

17/05/2021

Cultura en Movimiento | Parte 1: Jardines en internet

TXT PABLO A. GONZÁLEZ IMG AZUL DAMADIAN, JUAMA GARRIDO

¿Cómo hacer que exista contenido de calidad en internet, libre para todes, gratis para siempre? ¿Cuál es el rol de Comunidades y Creadores?

*Este posteo es parte de una serie de 3 sobre Modelos de Negocio para Creadores y Creadoras de Contenido en Internet. Ordenar esta información es una de las formas en las que pensamos pueden surgir más voces independientes y profesionales. Estas ideas se enmarcan también dentro de **Cultura en Movimiento**, el evento anual en el que participamos de una Preventa Multicreador en la que Gato y otres Creadores y Creadoras de contenido buscamos financiar nuestros proyectos con el apoyo de las Comunidades de las que somos parte.*

Una idea sobró para que las redes sociales se prendieran fuego todo el día: parece que Paulina cobraría por hacer colaboraciones con marcas y postearlo.

¿Cómo se atreve?

¿Con qué derecho decide, de un día para el otro, vivir de su trabajo? ¿Cómo se le ocurre compatibilizar la idea de hacer algo que le apasiona y le genera reconocimiento público con la de vivir de eso profesionalmente? Que pague el alquiler con todos los DM de *'sos una genia, Paulina'* y el supermercado con satisfacción profesional, pero acá no queremos nada de dinero de por medio.

Habrase visto, contaminar la idea de que el contenido en internet es gratis. Porque nadie gana plata con los contenidos de internet. Salvo las plataformas. Ellas sí, y no solamente ganan plata. Ganan muchísima, muchísima plata. Parte de esa plata gracias a sus modelos de *paywall* (pagame para acceder a este contenido), otra parte subastando al mejor postor la atención que esos contenidos atraen (así es como tu video de YouTube sobre conservación de bosques se encuentre súbitamente precedido por un coqueto comercial de gaseosa que anuncia su botella reciclable que no es tan reciclable pero mirá, es verde, seguro no contamina).

Pero ¿y si no fuese así? ¿Y si Creadores y Creadoras de contenido en internet pudiesen vivir de lo que hacen y aman gracias a que sus Comunidades, sin intermediarios, deciden valorar efectivamente su trabajo? Digo valorarlo en serio, valorarlo con plata. Y acá va el meme del mundo sin abogados de Los Simpsons, pero prefiero escribirlo porque no quiero romper el flow. Porque este posteo es sobre eso: cómo vivir de hacer contenido en internet. Más todavía, cómo vivir de hacer contenido en internet libre para todes, gratis para siempre. Por lo menos es la historia de cómo le venimos buscando la vuelta en Gato para hacer eso año tras año —ya hace 7 años—, y algunas de las cosas que aprendimos que funcionan, otras que no y otras que no sabemos porque las pensamos probar en los próximos meses.

Poder tener esta conversación en Gato es, también, tomarnos el tiempo y el espacio para hablar ya no principalmente desde el lenguaje de la ciencia sino desde el del diseño. Porque hablar de plata, de internet y de Gato es hablar de modelos de negocios, de sistemas de incentivos, de intercambios de valor, de mecánicas de

compra. Hasta es hablar de consumo consciente y del rol de las Comunidades para darles forma a los contenidos que crecen y se desarrollan en internet. Esos que nunca son gratis, por lo menos para quienes los creamos.

