25/05/2021

Cultura en Movimiento | Parte 2: Hecho en confianza

TXT PABLO A. GONZÁLEZ IMG AZUL DAMADIAN, JUAMA GARRIDO

¿Cómo se hace una preventa y para qué sirve? ¿Hay que hacer plata o hay que hacer cosas?

Este posteo es la segunda parte de una serie de tres 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 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.*

Lo primero que vendimos fueron tazas. Recuerdo cuando las mandamos a hacer. Cada uno metió la mano en su bolsillo y juntamos la plata necesaria. Recuerdo también sellar cajas, una por una, para que estuvieran preciosas y recuerdo también bajar cientos de veces a entregar una a las personas que las venían a buscar a nuestras casas, o llevar decenas al correo, con cuidado, dejándolas en el mostrador y esperando lo mejor.

Toda la vida había trabajado para alguien más —o sido becario para el Estado, que es como trabajar para alguien más—, y a los treintipocos me enfrentaba por primera vez a la idea de comercio, negocio, capital, administración y logística. Todo por hacer tazas.

De alguna manera, ese hacer tazas fue nuestro MVP de pensar Gato como algo profesionalizable. Un *Mínimo Producto Viable*, una mínima expresión de Gato que alguien podía comprar por un precio mayor que el que nos costaba producirla. Y que se agarraran Smith, Ricardo y Marx, que acabábamos de descubrir conceptos básicos de producción y comercio.

El segundo gran descubrimiento fue el capital. No el libro, o sea, sí el libro, pero no el libro. El concepto.

Ese nos lo desayunamos con contundencia cuando fuimos a pedir el primer presupuesto de imprenta. Sentíamos que Gato podía tener una vía de profesionalización compilando los contenidos que ya teníamos en el sitio, convirtiéndolos en un objeto que un grupo de personas pudiese comprar. Así íbamos a poder dedicarle más tiempo y esfuerzo a hacer más Gato. No lo sabíamos, pero estábamos tocando por primera vez la intuición de *'cómo hacemos plata para hacer cosas en lugar de cómo hacemos cosas para hacer plata'* que conversamos el posteo pasado.

Lo que no habíamos previsto es que para hacer plata (para hacer cosas) necesitábamos un ingrediente secreto: plata. Esa que nos pedía la imprenta. La gran diferencia entre esa plata y la de las tazas es que ni metiendo la mano en todos los bolsillos juntos llegábamos a conseguirla. Pero no pasa nada: internet proveerá.

Así, decidimos intentar por primera vez una mecánica de *crowdfunding*, que en realidad con el tiempo descubriríamos que es una palabra *fancy* para preventas,

pero que atacaba exactamente el mismo problema: el de ser un Creador o Creadora de contenido en internet y no tener un aparato comercial que quiera arriesgarse a invertir en mí una plata (JA!, *un capital*) que no sabe siquiera si va a recuperar, menos que menos si le va a rendir en términos de retorno de inversión.

Pero pero pero, también soy un Creador o Creadora que viene compartiendo contenido cuidado y querido, y miles de personas interactúan de manera significativa con esas ideas. ¿Y si en vez de ir a contarle la idea a una productora se la cuento a mi Comunidad y veo si la plata que necesito me la pueden adelantar, así le pago a la imprenta, que me da los libros, y se los mando a las personas que ya lo pagaron?

