

Algunas ideas en torno a las revistas culturales*

*Miguel Riera***

Resumen

Y es que el pequeño editor, si va por libre y no tiene quien le ampare —y si alguien le ampara es dudoso que le cuadre el título de pequeño editor— es un personaje singular que se enfrenta a las tareas más variadas; puede empezar el día discutiendo con un autor sobre lo que se le olvidó pensar a Hegel y continuar la jornada cogiendo un berrinche considerable porque los libros no salieron a tiempo de la imprenta, para después aguantar al nonato que insiste en que su manuscrito es extraordinario —y además, a veces lo es—, tratar de convencer al director de la oficina bancaria de que su insolvencia es pasajera, discutir con el escaso personal que le ayuda el tamaño de la paga, gritarle al plomero que, por qué no arregla de una vez aquel condenado escape de agua, humillarse ante el funcionario estatal que no le libra el pago de unas compras que una vez, por casualidad, le hicieron unas

Abstract

The author explains his experience as publisher of cultural magazines identifying them as the ones that not only adopt a risky critical attitude, but also go farther looking for the transformation and the evolution of reality; as well as for the cultural exchange in Hispanic field. The author places the content over the form, explaining that an excellent design can be useless in the content is not adequate or convenient for the purposes planned before. He also points out the importance of the content at the university, being contrasted with the publications that emphasize technical learning. Finally, the author predicts the multiplications of the exchanges and the possibilities of association thanks to new technologies.

* Ponencia del Primer Encuentro de Editoriales Universitarias y Académicas. Cartagena de Indias, Colombia. Febrero 1996

** Editor colombiano

Siempre he pensado que si yo fuera un magnate de la industria, o uno de esos financieros que manejan cifras tan impensables como impronunciables, o un auténtico tiburón de empresa moderadamente estresado, contrataría, para manejar mis negocios, al espécimen humano mejor dotado para ello, es decir, a un individuo capaz de resolver cualquier problema sin que se le ocurriera molestarme mientras yo disfrutaba navegando por las islas griegas o esquiando en Saint Moritz. Un tipo así no es tan difícil de encontrar como la mayoría de la gente cree, aunque no se trata de una especie abundante. Claro que debería ser alguien un poco especial, un individuo que no se asustara por nada, capaz de resistir en situaciones difíciles y de retomar la iniciativa en tiempos de bonanza, versátil, laborioso, terco, y con una capacidad de encaje que para sí la quisiera ese tal Tyson. Yo, si estuviera en esa tesitura, y sin dudarlo un solo momento, contrataría, para velar por mis asuntos, a un pequeño editor.

Y es que el pequeño editor, si va por libre y no tiene quien le ampare —y si alguien le ampara es dudoso que le cuadre el título de pequeño editor— es un personaje singular que se enfrenta a las tareas más variadas; puede empezar el día discutiendo con un autor sobre lo que se le olvidó pensar a Hegel y continuar la jornada cogiendo un berrinche considerable porque los libros no salieron a tiempo de la imprenta, para después aguantar al nonato que insiste en que su manuscrito es extraordinario —y además, a veces lo es—, tratar de convencer al director de la oficina bancaria de que su insolvencia es pasajera, discutir con el escaso personal que le ayuda el tamaño de la paga, gritarle al plomero que, por qué no arregla de una vez aquel condenado escape de agua, humillarse ante el funcionario estatal que no le libra el pago de unas compras que una vez, por casualidad, le hicieron unas bibliotecas, gemir porque las pruebas que le llegaron estaban mal foliadas, tratar de engañar a los funcionarios de un juzgado que van a lo del embargo jurando que la editorial ya se había mudado y que él se dedicaba al comercio de pasta dental, maldecir a un crítico impertinente, conseguir un aplazamiento de los pagos al papelerero que, además, le había timado en la calidad del papel y, para rematar el día, deslomarse subiendo unas cajas que el bruto del transportista dejó equivocadamente en el piso de abajo. Y así, cada día de su miserable vida.

Con semejante entrenamiento, nadie debería extrañarse de que yo piense que un pequeño editor podría dirigir, sin excesivas dificultades, la General Motors o la Coca-Cola, pues además es bien sabido que para ser patrón de empresas grandes como esas, no es preciso derrochar talento sino, simplemente, utilizar con discreción el dinero —que, como dicen los clásicos, compra con facilidad las voluntades— y poseer un alma ciertamente despiadada, lo cual, en estos tiempos que corren, no deja de ser algo casi vulgar de tan corriente.

