

# 1,000 Fans Verdaderos

Publicado por PP en miscelanea el Martes 29 de abril de 2008 30 Comments

*Siguiendo con los inspiradores ejemplos del **menos es más**, 69 te ofrece ahora la traducción completa de **un artículo escrito por el experto en cultura digital Kevin Kelly** que te propone, a ti que eres músico, artista o mortal con algún talento, una fórmula, no para alcanzar fama y fortuna, pero sí para salvarte de la oscuridad, y que además te permitirá ganarte la vida sin vender tu cuerpo.*

La **larga cola** es una famosa buena noticia para dos clases de personas: algunos agregadores con suerte, como Amazon y Netflix, y 6 mil millones de consumidores. De los dos, creo que los consumidores son los que más se benefician de la riqueza oculta en nichos infinitos.

Pero la larga cola es definitivamente una bendición ambigua para los creadores. Los artistas, productores, inventores y artesanos son ignorados por la ecuación. La larga cola no aumenta demasiado las ventas de los creadores, y más bien agrega competencia masiva y una interminable presión para bajar los precios. A menos que los artistas se conviertan en un agregador considerable de las obras de otros artistas, la larga cola no ofrece una salida de la aletargada tranquilidad de las ventas minúsculas.

Fuera de aspirar a un éxito masivo de ventas, ¿qué puede hacer un

artista para escapar de la larga cola?

Una solución es encontrar 1,000 Fans Verdaderos. Si bien algunos artistas han descubierto este camino sin llamarlo así, creo que vale la pena tratar de formalizarlo. La esencia de los 1,000 Fans Verdaderos puede describirse sencillamente:

**Un creador, sea un artista, músico, fotógrafo, artesano, actor, animador, diseñador, videasta o escritor –en otras palabras, cualquiera que produzca obras de arte– necesita tener sólo 1,000 Fans Verdaderos para ganarse la vida.**

Un Fan Verdadero es alguien que comprará todas y cada una de las cosas que produzcas. Ellos recorrerán 200 kilómetros para verte cantar. Ellos comprarán la reedición en box set super deluxe de alta resolución de tus cosas aun cuando tengan la versión de baja resolución. Ellos han establecido un Google Alert especialmente para tu nombre. Ellos guardan en sus favoritos la página de eBay en la que aparecen tus ediciones descatalogadas. Ellos te hacen firmar sus copias. Ellos compran la camiseta, la taza y el sombrero. Ellos no pueden esperar a que saques tu próximo trabajo. Ellos son fans verdaderos.

Para alejar tus ventas de la línea recta de la larga cola es necesario que te conectes directamente con tus Fans Verdaderos. Otra forma de

plantear esto es: necesitas convertir a mil Fans Menores en mil Fans Verdaderos.

Supongamos conservadoramente que tus Fans Verdaderos gasten el salario de un día al año para apoyar lo que haces. Ese “salario de un día” es un promedio, porque por supuesto tus fans más verdaderos gastarán mucho más que eso. Pongamos que ese día cada Fan Verdadero gasta 100 dólares por año. Si tienes 1,000 fans eso suma 100,000 dólares al año, que descontando algunos gastos modestos, alcanza para vivir para la mayoría.

Mil es un número factible. Uno puede contar hasta mil. Si se agrega un fan al día, sólo bastaría tres años. El Fanatismo Verdadero es alcanzable. Complacer a un Fan Verdadero es placentero, y vigorizante.

Recompensa al artista por permanecer fiel, por concentrarse en los aspectos inigualables de su obra, las cualidades que los Fans Verdaderos aprecian.

El desafío fundamental consiste en que debemos mantener contacto directo con los 1,000 Fans Verdaderos. Ellos nos están apoyando directamente. Sea asistiendo a los conciertos que demos en nuestra casa, o comprando DVD's en nuestra página web, o adquiriendo nuestras fotos a través de Pictopia. Así conservamos tanto como es

posible el monto total de su apoyo. También nos beneficiamos del feedback directo y el aprecio.

Las tecnologías de conexión y la fabricación a pequeña escala hacen posible este círculo. Los blogs y los canales RSS transmiten noticias, próximas presentaciones o nuevos lanzamientos. Las páginas web albergan galerías de nuestras obras pasadas, archivos de información biográfica, y catálogos de parafernalia. Los fabricantes de discos, Blurb, los servicios de producción rápida de prototipos, Myspace, Facebook, y el mundo digital entero conspiran en conjunto para hacer de la duplicación y difusión en pequeñas cantidades algo rápido, barato y simple. No se necesita un millón de fans para justificar producir algo nuevo. Con mil es suficiente.