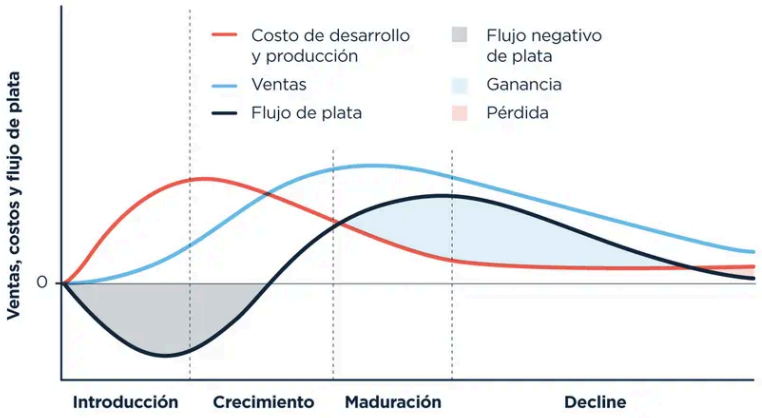
Las Preventas son la forma en la que Creadores y Comunidades convertimos confianza en capital y capital en productos que no existirían si no fuese por esa confianza. Algo tan aparentemente simple como comprar un producto por adelantado y esperarlo, a quienes hacemos esos productos nos significa una diferencia gigante.

Las Preventas son la forma en la que Creadores y Comunidades convertimos confianza en capital y capital en productos que no existirían si no fuese por esa confianza.

TWITTEAR

El maravilloso mundo del cashflow

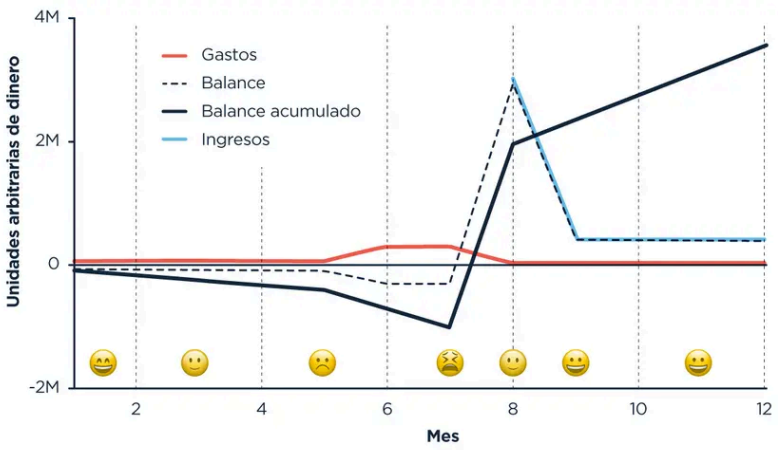
Tan gigante es esa diferencia que tuve que hacer un gráfico. Lo importante es ver que en la primera etapa del producto es todo flujo negativo. Todo inversión. Todo presupuestar materiales, estudios de diseño, imprentas, incluso tratar de entender cuánto le ponés al proyecto de tu propio tiempo y esfuerzo (probablemente la parte más difícil de medir y en la que pifiás más al principio). Ahhh, pero después. Después es todo ventas y gloria y saldo positivo. Qué divino. Producto hecho, personas que lo compran.



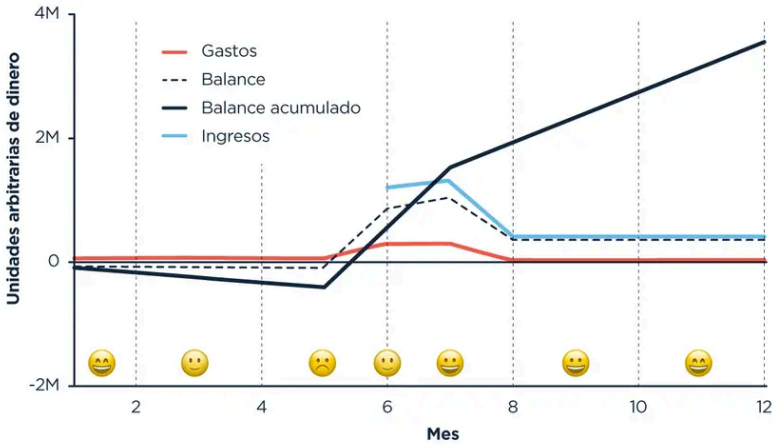
Bienvenides al maravilloso mundo del *cashflow*: la forma en la que la plata fluye a medida que progresa un proyecto; tres líneas que te cuentan si necesitás plata o si la estás generando.

