Baumgarten fait revivre la valeur de l'esthétique, pas toujours correctement observée ni pensée en philosophie (Cecim, 2014, 3).

Les écrits de Baumgarten nous permettent de comprendre l'esthétique comme « [...] (théorie des arts libéraux, gnoseologie inférieure, l'art du penser magnifiquement, l'art analogue à la raison) la

science de la connaissance sensorielle », pour tenter d'établir comme discipline autonome, distinguant deux niveaux différents de perception des choses : « [...] les choses connues [...] sont liées à la faculté supérieure et sont l'objet de la logique ; les choses perçues [...] sont connues par les facultés inférieures, étant l'objet de la science de la perception sensorielle » (Ferreira, 2014, 169-170).

De cette façon, on peut dire que l'étude de l'esthétique en tant que discipline, ainsi que d'un point de vue utilitaire, l'éthique et la logique qui marquent les philosophies traditionnelles, transpose l'intérêt d'observation du beau et de la connaissance sensible, mais non sans rapporter à notre représentation. En d'autres termes, l'analyse de l'esthétique des choses, selon Baumgarten, besoin de la reconnaissance par le sujet des objets sensibles, ce qui se produit au niveau de la pensée individuelle (Cecim, 2014, 11).

Ainsi, chez Baumgarten, l'analyse du beau d'un point de vue esthétique comme beau subjectif est autorisée par la capacité de représentation du sujet à reconnaître par la pensée la beauté et la perfection, qui diffère d'un sujet à l'autre à partir de leurs expériences respectives (Cecim, 2014, 11).

Par conséquent, l'espace de la revue devrait encourager la médiation dans sa dimension esthétique, comme possibilité d'étendre les effets qu'il propose, dans un premier temps la diffusion de l'information scientifique, ensuite la création d'environnements de lecture et d'accès à l'information, enfin la discussion théorique-empirique du domaine auquel il appartient. En plus de ces possibilités, l'accent est mis sur la culture et sur le développement d'attitudes proactives.

Dans le milieu universitaire, les revues scientifiques sont devenues des moyens considérables de diffusion de la communication scientifique et universitaire, avec des propriétés caractéristiques à l'échelle mondiale et des particularités impactant leur diffusion, leur régularité et leur production propre de la connaissance, et la mise en place d'une politique éditoriale de publications en lien avec les membres experts (Feitosa, 1994).

De plus, il faut comprendre que le processus de communication qui caractérise les revues scientifiques est propice à l'observation de la médiation, parce que, selon Gomes, « [ils] constituent le lieu de la médiation, impliquant un processus de partage objectif et intersubjectif à travers lequel les sujets impliqués dans ce partage génèrent toujours des significations » (Gomes, 2014, 48)

Les revues se révèlent comme un moyen de médiation de l'information privilégié, offrant des possibilités non seulement de diffusion des progrès de la science, mais aussi de reconnaissance des domaines scientifiques, en tant que mécanisme qui soutient l'activité de la recherche et la relation entre les chercheurs (Couzinet, 2015).

La dimension esthétique de la médiation de l'information « [...] donne de la beauté à la médiation et du plaisir à ceux qui en font l'expérience » (Gomes, 2014, 52). Elle affirme le rôle de la langue dans la médiation et la nécessité d'association à un domaine de cette langue et des signes pour le médiateur afin de favoriser la rencontre parfaite entre l'utilisateur et l'information. La construction de cette dimension esthétique repose, selon Gomes, sur des dispositifs qui créent du sens comme « [...] les techniques, les outils, les supports, les ressources, les agents et les processus » (Gomes, 2014, 51), ainsi que l'action sémiotique et la conscience des agents interlocuteurs impliqués dans le processus de médiation.

Afin de mieux comprendre la dimension esthétique de la médiation de l'information, il est nécessaire de partir de la notion d'information esthétique, conçue comme un « *épistémé aisthétiké*, un savoir transdisciplinaire qui traite des choses sensibles (*aisthésis*) » (Gomes, 2017, 162). Selon l'auteur, l'information esthétique diffère de l'information sémantique en permettant la représentation des sens et de l'imagination, non limitée au caractère objectif et fermé qui engage la beauté de l'interprétation et de l'interaction avec l'information (Gomes, 2017). Afin de mettre en évidence ces différences, le Tableau 1 représente ces dichotomies qui permettent d'identifier plus clairement la nature de l'information esthétique :

