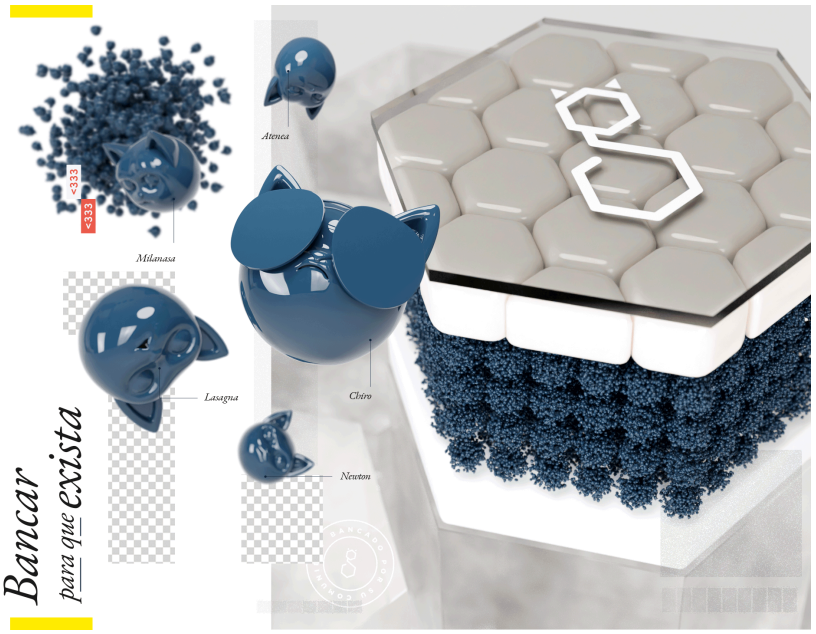


31/05/2021

Cultura en Movimiento | Parte 3: Bancar para que exista

TXT PABLO A. GONZÁLEZ IMG AZUL DAMADIAN, JUAMA GARRIDO

¿Qué es el longtail? ¿Banco un proyecto para que exista para mí o para que exista para los demás?

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.*

En 2008, Chris Anderson daba una **charla** en la Escuela de Negocios de Haas de la Universidad de Berkeley. Su tesis principal era que la apertura de la barrera de acceso a determinadas tecnologías estaba cambiando totalmente la matriz de medios. Ahora podías levantar un sitio web igual de accesible que el de cualquier diario, podías postear un video igual de reproducible que el de cualquier conglomerado de TV y, a medida que internet y las plataformas de contenidos maduraban, también cambiaba una etapa.

Yo crecí con cinco canales. Cuatro, en realidad, porque para agarrar canal 2 (lo que hoy es América) había que cambiar radicalmente la posición de la antena. En esos cuatro o cinco canales había programas de altísimo rating. O sea, había poca oferta y programas que concentraban un enorme porcentaje de televidentes. En consecuencia, un programa podía meter 63 puntos *(si sos demasiado joven para empatizar con estas ideas, cuando termines podés ver este video de **Navaja Crimen**).*

Vivíamos tiempos de escasez y costos altos. Pocos programas, muchísima audiencia concentrada y *gatekeepers* (*guardianes* es mi mejor propuesta de traducción). ¿Qué son los guardianes? Esos obstáculos que se interponen entre el héroe y su objetivo. En este caso, por ejemplo, el hecho de que para salir en la tele tenés que conocer a alguien, que los lugares son pocos, que el tiempo es tirano.

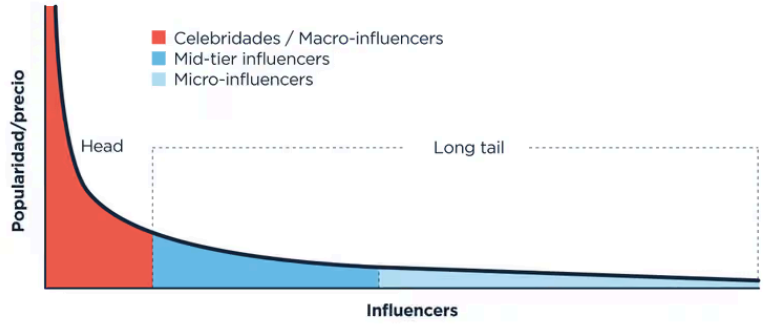
Pero un día vino internet. Y, con ella, el *longtail*.

