



# Octavo informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina

Mayo de 2020

## Incluye:

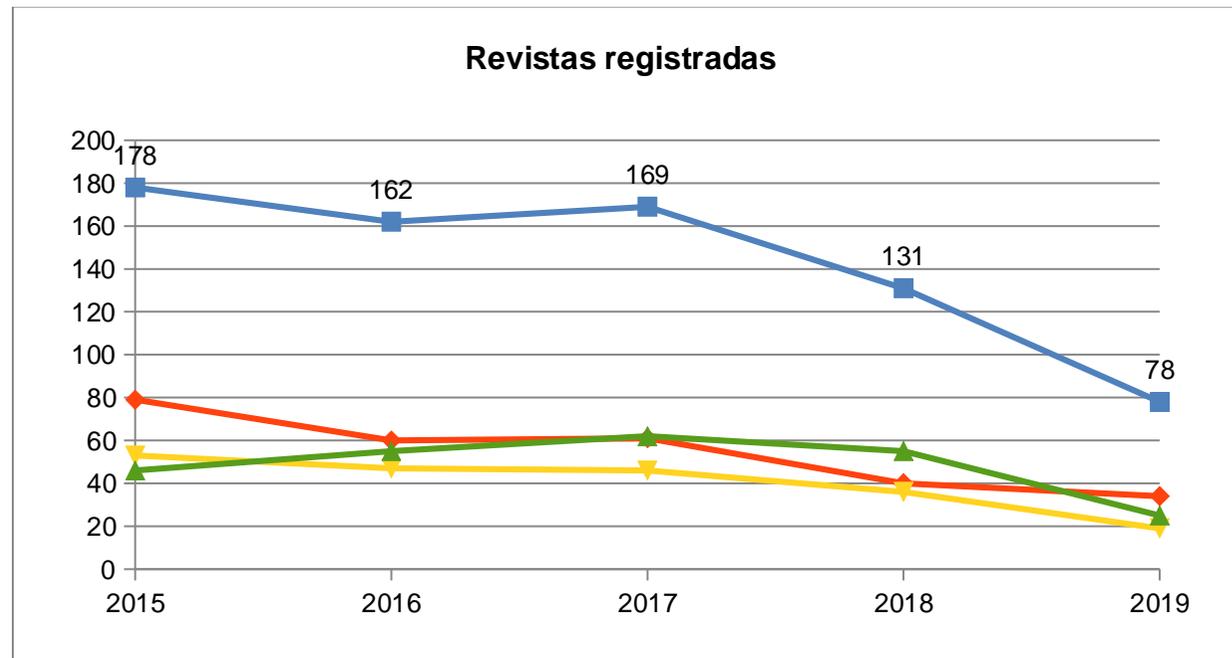
- ▶ Los principales resultados del Censo Anual (noviembre de 2019).
- ▶ Informe sobre las revistas culturales en contexto del Aislamiento Social Preventivo Obligatorio (mayo de 2020).

## 78 revistas censadas en 2019

El censo que realiza la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina sigue siendo la principal y más confiable fuente de información sobre el sector

ARECIA realiza un censo anual entre sus asociados desde 2012, para relevar distintos aspectos que permiten construir un panorama completo del ámbito de las revistas culturales. Su repetición periódica permite trazar series y observar las transformaciones del sector.

El presente informe da cuenta de datos relevados en noviembre de 2019. El análisis de este censo fue compartido en una instancia colectiva en el marco del 8° Foro de Revistas Culturales Independientes.



Total de revistas / Revistas en papel / Revistas web / Revistas con ambos soportes

