



7° INFORME SOBRE EL SECTOR DE LAS REVISTAS INDEPENDIENTES Y AUTOGESTIONADAS DE ARGENTINA

2018

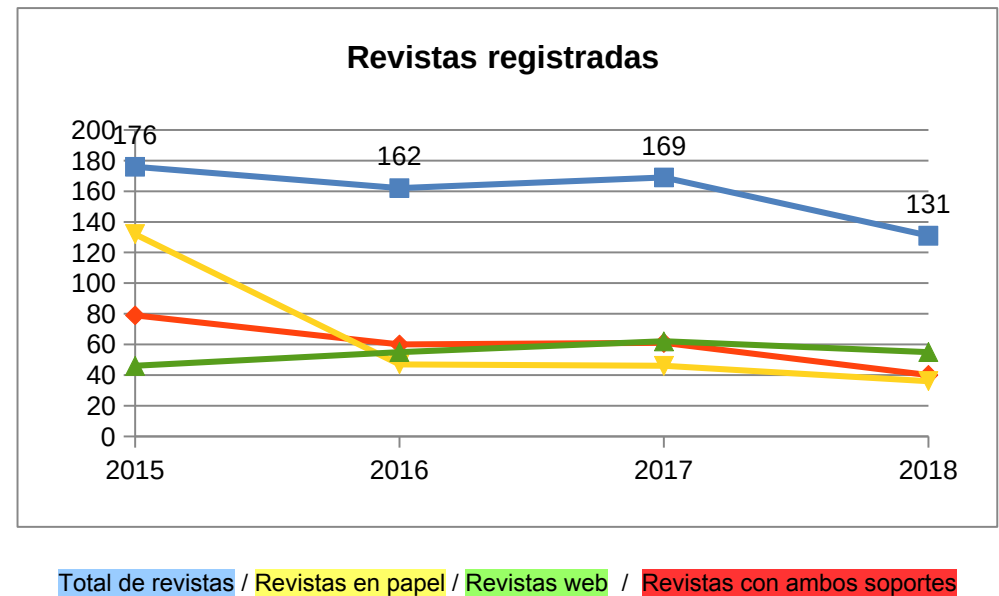
131 revistas censadas en 2018

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

AReCIA realiza este 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** para observar las transformaciones del sector, que son producto de las políticas públicas o de su ausencia, del avance de las corporaciones económicas y también del trabajo organizativo de la Asociación.

La muestra es representativa, si bien **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. También hay revistas que por haberse censado en el año anterior no advierten la necesidad de volver a hacerlo al momento de la convocatoria. **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 representativa del sector, siempre habrá revistas no asociadas, que quedan fuera de la estadística.



Por tercer año consecutivo, el análisis del Censo tuvo en 2018 una instancia colectiva en el marco del 7º Foro de Revistas Culturales Independientes, que permitió pensar nuevas preguntas para indagar la base de datos y enriquecer el análisis incluido en este Informe.

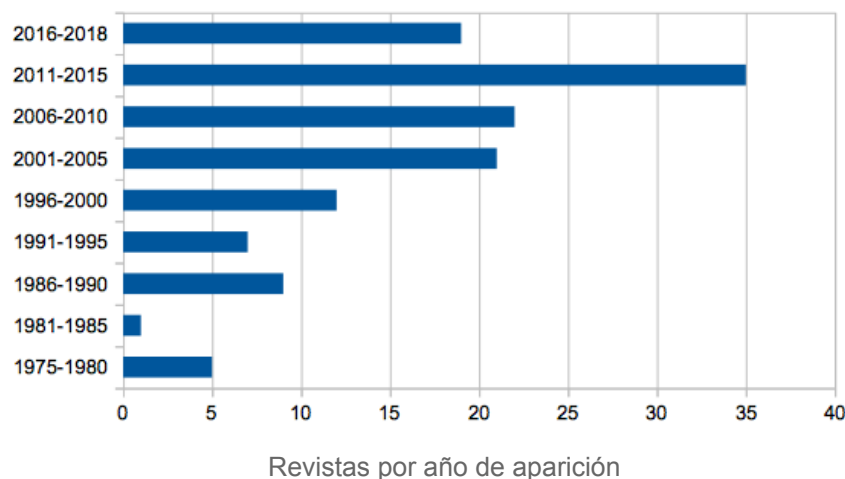
El procesamiento del censo y la redacción del informe fueron realizados por Daniel Badenes y Nahuel Lag para la Asociación de Revistas Culturales Independientes.

Un sector en movimiento. Un sector con historia. Un sector organizado.

El de las revistas culturales es un sector diverso y en movimiento. Hay revistas que aparecen y dejan de salir. Hay editores que se acercan a la red una vez y luego siguen su trabajo en solitario. Suman 527 revistas las registradas en los 6 censos realizados por ARECIA.

Del total de revistas registradas, un **núcleo estable** de 54 publicaciones han completando los 6 censos.

Hay revistas que tienen mucha historia. Más de la mitad de las revistas censadas superan los 10 años en la calle. El 18,3% de las revistas censadas tienen más de 20 años.



Aunque la dinámica es menor que la advertida en años anteriores, el censo también permite afirmar que **siguen naciendo revistas**: 19 colectivos iniciaron publicaciones en los últimos tres años. 4 en el transcurso de 2018.