Antes de seguir, me parece interesante que notemos que si aparecen estos términos en inglés pero no sus traducciones, probablemente sea porque son palabras jóvenes que describen procesos nuevos y conversaciones que no necesariamente estamos teniendo. Al menos no de manera tan frecuente como para que esas traducciones aparezcan y se cimienten, así que en este texto vamos a tener que bancarnos un poco usar esos términos sin sentir que nos duele acá, en la bandera. Además, las traducciones literales no funcionan bien: 'habitar la cola larga' me da más para hablar de una visita al super que para reflexionar sobre la industria de contenidos.

Pero bueno: ¿qué es el *longtail*? Es la cola larga de productos culturales que no pertenecen al *mainstream*. Esos que no salen si sólo tenés 5 canales.

Cuando tenés 5 canales, apuntás a gustarle a tanta gente como sea posible, y ese es tu principal objetivo, la variable de optimización que guía tus decisiones. Cuando

tenés 12 horas por día de programación, cada segundo de emisión maximiza la cantidad de audiencia. Cada segundo cuesta, porque producir en un medio masivo es carísimo, y mirá si lo vamos a desperdiciar en tu idea experimental que seguro le copa mucho a un grupo chico de gente. Porque somos un medio masivo, y eso implica que por definición no nos interesa el mercado que se cae del plato. Nos interesa el *short head*. El principio de la distribución de popularidad.



Pero, como dije antes, un día llegó internet y cambió todo. Ahora puedo escribir este texto y subirlo a este sitio sin tener que depender de una gran casa editorial o de grandes medios, o puedo hacer un *stream* esta noche para conversar este mismo tema a las 20:00 hs. sin necesidad de negociar con *el canal* ni diseñar el contenido pensando sólo en que le guste a muchísima gente. Puedo hacer algo distinto: diseñarlo no solo para que exprese lo que me importa sino para que conecte genuinamente con una audiencia mucho más chica, pero mucho más interesada. Eso es el *longtail*. La posibilidad de que muchos Creadores y Creadoras *no mainstream* conectemos con una pila de audiencias comprometidas en todo, todo lo que el mainstream no toca. En nuestro caso: más ciencia en más lugares para más personas con contenidos hechos a fondo, con independencia y una visión propia, conectando con un grupo no necesariamente tan grande como los que miraban esos 4 o 5 canales de mi infancia, pero seguro generando un vínculo mucho mayor a partir de un interés compartido mucho más específico.

Te amo, internet. Quería parar un poco y decírtelo de nuevo, aunque ya lo sepas, pero qué sé yo, me hace bien ponerlo en palabras.

Bancar para que exista

Esta transición que vino con internet es también el pasaje de un modelo de escasez a uno de abundancia. Como la barrera de acceso a distribuir contenidos se abrió, las voces se multiplicaron. Mucho se multiplicaron. Órdenes de magnitud. Y con ellas, las opciones. Pero que haya opciones no quiere decir necesariamente que los modelos de negocio prácticos estén maduros, ni que esas voces tengan la posibilidad de desarrollarse profesionalmente.

Cuando me puse a escribir esto me di cuenta de que habían pasado 10 años desde que escuché a Hernán Casciari contar que había armado un blog, que habían construido una Comunidad y que en algún momento había descubierto la posibilidad de **matar al intermediario**. ¿Qué quería decir él con esa frase tan tremenda, que tiró así como quien deja caer una bomba? Se refería a sacar del medio a toda persona que no estuviera construyendo valor sino solamente ocupando un espacio y quedándose con un pedacito, principalmente el de la distribución, de los productos culturales que él y el equipo de Orsai hacían. La tecnología había madurado, internet se empezaba a parecer un poco más a lo que es hoy que a lo que era en los 2000, y la posibilidad de conectarse directamente, Creador a Comunidad, se hacía tangible.