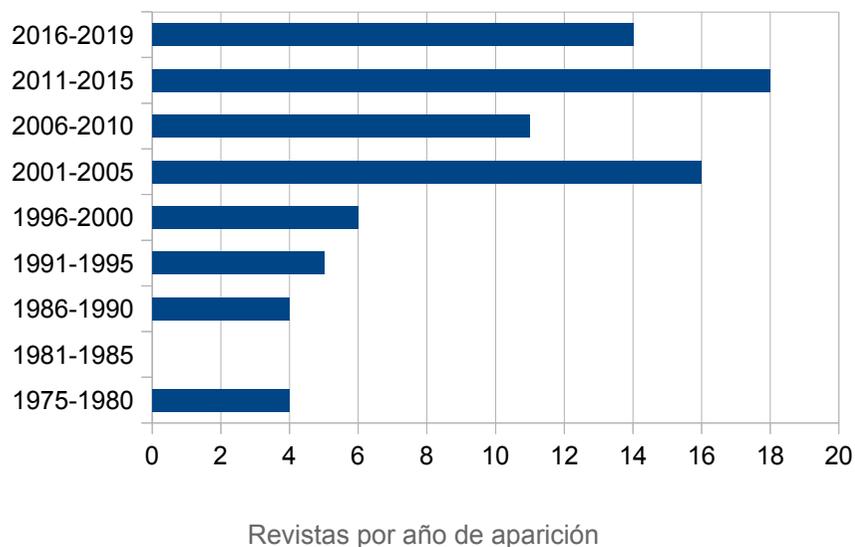
Es importante entender que el panorama ofrecido **no abarca la totalidad de las revistas culturales**. La experiencia indica que hay revistas que no completan el censo en el tiempo previsto pero sí lo hacen a posteriori, incorporándose así a los listados de la Asociación **(Al cierre de este informe, en mayo de 2020, hay 102 revistas registradas, es decir un 31% más de las que llegaron a completar el censo)**.

Para poder construir una serie comparativa, se toman aquí los números *al cierre de cada censo*.

Por otra parte, si bien ARECIA constituye la principal entidad del sector, siempre habrá revistas no asociadas, que quedan fuera de la estadística.

## Historia y diversidad de temáticas

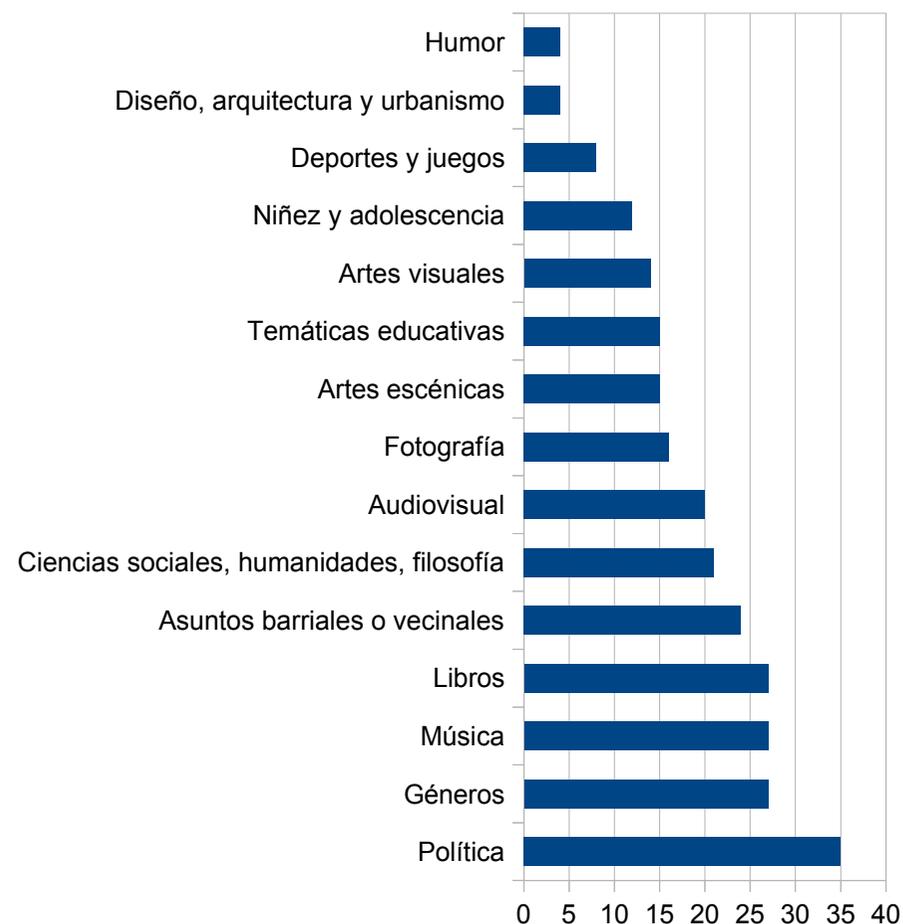
**Hay revistas que tienen mucha historia.** El 55% de las revistas censadas superan los 10 años en la calle. El 21,8% de las revistas censadas tienen más de 20 años.