Y si ese editor, además, se ha dedicado a manejar publicaciones seriadas y no lo ha dejado al poco tiempo, o no ha precisado ser tratado con electrochoques para recuperar la consciencia, entonces, créanme, estamos ante un raro fenómeno de la naturaleza, una perla negra, un personaje al que los superhéroes de los cómics norteamericanos no le llegan a la suela de los zapatos. Y yo, a un tipo como ese, lo contrataría sin perder un momento.

Porque, si me permite seguir, y ahora hablando ya en serio, el manejo de las publicaciones seriadas me parece cosa tremendamente difícil, tanto desde el punto de vista de sus aspectos comerciales como con respecto a sus propios contenidos. El responsable de una publicación seriada, y en muchísimo mayor grado si se trata de una publicación mensual, se halla siempre en la cuerda floja, dudando sobre cómo comercializar su producto y dudando sobre si debe variar su contenido, y una cosa, naturalmente, afecta a la otra.

Me referiré principalmente, en lo que sigue, al peor de los casos posibles, el de las revistas culturales de periodicidad mensual, que en general pretenden abarcar un mercado lector mayor del potencialmente cautivo, con la utópica —pero no tanto— pretensión de que se pueda encontrar una buena revista cultural incluso en el hipermercado en el que las familias hacen sus compras. Naturalmente, muchas de las cosas que conciernen a esa clase de revistas son también aplicables a publicaciones seriadas de características diferentes en cuanto a su periodicidad, nivel de los contenidos y formas de comercialización. Por razones de experiencia personal haré referencia fundamentalmente al mercado comercial español, que presenta notables diferencias con los distintos mercados latinoamericanos.

¿Qué es una revista cultural?

Seguramente es responsabilidad de los antropólogos el que hoy la palabra cultura tenga un significado tan vasto que, bajo su manto, tiene cabida toda clase de actividad humana. Si aceptáramos ese punto de partida casi cualquier cosa impresa podría calificarse de revista cultural; dado que la gastronomía es también una forma en la que se manifiesta una cultura, una revista cuyo contenido se ciñera a publicar recetas culinarias podría ser catalogada como revista de cultura. Este ejemplo, que puede parecer grotesco, en realidad no lo es tanto; durante la primera mitad de los ochenta el criterio común al respecto tendía hacia esa idea, a veces lindando el esperpento. Era la época de la famosa movida madrileña, un fenómeno hueco que proclamó la vaciedad como norma y el predominio de la forma sobre el fondo, con la progresía nacional pasándose casi en bloque del marxismo de manual a la *nouvelle cousine*. El concepto «revista cultural» pasó a ser algo ambigüo, y los efectos de esa ambigüedad se han dejado ver en el terreno práctico: todavía hoy, la comisión que decide qué revistas culturales van a ser adquiridas por el ministerio de cultura de España con destino a las bibliotecas públicas se les ve y se las desea para decidir cuáles son inequívocamente culturales y cuáles no, cuáles deben ser consideradas revistas técnicas especializadas (y decidir si esa clase de revistas son culturales o no) y cuáles meros catálogos de productos culturales. En general, el criterio que se aplica es el de la manga ancha, y son catalogadas como culturales, publicaciones que no son sino instrumento de propaganda de la industria cultural o soportes publicitarios de dicha industria.

¿Debe aceptarse, entonces, que una revista cultural es aquélla publicación que ofrece en sus páginas artículos relacionados con los asuntos de la cultura? ¿Son revistas culturales *todas* las que tienen como tema las artes plásticas, la literatura, las ciencias sociales, la filosofía, el cine o las artes escénicas, la música, etc.? En mi opinión, y aun reconociendo la legitimidad de cualquier clase de publicación que verse sobre temas culturales, y también su probable utilidad social (pues cada tipo de publicación tiene un específico tipo de lector cuyo nivel corresponde al de la publicación que elige), el hecho de que una revista se ocupe de

cuestiones culturales no la identifica necesariamente como una revista cultural.

