



Revistas culturales en la era digital
¿Hacia dónde van y cómo se financian?
El árbol, La Pollera, Arte y crítica, MICH, 60 Watts ¹

Belén Bascuñán ²

¹ Ponencia presentada al Primer Congreso Nacional de Gestión Cultural. “*Escenarios, tensiones y desafíos de la Gestión Cultural en Chile*” realizado los días 3, 4 y 5 de noviembre de 2011, en Santiago de Chile. Editada por Escuela de Gestores y Animadores Culturales, Egac.

² Gestora Cultural independiente. Estudiante magíster Edición de libros, Universidad Diego Portales.



:: Introducción

Cómo financiar una revista digital es una pregunta que más de un dolor de cabeza le habrá traído a nuestros editores. Aunque históricamente ha sido un sector poco rentable, una razón es que las revistas culturales “(...) en el imaginario publicitario, no reciben la atención que merecerían por parte de los anunciantes y agencias y son las destinatarias frecuentes de las inversiones publicitarias de instituciones o de la Administración” (García Leyva, 257).

Internet, a la vez que ha facilitado la propagación de estas, no ha facilitado su sustentabilidad, para las revistas culturales escasean los planes de financiamiento. Utilizan, en cambio, lo que Internet pone a su favor para la publicación de los contenidos, y por ese lado obtienen considerables beneficios. Falta de tiempo y de apoyo institucional son algunas de las trabas que impiden el desarrollo de planes de sustentabilidad. Y la falta de recursos implica o, al menos dificulta, la profesionalización de la edición de contenidos culturales.

Pero no sólo el tema del financiamiento de revistas digitales culturales es algo poco resuelto, el cómo sistematizar las experiencias del campo es una tarea algo abrumadora, principalmente porque este problema abre varias aristas: desde la noción misma de revista cultural en soporte digital, pasando por las posibilidades de colaboración comunitaria, los mecanismos de consumo y apropiación de contenido, hasta las oportunidades de negocio en un mundo globalizado. Esto en el contexto de que escasean las investigaciones chilenas relativas al tema.

Este estudio, basado en entrevistas e indagación bibliográfica, es una primera aproximación al tema y no se propone cubrir todas estas vetas de investigación.

En cambio se propone: revisar lo que cinco editores de revistas chilenas de diverso *tipo* tienen a su favor, en cuanto a las dinámicas

que proporciona Internet; examinar los desafíos y dificultades; y, por último, abordar posibles estrategias de financiamiento.

:: Metodología

Como fuente de información usé la entrevista y bibliografía. Entrevisté a Eleonora López, de *El Árbol*. Esta es una revista multidisciplinaria que publica artículos de contenidos críticos y de investigación. De la muestra seleccionada esta es la única que posee ISSN, y por el estándar que cumplen los contenidos, la revista se identifica con el mundo de lectores interesados e iniciados.

Entrevisté también a Diego Zúñiga, de 60 *Watts*. Este sitio publica, principalmente, críticas, reseñas de libros y tiene cierto prestigio entre lectores asiduos y exigentes, nacionales y extranjeros (Vila Matas la tiene como uno de los links que visita regularmente), aunque las visitas diarias promedio son escasas, como los lectores de esta especie. Luego, a Daniel Reyes, de *Arte y Crítica*. Muchos de los artículos que tiene archivados esta página, artículos críticos de artes visuales, han sido luego republicados en otros sitios y/o en revistas, lo quiere decir que los contenidos editados son de referencias para este campo. Y la mayoría de los lectores (el 60%) provienen de España, Argentina, Brasil, entre otros países.

El cuarto entrevistado fue Simón Ergas, de *La Pollera*. Esta es una revista miscelánea de orientación más “pop” que académica. Publica columnas, artículos, curiosidades, cuentos, poesía, videos de música, y hace concursos en línea de entradas a recitales, entre otros. Y, por último, Sebastián Riffo, de *Museo Internacional de Chile, MICH*. Esta fue iniciada por el colectivo de artes visuales que lleva el mismo nombre, y su política editorial está centrada en archivar y compartir material patrimonial, lo cual incluye ensayos, reseñas, noticias, y arte nacional e internacional.