Volviendo a ver la misma charla, advertí que sólo recordaba la primera parte, la irreverencia, la insolencia hermosa de renunciar a las editoriales y las distribuidoras, el intermediario de pronto identificado no como parte de la cadena de valor sino como un engranaje obsoleto, prescindible, el rey desnudo a la espera de que alguien lo dijera en voz alta. Durante años y años recordé esa mitad de la charla.

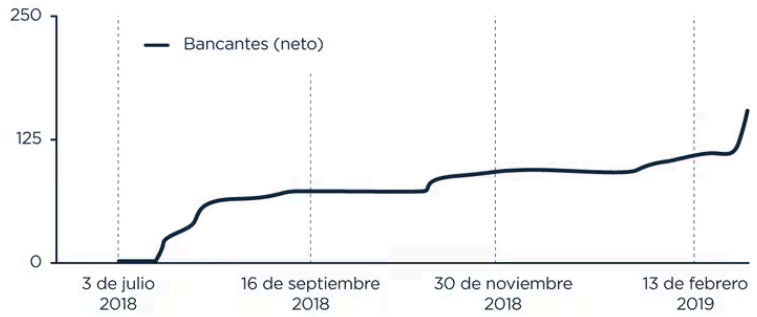
Pero lo mejor de la charla es la otra mitad, y es ahí donde quiero concentrarme ahora. No ya en el cuerpo sin vida del Intermediario, sino en qué hacemos la mañana después de la revolución. ¿Qué hacemos el 26 de Mayo? ¿Qué hacemos cuando ya *somos libres, que lo demás no importa nada*, pero al mismo tiempo ya somos libres y ahora importa todo lo que viene después? Cuando ya no tenemos contra quién rebelarnos y nos toca empezar a hacer la nuestra.

En la otra mitad de la charla, Casciari cuenta de cuando soñaron con poner un bar. Un lugar de encuentro para la Comunidad. Un lugar que bastó con nombrarlo para que rápidamente la Comunidad tratara de financiarlo para asegurarse de que

existiera. Financiarlo en sentido amplio, porque además de llegar mails con ofertas de plata, empezaron a aparecer los *'che, pero si hay que pintarlo, contá conmigo'*. ¿Les suena la idea? Bancar algo para que exista. Para que exista para mí, pero más que nada para compartirlo con otras personas.

Nosotres también nos encontramos un día con la idea de que había gente que quería ayudarnos a poner un bar (o su equivalente en proyecto Gato) pero no teníamos una forma práctica de hacerles parte. Ahí nació nuestra primera y primigenia versión de Bancantes.

Lo decidimos como Mínimo Producto Viable: vamos a hacer la web mínima para que alguien, de desearlo, pueda suscribirse a Gato y aportar plata todos los meses. "¿Alguien va a querer? nos preguntamos. La única forma de averiguarlo era poner el botón y ver qué pasaba.



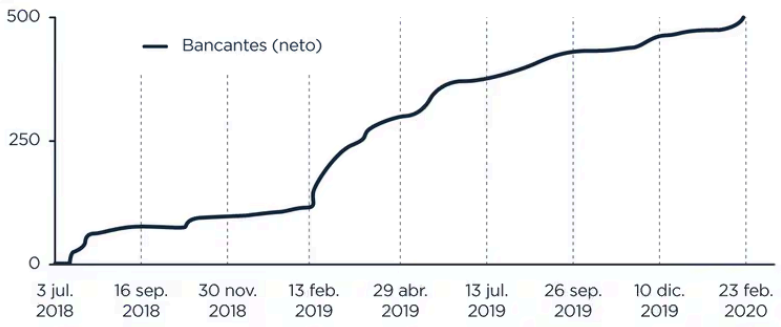
El primer año (ocho meses, pero me entienden) se sumaron aproximadamente 100 personas a una propuesta bastante experimental para ese momento: *sumate a Bancantes para que Gato exista*. No para tener beneficios, no a cambio de algo. Para que exista. A esas 100 personas les voy a estar para siempre agradecido, por un lado porque trajeron Gato hasta acá, pero también por mostrar un pedacito de luz, una grieta por la que meternos, una señal mínima pero clara de que había un modelo de negocios perfecto para Gato y para el que no teníamos que comprometer lo que hacíamos según los requerimientos de un sponsor, ni ajustar el discurso para capturar una audiencia más grande y así salir a pelear el *mainstream*.