"Krio nació del impulso de generar un espacio de reflexión y difusión de la cultura rosarina volviendo a desvelar las migraciones, hibridaciones e interculturales que la conforman. Intentamos dar a conocer distintas y nuevas voces de la escena cultural de la ciudad. Además nos interesaba crear un canal de difusión con la agenda de Rosario donde cada uno pudiera ser partícipe, que sea cargando un evento o buscándolo. El soporte digital fue elegido para facilitar el diálogo con nuestro público, gran usuario de las redes sociales y nuevas tecnologías, además de abaratar los costos de la revista, dada la coyuntura actual"
(Natacha Ferrer, *Krio*, Rosario, Santa Fe)

"Estoy acostumbrado a la autogestión, soy actor y director de teatro independiente, así que es natural para mí. Naturalmente vendo publicidad y estoy casi cubriendo los gastos en su quinto mes de circulación. Elegí el soporte papel porque creo es más interesante para el entrevistado y para el cliente publicitario. Competir en internet sin una fuerza económica atrás que respalde el proyecto, me parece más difícil todavía" (Daniel Vilches, *Hasta Las Letras Siempre*, San Antonio de Areco, Buenos Aires)

Temáticas



Las revistas culturales abarcan una gran **diversidad** de temas.

En una consulta de respuestas múltiples, los editores señalaron un promedio de tres rubros temáticos por revista.

Predominan: Política (32,8%), Literatura y Libros (30,5), Ciencias sociales/humanidades/filosofía (26%), música (26%), artes visuales (21,4%), fotografía (20,6%), artes escénicas (19,1%) y temas educativos (19,1%).

También hay revistas sobre audiovisual (16,8%), cuestiones de géneros (16%) y asuntos barriales/vecinales (15,3%), entre otros.

Más allá de las 17 opciones principales, la cuarta parte de las revistas apuntaron **otros temas**: psicoanálisis, tecnología, lo corporal en la cultura, viajes, videojuegos, derechos humanos y muchos más.

Fuentes de trabajo

1183 trabajadores



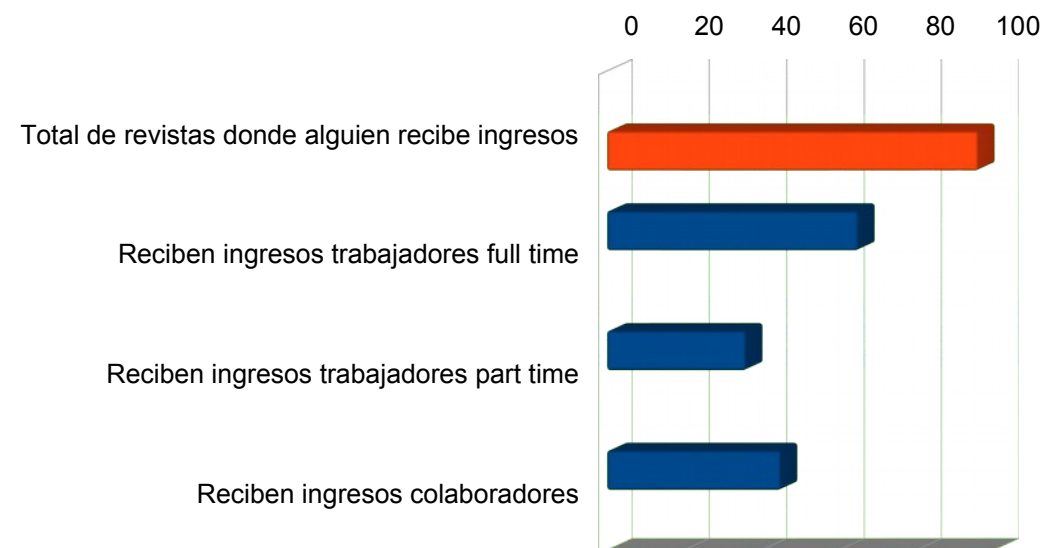
221 son trabajadores full time

El promedio de trabajadores por revista se mantiene en 9, como en el Censo anterior.

551 reciben un ingreso por su trabajo

Representan el 46,5% del total. Todavía predominan formas de trabajo *ad-honorem*, voluntario, militante.

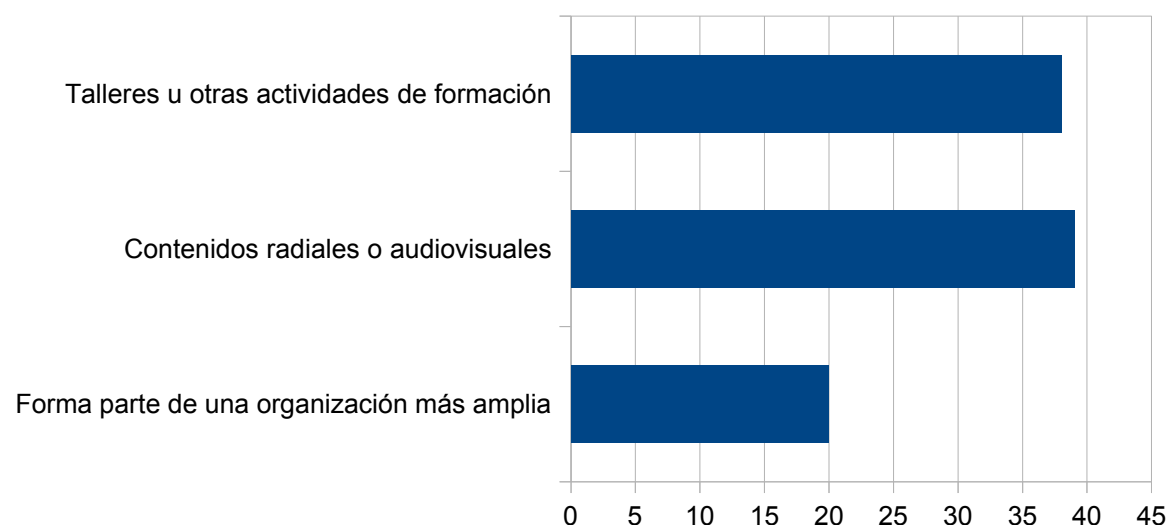
En el **73,3%** de las revistas, alguien recibe ingresos por el trabajo realizado:



Más que revistas

El 45,8% de los editores respondió que su colectivo “sólo realiza la revista”.

¿Qué otras actividades abarca el 54,2% restante?



Entre los editores cuya producción significa más que realizar la revista, el 28,2% pertenece a una **organización**: son la revista de un centro cultural, un obra social que trabaja con niños en situación de vulnerabilidad, una asociación de coreógrafos y bailarines, etcétera. Esa organización está relacionada íntimamente con los contenidos de su publicación.

El 54,9% ha encarado la producción de **contenidos radiales o audiovisuales**.

Por su parte, un 53,52% realiza talleres u otras **actividades de formación**: talleres sobre escritura, charlas sobre patrimonio, ciclos sobre feminismo, son algunos ejemplos.

Redes con otras asociaciones y federaciones

El **42,8%** de los socios integran otros espacios de asociatividad además de AReCIA, que los nuclea como medios o como organizaciones.



La principal pertenencia alternativa es a **organizaciones de medios vecinales**, que corresponde a **revistas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**, donde rige la “Ley de Medios Vecinales”.

El 36% de los editores porteños pertenece a una de ellas: la Asociación de Medios Vecinales, la Red de Medios Barriales, la Cooperativa de Provisión para Editores de Publicaciones EBC.

Un 10% de los integrantes de ARECIA pertenecen además a otras redes de medios o productoras cooperativos/comunitarios: la Red Colmena, Enfoques (Red de Medios de la Patagonia), la Red Internacional de Publicaciones de Calle, AMARC o FARCO, entre otras.

Fuentes de financiamiento

La sostenibilidad de las revistas culturales se basa en una **hibridación de recursos**.

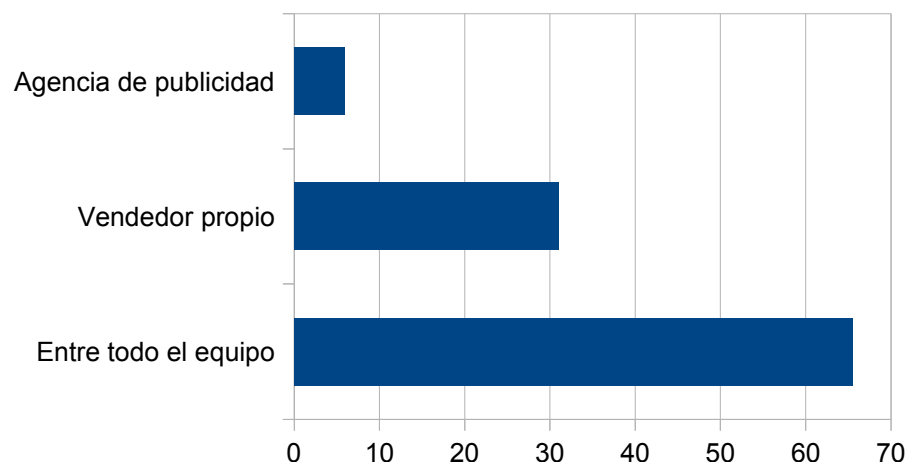
Los editores combinan distintas estrategias, aunque la venta de publicidad (privada y luego pública) es la principal fuente de ingresos.



Publicidad privada

El **69,5%** de las revistas censadas cuenta con publicidad del sector privado.

¿Cómo la comercializan?



Predomina claramente una *gestión artesanal* de la publicidad, realizada "entre todos los integrantes del equipo" (65,5%).

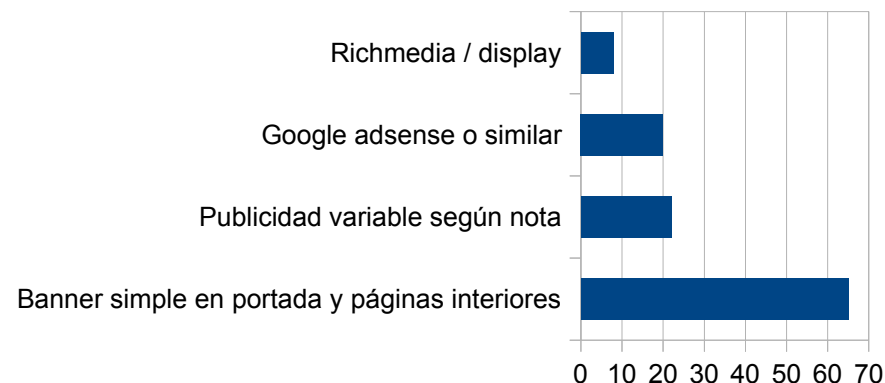
Respecto al Informe anterior, disminuyó la presencia de "vendedor propio" y aumentó -levemente- el uso de agencias de publicidad. **La totalidad de quienes trabajan con agencias son revistas digitales.**