Para mí, sólo son revistas culturales aquéllas que adoptan, frente al hecho cultural, una actitud crítica. Son revistas culturales aquéllas que, arriesgándose a equivocarse, apuestan por la transformación y la evolución cuestionando la realidad. Son revistas culturales las que, ignorando las modas que se nos imponen desde los centros de poder de la industria cultural, defienden unos valores frente a otros, separan el grano de la paja, eligen y proponen desde criterios independientes y personales. Si una revista de artes plásticas, por poner un ejemplo, se limita a ofrecer acríticamente la actualidad pictórica, por muchas preciosas imágenes y poéticos textos que incluya no dejará de ser más que un catálogo de las galerías y museos. Y si una revista de literatura se limita a dar cuenta de la producción editorial, declarando —como hacen tantas— que todo el mundo es bueno, no es más que el catálogo razonado de la industria editorial. No son, propiamente, revistas culturales, aunque tengan su función en el mercado del libro o del cuadro, en el comercio y en la industria.

Se me dirá que, con los matices que se quiera, lo dicho hasta aquí es tan evidente que no merecería tanto comentario. Pero es que esa es una cuestión central en lo que concierne a las publicaciones seriadas de periodicidad mensual.

Publicar cada mes exige una considerable inversión económica, sobre todo si se tiene en cuenta que la recuperación de lo invertido vía ventas —si es que se produce el milagro de que la revista se venda— suele ser extremadamente lenta dados los mecanismos comerciales que operan en el mercado. Además, es imprescindible una cierta estructura que asegure la puntualidad en la salida, el servicio de suscripciones y todas las labores obvias en una revista. Es decir, una publicación mensual independiente que aspire a permanecer en el mercado debe, necesariamente, constituirse en empresa, lo cual, desde cierto punto de vista y con matices, ya entraña una contradicción, pues integrarse en el mercado significa integrarse en el orden comercial, y por tanto económico, político y cultural en tanto que se aceptan las normas, y ello es contradictorio con el objetivo último de una revista cultural. Es cierto que algunas instituciones oficiales proceden a la edición de revistas sin necesidad de convertirse en empre-

sas, pero en cualquier caso esas publicaciones se encuentran siempre a precario, dependientes de la autoridad política o del poder local que maneja el presupuesto. Aunque en determinados períodos pueden llevar a cabo una labor muy digna, su independencia y viabilidad no están garantizadas y no por razones económicas, pues en general tienen dinero suficiente, sino políticas o administrativas. Sólo una empresa viable económicamente o la existencia de un perseverante y desinteresado mecenas, el elefante blanco de todas las ensoñaciones revisteriles, pueden garantizar la continuidad de un proyecto.

Una empresa tiene gastos, padece impuestos, y no puede dejar de pagar a sus proveedores si no quiere ver su publicación interrumpida. Por tanto necesita ingresos. Y éstos sólo se obtienen de dos fuentes: los avisos publicitarios y las ventas. En cuanto a las ventas, es un axioma que cuanto más elevado sea el nivel de una publicación menos se vende. Y aquí es donde viene a cuento la problemática anterior acerca de cuándo una revista es o no es cultural, pues el editor, necesitado de más ventas para poder seguir adelante, tiende imperceptiblemente a aligerar su revista, a hacerla más digerible, y como ve que ni así llega a fin de mes trata de hacerla más comercial, más próxima a lo que los medios masivos de comunicación dicen que interesa —y como los medios lo dicen, finalmente acaba por interesar—, le pone más colorines, y a veces estaría tentado de poner una señorita encuerada en la portada si no temiera las iras de las feministas. Y por si fuera poco, necesita que la industria cultural —las editoriales, si es literaria o de ciencias sociales, las distribuidoras cinematográficas si es de cine, etc.— le conceda la gracia de anunciarse, de ponerle avisos, lo cual obviamente no hará si percibe hostilidad por parte de la revista, una hostilidad que puede expresarse simplemente en la publicación de una reseña negativa. La publicidad oficial está frecuentemente vinculada a la docilidad política, por lo que difícilmente se otorgará a publicaciones abiertamente críticas. Coartado en su libertad por la necesidad económica, el editor se verá tentado a dejarse ir, a abandonarse en el vértigo de las modas, a seguir la corriente principal, con lo cual todos le estarán agradecidos: los lectores, que leerán sobre aquello que creen que les interesa y además confirmarán lo que ya intuían, es decir, lo que

es bueno o es malo según los dictados del momento, y la industria cultural, que verá avalada su trayectoria por críticos de renombre. Y todos contentos.

