



AReCIA

ASOCIACIÓN DE REVISTAS
CULTURALES INDEPENDIENTES
DE ARGENTINA

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

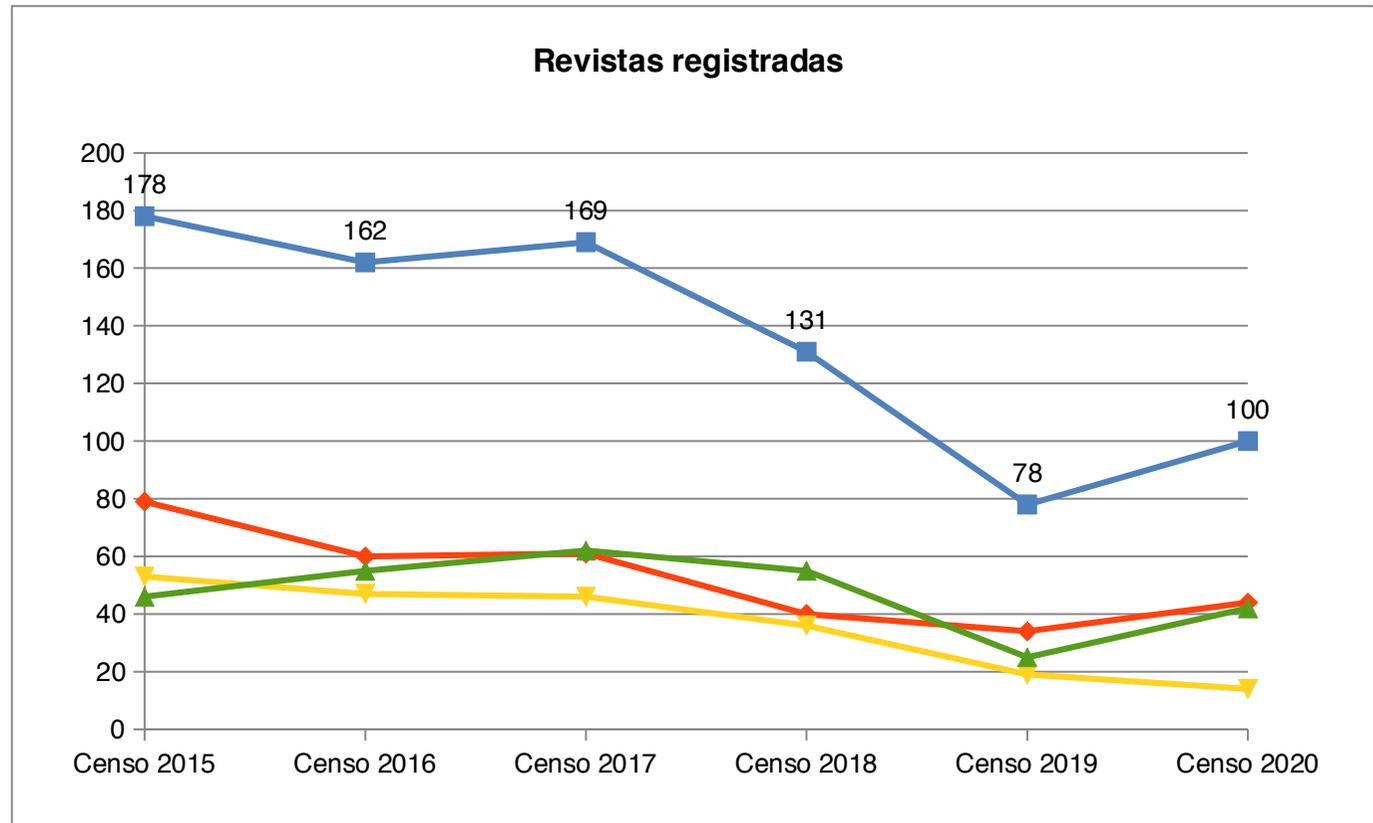
Noviembre de 2020

100 revistas censadas en 2020

ARECIA realiza un censo anual entre sus asociados **desde 2012**. Su repetición periódica permite trazar **series** y observar las transformaciones del sector, que son producto del contexto económico, de las políticas públicas (o su ausencia) y también de la organización de los editores.

Desde entonces, ese Censo es la fuente más confiable de información sobre el sector.

El presente informe da cuenta de datos relevados en **octubre de 2020**. Un análisis preliminar del censo fue compartido el marco del **9º Foro de Revistas Culturales Independientes**.