Pero ¿qué es ese abismo? ¿Qué es toda esa zona terrible que dice 'Cashflow negativo' y qué significa? Eso, amiguites de la internet, es la plata que tenés que tener, arriesgar e inmovilizar durante el desarrollo del proyecto. Esa es ***la plata que necesitás para hacer plata para hacer cosas.*** Y ese, precisamente, es el abismo que las Preventas saldan.

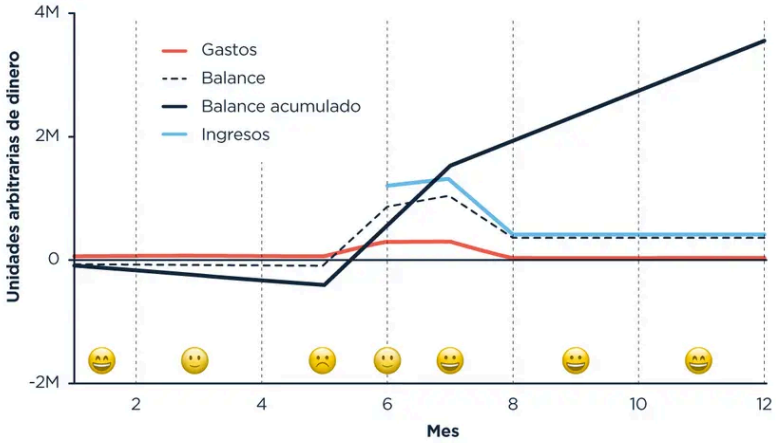
Para que sea más claro, armé dos gráficos de juguete con productos imaginarios. Ambos cuestan exactamente lo mismo de producir, ambos venden la misma cantidad de unidades, pero tienen una diferencia: uno se vende en preventa y el otro, no.



Diseñás, producís y el mes 8 salís a la venta. Te va genial, siempre que tengas 1.000.000 Unidades Arbitrarias de Dinero disponibles para financiar el punto negativo máximo del proyecto. Es un montón.



Diseñás, producís y el mes 6 salís a la venta con 20% de descuento y el mes 7 con 10% de descuento. Te va genial. Te va genial, siempre que tengas 400.000 Unidades Arbitrarias de Dinero disponibles para financiar el punto negativo máximo del proyecto. EPA, eso es un montón, pero un montón menos que antes. (Este gráfico me invita a reflexionar sobre cómo la disponibilidad de capital influye en la capacidad de producir productos cultu



Diseñás, producís y el mes 6 salís a la venta con 20% de descuento y el mes 7 con 10% de descuento. Te va genial. Te va genial, siempre que tengas 400.000 Unidades Arbitrarias de Dinero disponibles para financiar el punto negativo máximo del proyecto. EPA, eso es un montón, pero un montón menos que antes. (Este gráfico me invita a reflexionar sobre cómo la disponibilidad de capital influye en la capacidad de producir productos culturales masivos).

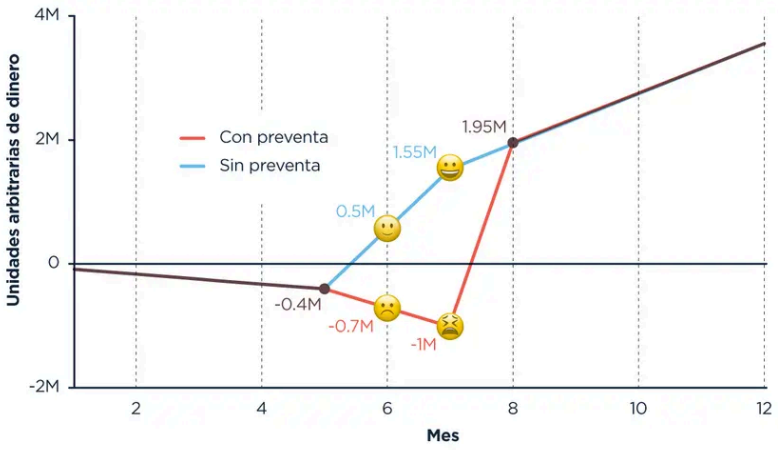
La clave está en seguir la línea verde. Esa la agregué para saber, mes a mes, la cantidad de plata de la que necesitás disponer para que el proyecto siga vivo y progresando.