El acceso a publicidad privada ofrece variaciones muy significativas según el soporte de la publicación:

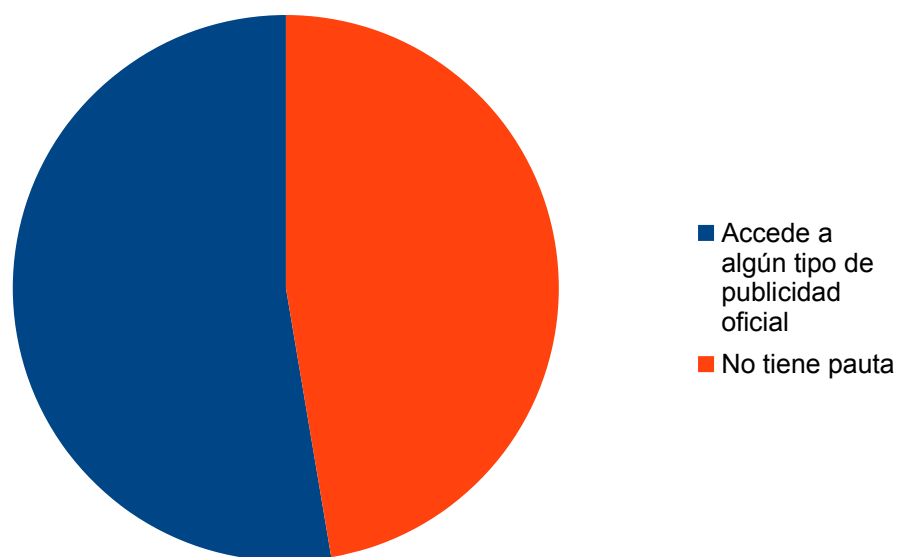
Soporte	Sobre total del soporte	
Papel y digital	34	85,00%
Papel	30	83,30%
Digital	27	49,10%

El acceso a publicidad en las revistas sólo digitales es notoriamente menor, consolidando una tendencia ya observada en Informes anteriores.

Formato de publicidad en las webs

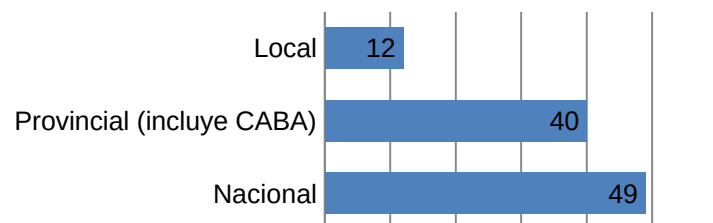


Publicidad pública (pautas oficiales)



Con relación al año anterior, en 2018 se registra un aumento del acceso a pautas.

Acceso a publicidad oficial



Las 49 revistas con pauta del Estado nacional representan el 37,4% de las revistas censadas (contra un 29,6% en el censo anterior).

Durante 2018 AReCIA volvió a renovar -semestralmente- el acuerdo que sostiene con el Estado nacional desde 2013 para acceder a la pauta publicitaria.

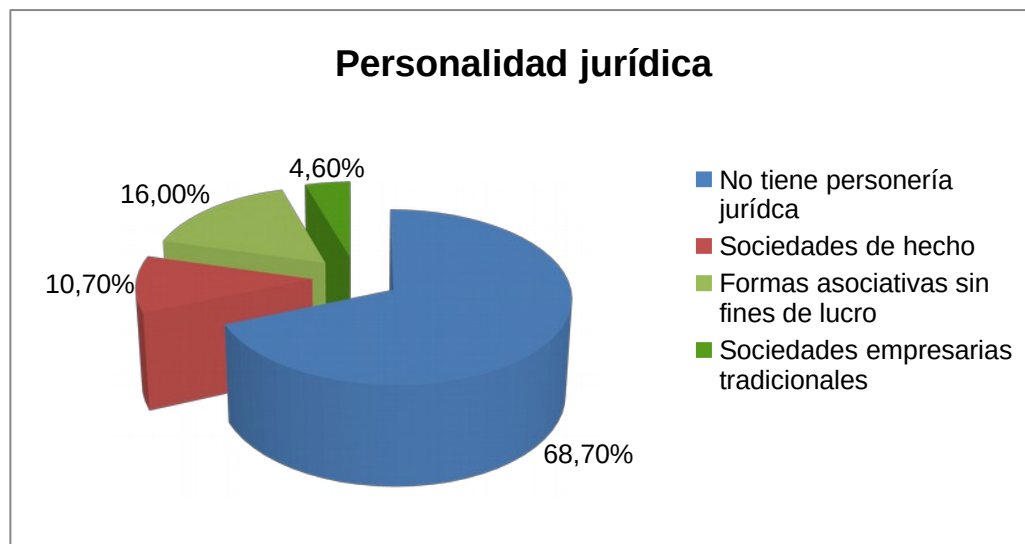
Este logro colectivo depende de los tiempos políticos y siempre pende de un hilo frente a la falta de reglas estables que garanticen el acceso equitativo y federal a todo el sector sin fines de lucro.

En tanto, 40 revistas (el 30,5%, frente al 19,5% del año anterior) tienen pauta de las provincias o de ciudad de Buenos Aires.

El 82,5% de ese universo son de CABA.