En febrero de ese año decidimos poner segunda. ¿Qué era eso? Entender que para que alguien se sume como Bancante (a Gato, pero sospecho que a cualquier proyecto; y empieza a haber **investigación** que lo soporta por sobre nuestra

evidencia anecdótica) eran necesarias dos cosas. Por un lado, una cultura Bancante: una actitud y forma de pensar del lado de quien banca, la sensación de que tu aporte económico efectivamente se convierte en el progreso de un proyecto. Por el otro, los soportes tecnológicos y logísticos para habitar ese espacio compartido con la Comunidad. Si vamos a crear y **habitar un jardín**, vos, Bancante, tenés que saber que tu aporte es indispensable y yo, Creador, tengo que poder construir desde esa distancia acortada que implica la ausencia de intermediarios.

Los desarrollos tecnológicos llegaron y las plataformas se están tirando de los pelos por ver cómo acomodarse mejor a lo que las Comunidades y Creadorxs demandan. Así existen hoy varios servicios de suscripción (como Patreon, que acaba de recibir unos 150 millones de dólares de inversión), o de microtransacciones (como Buy me a coffee), o de crowdfunding (como Kickstarter), y hasta opciones más experimentales como **ABRE**, nuestro socio y soporte, que acomoda todas esas necesidades en servicios que podemos usar para acortar distancias con la Comunidad.

¿Cuánto pesa el progreso de esa tecnología y el desarrollo de una actitud Bancante? UN MONTÓN. Bienvenides a la segunda etapa de Bancantes EGLC, ahora con una landing preciosa, un sistema de Gatites que diseñás al darte de alta, mails mensuales, descuentos en Tienda y todo lo que se nos ocurrió entre febrero de 2019 y marzo de 2020.

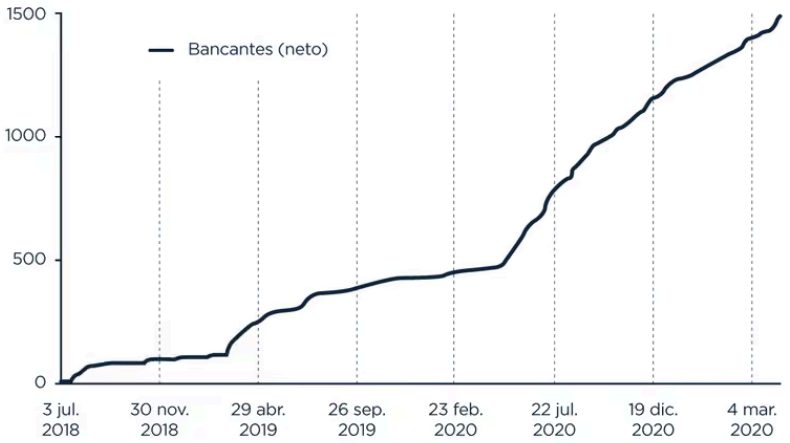


Ah pero mirá qué interesante ese cambio de tendencia, y también, qué predecible, qué consistente. Bancantes es eso: soporte, consistencia, la posibilidad de depender de alguien. Es una relación (también) vincular que se construye desde los dos lados. Gato te promete hacerse cargo (¿vieron que no usé *accountability*? Igual la

dejo acá, por las dudas). Hacernos cargo de lo que decimos, de mejorar todos los días un poquito la propuesta, de proponer formas libres para todes, gratis para siempre. Esa es nuestra promesa, y acá estamos para que nos escriban un mail si pifiamos, y leemos y respondemos esos mails. Eso también es el *longtail*. Menos personas, más atención, más responsabilidad sobre tu propio contenido y Comunidad. ¡Perfecto! Me encanta. Vamos por esa.