Ese es el riesgo: ceder a las presiones de la industria o declararse vencido por los agobios económicos. También es la apuesta: a pesar de todos los obstáculos, existe la posibilidad de sobrevivir con dignidad.

Los franceses, que en esto de las revistas tienen más tradición que nosotros, lo tienen mucho más claro, y utilizan dos palabras donde nosotros sólo gastamos una, distinguiendo entre *Revue* y *Magazine*. Para ellos la *Revue* es un ámbito donde se debaten ideas, se hacen propuestas nuevas, se cuestiona lo caduco y se critica lo nuevo.

En la *Revue* no importa mucho la moda, ni la forma. Suelen ser publicaciones de diseño severo, de periodicidad trimestral o a lo sumo bimestral. Sus necesidades económicas son escasas, su estructura mínima, y encima están alojadas en una sociedad que las mima y respeta. El *Magazine* es otra cosa; está más próximo a la divulgación de lo sabido que al debate de ideas, que a veces ni siquiera asoma la cabeza. Suelen ser mensuales, bien diseñadas, fieles seguidoras de los productos culturales que la industria ha lanzado al mercado, se venden excelentemente y sus páginas están colmadas de avisos. Son un verdadero negocio.

Curiosamente, ha sido en el mundo latino, y básicamente en el de la lengua española, donde se ha cuadrado el círculo con un invento imposible: la Revista Cultural Mensual. A caballo entre la *Revue* y el *Magazine*, la *Revista Cultural Mensual* trata de ser cultural —en el sentido estrecho que antes se ha definido— y divulgativa, de ser leída por el mundo académico y por los diletantes de la cultura, de ser rigurosa en el fondo y brillante y colorida en la forma. Pretende dirigirse a la élite y ser consumida por las masas. En resumen: aspira a consumir una utopía. Y lo curioso es que este invento contra natura, este delirio absurdo, a veces, funciona. Eso sí, bailando siempre en la cuerda floja, moviéndose entre la concesión al mercado y el rigor, entre lo nuevo y lo permanente, resbalando aquí y levantándose allá, cediendo en algo, pero no en mucho. Asumiendo el riesgo de caer, según unos, en la frivolidad; según otros, en el amaneramiento erudito.

Sometido a la presión del mundo real, que se rige por valores económicos y no culturales, ese pequeño editor responsable de una Revista Cultural mensual sufre, constantemente, la tentación de trivializarse. Resistir a ella, asumiendo los padecimientos que esa actitud comporta es una de las claves de la consolidación de una revista.

América y España

El Siglo XXI recibirá a América Latina más o menos como lo ha hecho cada siglo nuevo desde que Colón avistó la primera tierra americana: desunida, dependiente y con la mayor parte de su población en la pobreza. En cuanto a España, entrará en el año 2000 uncida al carro del proyecto europeo, una empresa mercantil con aspiraciones de gran potencia. América y España seguirán, probablemente sin encontrarse la una a la otra, tan alejadas como ahora. Porque, de una vez, hay que reconocer lo evidente: lo único que une a los americanos y a los españoles, a despecho de algunos intentos bienintencionados y de una cierta fanfarria estruendosa de carácter oficial, es el pasado.

No es mi intención ahora indagar en las razones de ese alejamiento, que por otra parte no concierne solo a España y Latinoamérica: por lo general, las naciones latinoamericanas se ignoran las unas a las otras, si es que no andan a la greña. Pero sí quiero subrayar que nuestra gran comunidad lingüística, me atrevo a decir que nuestra potencial gran comunidad cultural, está fragmentada entre el desconocimiento y el menosprecio. En lo que hace específicamente al territorio de la cultura, resulta escandaloso que, por poner algún ejemplo, lo más relevante de la cultura contemporánea chilena sea casi desconocida en Colombia, que en Uruguay no sepan qué cosas hacen los colombianos, que los peruanos no hayan oído hablar de qué se está escribiendo en Uruguay, que los españoles ni siquiera sospechen que se está haciendo buena poesía en Perú, y así país tras país en casi cualquier género artístico. Es una situación completamente absurda, y que sólo puede darse en el ámbito de nuestra lengua debido a la peculiar idiosincracia de los genes ibéricos que somos portadores. Resulta inimaginable pensar algo semejante en el área anglófona o francófona; ni qué decir tiene que si un potencial semejante pudiera ser utilizado por un país, por ejemplo, como Alemania, su influen-

cia cultural —y posteriormente económica, pues lo uno viene con lo otro— en todo el orbe sería inmensa.