Finalmente, 12 revistas tienen pautas municipales. Representan el **26,7%** teniendo en cuenta que el universo total en este caso son 45 revistas (las que no pertenecen a CABA, cuya pauta local es contabilizada como “provincial”)

Formas jurídicas y actividad fiscal



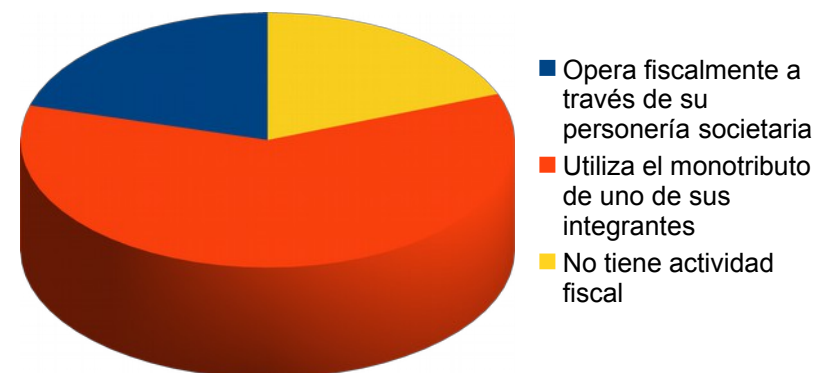
Sólo el 16% de los colectivos editores censados han formalizado su funcionamiento según figuras asociativas: hay 12 asociaciones civiles, 8 cooperativas y 1 fundación.

Aquellos que operan como *sociedades de hecho* o declaran no tener personería jurídica suman el 79,4% de las revistas.

Esta precariedad se expresa también en el plano fiscal:

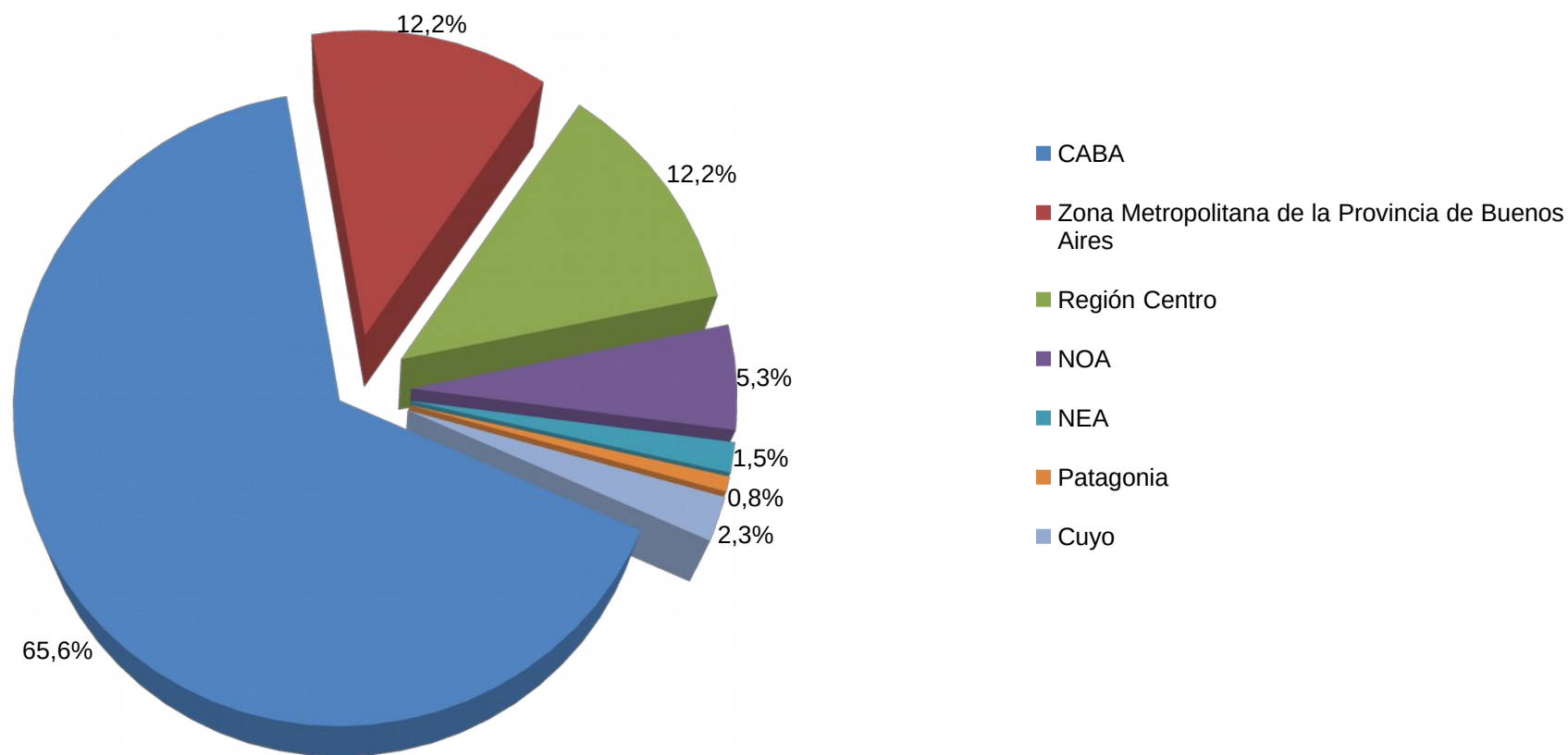
El 20,6% de las revistas opera fiscalmente según la sociedad constituida, mientras que el 60,3% utiliza el monotributo de uno de sus integrantes.