A su vez, como hemos señalado en Informes anteriores, es un sector **muy dinámico**. Hay revistas que aparecen y dejan de salir. Hay editores que se acercan una vez y luego se “desconectan”. **Suman 530 las revistas registradas en los 7 censos realizados.**

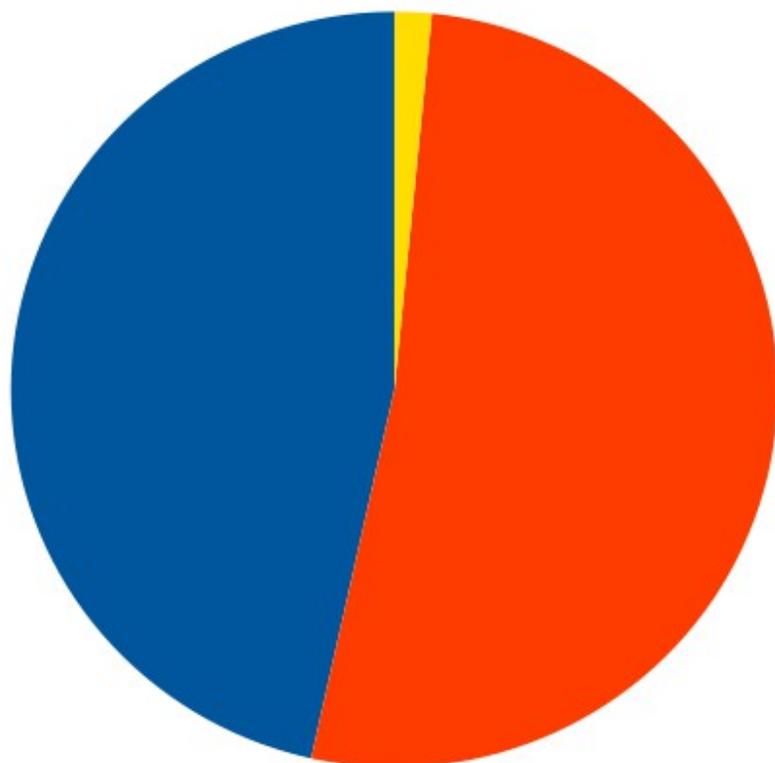
El núcleo estable de la Asociación es cada vez más fuerte. El 47,4% han completado todos los censos. Un desafío para la Asociación es convertir esa pertenencia en participación activa.

**Las ediciones abarcan distintas temáticas.** Se destaca el crecimiento de los temas de género, abordados por más de un tercio de las revistas.



## Fuentes de trabajo

**823** trabajadorxs



■ hombres ■ mujeres ■ otras identidades de género

**398** reciben un ingreso por su trabajo

Representan el 44,8% del total, un porcentaje similar al registro anterior. Todavía predomina el trabajo voluntario, militante.

Se registra una caída del 30% en la cantidad de trabajadorxs en un año. La causa es la reducción de cantidad de revistas censadas.

**Aumentó el promedio de trabajadorxs por revista** (10,5 frente a 9 de los censos anteriores): sobreviven las revistas más “grandes”.

A diferencia del censo 2018,  
**la mayoría son mujeres.**

El porcentaje de trabajadorxs *full time* se mantiene estable (18%).

El porcentaje de trabajadorxs rentados es de 42,2% en las revistas de menos de 10 años. **Asciende al 57,7% en las revistas de 10 años o más.**

## Una tendencia a la diversificación de actividades

Les editores que “sólo realizan la revista” son cada vez menos.

El porcentaje pasó del 45,8% al 26,9% de las asociadas.

¿Qué otras actividades abarca el 73,1% restante?



(Expresado en cantidad de revistas - Pregunta de respuesta múltiple)