Claro está que hay algunas razones objetivas, aunque menores, que pueden explicar los distanciamientos. La cultura precisa de un soporte material, generalmente caro, que está sometido a las leyes del comercio. Durante muchos años la situación económica de nuestros países ha sido tan cambiante, se han arrostrado tantas crisis, que el intercambio de los bienes culturales se ha visto seriamente dañado. Piénsese, por ejemplo, en los vaivenes que han dado los grandes centros de la edición de Buenos Aires, México y Barcelona, y los también importantes, que en algún menor grado de Caracas, Bogotá y Madrid. Tampoco la situación política ha favorecido el intercambio cultural: las dictaduras son poco proclives a la cultura, de la misma forma que la violencia y el asesinato favorecen el exilio y dispersión de los grupos culturales. Pero todo ello, aún con ser importante, no justifica tanta separación, tanta ignorancia. Hay que convenir, me parece, con las excepciones que se quiera, que no existe una auténtica voluntad de fomentar una comunidad cultural cimentada en la actual comunidad de la lengua. Y me refiero, fundamentalmente, a una voluntad política que se traduzca en acciones decididas en el campo de la cultura. No estará de más traer aquí el recuerdo del estrepitoso fracaso en que desembocaron las celebraciones del V Centenario, una ocasión única que ha sido desaprovechada.

Puestas así las cosas, pienso que es responsabilidad de los hombres y las mujeres de la cultura el tratar de paliar, y si es posible invertir, los despropósitos citados. Y a esos efectos, las revistas culturales pueden cumplir un papel de gran relevancia.

Aún con todas las dificultades previsibles las revistas culturales tienen la posibilidad, técnicamente hablando, de difundirse en todo el ámbito de la lengua. Es cierto que para la mayoría de ellas el esfuerzo necesario para lograr esa difusión puede ser casi inabordable, y por eso debemos exigir a las autoridades políticas de cada país que apoyen y protejan la difusión de esas revistas; su presencia en las bibliotecas públicas, por ejemplo, podría ser de una gran rentabilidad en términos culturales. Otras revistas ya lo están intentando y están presentes en América Latina y en España con muy buenos resultados desde el punto de

vista cultural y no tan buenos desde el menos significativo punto de vista económico.

A través de esas revistas es posible, de un modo sencillo y casi sin costes, proceder a un verdadero intercambio cultural, enriquecedor de todos, imprescindible para la supervivencia de nuestra cultura en un momento en que las fuerzas centrífugas (léase Estados Unidos para México; Unión Europea para España; Japón para los países americanos que dan al Pacífico; etc.) empujan a nuestras sociedades hacia modelos culturales que no son los nuestros. Y aunque debemos estar abiertos a esos nuevos modelos, pues una cultura cerrada en sí misma tampoco sobrevive, también debemos salvaguardar los mejores valores de nuestra propia cultura.

Por eso, en mi opinión, las revistas culturales, que como digo constituyen un marco idóneo para ese intercambio cultural en todo el ámbito lingüístico del español, deben hacer un esfuerzo decidido para, desde sus páginas, sin chauvinismos nacionales, señalar y destacar cuanto de valioso sea producido en Perú, Colombia, España, Argentina, Cuba, etc, etc., fomentando además la aparición en las mismas de sus ensayistas y creadores.

Fondo y forma

Una de las trampas en las que se suele caer más fácilmente es la del diseño. Vivimos una época en la que el diseño se ha erigido en uno de los grandes protagonistas de la vida cotidiana. Todo es de diseño (o pretende serlo): el mobiliario, la ropa, incluso buena parte de los electrodomésticos. El diseño ayuda a hacernos un poco más agradable la vida, y eso es bueno. Pero a veces su papel no se limita a eso; a veces, el diseño no es el soporte hermoso que acoge a algo que tiene sus funciones, que sirve para algo, sino que su presencia es tan dominante, su imperio tan poderoso que no importa a qué está destinado, y el objeto así diseñado no se valora por su función o su utilidad, sino simplemente por su diseño. Entonces, el diseño ejerce un efecto perverso.

Las revistas culturales, por desgracia, no han escapado a ese efecto.