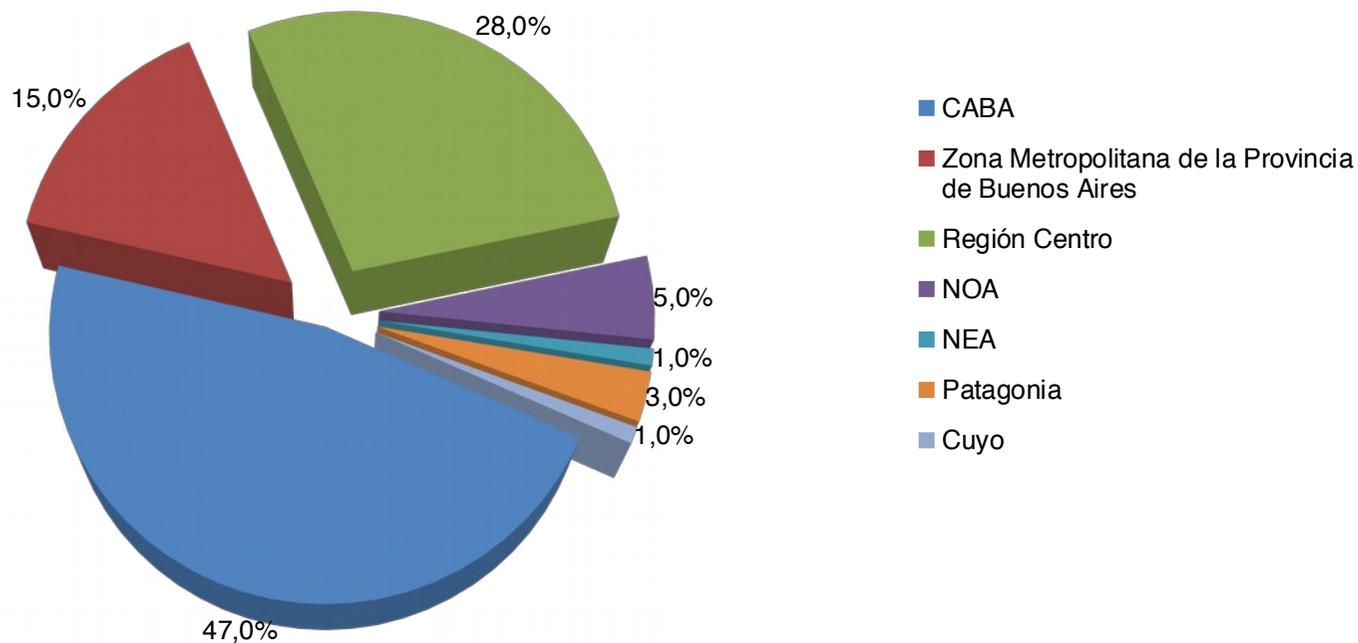


Total de revistas / Revistas en papel / Revistas web / Revistas con ambos soportes

Para poder construir una serie comparativa, se toman aquí los números *al cierre de cada censo*. La experiencia indica que hay revistas que no completan el relevamiento en el tiempo previsto pero sí lo hacen a posteriori, incorporándose así a los listados de la Asociación.

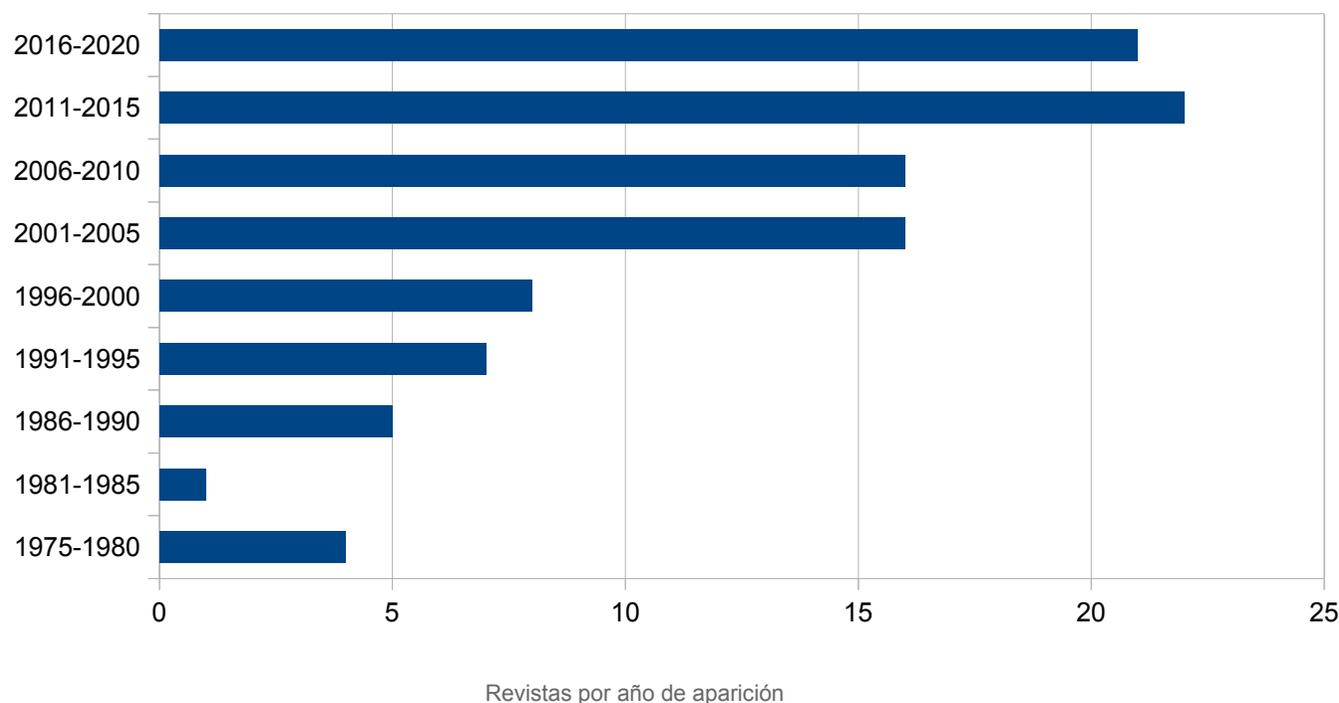
Distribución regional: mayor federalismo

A diferencia de los censos previos, la Ciudad de Buenos Aires representa en 2020 menos de la mitad de la Asociación. **Una consecuencia de la pandemia:** las disposiciones sanitarias obligaron a virtualizar las reuniones y la nueva dinámica permitió un mayor acercamiento a otras regiones. **Todo el crecimiento que se observa de 2019 a 2020 corresponde a la incorporación o reincorporación de revistas del interior.** El federalismo se reflejó en la formación de la nueva Comisión Directiva, encabezada por la revista *Al Margen* de Bariloche.



- ➔ En números enteros, casi no hubo variación en las revistas de CABA (50 en 2019, 47 en 2020). **Pero, en proporción, pasaron de ser el 64% al 47%.**
- ➔ Salta, Santiago del Estero, Chaco, Santa Cruz y Mendoza volvieron a tener representación. También el interior bonaerense.
- ➔ **El mayor crecimiento se dio, una vez más, en la Región Centro.**

Un sector con historia, un sector dinámico



El 58% de las revistas superan los 10 años de existencia.

La cuarta parte del total surgieron el siglo pasado, es decir, tienen más de 20 años.