## Redes con otras asociaciones y federaciones

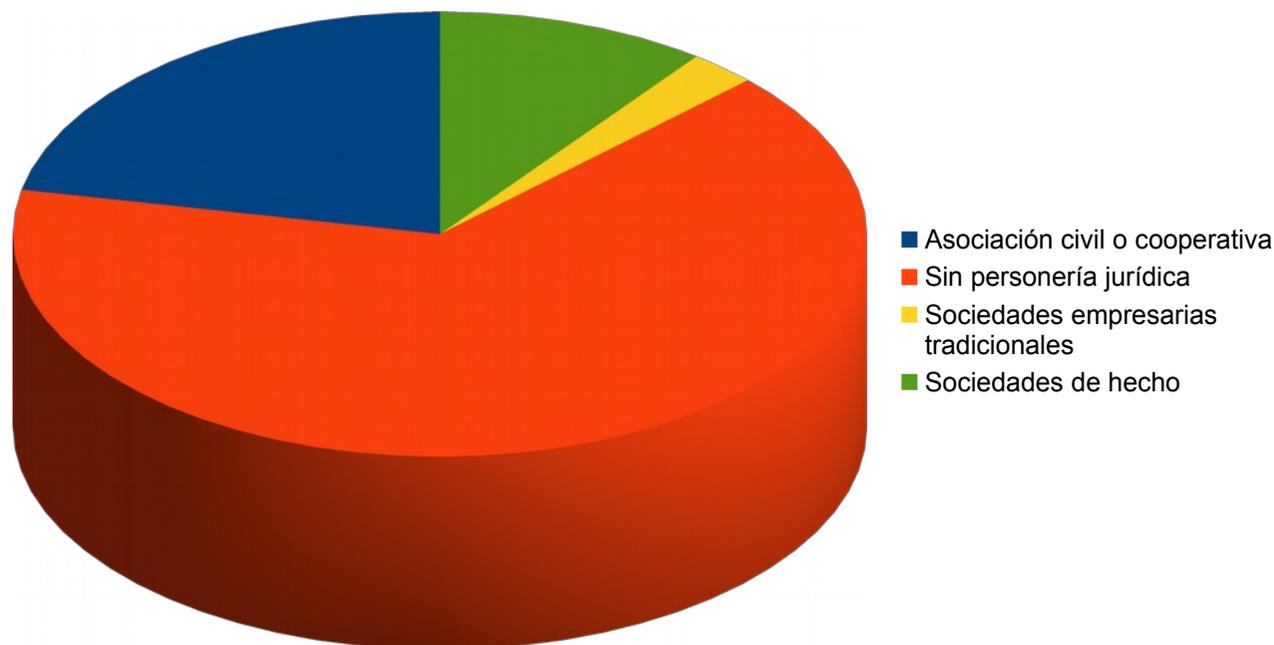
El **38,5%** de las socias integran otros espacios de asociatividad además de ARECIA, que los nuclean como medios o como organizaciones.

Es un porcentaje levemente menor que el año previo (era 42,8%) y modificó su composición. Se redujo el peso de las organizaciones de medios vecinales (del 23,7 al 17,9%) y crecieron todas las demás categorías.



Salvo una excepción, los editores que indicaron pertenecer a organizaciones de medios vecinales corresponden a la Ciudad de Buenos Aires. **En el censo 2018, el 36% de los editores porteños pertenecía a alguna de ellas. Hoy son el 26%.**

## Formas jurídicas



Con respecto al año anterior, creció la participación de las formas asociativas (cooperativa o asociación civil), que representaban un 16% y ahora son el 22,8% de la Asociación. No obstante, sigue predominando la *precariedad jurídica* caracterizada en censos anteriores.

La organización legal refleja distintas realidades en cuanto al trabajo *ad-honorem*.

En las revistas sin forma jurídica, sólo el 41,3% de los integrantes reciben algún ingreso por su trabajo.

Todas las demás organizaciones están por encima de la media.

En las Asociaciones Civiles es el 54,9%, en las Cooperativas el 68,9%, en las Sociedades de Hecho el 81,5% y en las sociedades tradicionales (SA/SRL) el 100%.

( Mientras el 60% de los grupos se formaron para la edición de la revista y el 23% para la edición y otras actividades relacionadas -producciones en otros soportes, talleres, etc.-, **un 17% declara pertenecer a una organización social más amplia**. Todas las revistas que operan bajo la forma jurídica de *Asociación Civil* corresponden a ese grupo. )

## Fuentes de financiamiento

La sostenibilidad de las revistas culturales sigue mostrando un modelo centrado en la **hibridación de recursos**. La venta de publicidad sigue siendo la principal fuente de ingresos, con un incremento de la pauta estatal en el 2019.