Recuerdo un debate en lo que entonces era el Spanish Institute, en New York, hoy Instituto Cervantes. En la mesa, acompañado de otras personas, estaba el responsable de una hermosísima revista supuestamente cultural, ya desaparecida, y que por cierto tuvo en Colombia un éxito más que notable, diría que superior al que tuvo en España. En la discusión, esa persona, para asombro de algunos de los presentes —entre ellos el malogrado Gonzalo Sobejano— declaró que a él le tenía sin cuidado el contenido de los artículos si podían ser diseñados e ilustrados en la forma —muy bella, por cierto—, que él había elegido para su revista. dicho de otra forma, y siguiendo la frase (si no recuerdo mal de Lezama), pero malinterpretándola, de que la forma es el fondo.

Lo digo desde unas revistas, Quimera y Viejo Topo, que siempre se han caracterizado por darle cierta importancia al diseño: la forma no es el fondo, y lo que justifica a una revista cultural es el fondo, y no la forma.

Por supuesto, el lector tiene derecho a no ser flagelado, si ello es posible, con una compaginación árida, con una presentación severa que aleje las ganas de leer. Si una revista interesante presenta un bello diseño, miel sobre hojuelas. Pero un buen diseño es irrelevante si los contenidos no están a la altura de lo que debe ser una revista cultural.

Un viejo dicho castellano alerta para que al ciudadano distraído no le den gato por liebre. Mediante el diseño, es posible darle al lector liebre por gato, es decir, un buen contenido arropado por un diseño más propio de revistas de gran difusión que de una revista cultural tradicional.

La Universidad y las revistas

No hace mucho un profesor universitario me invitó a dar una charla a sus alumnos de crítica literaria. Antes de empezar, y por pura curiosidad, pregunté a los alumnos —unos sesenta, quizás más— si leían asiduamente la revista literaria que yo dirigía, **Quimera**. Quede perplejo al observar que sólo se habían alzado tres o cuatro brazos, y un par de ellos medio encogidos, pues al parecer sólo la leían ocasionalmente. Pregunté entonces qué otras revistas literarias leían. El silencio fue absoluto. Bromeé preguntando si me había equivocado de clase, e indagué qué tipo de revistas leían. Bueno, alguno leía algún artículo de vez en cuando.

El hecho de que los alumnos de un curso de crítica literaria no leyeran crítica literaria es verdaderamente descorazonador, pero además

subraya un malentendido muy generalizado: el de las breves notas que aparecen en los suplementos culturales de los periódicos constituyen el paradigma contemporáneo de la crítica. Para los asistentes a aquella clase bastaba con leer reseñas apresuradas de las novedades editoriales, breves y condicionadas por la inmediatez y la prisa.

Es poco probable que aquellos alumnos lleguen a interesarse en el futuro por la lectura de revistas culturales; en cambio no sería sorprendente que su firma pueda aparecer algún día firmando críticas en algún periódico e incluso, me temo, en alguna revista especializada. (Es cosa sabida y comprobada que se puede escribir en revistas sin necesidad de ser lector de las mismas; un hecho que personalmente he podido constatar).

La Universidad, en general, no ha estimulado la lectura de revistas. A lo sumo, algunos profesores recomiendan la lectura de algún artículo, que es velozmente fotocopiado, sin que el autor de las fotocopias descanse su mirada una línea más allá del artículo recomendado.

Esa actitud, comprensible en una universidad que se ve cada vez más empujada a desentenderse de la formación para poner mayor énfasis en el aprendizaje técnico (da igual que se trate de ingeniería o de filología, lo fundamental parece ser que es aprender una profesión) es extremadamente negativa para el desarrollo intelectual de los alumnos, para el desarrollo de las propias revistas y, en definitiva, para la vida cultural del país.

Resolverla depende en buena medida de la voluntad del profesorado que, por desgracia, por lo menos en mi país, lee poco fuera de lo que concierne a sus necesidades específicas e inmediatas.

Las nuevas tecnologías

La transformación tecnológica que vivimos en este final de siglo está afectando de lleno a las revistas culturales, que cada vez son menos artesanales en cuanto a su confección. Pero no voy a referirme aquí a la informática, los escaners de sobremesa o las asombrosas técnicas que permiten reinventar cualquier fotografía rescatando una calidad que nunca existió en el documento original. La verdadera revolución, cuyas consecuencias no acierto aún a entrever completamente, es la entrada de las

revistas culturales en las autopistas de la información. Hoy ya se puede acceder a algunas revistas culturales españolas a través de Internet. Ignoro todavía, por tratarse de un hecho muy reciente, si ello tendrá algún efecto —positivo o negativo— para esas revistas en el terreno económico o en los sistemas de distribución comercial. Pero lo que está claro es que el impacto cultural puede ser formidable.