Para el marco bibliográfico exploré en tres áreas. La primera es relativa a revistas culturales digitales, para esta usé una investigación hecha en España el 2005 que aporta algunas luces respecto de las perspectivas de sector: “Las revistas culturales y su futuro digital” (María Trinidad García Leyva). La segunda consiste en fuentes de información sobre financiamiento en cultura en Chile.

Por una parte consideré “Encuesta nacional de consumo y participación”, documento elaborado por el Consejo de Cultura en conjunto con la Universidad Alberto Hurtado. Este proporciona el punto de vista gubernamental del campo cultural frente a la cuestión de quién es el responsable de financiarla y bajo qué valorizaciones. Por otra parte consideré estrategias de financiamiento para implementar en nuestro país, con una visión transversal a cada subsector, con el libro “Cultura: quién paga”, de Arturo Navarro. Como la tercera y última área, las posibilidades y desafíos de Internet: “Wikinomics” (Don Tapscott y Anthony D. Williams) y “Mantener la tensión” (Iván Pinto).

:: Beneficios

El problema del financiamiento es el denominador común para los cinco editores entrevistados. Lo interesante es que a pesar de ello, estas iniciativas siguen, por una u otra razón, en pie. La perseverancia de sus comandantes es el elemento primordial, pero a esto debemos sumar el hecho de que Internet los provee de herramientas que facilitan el funcionamiento, sin dinero de por medio, de estas.

Difusión e interacción

De forma transversal a cada uno de estos casos, Internet ofrece algunas ventajas respecto de las publicaciones papel. El estudio “Las revistas culturales y su futuro digital” realizado por María Trinidad García examina cómo se relativizan los costos a la

vez que se amplía el mercado, dado que la desintermediación les da autonomía, incrementan los lectores al ahorrar los costos de distribución y de adquisición, optimiza la difusión (llega a lugares insospechados) y promete mejores posibilidades de búsqueda y conservación.

En la difusión se encuentra una de las claves para entender los beneficios del soporte Web. Aunque difundir, entendido como “extender, esparcir, propagar físicamente” (RAE), es un término que se aproxima pero no se ajusta del todo a la dinámica entre editores y lectores digitales. Esta precisión es destacada por Leonora López cuando aclara: “no pienso en términos de *difusión*, sino de *comunicación*. Puede ser una ociosidad terminológica mía, pero al menos a mí me permite ver el tema desde un punto de vista menos unilateral y más desde la interacción”.

Si escarbamos un poco más en esta idea encontramos que esta diferencia terminológica no es menor a la hora de examinar las credenciales que Internet otorga a las revistas culturales. La interacción es, según Don Tapscott y Anthony D. Williams en Wikinomics, uno de los cuatro pilares del funcionamiento de la Web (los otros tres son: apertura, actuación global, y el compartir). Estos autores ven en ella un sentido de oportunidad para la construcción del conocimiento en el sentido de que: “Hoy en día, miles de millones de individuos interconectados pueden participar activamente en la innovación, la creación de riquezas y el desarrollo social de formas que antaño solo podíamos imaginar.” (Tapscott y Williams, 17).

La difusión, en esta línea argumental, se entiende como una estrategia de retroalimentación entre lectores y editores. La flexibilidad para gestionar contenidos - incrementada con plataformas de fácil administración, como Wordpress- en la Web y el uso de las redes sociales dan viabilidad de esta interacción.



Y la fidelidad de los lectores queda sujeta a esta condición: el número de visitas diarias depende de qué tan activa aparezca el sitio frente a los usuarios.