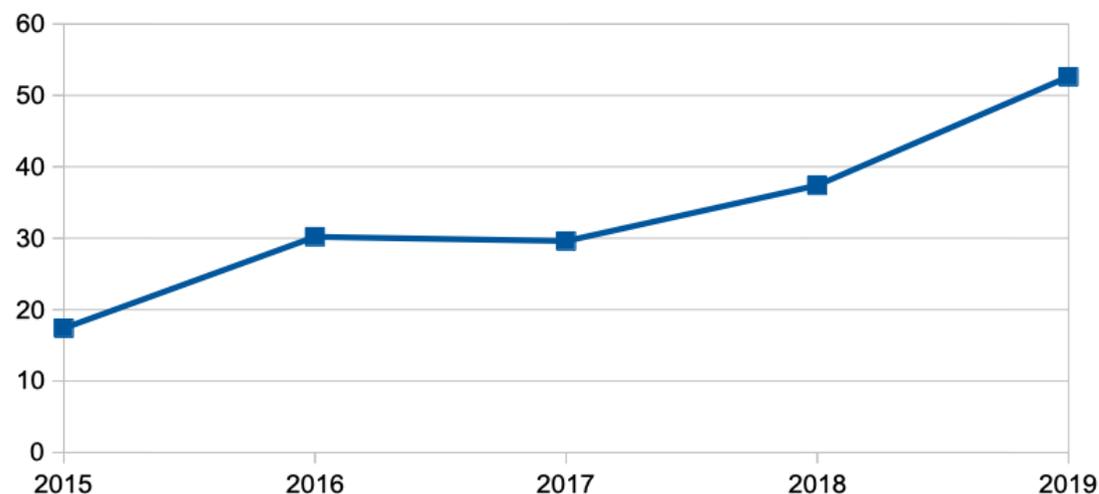
\* No incluye suscripciones (consignado aparte). El porcentaje de revistas que tienen ingresos por “precio de tapa” está calculado sobre el total de revistas, como todos los demás. Ascende al 47% si se toman las revistas en soporte papel.

\*\* No incluye pauta publicitaria estatal.

## Acceso a la publicidad (2019)

### Pauta pública

Porcentaje de revistas que accedieron a pauta del Estado nacional



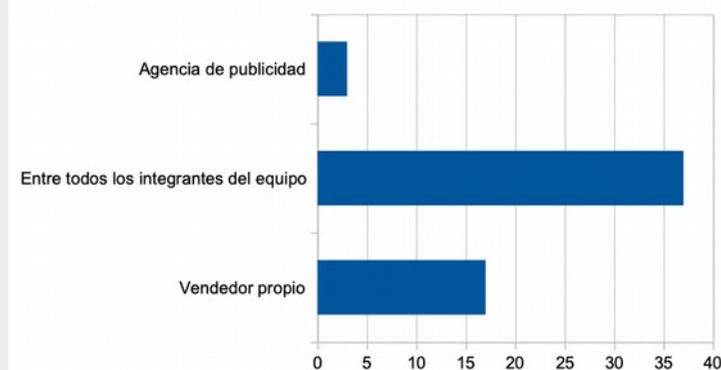
Nuevamente, en 2019 se registró un “aumento” del acceso a la pauta del Estado nacional. Pero es importante destacar que **este aumento fue porcentual y no en la cantidad de revistas**. Esto lleva a pensar que, en el contexto de una reducción del total de revistas, los editores que accedieron a pauta son quienes pudieron sobrevivir.

En cantidad de revistas, 41 informaron tener pauta del Estado nacional (frente a 49 del año anterior), **27 de Provincia o CABA** (frente a 40 del año anterior) y 12 del nivel municipal (esta opción no incluye CABA).