Las restantes declararon no tener ningún tipo de actividad fiscal.



Distribución regional

El análisis del censo permite ver la participación de distintas regiones en su conformación de ARECIA.
En los últimos años se ha acentuado la preeminencia de la ciudad de Buenos Aires y zona metropolitana,
si bien la Asociación tiene un alcance federal.



Redes conectivas

Facebook sigue siendo la *red social* más utilizada por los editores autogestivos para potenciar la difusión de sus contenidos.



87,80%



54,20%



45,80%

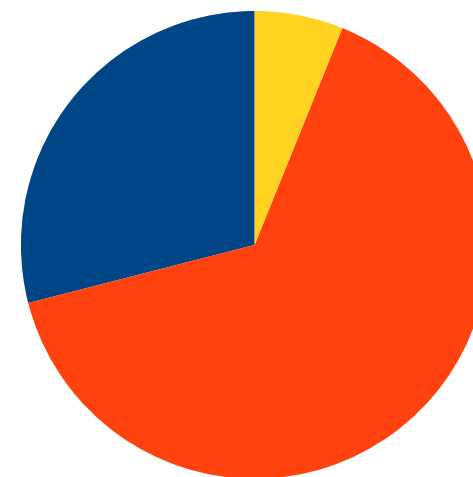


25,20%

20,6% utiliza las cuatro redes

Para la mitad de las revistas digitales, las usualmente llamadas “redes sociales” son la principal vía de acceso a sus webs, mientras que el *mailing* lo es sólo para un 4,2%

Las visitas por mailing son las logradas a través de otra herramienta de difusión: el *newsletter*, utilizado por un 29% de los editores

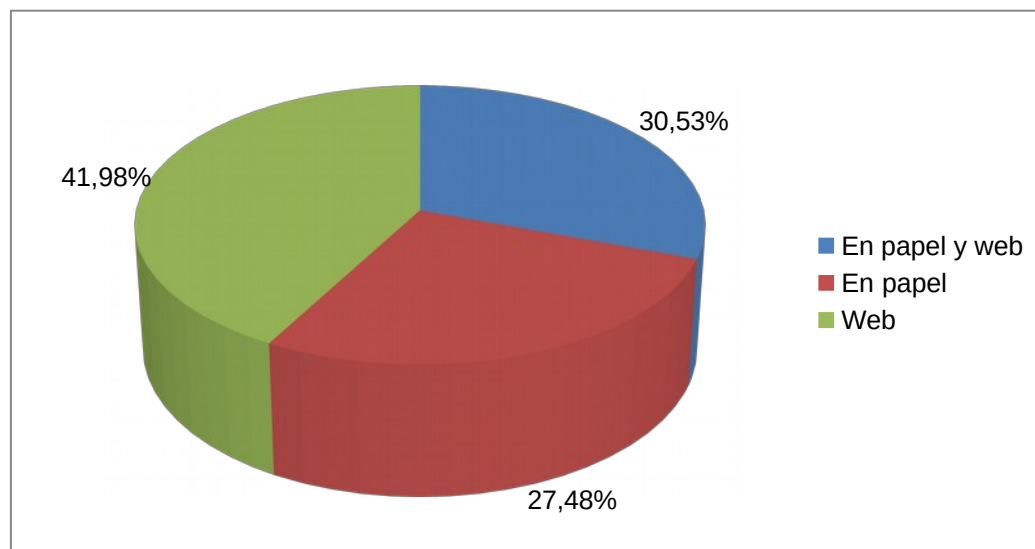


■ sí ■ no ■ no contesta

Utilización de newsletter

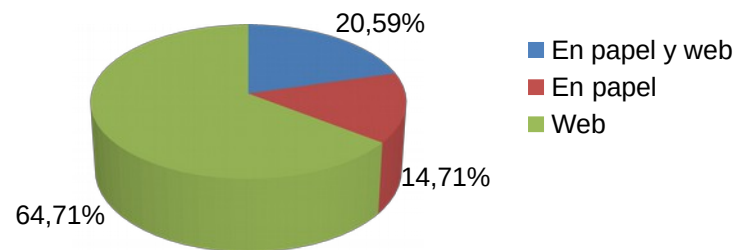
Soportes: papel y web

La web es el soporte más utilizado.



Si se tiene en cuenta las **revistas nacidas en los últimos cinco años**, el uso del soporte digital es aún más marcado.

Soporte de revistas nacidas entre 2014 y 2018



El universo de las revistas gráficas+digitales

73,7% es el promedio del porcentaje de contenidos de la edición impresa que se reproducen en la web, según el Censo 2018.

45% de las revistas sube la totalidad del material de la edición impresa en su web.

En el **72,5%** de los casos, la edición digital produce contenidos propios.

En el **50%** de las revistas, todos los trabajadores participan de ambos soportes.

La otra mitad, en la que hay tareas específicas, contiene:

- **80%** de casos en los que una parte del equipo trabaja *sólo en la edición impresa*.
- **55%** de casos en los que una parte del equipo trabaja *sólo en la web*.

Revistas digitales

El universo de revistas digitales asciende a 95 si se suman “web” + “papel y web”.

Más dinamismo. Igual que el año anterior, se registra un aumento en la frecuencia de actualización de contenidos.