Ces différences renforcent la caractéristique de l'information esthétique qui est au cœur de la dimension esthétique de la médiation de l'information. Pour développer des actions de médiation, par conséquent, il faut comprendre ces caractéristiques afin d'explorer et de promouvoir le ren-

Paramètres	Informations sémantiques	Informations esthétiques
La forme de saisie	Logique, cohérent et systématique	La perception totaliser des sens ou la faculté de sentir
En ce qui concerne la traductibilité	Intelligibles par les membres de la même matrice socioculturelle	Maintient la spécificité de son système de décodage et de ses propres symboles
Épuisement des messages	Traduit et épuisé dans la première lecture, sa répétition est inutile car il n'ajoute pas de nouveaux éléments	Il ne s'épuisera pas dans la première fois, il permet plusieurs approches par différents récepteurs, et dans le même récepteur. Dépend de l'expérience du récepteur
Quant au nombre de canaux simultanés	C'est un message unique, transmis par un seul canal afin de ne pas disperser le récepteur	Utilise plusieurs messages qui se rapportent au récepteur sur plusieurs canaux simultanément
La création d'états internes	Il ne vise pas à produire la création d'états intérieurs, ne prédisant que la relation signe-sens	Il est flexible et peut déclencher chez le récepteur une illusion, une spontanéité imaginative, un état d'extase
Quant au pouvoir de la persuasion	Il tente de convaincre le récepteur à travers d'une argumentation stratégiquement systématisée et validée par les sciences	Il vise à séduire le récepteur, en obligeant le sujet à exercer ses capacités sensibles et le retour de ses expériences subjectives

**Tableau 1.** Nature de l'information sémantique X nature de l'information esthétique.  
Source : adapté de Gomes (2017).

contre de la beauté dans la subjectivité qui entoure le processus de médiation et l'appropriation des informations.

L'analyse de l'esthétique, et plus précisément de la dimension esthétique de la médiation de l'information dans le cadre des revues scientifiques, est faite à partir des espaces où il est possible de promouvoir cette relation avec le public, comme une possibilité d'observer les relations uniques qui sont reflétés par les revues scientifiques.

Donc, ne pas respecter la dimension esthétique peut entraver le processus de communication scientifique dans la revue scientifique, en considérant qu'accéder à leur contenu est une décision individuelle de l'auteur / lecteur suscitée par son intérêt pour la lecture des articles, mais aussi par les sentiments et les sensations que ce processus éveille.

### 3 Méthodes

Dans cette étude, une recherche exploratoire a été réalisée avec une approche qualitative, dont la population initiale comprenait 21 revues scientifiques dans le domaine des Sciences de l'Information et de la Communication. Le choix des revues a été fait sur la base *Qualis CAPES*<sup>1</sup>, dans le domaine de la Communication et de l'Information, qui comprend la Science de l'information. Ainsi, nous

1. Disponible sur : <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGerPeriodicos.jsf>.

avons sélectionné les revues avec les qualifications A1, A2 et B1, qui représentent la majorité des revues. Après avoir envoyé le questionnaire électronique, seules 8 revues ont répondu et compilé le corpus de cette recherche. De plus, une autre revue a participé au test du questionnaire et, malgré le fait qu'elle est classée *Qualis* B5, a présenté des réponses significatives au regard des objectifs de cet article. Tous les participants ont complété l'outil de collecte (questionnaire en ligne sur la plateforme *Google Docs*).

Les résultats ont été compilés pour des graphiques et des tableaux avec l'aide d'*Excel* pour *Windows*, et pour l'approche qualitative, l'analyse de contenu de Bardin (2011) a été utilisée.

## 4 Résultats et discussion

### 4.1 Médiation dans les revues scientifiques brésiliennes en SIC

D'après les réponses des éditeurs des 9 revues scientifiques interrogées, l'analyse des revues scientifiques qui ont composé l'échantillon a révélé qu'une seule avait la classification A1 et une autre la classification *Qualis* B5. La plupart avaient une classification B1; 56% ont entre 10 et 20 ans d'existence, seules deux ont plus de 40 ans; la plupart d'entre elles ont une périodicité trimestrielle, seulement une période semestrielle. La plupart d'entre elles travaillent avec une équipe de bénévoles – puisqu'elles n'ont pas de ressources propres pour leurs activités –, avec les ressources des programmes d'études supérieures et aussi du Conseil National pour le Développement Scientifique et Technologique (CNPq).