Los principios de flexibilidad y actualizaciones frecuentes son fundamentales para la iniciativa *MICH*: “Sin una programación metodológica muy rígida, ésta se va actualizando constantemente, con un promedio tres publicaciones a la semana, donde buscamos darle visibilidad a los espacios emergentes”, explica Sebastián Riffo. Y el principio de visibilidad, para *La Pollera*: “Estos cuatro años no hemos dejado de publicar nunca. Creemos que es una de las maneras de mantener a los lectores vivos y pendientes”, escribe Simón Ergas.

En ambos casos, el uso diestro de las redes sociales captura la atención de los lectores y es instrumento poderoso “Aprendemos a movernos por el ciberespacio, muchas veces causando revuelos insospechados”, comenta el primero. “Tenemos una audiencia captada en redes sociales bastante amplia y eso nos ayuda enormemente al momento de difundir los contenidos”, comenta el segundo.

A esto se suma el testimonio del editor de *60 watts*, Diego Zúñiga: “Ahora, sobre, la difusión: Twitter y Facebook son fundamentales. En 2009 estas dos redes sociales no estaban tan fuertes, entonces no se notaba. Pero en la medida de que fueron agarrando más fuerza, eso repercutió también en las visitas. Porque yo pongo en mi Facebook o Twitter que actualizó la página e inmediatamente aumentan las visitas. Y, sobre todo, se suma que los colaboradores también lo hacen y eso aumenta el flujo.”

Las redes sociales son una de las vías para participar en comunidades digitales, pero no son las únicas.

Creative Commons (CC) es una organización internacional, no gubernamental, y sin fines de lucro que tiene como lema “compártelo, rehúsalo, remézclalo, legalmente”. Los editores que participan en esta organización

liberan los artículos publicados del lucro asociado al copyright y derechos de autor con el objetivo de destrabar las intermediaciones legales. Pero lo interesante es que CC opera como aglutinante de publicaciones provenientes de distintas partes del mundo, ya que “proporciona un sistema que automatiza la búsqueda de contenidos “comunes” o bajo licencia CC”.

Debido a que Creative Commons es una comunidad virtual que tiene como consigna la difusión del conocimiento. Ser parte de la organización tiene como ventaja, en relación al tema que evaluamos, el hecho que amplía los canales de exhibición de contenidos (la revista aparece en la base de datos de la Web de CC), facilitando la difusión internacional. *Arte y Crítica* y *El Árbol* poseen esta licencia.

:: Beneficios paralelos

Con beneficios paralelos me refiero a un tipo de remuneración para autores y editores de estas revistas, que es distinta a la retribución económica, aunque no excluyente. Esta consiste en lo que los editores y autores pueden *ganar* mediante la edición y/o publicación en un sitio que tenga cierto prestigio en el medio cultural en el que se inserta.

En primer lugar se encuentra la visibilidad profesional que, a largo plazo, provee beneficios económicos de forma indirecta: contacto para encargos, invitaciones a participar en proyectos o similares. *Arte y Crítica*: “La plusvalía se desprende de la difusión que hacemos de artículos y autores, somos productores de contenidos, una especie de semillero. Además hemos ganado con experiencias que no hubiéramos obtenido por otra vía, como por ejemplo la invitación a Documenta Kassel, en Alemania (pagado por la sección de publicaciones) para generar textos críticos del evento”

También cuenta el prestigio intelectual, que no reporta beneficios económicos. Es lo que subraya el editor de *60 Watts* “Claro, esta



revista no es financiada por nadie. La hago porque me gusta hacerla, (...) pero sí se lee por gente que a mí me interesa. Vila-Matas la tiene entre sus links, por ejemplo. (...) Y la revista sobre todo tiene lectores en España, Argentina, México y Perú, además de Chile. También gente de EEUU, que imagino que son latinos que estudian literatura.”