Periodicidad actualización de las webs

varias veces por día	13,1%
diaria	29,8%
varias veces por semana	26,2%
Semanal	16,7%
Mensual	7,1%
menos de una vez por mes	7,1%

WWW...

El **54,7%** de las revistas contratan hostings a nivel local.

El **45,3%** utilizan un hosting internacional.

Sólo en el **18,9%** de los casos, el servicio de hosting incluye el registro de dominio.

El **72,6%** plantea no haber tenido problemas con el hosting. El **16,8%** refiere a “caídas del servidor” y el **11,6%** a la limitación del tráfico.

Promedio de visitas diarias: 2007

El número asciende a **2477**
si no se contabilizan las webs que sólo
reproducen materiales de una edición
impresa (sin producción propia para web)

La mayoría utiliza *Google Analytics* como
fuente para medición de las visitas.

Origen principal de las visitas

Redes sociales	49,5%
Buscadores	27,4%
Tráfico directo	18,9%
Mailing	4,2%

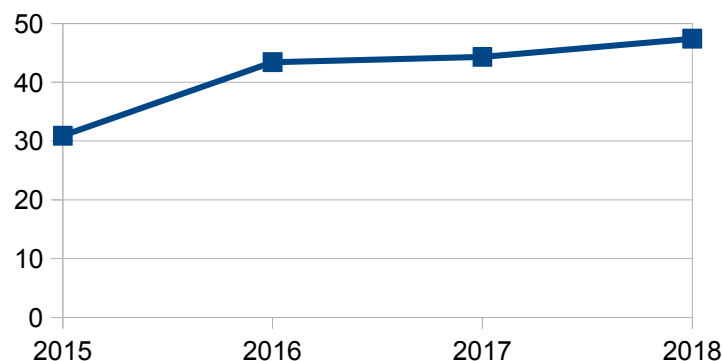
Revistas impresas

Las revistas mensuales siguen siendo el principal grupo entre las ediciones impresas.

Periodicidad

Quincenal	2,6%
Mensual	55,3%
Bimestral	14,5%
Trimestral	7,9%
Cuatrimestral	2,6%
Semestral	11,8%

Sigue creciendo el porcentaje de **revistas gratuitas**, que ya representan el 47,4% de la Asociación. Tres años atrás eran 30,9%.



Entre el total de las revistas pagas, el precio promedio asciende de \$ 82,2 -lo que no implica un aumento significativo respecto a 2017-. **Entre las mensuales, el precio promedio es \$ 65,65 (23,7% de aumento).**

La tirada promedio es de 2433 ejemplares.

El número es mayor que en el Censo 2017. Esto implica que persistieron las revistas de tirada más altas, ya que a la consulta de si realizaron modificaciones, **la mayoría indicó que bajaron su tirada durante 2018.**

La cantidad de páginas promedio bajó a 34 (en 2017 era 52).

Asimismo, el uso de papel ilustración en tapa se redujo del 67,3% al 60,5%.

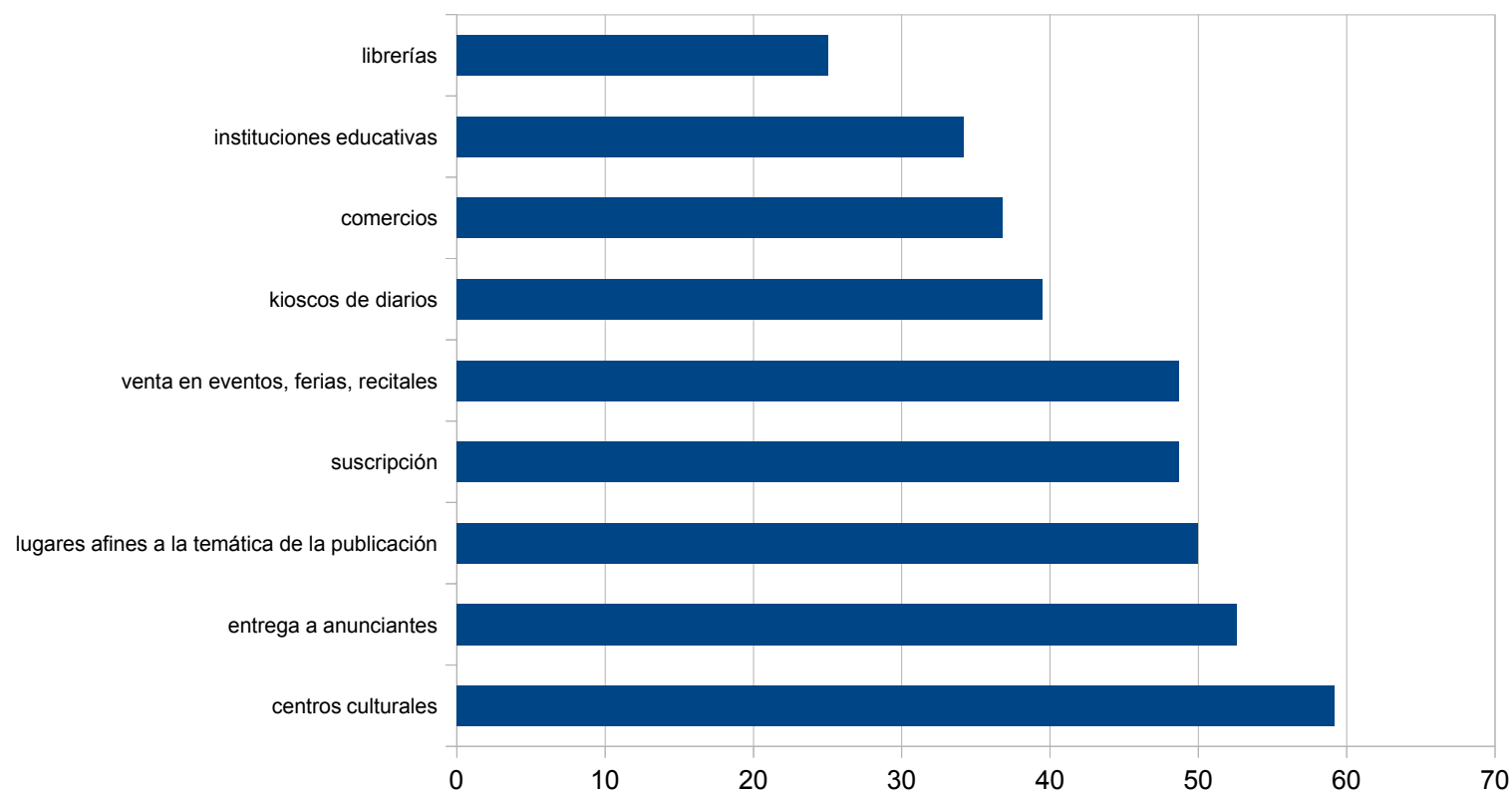
Una encuesta realizada entre fines de mayo y principios de junio ya revelaba que **el 25 por ciento de las publicaciones había reducido cantidad de páginas o la calidad de impresión para bajar costos frente a la crisis.**