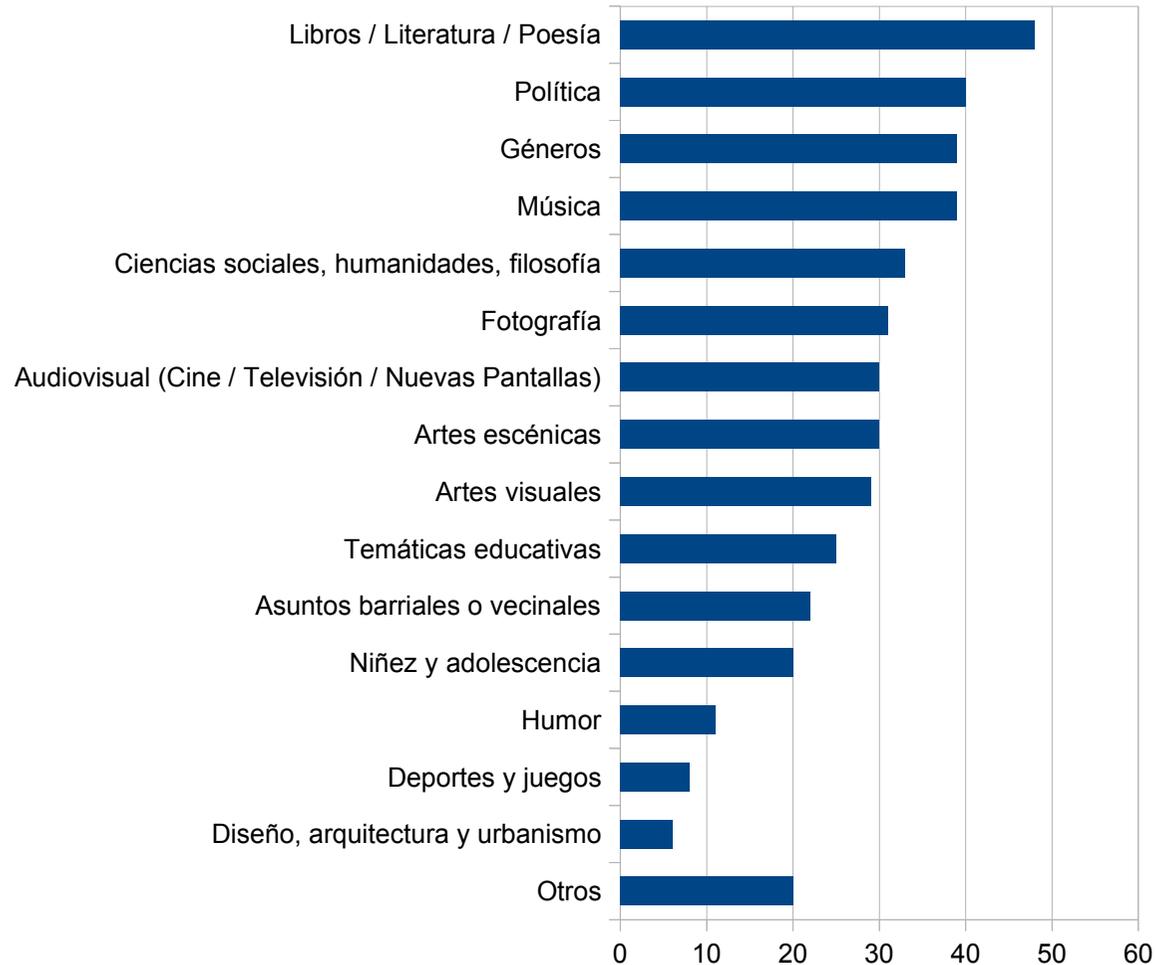
A su vez, hay 7 revistas nacidas en 2019-2020.

Entre ellas, **tres fueron iniciadas durante la pandemia.**

A diferencia a otros sectores (por ejemplo, las radios comunitarias), cuyo panorama es relativamente *estable*, **el mapa de las revistas culturales es sumamente dinámico.**

Hay revistas que aparecen y dejan de salir. También hay editores que se acercan un año, otro se “desconectan”, otro vuelven a censarse. **En total, 547 revistas diferentes han formado parte de la Asociación en algún momento de su historia.**

Diversidad de temáticas, nuevas agendas



Temáticas trabajadas (pregunta de respuesta múltiple)

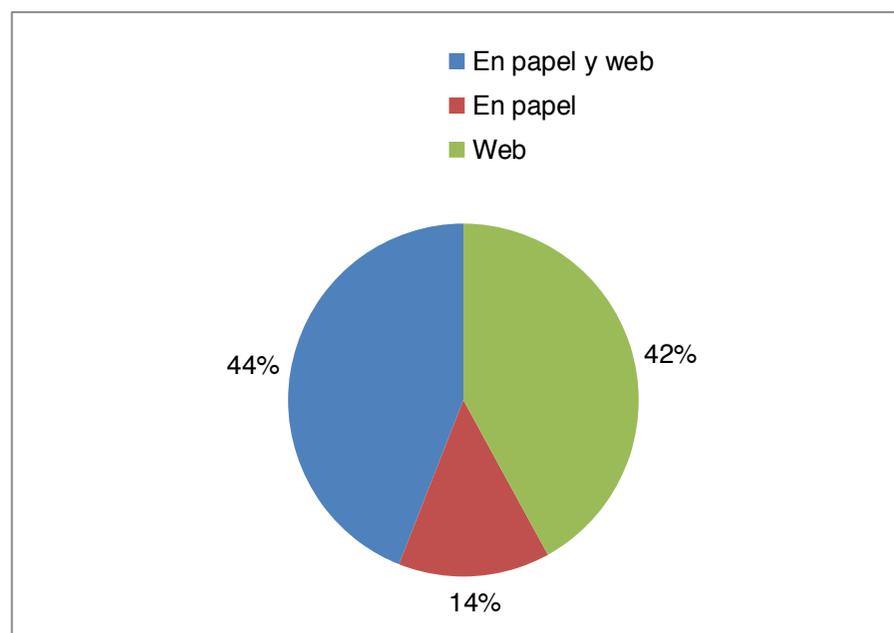
Las **cuatro temáticas principales** coinciden con el censo anterior, aunque con una leve variación en sus jerarquías (en 2019 “Política” había resultado el tema principal).

El principal cambio es la merma en “Asuntos barriales y vecinales”, que era quinto en importancia en el Censo previo. Esto se atribuye a la proporción menor que representan actualmente las *revistas vecinales* de CABA.