Parmi les éditeurs interrogés, 62,5% ont des diplômes de premier cycle en Bibliothéconomie (les autres domaines comprennent les Sciences Sociales, Communication Sociale–Journalisme, Graphisme), 50% ont 10 à 15 ans d'expérience dans l'édition scientifique et 25% de 5 à 10 ans d'expérience. En outre, la plupart d'entre eux ont suivi des cours spécifiques organisés pour travailler dans le domaine de l'édition scientifique. En dépit des multiples fonctions exercées dans les revues pour lesquelles ils travaillent, il convient de noter que les participants à la recherche ont déjà déclaré avoir travaillé comme secrétaire, bibliothécaire et technicien, ainsi que dans les fonctions d'évaluateur et aussi auteur. De cette façon, il est déduit que les participants ont une expérience acquise par la formation initiale et la formation continue, en plus du temps de travail avec des activités éditoriales, pour agir en tant que rédacteurs des revues scientifiques observées.

Interrogés sur la perception de leur rôle comme médiateur de l'information, les éditeurs se reconnaissent, pour la plupart, comme des médiateurs dans les activités éditoriales qu'ils réalisent, un seul ne se reconnaissant pas comme tel (Tableau 2).

Seul E5 a répondu ne pas s'identifier avec le rôle médiateur lorsqu'il exerce son activité comme éditeur dans la revue : « Je ne me vois pas comme un médiateur, je pense que ce rôle a un regard critique et actif sur l'activité. Je pense que je me sens mieux en tant que gestionnaire de contenu (dans ce cas, les articles) » (E5).

Dans le cas signalé ci-dessus, même inconsciemment, l'éditeur médiatise l'information, puisque son rôle social d'éditeur dépasse l'activité d'organisation d'une revue scientifique, dans la mesure où il sert de médiateur à la publication et à l'accès au document par l'utilisateur, a une fonction sociale propre, au moment où le contenu modifie l'état initial du sujet (Almeida Júnior, 2015).

En considérant les sous-catégories qui identifient l'information esthétique, nous observerons dans les résultats les éléments suivants : la forme d'appréhension, le nombre de canaux simultanés, la création d'états intérieurs et le pouvoir de persuasion, et l'esthétique de Baumgarten, nous présentons les réponses obtenus à partir des questionnaires appliqués ci-dessous, et analysés à partir d'analyse de contenu.

En ce qui concerne les modalités de médiation avec le public de la revue, qu'il s'agisse d'auteurs ou de lecteurs, les éditeurs considèrent ce qui suit (Tableau 3).

---

« Étant donné que la médiation de l'information est configurée comme un processus d'interaction et d'interférence dans une réalité donnée, on peut souligner que l'éditeur d'une revue scientifique agit comme médiateur de l'information dans le processus de communication scientifique, favorisant la diffusion de l'information par la diffusion scientifique à la communauté scientifique. »(E1)

---

« Nous comprenons la responsabilité que cela représente, surtout au moment du choix des évaluateurs, pour assurer une transparence et une qualité maximales dans l'évaluation, reflétées plus tard dans la qualité du contenu publié, l'image de la revue et l'institution. » (E2)

---

« En encourageant les auteurs à publier dans la revue et à diffuser les résultats de leurs recherches. » (E4)

---

« En plus de servir d'éditeur scientifique dans la revue susmentionnée, je suis également rédacteur technique exécutif dans deux autres revues, dont je suis responsable, et dans cette reconnaissance, je joue le rôle de médiateur entre les auteurs et les évaluateurs, ainsi que l'organisation et l'intermédiation du Portail. »(E6)

---

« Alors que nous procédons à l'analyse, la sélection et la divulgation des articles soumis. » (E7)

---

« Faire l'interface entre l'auteur et les évaluateurs; suggérant l'amélioration du texte. »(E8)

---

« L'éditeur médiatise la relation entre les auteurs et les lecteurs. » (E9)