Oportundemia

Pero me quedan dos cosas por contar. La primera, qué pasó con el sistema de Bancantes de Gato a partir de la pandemia:



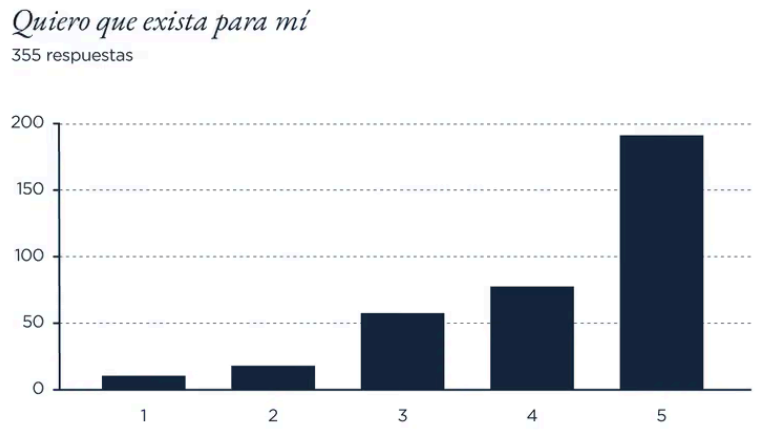
En un momento crítico de sobreinformación, nuestra promesa es hacer lo mejor posible, filtrar lo que decimos (y lo que no) para dejar solamente la señal y no el ruido. No apuntar a lo sensacionalista sino a lo calmo y bien masticado. No pelear la atención general basada en carteles de ALERTA y cifras con efecto de llamas, ir por otro lado. Elegimos un modelo que premia calidad, no cantidad, y funcionó. Lo otro que priorizamos fue aumentar el ancho de banda con la Comunidad y buscar generar un lugar de encuentro, y eso es hoy el Slack de Bancantes: un soporte donde nos chateamos todo el equipo Gato + Bancantes. Ahí les compartimos ideas en desarrollo, escuchamos e incorporamos feedback sobre lo que hacemos y nos pasamos videos de animalites, siendo esto último no necesariamente menos importante que todo lo anterior.

La segunda cosa que me quedó pendiente es entender si soy un bocón. Hace dos posteos les propuse la idea de Jardín bancado por su Comunidad. Más arriba, enuncié que Bancantes eran personas que bancaban para que algo existiera para todes, no necesariamente para cada une de manera particular, pero los datos no me dicen eso. O sea, tampoco me lo niegan, pero el único modo de saberlo a ciencia cierta es convertirlo en pregunta.

Adivinen si lo hice.

Hace unas semanas les mandé a Bancantes un cuestionario cortito donde preguntaba exactamente eso: ¿qué te motiva a bancar Gato? Tenía ideas claves como 'descuento en productos', 'acceso temprano a contenido' o 'regalos de bienvenida' (¿es el mejor pin de todos los tiempos? La respuesta es sí). Todas esas preguntas tuvieron respuestas distribuidas, con medias cerca del 3 en una escala de 1 a 5.

Pero hubo dos preguntas se salieron completamente del patrón: ¿de 1 a 5, cuánto bancás Gato para que exista para vos?



¡Gran noticia! La hipótesis motivacional de 'Bancar para que exista' empieza a tener soporte de datos.

Pero la otra era la pregunta importante, la que me dio un sartenazo de esperanza (y si hay algo que necesitamos en este momento son estos tablones a los que aferrarnos en la tormenta de caca que han sido los últimos 18 meses). ¿Cuánto bancás Gato porque querés que exista para las demás personas?



Libre para todes, gratis para siempre. La gran mayoría de Bancantes Gato (arriba del 90%) ponderó esta idea por sobre todas las otras.

La antimateria del consumo irónico

Hace unos días volví a escuchar a Eugenia Mitchelstein hablar en ***Todo es fake***, el (muy buen) podcast de Anfibia, sobre el consumo irónico, y definirlo como aquel que está distanciado del significado real del objeto o creación cultural que está siendo consumido. En este tipo de consumo, el placer viene de reírse del contenido, particularmente de hacerlo en el contexto de una comunidad interpretativa, el grupo de personas con las cuales nos vinculamos mediante el consumo irónico de ese contenido.