En el primer ejemplo (sin Preventa) se necesitan 1.000.000 de UA (Unidades Arbitrarias de dinero), mientras que en el segundo (con Preventa, como hace cierto proyecto del que no voy a dar nombres pero pueden conseguir *El nudo de la conciencia* en **Cultura en Movimiento** con descuento especial hasta el 7 de junio) se necesitan 400.000 de esas mismas Unidades Arbitrarias (por puntos extra, dejo el **Gsheet** con los cálculos para jugar).

Ahí es donde las Comunidades marcan la diferencia. Porque son las Comunidades las que logran que un producto imposible se vuelva posible construyendo el puente, ese que salva el abismo del capital con una combinación de confianza y paciencia. Confianza en que no vas a huir a Bahamas con la plata de la Preventa y paciencia porque compro el libro ya y me lo mandás en un mes, pero con olor a recién impreso.

Entonces, el camino financiero que recorre un proyecto que no cuenta con el apoyo de una comunidad (sin Preventa) tiene una forma muy distinta respecto del

camino que recorre un proyecto bancado por su Comunidad (con Preventa):



"Dos caminos se abrían en un bosque, elegí el menos transitado de ambos (el que me permitía tener libertad editorial sobre mi contenido pero suponía buscar apoyo en mi Comunidad). Y eso supuso toda la diferencia." Robert Frost sobre elegir Preventas como forma de financiamiento de productos culturales.

¿Es una locura la diferencia? Re. Es la diferencia entre poder hacer un proyecto y no poder. Pero no es solamente eso, las preventas son todavía más maravillosas porque te permiten agarrar la pregunta *'¿vos comprarías un libro así y asá?'* —pregunta a la que todo, todo el mundo responde que sí, que claramente que sí, que apenas salga lo compro—, y convertirla en una pregunta respondida por una acción: '¿Vos comprarías este libro en preventa?' Y, si la respuesta es sí, tenés un botón. Respondés con el botón. Y parece trivial, pero para un Creador o Creadora esa respuesta es clave porque te baja la incertidumbre, y hasta te informa respecto de cuántos hacer. Una pregunta que parece sonsa, pero ¿hacemos 500, 2000 o 10.000?

En serio, estás por sacar un producto a la venta ¿cuántos hacés?

Una preventa siempre desemboca en hacer una cantidad adecuada de productos. No tenemos ningún producto de esos que se fabrican y van directo de la imprenta a juntar tierra a un depósito y eventualmente a la basura, porque las preventas siempre nos informaron cuántos hacer.

Una campaña, por favor

Pablo, ¿no estás un poco demasiado entusiasmado con las preventas? No, la diferencia es gigante y el impacto que puede tener, también. Como personas a las que nos apasiona la cultura, hablar de esto es, además, tratar de dimensionar el potencial que tiene esta herramienta para afectar el desarrollo del ecosistema de proyectos independientes.

Es la diferencia entre que haya Gato y que no lo haya, y es también una posibilidad real para bajar radicalmente la barrera de entrada al desarrollo y producción de cultura, sobre todo cuando una de las mayores limitantes es, precisamente, la plata que necesitás para producir. Y, por qué no, es una oportunidad concreta de pensarnos y portarnos menos como consumidores pasivos de cultura y más como agentes que deciden explícitamente que algo exista.

Más todavía, ya podemos decir que es un modelo que se replica con éxito de manera super consistente, tanto para Gato como para otres Creadores que en los últimos años financiaron pila de proyectos gracias al apoyo de sus Comunidades, y realmente espero que escribir y ordenar esta conversación de esta manera ayude a más y más Creadores a hacer lo mismo (y si tienen alguna pregunta, nos vemos en el Twitch de la noche y las charlamos).