Bajo el ítem **Otros** emergieron nuevas temáticas para relevar en los próximos censos. Entre ellos se destacan **temas ambientales**, de **tecnologías** (hacking, geopolítica digital, software, hardware) y de la **economía social y popular**.

Soportes: El impacto de pandemia

Como en el Censo anterior, predominan las revistas híbridas: **impresas y digitales**. Ya no son “revistas en papel que tienen un sitio: en 8 de cada 10 casos producen contenidos que son exclusivos para sus webs.

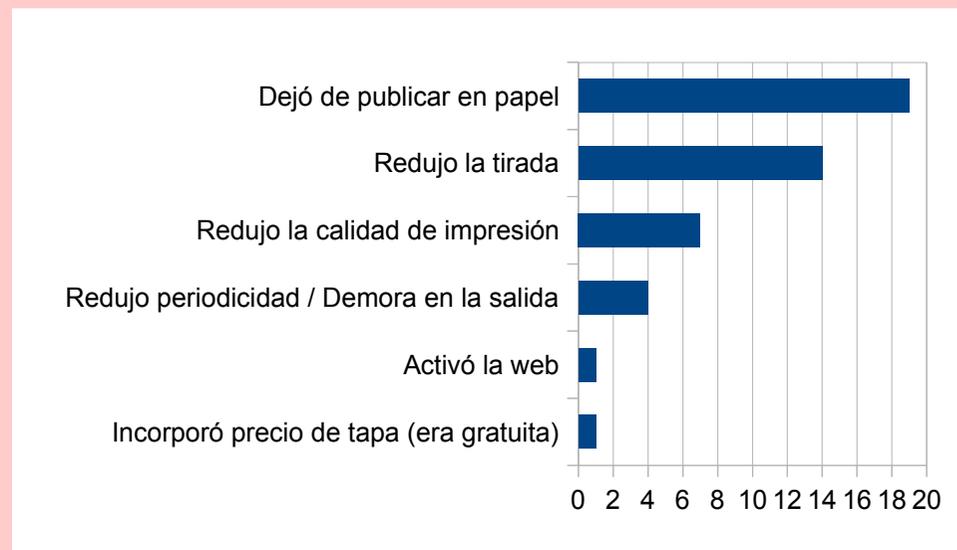


La opción de las revistas *sólo en papel* es cada vez más reducida. En suma, quienes utilizan soportes digitales totalizan el 86% del total.

Entre las creadas en los últimos 5 años, la opción *sólo digital* representa el 52,4%.

En 2020, a la tendencia a la digitalización se sumó el impacto de las medidas de aislamiento preventivo.

Varias revistas que se definen “en papel”, este año no pudieron imprimir o lo hicieron con esquema de emergencia.



Impacto de la pandemia y las medidas sanitarias

En total, 19 revistas dejaron de publicar en papel

NUEVOS FORMATOS. Por primera vez, surgió la necesidad de **conceptualizar distintas variantes digitales**: la revista diseñada en *formato editorial clásico* (que circula en PDF o equivalente) difiere de la concebida como *portal web*. Actualmente hay editores que trabajan ambas opciones, así como antes eran “en papel y web”.

Alcances

Impresas

234.076 lectores mensuales

[readership calculado para el sector: 4 personas]

El promedio de la tirada mensual* bajó de 1987 (en 2019) a 1500 (en 2020).

* Cálculo de *tirada mensual*: se contabiliza normalmente la tirada de la revistas con esa periodicidad; en el caso de una revista quincenal, se multiplica por dos; en una revista trimestral, se divide su tirada por tres; y así según cada caso.

Más notoria es la **caída de la tirada del conjunto del sector**, que bajó a **58.519 ejemplares mensuales** (el 55,5% de los 105.359 registrados en 2019).

Esto fue fundamentalmente **consecuencia del contexto de pandemia**: de 58 revistas que idealmente utilizan el soporte papel, el 33% no han pudieron salir ese soporte (mientras que otro 31% informa que redujo tirada, calidad y/o periodicidad).

Digitales

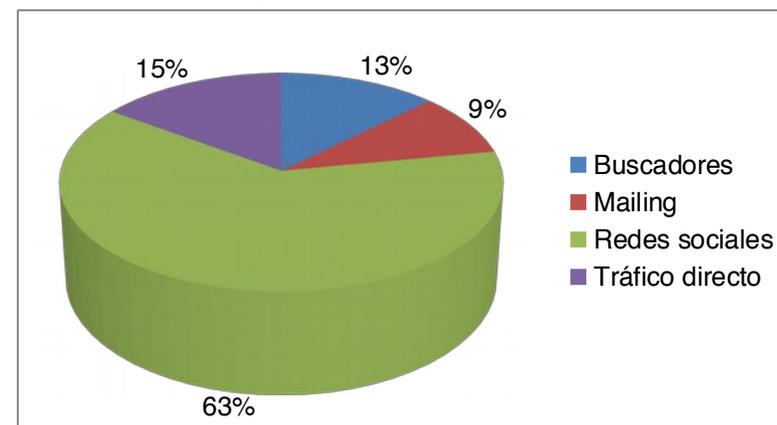
208.341 visitas diarias

[fuente principal de medición: Google Analytics]

Las visitas diarias promedio por revista son 2541.

El total de visitas diarias se incrementó un 31% respecto del año anterior.