---

**Tableau 2.** *Perceptions de l'éditeur sur son rôle comme médiateur.*  
*Source : données d'enquête.*

Sous-catégorie	Sens	Contenu
Formes d'appréhension	Diffusion de la production	Notre médiation est la plus basique possible, en éditant et en diffusant la production, sans autres outils de dialogue entre auteurs et lecteurs.(E1) Dans la mesure où il vise à diffuser la production scientifique produite par les chercheurs dans le domaine et connexes. (E4) Le journal médiatise la communication avec les auteurs avec la publicité des nouveautés de revue à travers fanpage, listes de diffusion institutionnelles et la revue elle-même. (E6)
	Évaluation des soumissions	Grâce à l'évaluateur et au processus d'évaluation par les pairs. (E3) Par le biais de contacts fréquents visant à accélérer le processus éditorial, l'amélioration de la qualité du contenu et la rapidité de la publication (E7) Grâce au processus d'évaluation et de publication d'articles. (E8)

**Tableau 3.** *Formes d'appréhension de la médiation de l'information.*  
*Source : données d'enquête.*

L'utilisation des différents canaux de communication est courante parmi les revues et les auteurs, et dans cette recherche nous nous avons observé que les canaux les plus adoptés par les revues scientifiques sont principalement le courrier électronique, le téléphone et les réseaux sociaux.

Dans la relation avec les auteurs, on constate que la majorité des participants utilisent le courrier électronique comme moyen de communication, très probablement à cause la structure même de la plate-forme SEER / OJS qui offre la possibilité de contact via plusieurs modèles d'*e-mails* standards.

Cependant, du point de vue de la stimulation de l'accès et de la lecture et de l'utilisation de canaux simultanés pour promouvoir la médiation de l'information dans sa dimension esthétique, on constate que les revues utilisent plus fréquemment d'autres canaux tels que les réseaux sociaux. À l'heure actuelle, l'utilisation du réseau social offre une plus grande publicité et une plus grande visibilité à la revue, et est également un canal ouvert permettant à la revue d'effectuer éventuellement d'autres tâches plus axées sur la vulgarisation scientifique, par exemple.

L'esthétique vise à la production de significations et dans de nombreuses revues, ce stimulus est capable de générer des conditions pour de nouvelles idées, de l'imagination et de la créativité que l'individu peut développer en accédant au contenu des articles. Par conséquent, le magazine exerce également son pouvoir de persuasion, comme le montre le Tableau 4 :

Sous-catégorie	Sens	Contenu
Pouvoir de persuasion	Publication d'articles d'intérêt	Cherchant à publier le plus récent ou pertinent, d'un plus grand intérêt, pour la communauté. (E2)
		Publication d'excellents articles par d'excellents auteurs. (E3)
		Chercher à inclure du contenu d'intérêt pour la communauté, ainsi que d'insérer des documents importants et des revues de la littérature. (E4)
		Essayer de publier des textes qui contemplent ces éléments. (E5)
		Stimuler la publication de contenus variés qui servent les intérêts des différents types de professionnels de l'information. (E8)
		C'est un processus naturel pour l'équipe. (E9)
	Modèles et <i>design</i>	Nous nous reflétons dans des magazines internationaux qui stimulent notre imagination pour créer nos couvertures. (E6)
		Nous concevons toujours de nouvelles couvertures pour chaque numéro (E7)

**Tableau 4.** *Formes de stimulation des revues à l'imagination, la créativité et l'innovation.*  
 Source : données d'enquête.

On observe que ces stimuli sont largement liés au contenu choisi par les éditeurs à publier, mais aussi aux caractéristiques de conception adoptées par les revues qui lui confèrent plus de beauté aux contenus. On peut observer que l'adoption de ressources graphiques (parmi lesquelles : images d'internet, photographies, dessins et textes), afin de stimuler l'intérêt pour l'accès à la revue, peut développer le pouvoir persuasif de la dimension esthétique de la médiation.



Les réponses obtenues avec les éditeurs nous permettent de constater que la revue, à partir du moment où l'on médiatise l'information, consciemment ou inconsciemment, tend à créer chez les utilisateurs les sentiments d'intérêt, de crédibilité, d'identité, de confiance, d'appartenance et de prestige parmi d'autres, qui peuvent garantir la construction d'une relation de fidélité avec eux. Cette relation se perpétue au fil du temps et permet en quelque sorte de construire des relations entre auteurs et éditeurs afin de reconnaître dans la revue l'espace de dialogue privilégié pour la publication d'œuvres de qualité, comme indiqué précédemment dans les témoignages, ce qui renforce encore la circulation des connaissances à travers ces revues scientifiques.