### Pauta privada

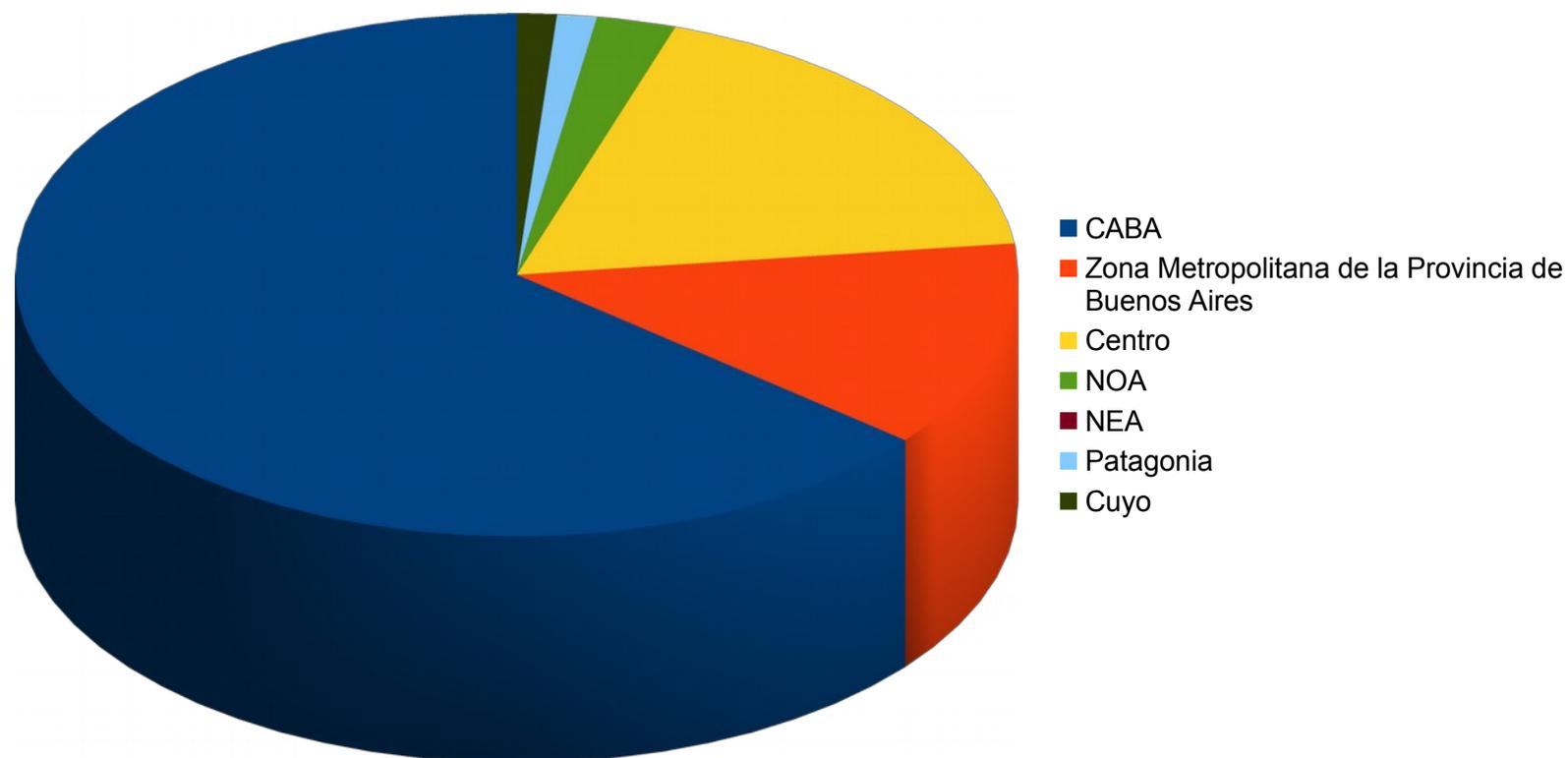
El **66,7%** de las revistas censadas cuenta con publicidad del sector privado.

#### ¿Cómo la comercializan?



Sigue predominando una *gestión artesanal* de la publicidad, realizada "entre todos los integrantes del equipo", que se observó en los censos anteriores.

## Distribución regional



El peso del AMBA (CABA+Zona Metropolitana) se mantiene estable respecto del año anterior.

La principal novedad es el **crecimiento proporcional de la zona centro**, sostenido por la persistencia de las revistas de Santa Fe y en particular de la ciudad de Rosario.

Un dato preocupante del Censo: **no se registraron revistas en cinco provincias que en años anteriores tenían revistas asociadas**. Producto de ello es la nula representación del NEA.

## Redes conectivas

Aunque Facebook sigue siendo la *red social* más utilizada, hubo un **aumento significativo** en el uso de las demás, sobre todo de **Instagram**.



88,5%



64,1%



64,1%



35,9%

Hay 8 revistas (soporte papel) que no tienen sitio web; sin embargo, sí manejan alguna de las redes sociales.