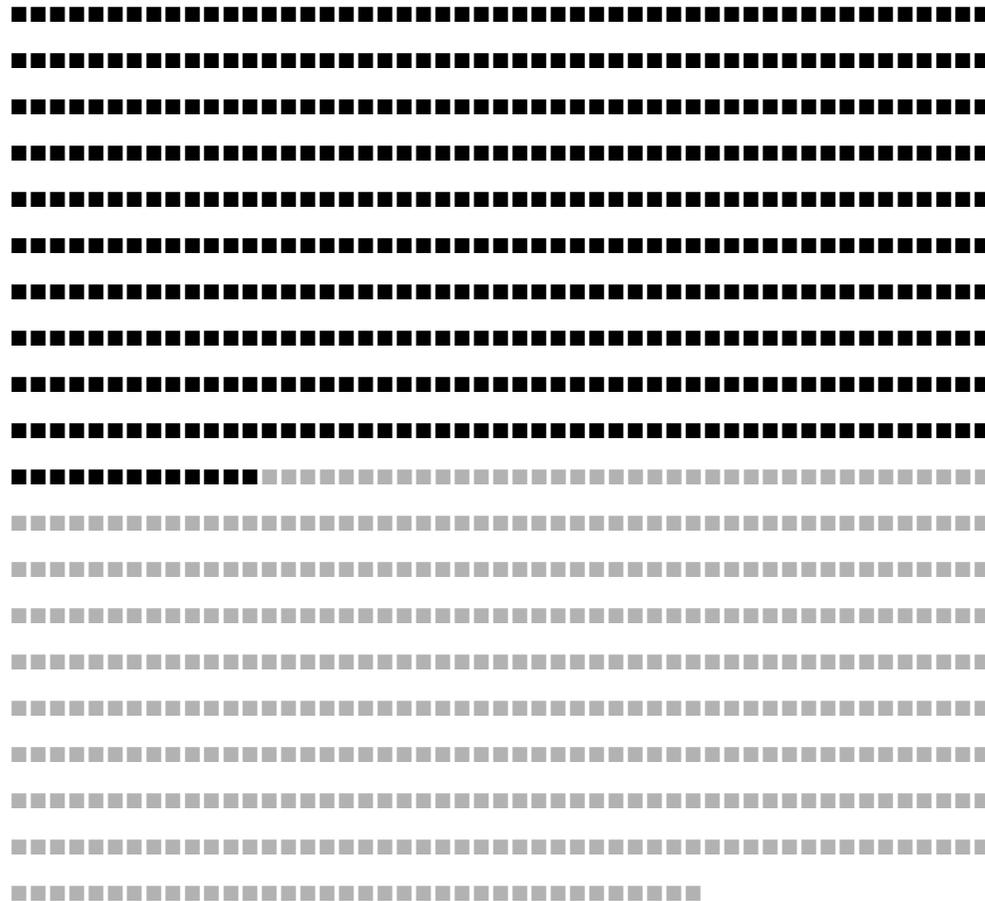
Origen principal de las visitas



Las redes sociales tienen un peso cada vez más relevante como origen de las visitas. **La frecuencia de actualización de las webs no aumentó.**

Fuentes de trabajo

1005 trabajadorxs



523 cobran por su trabajo



Es una novedad con respecto a los registros previos, donde predominaba el trabajo voluntario, no remunerado.

El porcentaje de trabajadorxs rentados tiende a aumentar con la antigüedad de la publicación. Es el 42,9% en las nacidas en los últimos 5 años. Representa el 55,9% entre las que tienen más de 10 años.

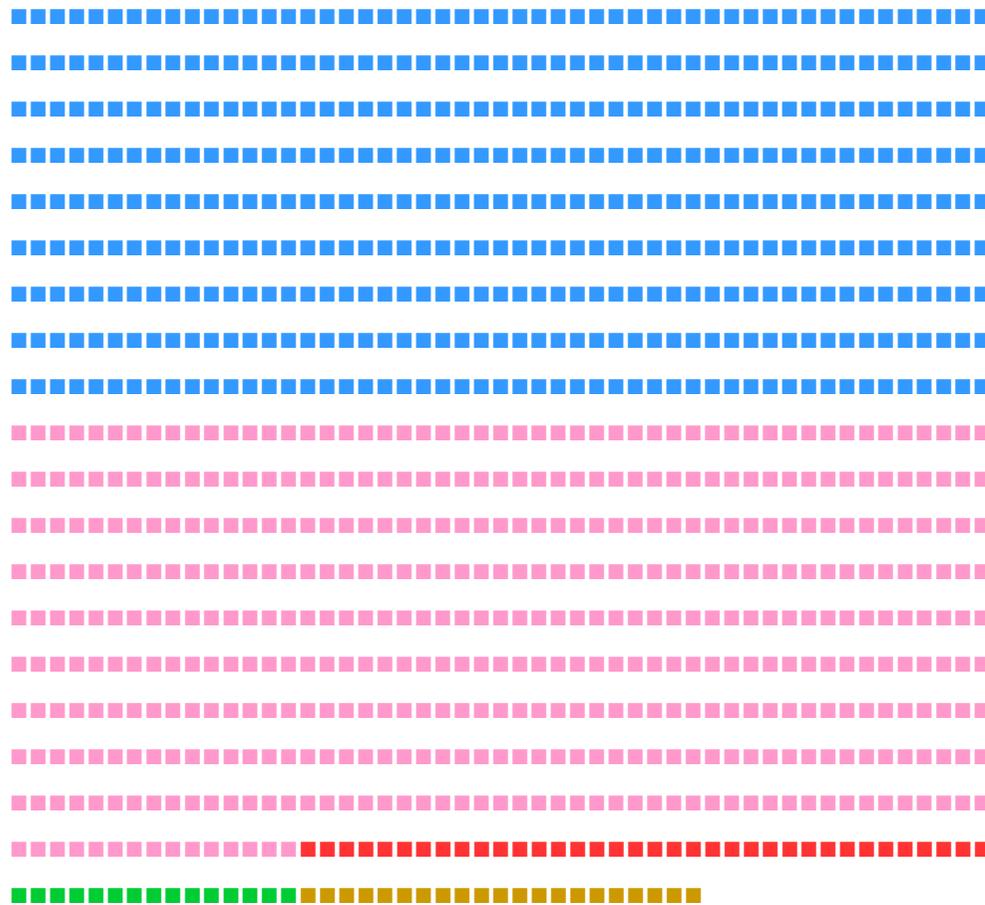
También hay variaciones según la forma jurídica.

En las cooperativas, el 77,7% recibe un ingreso por su trabajo. En las asociaciones civiles, el 63,5%. En las revistas que no tienen personería jurídica, sólo el 38%.

El promedio por revista (10 trabajadorxs) se mantiene relativamente estable con respecto al censo anterior.

Géneros

1005 trabajadorxs



El censo 2020 indagó sobre las distintas identidades de género que integran los equipos de las revistas.

