

Las revistas culturales y su futuro digital

M.^a Trinidad García Leiva

Doctora en Ciencias de la Información

Este documento analiza la situación del segmento de las revistas culturales españolas con el objetivo de proponer recomendaciones concretas que contribuyan a su posicionamiento y desarrollo frente a los desafíos que plantean las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Para ello, en primer lugar, se describe y analiza el sector tanto desde un punto de vista tecnológico como económico y legal. El diagnóstico al que se llega es precedido por la descripción del contexto internacional en el que el segmento se inserta, con especial atención a la situación europea. El balance del estudio permite concluir que los principales problemas que deben afrontar las revistas culturales para sobrevivir son la ausencia de recursos estables de financiación y las dificultades, ya estructurales, para su distribución y difusión, enmarcadas por la existencia de una industria editorial concentrada e internacionalizada.

Este panorama ha impedido que el subsector desarrollara una necesaria estrategia para afrontar los cambios que trae consigo la denominada era digital, por lo que el presente documento recomienda la implantación de un conjunto de políticas públicas a largo plazo, coordinadas en sus principales ámbitos de actuación, que, además, sean coherentes con la doble dimensión económica y cultural de esta actividad.

Al respecto, su continuidad debe quedar asegurada y reforzarse, tanto para proteger su importancia cualitativa en términos democráticos, como para fortalecer su perfil económico de plataforma de pequeñas y medianas empresas.

Así, pues, tales políticas, expresadas en las medidas concretas que se detallan a continuación, se presentan a partir de dos grandes ámbitos de actuación:

Desde lo público

- Reforzar las subvenciones estatales actuales a la compra de suscripciones para:
 - Aumentar el número de revistas beneficiadas (incluidas las publicaciones exclusivamente digitales).
 - Incrementar la cantidad de centros destinatarios de estas adquisiciones (expandir especialmente la dotación a instituciones académicas públicas extranjeras vinculadas con la enseñanza superior y/o la difusión de la cultura y lengua españolas).
- Crear una nueva ayuda plurianual y flexible, coordinada entre el ámbito estatal y el autonómico, que acompañe la reconversión del sector a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Para ello, la convocatoria –que idealmente debería encuadrarse en los objetivos generales que promueve el vigente Plan Avanza– debería desdoblarse en:
 - Apoyar la puesta en marcha y desarrollo de nuevos proyectos en línea.
 - Otorgar ayudas para la modernización tecnológica de las editoras consolidadas (especialmente si se trata de proyectos ligados a la digitalización de fondos y la formación de los recursos humanos).
 - Incentivar la traducción y mejora en la distribución para favorecer la constitución de un verdadero espacio de debate nacional y europeo.
 - Incorporar activamente al segmento en las medidas de los planes de promoción de la lectura y las letras.

Desde las propias revistas, con el apoyo tanto del sector público como privado

- Consensuar un índice específico para la medición de la difusión de las revistas culturales con el objetivo de conocer su penetración y ser consideradas como destinatarias plausibles de los recursos públicos planificados para la inversión publicitaria.
- Promover la presencia de las revistas culturales en el extranjero, fomentando su exportación, aprovechando la existencia de un conjunto de instituciones y agencias dedicadas a la cooperación internacional y el fomento al comercio. Para ello es necesario:
 - Apoyar la negociación del segmento tendente a obtener reducciones en las tarifas postales internacionales.
 - Facilitar la constitución de consorcios de exportación.
- Potenciar la vía del trabajo conjunto para lograr mayor difusión y conseguir nuevos ingresos mediante, por ejemplo, la constitución de proyectos colectivos que experimenten con la venta de contenidos y servicios.