Y ni me dejen empezar a hablar de la Preventa (y la Campaña de Preventa) como producto cultural en sí mismo. Qué cosa hermosa una campaña, por favor.

...una oportunidad concreta de pensarnos y portarnos menos como consumidores pasivos de cultura y más como agentes que deciden explícitamente que algo exista.

Bueno, era obvio que iba a hablar un poco de eso: la campaña de preventa es un momento privilegiado para que Creadxr y Comunidad se charlen y expliciten por qué traer al mundo ese producto. Y eso nos pone en un re aprieto: vas a tener que pensar, definir y defender por qué le vas a pedir confianza a mucha gente para producir un producto. Es un montón de presión y de responsabilidad, no solo porque querés que te vaya bien, sino porque ahora también sabés que eso que estás haciendo es parte de una visión compartida con otras personas que te importan (si no te importan, estás habitando el pedacito de internet incorrecto).

Tomemos el caso de Pensar con otros, el libro que hicimos con Guadalupe Nogués en 2018. No se trató únicamente de escribir el libro, imprimirlo y tratar de que se venda. Hicimos un proceso abierto, que implicó que Guada pudiera construir el libro de cara a la Comunidad, conversarlo e incorporar ideas que lo hicieron un mejor producto (incluso cambiar la estructura de todo el texto, que si bien fue una pesadilla editorial hizo de PCO un libro mucho mejor). Y la campaña se volvió no solamente comprar un libro, sino también 'adoptar' a un diputado y bancar que vayamos a tocarle la puerta del despacho. De golpe, el proceso abierto de desarrollo del producto, la preventa y la campaña se convirtieron en formas de expresión de los objetivos del producto, más allá del producto en sí. El libro es el proyecto, pero el proyecto siempre es más que el libro.

Pensar así preventas y campañas hace que comprar Un libro sobre drogas sea también decir en voz alta que bancás que cambie el curso de la conversación pública sobre drogas.También convierte un Ministerio ficticio en un universo entero con su propio sistema de comunicación gubernamental y web. Y es, dato no menor, poder agregarle a Fiebre tres postales y tinta neón re pulenta porque vendimos más de 1500 en preventa y eso nos permitió hacer más y mejor, porque

teníamos los recursos. Me pregunto si estoy diciendo algo nuevo: hace muchos años, vender más Anuarios 2015 de los que previmos nos permitió hacer un mejor libro en nuestra primera preventa, cuando todavía ni nos imaginábamos esta conversación.

Pensar así los eventos comerciales se vuelve una expresión más de *'plata para hacer cosas'*, en vez de *'cosas para hacer plata'*. Y ahora que descubrimos estas herramientas vamos a hacer todas las cosas para las que nos dé la plata.

Por suerte, si tenemos una idea demasiado loca, demasiado grande o que necesita más plata de la que tenemos para existir, podemos hacer una preventa.

¿Sabés qué es mejor que hablar de cómo las Preventas bancan el desarrollo de productos culturales? Obvio que es una pregunta retórica. Hasta el lunes 7 de Junio podés conseguir El nudo de la conciencia*, el librazo tremendo de Enzo Tagliazucchi que tuvimos la suerte de desarrollar en EGLC y que pueden conseguir en preventa en la web de* ***Cultura en Movimiento*** *junto con otros productos de otres Creadorxs que también hacen lo que hacen gracias a sus Comunidades; así que podés elegirte un combo para que el año que viene pueda escribir un posteo sobre cómo las preventas ecosistémicas la rompen. En serio, no se lo pierdan, El Nudo es una joya y que lo compren ahora nos hace la diferencia. Si no me creen, hay un gráfico más arriba super elocuente.*

Para seguir hablando de esto, el miércoles 26 de mayo vamos a estar en Twitch junto con miembros del equipo de Gato para conversar sobre el viaje de hacer una Preventa.

elgatoylacaja.com/cultura-en-movimiento-parte-2-hecho-en-confianza