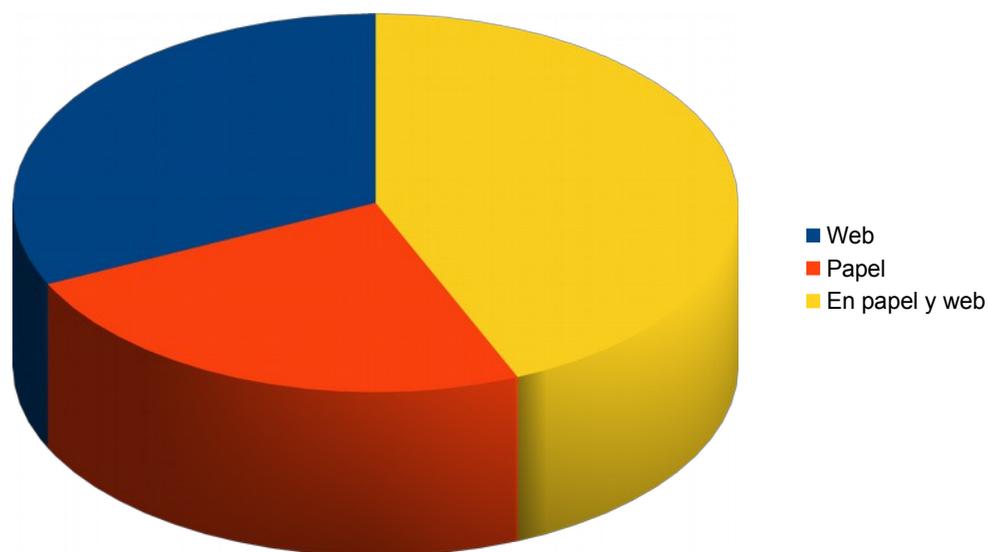
Para la mitad de las revistas digitales, las usualmente llamadas “redes sociales” son la principal vía de acceso a sus webs.

El *mailing* lo es sólo para un 8,4% (no obstante, este número duplica al del censo anterior)

Las visitas por mailing son las logradas a través de otra herramienta de difusión: el **newsletter**, utilizado por un 32,2% de los editores. El promedio de suscriptores de estas listas de distribución es 6090.

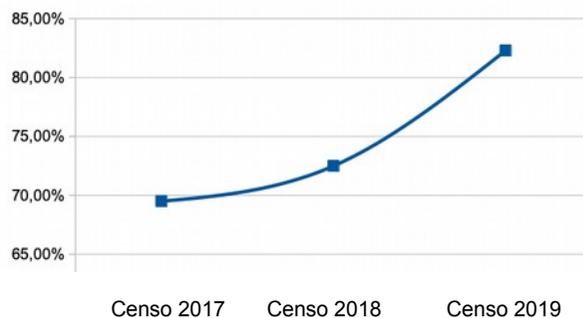
**El 32% utiliza las cuatro redes (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube)**

## Soportes



Son cada vez más las revistas que utilizan ambos soportes.

Dentro de ese universo, la producción de contenidos propios para la edición digital va en constante aumento:



## Impresas

Entre las revistas que utilizan papel, la **tirada promedio mensual es 2080 ejemplares**.

El 58,5% informó haber reducido la tirada respecto al año anterior; el 32,1% la mantuvo igual y sólo el 9,4% la aumentó.

La suma de las tiradas por mes asciende a 105.359: se redujo casi un tercio respecto al año anterior. El motivo es doble: **menos revistas y menores tiradas**.

También se redujo la cantidad de páginas: el promedio es 29 (era 34 hace un año y 52 hace dos)

## Digitales

El promedio de **visitas diarias es 2703 usuarios**.

Las revistas que actualizan con mayor frecuencia (diaria o varias veces por día) representan el 42,4% del total (número estable respecto al año anterior).

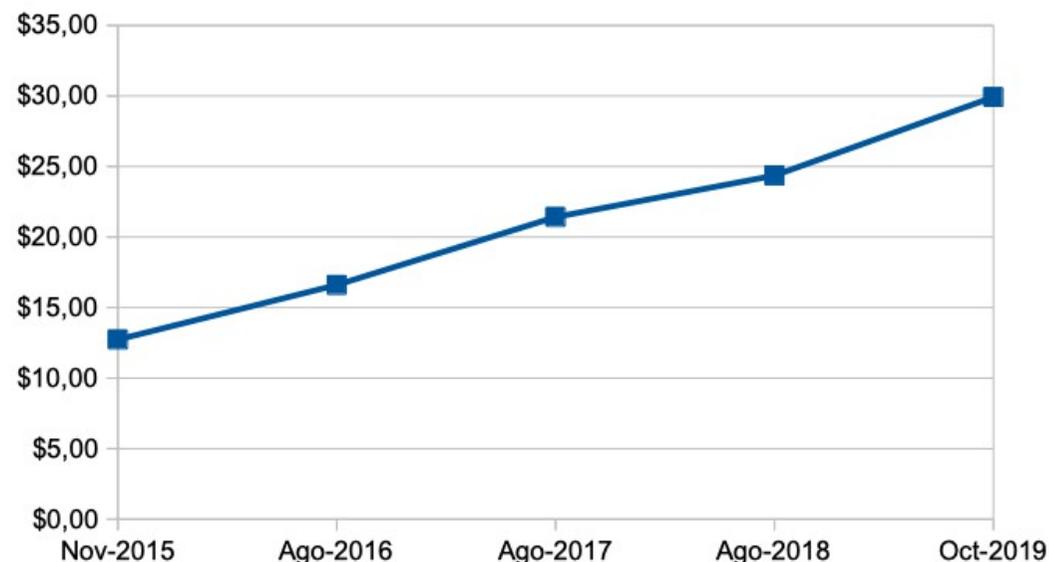
## La edición de revistas durante el macrismo (2015-2019)