Imprentas: aumentó la facturación en negro

Respeto el IVA para publicaciones periódicas (2,5%)	39,5%
Factura en negro	30,3%
Impone IVA 21%	11,8%
Utiliza IVA editorial (libro)	18,4%

Distribución

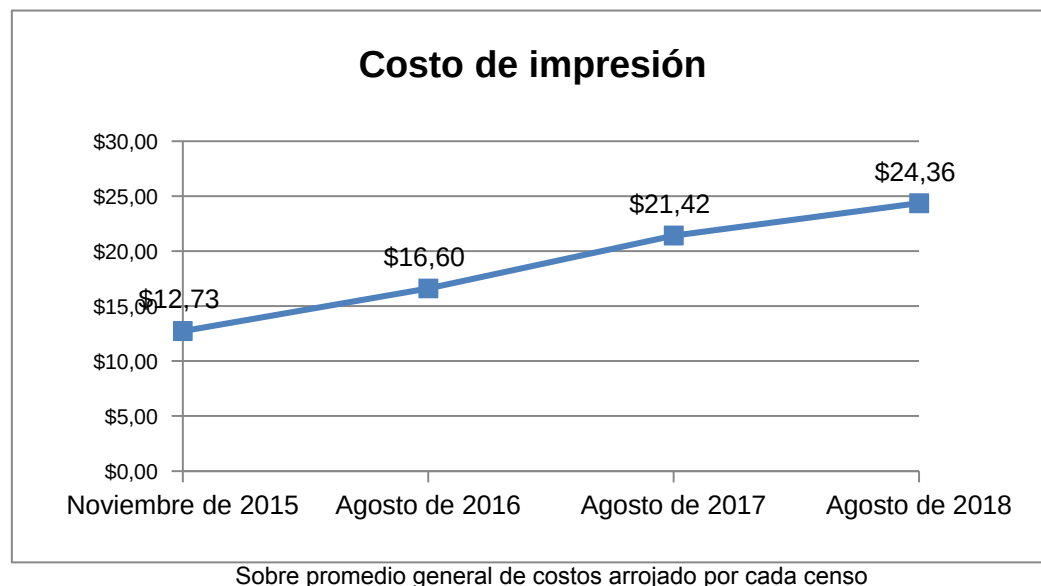
La diversidad de puntos de distribución evidencia una estrategia múltiple.
El principal canal está formado actualmente por los centros culturales (59,2%)



El 19,7% de los editores asegura haber **abandonado** algún tipo de distribución en el último año.

La mayoría refiere a la venta en kioscos de diarios y revistas.

Costos



Costo de impresión agosto 2017: **\$ 13,97 ***

Costo de impresión agosto 2018: **\$ 22,27**

→ **Inflación 59,5%**

(*) Promedio calculado sobre los 47 casos en los que se cuenta con datos de costos de ambos años.

Costo de impresión de revistas pagas*: **\$ 37,06**

Precio de tapa promedio: **\$ 82,23**

→ **La impresión representa el 45,1% del precio: cada vez más (En 2017 era el 37,6%).**

(*) Promedios calculados sobre 40 casos de revistas que se comercializan con precio de tapa y que informaron sus costos en 2018.

En estado de emergencia

A mediados de este año, nuestra Asociación elaboró un [informe de situación](#) a partir de una encuesta a las publicaciones asociadas realizada entre fines de mayo y principios de junio. Esta reveló que **las políticas económicas y el impacto en la estructura de costos de las revistas había impedido la salida en papel de un 15% de los títulos**. Para quienes seguían publicando, el panorama también era difícil: el 95 por ciento había sufrido aumentos en los costos de producción. Por ejemplo, registraban un promedio de aumentos en los servicios -en los primeros meses del año- que ascendía al 42,4%.