Estar en Internet quiere decir estar prácticamente en todas las universidades del mundo; en las redes de bibliotecas de Estados Unidos, Suecia o Australia; supone poder establecer una correspondencia insospechada con todos los rincones del planeta. Las posibilidades de intercambio crecen hasta extremos inimaginables hace sólo unos pocos años. Tengo para mí que cualquier conclusión que pueda establecerse hoy en torno al papel e influencia de las revistas culturales puede haber cambiado drásticamente dentro de muy poco tiempo gracias a las posibilidades de crecimiento exponencial que las autopistas de comunicación nos están ya brindando.

Asociacionismo

He dejado ex-profeso para el final un punto clave para la consolidación, es decir, supervivencia, del sector de las revistas culturales, y aquí incluyo las de todos los tipos, periodicidades y contenidos. Este punto concierne a la capacidad de la revista de un país determinado para asociarse en una entidad colectiva que fomente su difusión y defienda sus derechos. Porque, dada su condición de bien cultural común, las revistas culturales tienen derechos.

El sentimiento de que las revistas tienen derechos frente a la sociedad, y por tanto frente a la forma en que ésta se articula a efectos prácticos, o sea, la administración pública, es algo novedoso. Casi nunca los habitantes del mundo de las revistas han sido conscientes de ello, y desde luego mucho menos lo es la sociedad. Si hubiera que hacer un retrato robot de lo que la gente cree que está detrás de una revista cultural, el retrato sería más o menos este: un grupito de vagos, o de bohemios desocupados, que para el caso es lo mismo, tratando de autopromocionarse y de fulminar a sus enemigos. O, a veces, el retrato es el de un grupo de jóvenes —poetas, de preferencia— hijos de la clase alta que no saben en

qué ocupar su tiempo ni se les ha ocurrido otra forma de gastar el dinero de papá. Si la revista corresponde al ámbito académico, el retrato podría ser algo así como el de un grupo de profesores que tratan de publicar trabajos carentes de interés para hacer méritos de cara a obtener mejores puestos docentes. Esa es, más o menos, la idea que la mayoría de la gente tiene de una revista cultural, por lo que hablar de derechos es algo parecido a discutir del sexo de los ángeles.

Y, sin embargo, esos derechos existen, porque existen unos beneficios que no van a parar a los bolsillos del editor. Existe un beneficio cultural, social, generado a base de mucho sacrificio, esfuerzo y desinterés, no sólo del editor, sino —y principalmente— de los colaboradores de esa revista, casi nunca pagados y si lo son, escasamente. Existe una plusvalía cultural que es entregada a quien consume y se forma o se proyecta, a través de la revista, y eso lo sabe cualquiera que reflexione sobre ello, es un ámbito natural de formación, un lugar donde se anticipan las ideas que luego, desbrozadas, saltarán a otros medios como libros, prensa, etc., un caldo de cultivo de los nombres nuevos que no pueden acceder directamente a los grandes medios por razones obvias. Las revistas son imprescindibles para la buena salud cultural de un país, del mismo modo que es imprescindible el teatro experimental o una buena colección de poesía. Las revistas son una parte importantísima del sustrato cultural de un país. Y eso conlleva a unos derechos; como mínimo, el de ser protegido por el Estado; una protección, claro está, no discrecional, sino objetivable; desprovista de contrapartidas, independiente de que la revista sea afín u hostil al esquema político del momento; independiente de que en una u otra figure fulanito o menganito, que ya se sabe que tienen buena mano con el ministro.

Pero individualmente es imposible conseguir no ya que se reconozcan esos derechos, sino siquiera convencer a nadie de que existen. La relación con el Estado, con la administración, se convierte en la de un mendigo que implora le sea concedida una dádiva. Algo repugnante y contradictorio con el espíritu que ha de anidar en una revista. Y como individualmente es imposible luchar contra la ceguera social, las revistas no tienen más remedio que asociarse si quieren ver situado su papel donde realmente les corresponde.