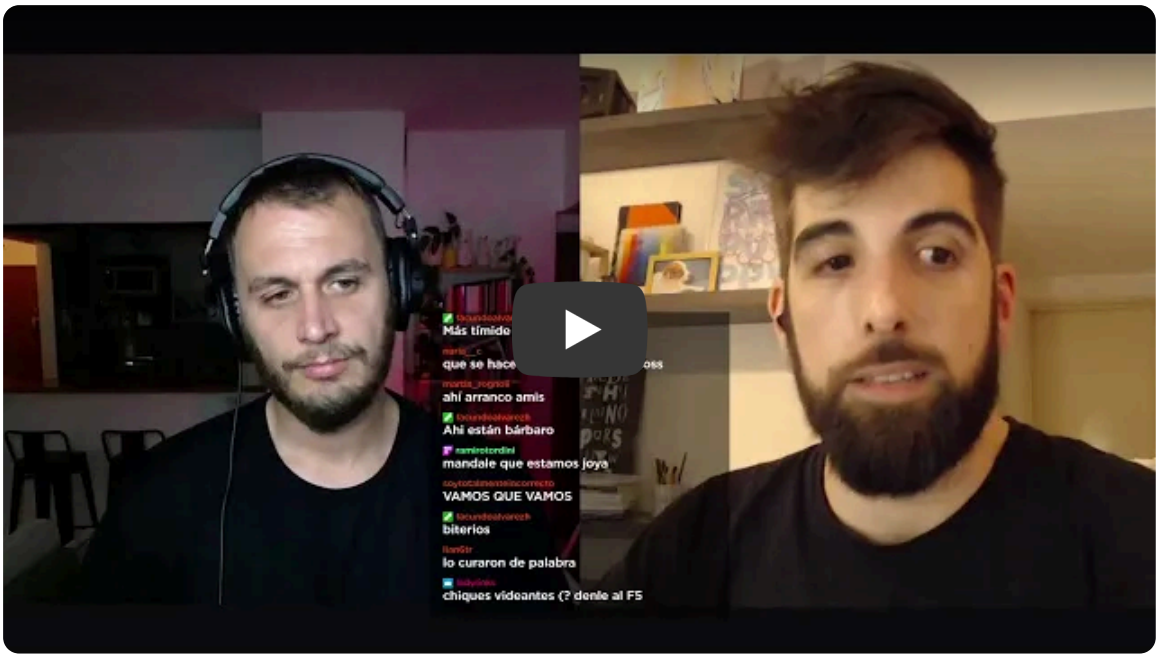
Más arriba nos pregunté qué pasaba después de matar al intermediario. ¿Qué pasa el 26 de mayo, cuando ya decidiste que Virrey no, pero todavía no tenés claro qué si? Yo hoy sospecho que Bancantes es la respuesta por la positiva a *¿cómo hacemos para hacer contenido en internet y vivir de esto?*

Apostar a un sistema de Bancantes es apostar a que existen personas que buscan construir un tipo de vínculo con la cultura que consumen que no es ni pasivo ni irónico ni distante. Retomo de Eugenia la idea de que un consumo cultural necesita de una comunidad interpretativa. De alguna manera, todo consumo cultural nos vincula a otras personas que lo encuentran relevante. La pregunta es qué vínculo queremos construir alrededor de esos consumos.

Para sumarte a un Gato mejor, libre para todes y gratis para siempre, es por acá: ***elgatoylacaja.com/bancar****. Para conocer otres Creadores que vivimos en el longtail y*

que hacemos contenidos que nos importan, les recomiendo conocer todos los productos que están en preventa en ***Cultura en Movimiento****. ¿Cómo se combinan estas dos cosas? Espectacularmente, dado que ser Bancante te da descuento especial aún en preventas. Ya sabemos que bancan para que exista y que descuentos no es el principal motor, pero bueh, igual es lindo poder ofrecer ese beneficio para quienes no lo demandan. ♥*

Hoy, 31 de mayo, vamos a estar a las 20 hs en ***Twitch*** *conversando sobre modelos de negocio y su vínculo con el diseño.*





elgatoylacaja.com/cultura-en-movimiento-parte-3-bancado-por-su-comunidad

---

Sumate en
eglc.ar/bancar