Hay **459 varones**, **474 mujeres**, **36 se identifican como lesbianas**, **15 travestis / trans** y **21 no binaries**.

Ya en informes anteriores habíamos advertido una tendencia a la paridad, en contraposición a la conocida desigualdad que se registra en los medios tradicionales-comerciales.

Ahora, el detalle en las preguntas incorporadas en el Censo 2020 ayudó a identificar la diversidad de identidades y **superar los binarismos**. En el 9º Foro se realizó el Taller *Autogestión feminista: estamos en los medios*, que avanzó en el análisis y la visibilización de la participación de mujeres, lesbianas, travestis, trans y no binaries en el ecosistema de medios autogestivos.

Géneros

Composición de las comisiones directivas, consejos de administración o equivalentes:



49,2% de los cargos directivos son ocupados por mujeres,
45,8% por varones y 5% por disidencias.

Algunos desafíos para el futuro:

- Actualmente no hay travestis/trans desempeñando roles directivos en las revistas.
- Hay un 18% de revistas donde el 100% de los directivos son varones. Y es así pese a que sólo en el 13% de esos casos, el staff está compuesto sólo por personas de ese género.
- En el 61,4% de las revistas, más del 50% de lxs directivxs son varones. Es decir, el dato global esconde algunas cuestiones sobre la paridad. **La participación de mujeres y disidencias se concentra en algunas revistas.**

Así como el federalismo, la paridad de género fue un criterio central para la conformación de la Comisión Directiva de ARECIA para el período 2020-2021.

Mucho más que editores

Desde el Séptimo Informe (2018) hemos identificado una **tendencia a la diversificación de las actividades** que realiza cada colectivo. **Los editores que “sólo realizan la revista” representan hoy apenas el 23% de la Asociación.**

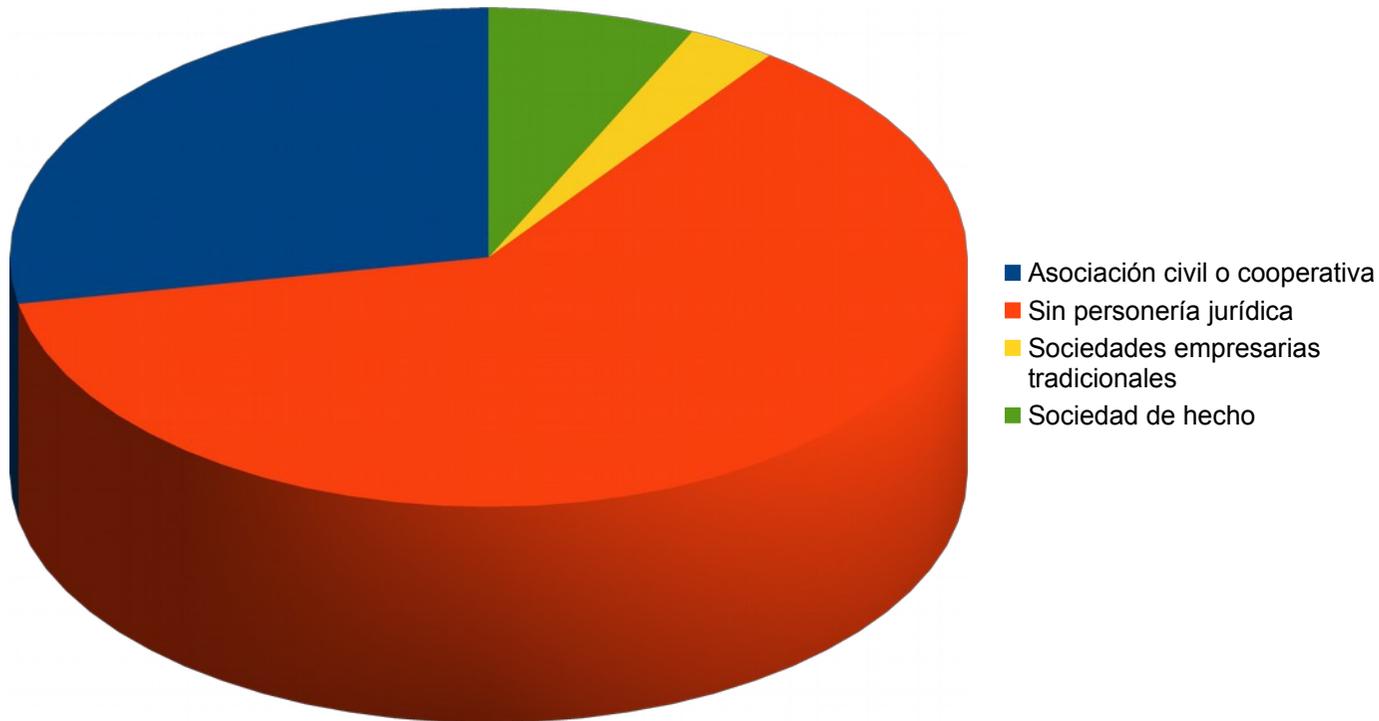
¿Qué otras actividades abarca el 77% restante?



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

Una novedad del Censo 2020 fue identificar la **edición de libros** como una actividad significativa, realizada por 28 colectivos que integran la Asociación.

Formas jurídicas



Volvió a crecer la participación de las formas asociativas (cooperativa o asociación civil), que representaban un 16% en 2018, 23% en 2019 y **ahora constituyen el 28% de la Asociación.**