Por último se encuentra el posicionamiento de marca. Una revista que tiene cierta audiencia establecida puede hacer actividades de extensión, tales como: cursos, charlas. Es a lo que aspira Leonora López, de *El Árbol*: “tratamos de participar en la mayor cantidad de actividades que nos sea posible y en el futuro esperamos poder empezar a generar nuestras propias actividades de extensión”.

:: Desafíos

Un plan de sustentabilidad se enfrenta con dos grandes desafíos: la cadena de valor entre editor y lector se encuentra poco definida, y existe además una tradición de gratuidad en Internet que pone difícil la retribución económica de la edición de contenidos.

Nos enfrentamos a un estrechamiento abismal en la cadena de valor del sector, entre autor y lector, que, tras décadas de operatividad, en las cuales se consolida y ajusta -pero no necesariamente optimiza-, contempla desde la edición de artículos hasta la venta en kioscos o librerías.

Según comenta García Leyva, “con la aparición de las nuevas tecnologías digitales de la información y la comunicación, la cadena de valor tradicional de las revistas culturales (...) se altera y se hace más compleja. La pregunta es hasta qué punto estas innovaciones afectarán al desarrollo del segmento, principalmente en los casos de edición electrónica e Internet” (267).

Ya podemos adelantar que el sector se ve afectado en que se modifican los procesos de

trabajo en la edición y creación de contenidos, en que desaparece la impresión y en que cambian los hábitos de consumo (la compra en la librería). Este último punto es el que incumbe más directamente el tema del financiamiento. Porque tradicionalmente por las revista en papel el lector ha estado dispuesto a pagar una suscripción de forma regular, en cambio, está menos dispuesto a hacerlo por leer un artículo en una pantalla. Cada quien paga una suma de dinero por el **acceso** a Internet con la idea de que con eso pagó por todo lo que se publica en la Web. Y es que “los modelos de negocio, en el caso de Internet, se ven afectados por la tradición de gratuidad implícita en el medio desde su nacimiento” (García Leyva, 268).

:: Sobre financiamiento

Fondos de cultura

Los desafíos de la desintermediación y la tradición de gratuidad en Internet para el financiamiento de las revistas digitales culturales, hasta el momento, no competen al Consejo de la Cultura. Por una parte, las bases actuales de los fondos concursables están enfocadas en el consumo de la cultura³, por otro lado, no hay un fondo específico para el sector editorial digital y, por último, se ofrece apoyo exclusivamente a organizaciones con trayectoria.

Hoy la línea que apoya este tipo de iniciativas es la de Mediación, modalidad Apoyo a organizaciones culturales y Mercadeo de las artes.

³ A través del Consejo de la Cultura el Estado apoya y promueve la vida y salud cultural del país, mediante sus fondos concursables. Según señala la introducción de la Encuesta Nacional de Consumo Cultural, se encuentra interesado en democratizar el acceso a la cultura y en potenciar su consumo. “El actual proceso de masificación del consumo cultural entrega elementos para comenzar a plantear la existencia de transformaciones estructurales en la experiencia de vivir en la sociedad chilena, en cuanto a la democratización del consumo cultural.” (SEPCC, 18)



En este sentido el gobierno pone a disposición recursos para revistas que ya se hayan constituido como tales, con trayectoria y personalidad jurídica, pero no hay un canal directo que se proponga fortalecer el rubro (ni en papel ni en digital).

De las cinco revistas consultadas ni una sola funciona con el apoyo del Consejo de la Cultura. No obstante, el editor de Arte y Crítica considera que estos fondos resultan útiles para desarrollar proyectos de investigación puntuales, asociados al sitio (otros fondos de este tipo son Conycit o fondos universitarios de vicerrectoría).

La Ley Valdés es otra vía de obtención fondos. Esta consiste en la donación, por parte de una empresa, de un porcentaje de los impuestos que corresponden al Estado, a una ONG. Por estos meses se tramita una modificación que “aumenta los beneficiarios y las posibilidades de los donantes, entonces es un proyecto que efectivamente se hace cargo de todas las dificultades que tenían los artistas y los donantes con esta Ley” (www.consejodelacultura.cl). Entre otros cambios, la propuesta aprobada por unanimidad amplía la cantidad de donantes y beneficiarios.