La experiencia de ARCE

Creo que fue por allá por el año 81 ó principios del 82, todavía bajo los efectos de la famosa crisis del petróleo y en plena resaca de la transición, que las revistas *Argumentos* —una publicación que estaba entre la política *tout court* y las ciencias sociales, y en la órbita del Partido Comunista—, *Mayo* —una revista de contenidos similares pero muy próxima al Partido Socialista—, ambas madrileñas y la revista literaria *Quimera*, de Barcelona, empezaron a reunirse para discutir el tema de una posible asociación que fuera capaz de convertirse en un interlocutor válido ante la administración. En aquel momento la situación económica del país, y por tanto, con mayor gravedad en las revistas culturales, era pésima. Las revistas desaparecían una tras otra, y el convencimiento general era de que en pocos meses no quedaría en España una sola revista cultural independiente.

Los primeros sondeos con la administración se hicieron en el 82, y enseguida se comprobó la existencia, por parte de los políticos socialistas, de una cierta comprensión de la magnitud del problema y un incipiente deseo en alguno de ellos de racionalizar unos programas de ayuda completamente discrecionales y semisecretos que básicamente habían consistido en apoyar a los amiguetes y correligionarios e ignorar a los demás. Esas ayudas habían sido publicitarias, pero también de compra de ejemplares o de entrega de dinero a fondo perdido, algo que en general se ignoraba fuera del reducido círculo de los que se aprovechaban de ello.

Las tres revistas citadas convocaron a otras revistas que aún sobrevivían y, superados los recelos iniciales —pues ya se sabe que cada maestrillo tiene su librillo, y en materia de revistas cada uno cree que es la más importante del mundo— se constituyó una asociación. Desgraciadamente, a renglón seguido desaparecieron *Mayo* y *Argumentos*, víctimas de la asfixia económica que desde hacía tiempo las atenazaba.

Construir la asociación fue un proceso largo y difícil. Se inició desde el voluntarismo económico, con una estructura insignificante al principio, afrontando el frecuente menosprecio de los interlocutores sociales —administración, prensa, instituciones culturales, etc—, pero con muchas ganas. Y, poco a poco, se fueron alcanzando los objetivos. Hoy existe una

partida presupuestaria de cierta entidad que consta en los Presupuestos Generales del Estado que se aprueban en el Parlamento, y cuya finalidad es la compra de suscripciones a revistas destinadas a las bibliotecas públicas. La adjudicación de esas suscripciones se hace mediante una Orden Ministerial que se publica en el Boletín Oficial del Estado, Orden en cuyo redactado participó en forma decisiva la propia asociación, y a través de una Comisión Ministerial en la que la asociación está presente. Las revistas culturales perciben también fondos por concepto de reprografía no autorizada y ayudas en el campo del comercio exterior como cualquier empresa industrial. A través de la Asociación se han conseguido también, aunque modestamente, la inserción de determinadas campañas publicitarias, y existe un servicio conjunto de exportación que aun con todos sus defectos, permite a pequeñas publicaciones que carecen de estructura comercial estar presentes, por ejemplo, aquí mismo, en Colombia, algo imposible de conseguir individualmente. Como interlocutor, la Asociación tiene el máximo nivel, y es considerada y consultada por la administración para todos los temas que puedan afectar al sector.

Existen asociaciones en los países nórdicos, en Bélgica y un organismo relativamente parecido en Francia. En todos esos países la administración ha confeccionado programas de ayuda, aceptando la idea de que se trata de bienes culturales y que constituyen parte del patrimonio cultural de la nación.

En el caso de España, un reconocimiento semejante era, hace sólo diez años, algo completamente impensable.

Me gustaría animar desde aquí a los responsables de revistas culturales, ya sean académicas, independientes o dependientes de instituciones estatales, a que estudiaran el caso español e investigaran la posibilidad de emprender una experiencia similar, por supuesto teniendo en cuenta la realidad y huyendo de mimetismos simplificadores. Y si lo hacen, quiero advertirles de un riesgo que inevitablemente deberán afrontar: la posibilidad de que, con el crecimiento, tanto económico como de prestigio social y político, la asociación pueda llegar a burocratizarse, a convertirse en un fin en sí misma olvidando que fue creada para defender y potenciar a sus asociados. Pero manteniendo una actitud de alerta en ese punto, una asociación es el instrumento ideal, probablemente el único, capaz de situar a las revistas culturales en el auténtico lugar que por derecho les corresponde.