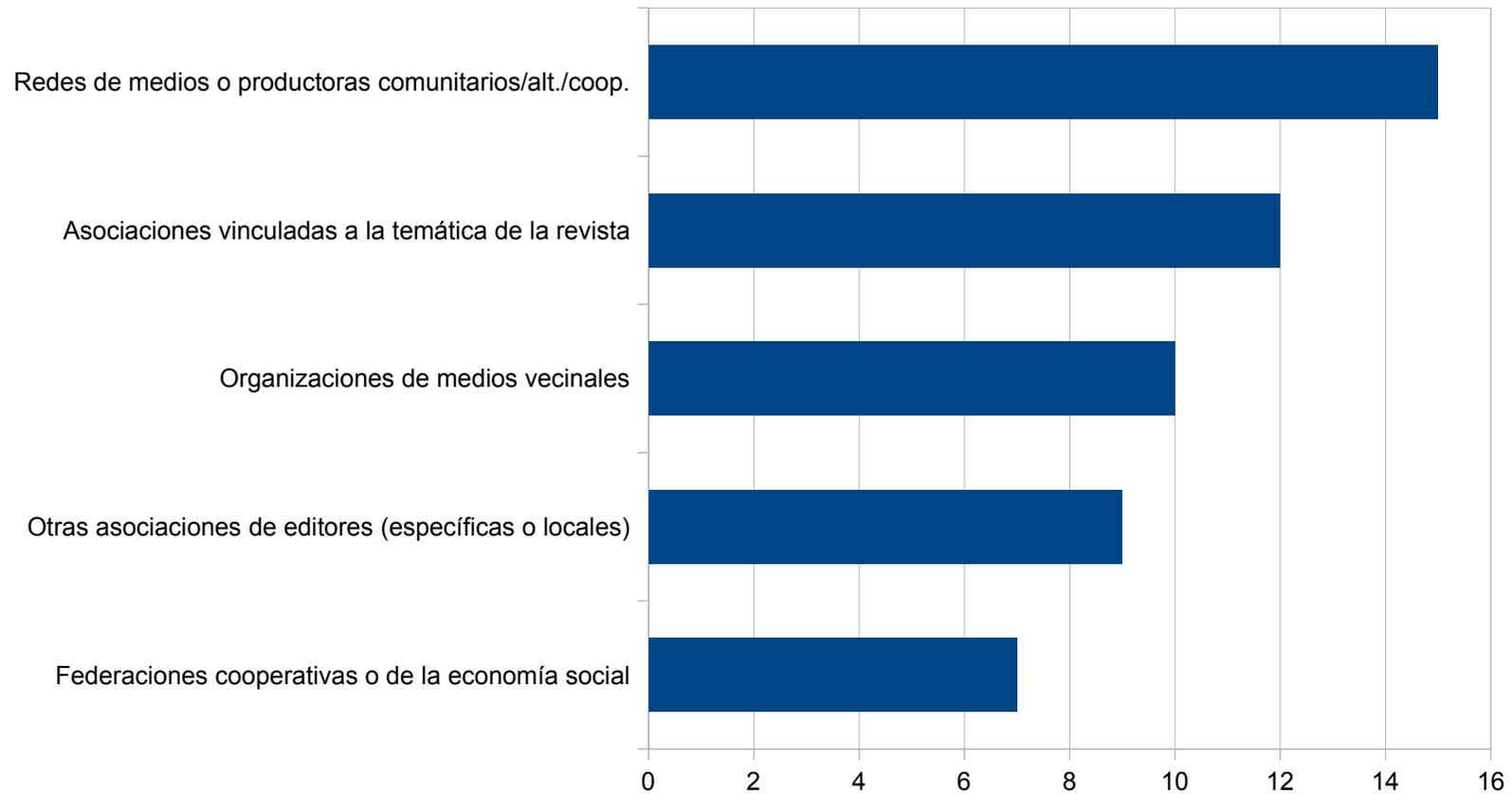
Además se informan dos asociaciones civiles en trámite y dos procesos de formación de cooperativas.

Sigue predominando la *precariedad jurídica* caracterizada en censos anteriores.

(Mientras el 62% de los grupos se formaron para la edición de la revista y el 24% para la edición y otras actividades relacionadas -producciones en otros soportes, talleres, etc.-, **un 14% declara pertenecer a una organización social más amplia.** La mayoría de las *asociaciones civiles* corresponden a ese grupo.)

Redes con otras asociaciones y federaciones

El **43%** de las socias integran otros espacios de asociatividad además de AReCIA, que les nuclean como medios o como organizaciones.



Fuentes de financiamiento

Como hemos observado en sucesivos informes, la sostenibilidad de las revistas culturales se basa en una **hibridación de recursos**.

Ingresos publicitarios. Las dos variantes de avisaje siguen siendo la principal fuente de ingresos, aunque se registró una caída leve respecto del año previo.

Militancia del proyecto. En 2020 aumentó el “aporte personal” de los miembros.

Novedad. Las fuentes de recursos mantuvieron su jerarquía (respecto de 2019), con excepción del **ascenso de las suscripciones**.

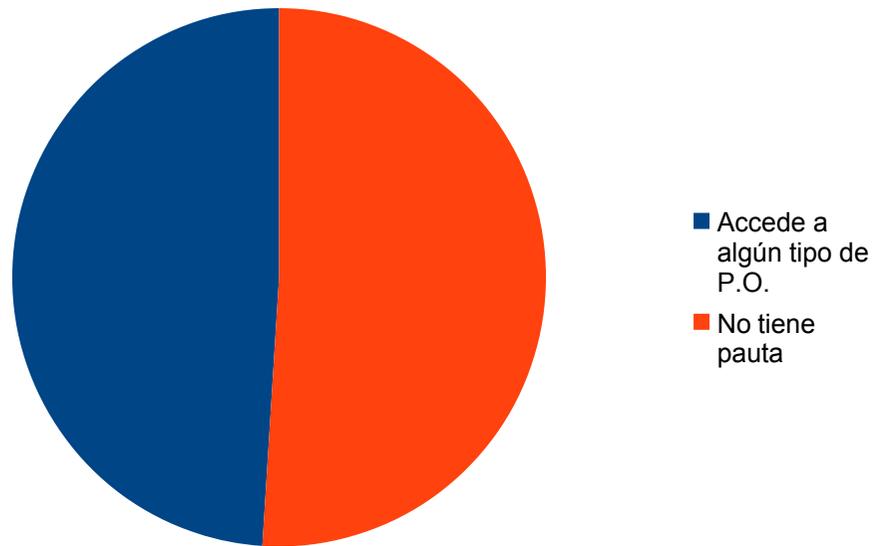


* No incluye suscripciones (consignado aparte). El porcentaje de revistas que tienen ingresos por “precio de tapa” está calculado sobre el total de revistas, como todos los demás. Ascende al 47% si se toman las revistas en soporte papel. / ** No incluye pauta publicitaria estatal.