Hablar de plata

Durante muchos años *'ustedes ¿de qué viven?'* fue la pregunta fatal. La que me detonaba risa nerviosa y cierre, porque la verdad es que no tenía una respuesta. Hoy, por suerte, la podemos responder fácilmente, en gran medida gracias a que llevamos todos esos años haciéndonos activamente la pregunta. Eso, en sí, es el principio de la respuesta: es clave para Creadores y Creadoras hablar de plata.
También, probablemente, sea uno de los más grandes tabúes a superar.
¿Cuánto vale tu trabajo? ¿Cómo le ponés un precio a hacer algo que amás? ¿Cómo pensás en hacer lo que amás de manera sustentable y profesional si no sos capaz de ponerle un precio? ¿Qué modelos de negocios existen para la creación de contenido? ¿Cuáles son compatibles con mi contenido particular? ¿Y con mis objetivos de vida y de proyecto?
"Ah, Gato, qué capitalista te pusiste" podría alguien exclamar. A lo que respondería que, en un contexto capitalista, o tomás las armas o aprendés a usar el Excel. O bueno, una opción intermedia, como por ejemplo reinventar el modo que tenemos de habitar nuestros consumos. Capaz hasta te aventurás en invertir la lógica y convertir 'cómo hago cosas para ganar plata' en 'cómo gano plata para hacer cosas'.
Esa es, probablemente, la primera idea a conversar.

Capaz hasta te aventurás en invertir la lógica y convertir 'cómo hago cosas para ganar plata' en

‘cómo gano plata para hacer cosas’.

TWITTEAR

Un jardín

Hace unas semanas tuve la oportunidad de sentarme a conversar con distintas personas del equipo Gato sobre cómo encarar estos contenidos. Juama Garrido (que fue parte del equipo fundador de EGLC y hoy se dedica a cuestiones varias de diseño de Proyecto y Equipo, que incluyen tareas como tener esta conversación) me preguntó *‘¿qué es lo opuesto a un paywall?’*. Desde ya que no tuve una respuesta; por lo menos no la tuve en el momento. Sé que la pregunta fue clave porque el modelo de paywall se enfrentaba directamente con el modelo Gato. Si queremos ***más ciencia en más lugares para más personas***, poner una barrera de pago para que solamente un grupo pequeño pudiera acceder era un mal modelo. Pero el solo hecho de formular esa inquietud nos puso de frente a una de las primeras decisiones fundamentales en el desarrollo de modelos de negocio para Gato: el *paywall* no es una opción.

Recordé, entonces, un parque que conocimos con Juan de viaje. Un jardín hermosamente cuidado, de libre acceso, que al fondo tenía una alcancía y un cartel: *este jardín lo cuida su Comunidad*. Todo dinero que juntaban se reinvertía en cuidarlo, crecerlo y en alguien que cumpliera tareas de mantenimiento y mejora recurrentes. Nadie pagaba para entrar, y quienes pagaban, lo hacían para que ese espacio existiera. Para compartirlo. Para que fuese libre para todes, gratis para siempre, alguien lo tenía que financiar: una Comunidad.

La tragedia de los (bienes) comunes es un dilema descrito por Garrett Hardin en 1968. Hardin cuenta una situación en la cual varios individuos, motivados solo por el interés personal y actuando independiente pero racionalmente, terminan

por destruir un recurso compartido limitado, a pesar de que a ninguno de ellos, ya sea como individuos o en conjunto, les convenga que tal destrucción suceda.

Si el párrafo anterior luce copiado y pegado de Wikipedia, probablemente se deba a que lo es. Pero no me arrepiento. De cierta manera resulta irónico y poético levantarlo de ahí, principalmente por la forma en la que se define y financia Wikipedia en su propia web de **donaciones**:

"El comercio es bueno. La publicidad no es mala. Pero no es apropiada aquí. No en Wikipedia. Wikipedia es un lugar especial. Es como una biblioteca o un parque público. Es como un templo para la mente. Es un lugar abierto donde todos vamos para pensar, aprender, compartir nuestro conocimiento con los demás."

Hardin describía un desafío concreto: ¿cómo cuidar de lo común cuando el interés personal, racional e independiente deviene en el agotamiento del recurso limitado? No quiero meterme en el análisis particular (y quienes tengan ganas de conversar sobre las limitaciones de ese modelo tienen para saciarse en Wikipedia), pero sí me interesa entrar a disputar algunas de las premisas, porque tal vez ahí haya algo para pensar: ¿Y si partiésemos de un lugar distinto? ¿Qué pasaría si en lugar de imaginar agentes racionales motivados únicamente por el interés personal y actuando de manera independiente nos imaginamos agentes tal vez más complejos, al mismo tiempo, más realistas? Agentes racionales, motivados no solamente por el interés individual sino también por el colectivo, ya no explotando un espacio común para su beneficio, sino creándolo para beneficio que excede al propio.