	2015	2019
Revistas registradas	178	78
Cantidad de trabajadorxs	1182	823

### Interrupción de la pauta oficial

En septiembre de 2019 (con la excusa de la veda electoral) se cortó el envío de ordenes de publicidad por parte del Estado nacional, que no se retomó después de las elecciones. El gobierno saliente dejó varios meses de pagos adeudados a los editores.

Los costos de impresión (por ejemplar) arrojan una **inflación interanual del 135%\***



Sobre promedio general de costos registrado en cada censo

Además, se trata del costo de un “ejemplar” que depreció su calidad, ya que los editores informan reducción de páginas y calidad de impresión.



### Más sobre el período

[Detención de fotoperiodistas](#) [febrero de 2019] - [Más costos y tarifazos: crítico panorama del sector gráfico autogestivo](#) [julio 2018] - [Escalada represiva y violencia contra los trabajadores de prensa](#) [diciembre de 2017] - [Represión en movilización por Santiago Maldonado](#) [septiembre de 2017] - [Repudio a la intervención del sindicato de canillitas](#) [julio 2017]

## EXTRA: Las revistas culturales frente al COVID-19

Entre el 8 y el 15 de mayo de 2020 se realizó una encuesta para actualizar la información en la nueva coyuntura. Se relevó la situación de **65 revistas** (21 digitales, 9 en papel, 35 en papel y digital).

→ Solo el **16,3%** de las revistas en papel pudieron publicar en abril y mayo (7 revistas<sup>1</sup>).

Entre ese sector minoritario, además, informaron distintas limitaciones y dificultades, entre las que señalan la **reducción de tirada**, la **reducción de cantidad de páginas** y el pago con **sobrepagos**.

→ El aumento de los costos de impresión sigue siendo un problema. El 88,6% de los editores informan que, desde noviembre de 2019, sufrieron incrementos. El promedio de los aumentos informados es 33,5% en cinco meses.

Entre quienes no pudieron imprimir las razones informadas fueron:

- Menos ingresos por caída de publicidades
- Imprentas cerradas
- Aumento de costos de impresión
- Imposibilidad de garantizar la distribución
- Bloqueo del circuito de distribución por el aislamiento que impidió recuperar la inversión previa.
- La revista es sobre actividades culturales que están suspendidas.
- Falta de transporte (revista del interior que imprime en otra ciudad).
- Falta papel

→ La principal acción tomada frente a la crisis fue **fortalecer la versión digital**. También se incrementó el trabajo en redes sociales. **Las revistas informan, además la suspensión de pagos de colaboraciones, el endeudamiento y gasto de ahorros, el no pago de servicios, y el pedido de subsidios y donaciones.**

<sup>1</sup> El porcentaje se calcula sobre una base de **43 revistas** (44 de las revistas encuestadas utilizan el soporte papel. En uno de los casos, se trata de una revista semestral, que sale en diciembre y junio, por lo que el total de revistas que debían imprimirse en abril/mayo es 43)

## Acceso a la pauta oficial (Mayo 2020)

Situación de las 65 revistas relevadas entre el 8 y el 15 de mayo de 2020.

- A diferencia de lo observado en el Censo, el **66%** de las revistas no tiene ningún tipo de publicidad estatal.
- Del tercio restante (22 revistas):
  - 15** tienen publicidad de CABA
  - 5** revistas tienen pauta de algún municipio (sin contar CABA)
  - 2** tienen publicidad de Provincia (una de Entre Ríos y otra de Córdoba)
- Ninguna revista tiene pauta del Estado nacional.