Esta opción se incluyó en los censos pensando en las publicaciones impresas con sistemas de suscripción. **En 2020 advertimos que varias revistas que son sólo digitales señalan esta modalidad.** En el 8º Foro (2019) se realizó un taller sobre los modelos de negocios basado en socios y membresías. Las revistas atraviesan un proceso de fidelización de los lectores y **creación de comunidades**.

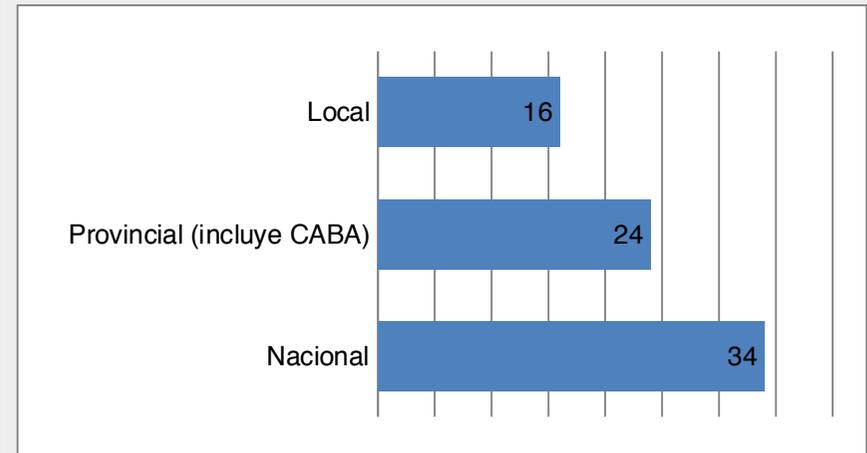
Publicidad oficial

La mitad menos una. En 2020, 49% de las revistas de ARECIA accedieron a algún tipo de publicidad oficial (nacional, provincial y/o municipal).



Salvo en el nivel municipal, **el acceso a publicidad oficial se redujo con respecto al año anterior**, cuando 27 revistas (que representaban el 34,6% del total) tenían pautas provinciales y 41 (el 52,6%) recibían pautas nacionales.

Entre las distintas variantes, **la principal fue la pauta del Estado nacional**, a la que acceden (al momento del censo) un tercio de los editores integrantes de la Asociación.

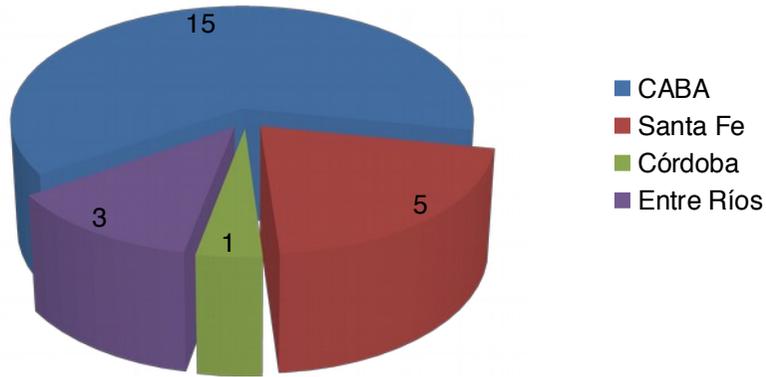


Desde 2013, **el acceso a la publicidad de Nación ha sido el resultado de arduas negociaciones colectivas** llevadas adelante por ARECIA frente a los distintos gobiernos.

Los datos indicados contabilizan acceso y no montos. Por lo general, las pautas no han tenido ninguna actualización y sufren una fuerte depreciación en relación a la inflación.

Publicidad oficial: Provincias y Nación

Pautas provinciales



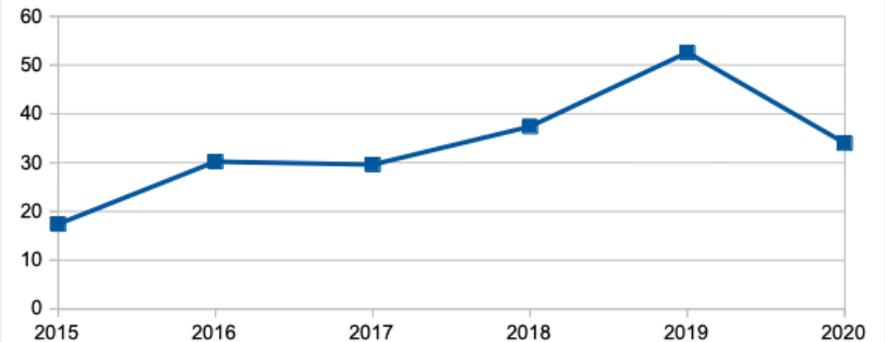
Aunque el Censo registra revistas en 14 jurisdicciones, las “pautas provinciales” corresponden sólo a cuatro: CABA (en general, por la Ley de Medios Vecinales) y tres provincias.



Solamente en Entre Ríos el 100% de las revistas registradas acceden a la pauta, tanto provincial como de sus municipios. En las demás representan un tercio del total (Córdoba 33%, CABA 32%, Santa Fe 31%).

Si bien no se sancionó una ley que lo reglamente, la Constitución de Entre Ríos incluye un artículo sobre la publicidad oficial, que ordena “asegurar la **distribución equitativa y no discriminatoria** de espacios en los medios de comunicación social que se inscriban para tal fin”. Actualmente existe un registro oficial y todo los medios registrados reciben pauta.

Porcentaje de revistas que accedieron a pauta del Estado nacional
Al momento del censo



En el Censo 2018, 49 revistas recibían pauta de Nación. En 2019 eran 41, aunque representaban un porcentaje mayor sobre el total: “en el contexto de una reducción del total de revistas, los editores que accedieron a pauta son quienes pudieron sobrevivir” (8° Informe sobre el Sector).

Sin una ley que defina criterios claros, **el acceso a la pauta está atravesado por la incertidumbre.** Cada cambio de gobierno implica una interrupción por meses.

La *arritmia* de este segundo gráfico es una representación más clara de esos vaivenes.



www.revistas culturales.org