Y acá seguro seguro valga la pena volver a mencionar a Paulina para entender que hacer contenido en internet y tener sponsoreo de marcas no es necesariamente incompatible, pero seguro —segurísimo— depende del tema del que estés hablando; porque no es lo mismo elegir y mostrar una u otra marca de multiprocesadora (o hacer modelos 3D increíbles de libros para que alguien los ame y compre), que tomar una postura pública sobre el desarrollo de la matriz energética porque quien te propuso el contenido es Big Evil Oil Multinational.

> Agentes racionales, motivados no solamente por el interés individual sino también por el colectivo, ya no explotando un espacio común para su beneficio, sino creándolo para beneficio que excede al propio.

TWITTEAR

Para que haya jardines se necesitan palas

Cuando empezamos Gato, la distancia entre querer y hacer no fue lo grande que hubiésemos previsto. Existía Twitter, existía Wordpress, y pudimos recorrer un camino no corto pero tampoco infranqueable desde una idea a una cosa en internet.

Acá es donde quiero detenerme en el papel de la tecnología para habilitar la expresión humana. Hace poco lo escuché a L-Gante decir que grabó su primera canción con una netbook del Estado y un micrófono de 1.000 pesos. Enseguida pensé en los comienzos de Gato y cómo la tecnología había abierto la barrera de acceso a lo que queríamos hacer. Esa misma barrera para hacer es la barrera a superar cuando querés generar intercambios de valor, y por suerte hay cada vez más herramientas y soportes tecnológicos que permiten que hagamos lo que queremos hacer.

El Gato primigenio se apoyó en idea.me (la plataforma de *crowdfunding*) para su primera preventa, y funcionó, por lo menos para lo que necesitábamos que funcionara primariamente, que eran las compras, aunque después tuvimos que manejar la logística del infierno y fue el día en que decidimos que Gato no podía hacer logística. Para la segunda, ya existía un ABRE, organización y equipo con el que crecimos y que se fue especializando en soluciones para Creadores hasta convertirse hoy es nuestro Easy de herramientas jardineriles de internet: landings de preventa en pasillo 3, Bancantes al lado de las cajas, logística al fondo, te cortan la tabla del tamaño que vos quieras. Y ni hablar de cómo están creciendo estas opciones, por todos lados, en una completa y compleja Economía de Creadores que incluye proyectos gigantes como Patreon o Buy Me a Coffee, o soluciones super directas como YouTubers diciendo 'dejo mi link de Mercado Pago abajo, me dan dinero por lo que hago'.
Te amo, tecnología. Te amo todos los días.

Eso que hacés en internet

Pero, entonces *'ustedes ¿de qué viven?'*.
¡Fácil! Gato vive de 3 modelos de negocio: proyectos especiales, Bancantes y venta de libros. Esos modelos representaron el 13%, 40% y 47% (respectivamente) de nuestros ingresos durante 2020. Y todos, todos esos ingresos, fueron y seguirán siendo utilizados en cuidar y hacer crecer nuestro jardín, nuestro pedacito de internet, para que sea libre para todes, gratis para siempre.
Los próximos 2 posteos de esta serie son: **Preventas** (también conocido como *qué es y cómo funciona el capital y por qué comprar un producto que todavía no existe le hace la diferencia a quien lo produce)* y **Bancantes** (al que bautizaremos *cómo bajar la incertidumbre de pagar el alquiler gracias a un grupo de personas que se suscribe a esoquehacéseninternet)*
Ahí vamos a compartir cuestiones prácticas sobre cada uno de los modelos, lo que sirve, lo que no, y cómo empezar con las herramientas que existen. Pero por sobre todo, vamos a tratar de compartir y conversar una postura filosófica y política sobre crear y distribuir cultura en internet.