:: Para el plan de sustentabilidad

La abundancia de sitios que compiten en la Web amenaza con una *zona cero* de la diversidad cultural. Y las políticas culturales, centradas en el consumo, desatienden la necesidad de fomentar y estandarizar mecanismos de gestión financiera. “La diversificación del consumo cultural (...) es un fenómeno relativamente nuevo, en el marco local, parece ir en desfase de una “ausencia” de política cultural clara. La *cultura* parece estar en una *zona cero*: nadie sabe qué decir o qué hacer al respecto” (Pinto). La constitución de un campo de revistas culturales digitales que se diferencie de los contenidos culturales volátiles y desechables que se pierden en la Web, depende, de forma

importante aunque no exclusiva, de un plan de sustentabilidad.

La figura de un buen gestor se viene a la cabeza a la hora de elaborar un plan de financiamiento. Arturo Navarro, en “Cultura: quién paga”, describe el nacimiento este perfil profesional en Chile a partir de una concepción cultural que se viene desarrollando desde la década del noventa. En esta línea argumental, en nuestro modelo en la cultura *participan* -y por lo tanto *financian*- todos: tanto los artistas-autores-productores, como el Estado y las audiencias, y en consecuencia, requerimos de un mediador entre las partes, principalmente, para canalizar fondos.

En este escenario un editor, que probablemente es también programador, diseñador y corrector, necesita (o debe hacer las veces de) un gestor que diseñe y/o coordine una estrategia financiera. *La Pollera* destaca en este punto. Teniendo a su favor los beneficios de una revista digital (posicionamiento de marca, difusión, interacción), el equipo levantó una editorial con el mismo nombre, pero de diferente organización. Esta se mantiene con el ofrecimiento de servicios editoriales a otros sitios y a ella se apuesta como fuente de trabajo. La *Pollera* editorial mantiene a La *Pollera* digital.

El caso anterior es un modelo para la consecución de recursos que no parte de la revista misma. El sitio opera como plataforma de contenidos que se extiende desde la publicación digital hacia otros espacios de transacción. Alternativas son: editorial que ofrece servicios editoriales y publica libros; y actividades de extensión tales como workshops, seminarios y talleres.

MICH, Arte y Crítica, El Árbol, y 60 Watts, hasta el momento no han aplicado un plan de financiamiento. Lo interesante es que en distintos niveles (de mayor a menor en el orden en que son mencionadas), han hecho de su sitio una plataforma extensiva.



:: Conclusiones

Pareciera se que en la combinación y articulación de acciones se juega la posibilidad de dar continuidad a las iniciativas culturales.

El trabajo de coordinación y planificación es fundamental en una revista digital: editar artículos, actualizaciones del sitio, alimentar las redes sociales y extensión de actividades requieren un dedicado plan de gestión y sustentabilidad. Éste puede incluir estrategias complementarias tales como: banners publicitarios, o también (experiencia internacional que se pueden importar) un sistema de donaciones en línea mediante Pay Pal, implementado por *La Furia humana* (www.lafuriaumana.it revista italiana que publica de forma bimestral). •

:: Bibliografía

- García Leyva, María Trinidad. “Las revistas culturales y su futuro digital”, en: VVAA, *Alternativas en los medios de comunicación digitales*, Barcelona, Gedisa, 2008, pp. 245- 317.
- Navarro, Arturo. *Cultura: quién paga*, Santiago: RIL Editores, 2007.
- Pinto, Iván. “Mantener la tensiones, sostener los cruces”, 30/11/2011, en: culturacanibal.blogspot.com
- SEPCC: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural. Santiago de Chile: Ediciones cultura, 2011.
- Tapscott, Don y Anthony D. Williams. *Wikinomics*, Barcelona: Paidós, 2007.