## 5 Considérations finales

La communication promue dans les revues scientifiques comprend des actions, des processus, des dispositifs et des acteurs qui assurent la médiation de l'information, favorisant la circulation des connaissances et l'accès à l'information. Vu sous cet angle, on considère qu'il y a bien médiation de l'information par les revues scientifiques et que cette médiation se développe à la fois depuis l'activité de l'éditeur – qui gère le flux d'informations visant à offrir des produits attrayants tant pour les utilisateurs de la revue que pour les évaluateurs qui ont accès au contenu, et qui fournit les évaluations nécessaires à l'auteur – et depuis l'équipe technique – qui vise à favoriser les accès non seulement grâce aux contenus que ces revues proposent, mais aussi par le biais des sentiments qu'elles éveillent, tels que l'identité, l'appartenance, le prestige, la crédibilité et la confiance, entre autres.

Toutefois, cette perception des éditeurs est encore soumise à la tâche de gestion de la revue, couplée aux exigences des organismes examinateurs qui établissent des normes de plus en plus élevées pour l'entretien des revues dans le *Qualis* dans lequel nous les avons trouvées. On l'a remarqué au cours des témoignages de certains participants à la recherche, qui ne se sont pas encore approprié le rôle de médiateur qu'ils jouent déjà au milieu des activités de gestion qu'ils développent.

Indépendamment de cette observation, quelques aspects importants peuvent être énumérés, ce qui peut conduire à la définition d'une médiation éditoriale dans le domaine des revues scientifiques : elle se développe dans le domaine éditorial, que ce soit dans les publications de support physique ou numérique; elle fait un large usage de systèmes et de technologies de l'information et de la communication; elle impose un dialogue permanent entre les acteurs du processus; elle est opérée dans une perspective esthétique visant à développer la notion de beauté et d'appartenance parmi ses participants; elle présuppose non seulement l'accès à l'information scientifique mais aussi un changement d'état subjectif des participants au processus éditorial.

De ces idées initiales, d'autres études peuvent contribuer à l'approfondissement de cette compréhension lorsque non seulement les éditeurs, mais aussi les auteurs et les lecteurs des revues sont impliqués dans la recherche.

## Références

- Almeida Júnior O. F. (2015). « Mediação da Informação : um conceito atualizado ». In : Bortolin S.; Santos Neto J. A., Silva, R. J. (dir.), *Mediação oral da informação e da leitura*. Londrina : ABECIN, p. 9-32.
- Almeida Júnior O. F. (2009). « Mediação da informação e múltiplas linguagens. », In *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, vol. 2, n° 1, p. 89-103.
- Bardin L. (2011). *Análise de conteúdo*, São Paulo, Edições 70.
- Barreto A. A. (2002). « A condição da informação. ». In *São Paulo em Perspectiva*, vol. 16, n° 3, p. 67-74.

- Cecim A.M. (2014). « Baugarten, Kant e a teoria do belo : conhecimento das belas coisas ou belo pensamento? ». In *Paralaxe*, vol. 2, n° 1, p. 2-19.
- Couzinet V. (2015). « Ce que disent les revues : de la revue scientifique à une typologie des revues ». In Couzinet V. (dir.), *Les revues : figure et cas*, Toulouse, CÉPADUÈS, p. 5-15.
- Couzinet V. (2009). « Complexidade e documento : a hibridação das mediações nas áreas em ruptura ». In *RECIIS. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde* [online], vol. 3, n° 3, p. 10-16. Disponível em : <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/receis/article/view/750/1392> (Acesso em : 30 jul. 2017).
- Feitosa, M. A. G. (1994a). « A responsabilidade Ética do editor de um periódico científico » [Éditorial]. In *Psicologia : Teoria e Pesquisa*, vol. 10, n° 2, p. iv-vii.
- Ferreira A. R. (2014). « Prolegómenos da Estética de Baumgarten ». In *Philosophica*, vol. 44, p. 167-174.
- Gomes E. S. L. (2017). « A informação vista pelo paradigma estético ». In *Ação Midiática*, vol. 13, p. 159-176.
- Gomes H. F. (2014). « A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da mediação da informação. ». In *Informação & Informação*, vol. 19, n° 2, p. 46-59.
- Régimbeau G. (2011). « Médiation ». In : Gardiès C. (dir.), *Approche de l'information-documentation. Concepts fondateurs*, Toulouse, CÉPADUÈS, p. 75-115.