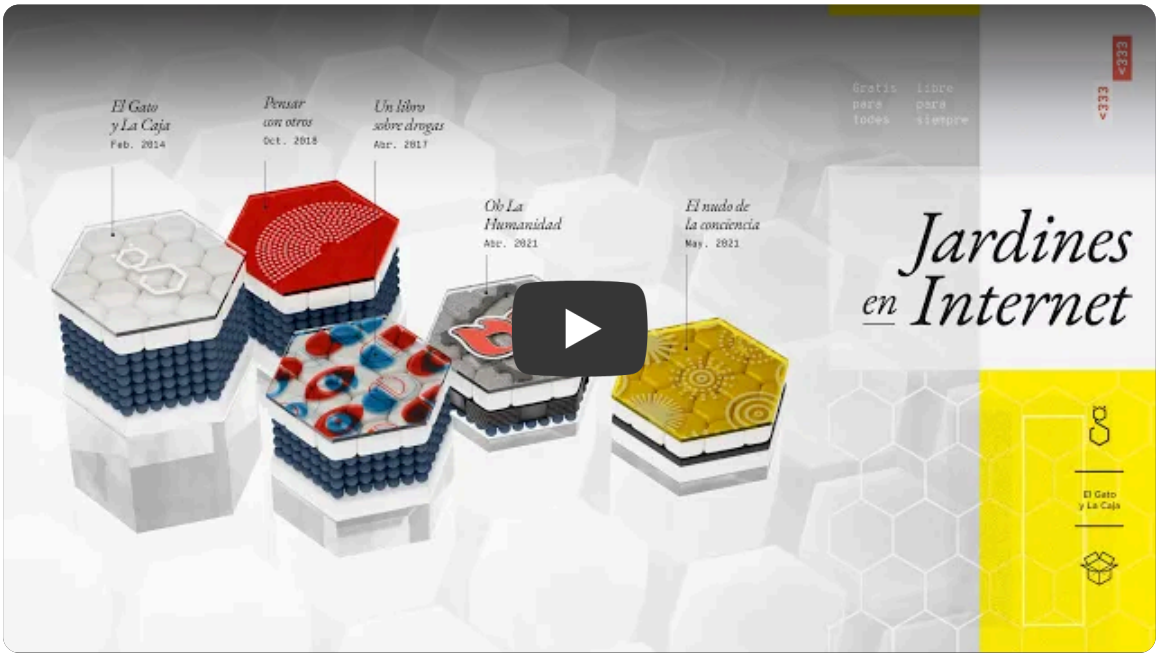
Porque, al final del día, esa es la charla. Es hablar de modelos, de tensiones, de profesionalización de la actividad creativa, de economía de plataformas y de cómo reclamamos poder y posibilidad como Creadores y Creadoras.

Hoy creo que la respuesta a *'¿Qué es lo opuesto a un Paywall?'* probablemente sea *Un jardín en internet.* Un espacio que creamos, habitamos, compartimos, cuidamos y sostenemos como personas que eligen que exista.

Para armar y mantener esos jardines, para que se sostengan y crezcan en el tiempo necesitamos tres cosas: que Creadores, Creadoras y Equipos conozcan estos modelos y formas concretas de usarlos; que existan herramientas tecnológicas concretas capaces de efectivizar esa voluntad y que las personas y Comunidades conozcan el potencial de darles forma a los espacios comunes de internet que queremos habitar. Los charlemos, los queramos, los creemos.

A quien quiera saber más, nos vemos hoy, 17 de mayo a las 20:00hs en ***Twitch*** *para hablar de esto mismo, o nos leemos el lunes que viene con la segunda entrega.*

No se pierdan la preventa de ***El nudo de la conciencia****. Lo consiguen en la web de Cultura en Movimiento y pueden llevarse también algo de otro Creador o Creadora, ahora sabiendo que toda plata que entra se convierte en el cuidado de un jardín en internet.*



elgatoylacaja.com/cultura-en-movimiento-parte-1-jardines-en-internet

---

Sumate en
eglc.ar/bancar