Este pequeño círculo de fanáticos a muerte, que pueden darnos de vivir, está rodeado de círculos concéntricos de Fans Menores. Estos no comprarán todo lo que hagas, y puede que no busquen un contacto directo contigo, pero comprarán buena parte de lo que produzcas. Los procesos que desarrolles para alimentar a tus Fans Verdaderos también nutrirán a los Fans Menores. A medida que consigas nuevos Fans Verdaderos, puedes añadir muchos más Fans Menores. Si sigues así, podrías de hecho terminar con millones de fans y lograr un hit. No conozco a ningún creador que no esté interesado en tener un millón de

fans.

Pero la gracia de esta estrategia es afirmar que no se necesita un hit para sobrevivir. No hace falta apuntar a la cabeza corta de los bestsellers para escapar de la larga cola. Hay un lugar en medio, que no está muy lejos de la cola, donde por lo menos uno se puede ganar la vida. Ese refugio intermedio se llama 1,000 Fans Verdaderos. Es una meta alternativa a la que un artista puede apuntar.

Los artistas jóvenes que comienzan en este mundo digitalmente mediatizado tienen un camino distinto al del estrellato, un camino posibilitado por la misma tecnología que crea la larga cola. En vez de tratar de alcanzar los picos estrechos e improbables de los hits multiplatino, los bestsellers o los éxitos de taquilla, y con ello el estatus de celebridad, pueden apuntar a una conexión directa con 1,000 Fans Verdaderos. Es un objetivo mucho más sensato al cual apuntar. Ganarse la vida en vez de ganar una fortuna. Estar rodeado no de modas pasajeras y la obsesión por lo frívolo, sino por Fans Verdaderos. Y es mucho más probable llegar allí.

Algunas advertencias. Esta fórmula –mil Fans Verdaderos directos– está pensado para una persona, el artista solista. ¿Qué pasa con un dúo, o un cuarteto, o un equipo de filmación? Obviamente, necesitarás más fans.

Pero los fans adicionales que necesites están en proporción geométrica directa con el crecimiento de tu grupo creativo. En otras palabras, si el grupo aumenta de tamaño en 33%, sólo necesitas sumar 33% más fans. Este crecimiento lineal contrasta con el crecimiento exponencial por el cual muchas cosas en el mundo digital se inflan. No me sorprendería descubrir que el valor de la red de tus Fans Verdaderos sigue la regla estándar de los efectos de red y se incrementa proporcionalmente al cuadrado de Fans Verdaderos. Al medida que tus Fans Verdaderos se conecten entre sí, estarán más dispuestos a aumentar su gasto promedio en tus obras. Así que si bien aumentar el número de artistas involucrados en la creación eleva el número de Fans Verdaderos necesarios, el incremento no se dispara, sino que aumenta gentilmente y en proporción.

Una advertencia más importante: No todo artista está dispuesto a relacionarse con sus fans. Muchos músicos sólo quieren tocar música, o los fotógrafos sólo quieren tomar fotos, o los pintores pintar, y por temperamento no desean tratar con sus fans, **especialmente** los Fans Verdaderos. Estos creativos necesitan un mediador, un manager, un agente, un galerista –alguien que administre a sus fans. No obstante, aún así pueden apuntar al mismo objetivo de 1,000 Fans Verdaderos. Simplemente están trabajando en dúo.

Tercera distinción: Los fans directos son los mejores. El número de Fans Verdaderos que se necesita para ganarse la vida **indirectamente** se infla rápidamente, pero no infinitamente. Pongamos los blogs como ejemplo. Debido a que el apoyo de los fans de un blog se canaliza a través de los clics de publicidad (excepto ocasionalmente en el caso de las propinas), se necesita más fans para que un blogger se gane la vida. Pero aunque esto mueve el objetivo hacia la izquierda en la curva de la larga cola, todavía está muy lejos de caer en territorio de blockbusters. Lo mismo sucede con la publicación de libros. Cuando existen compañías de por medio que se llevan la mayor parte de los ingresos producidos por tus obras, entonces hace falta más Fans Verdaderos para que te sostengan. En la medida en que un autor cultive el contacto directo con sus fans, menor será el número de ellos que necesitará.

Por último, el número real puede variar dependiendo del medio. Quizás 500 Fans Verdaderos para un pintor y 5,000 Fans Verdaderos para un videasta. Con seguridad las cifras deben variar alrededor del mundo. Pero de hecho el número real no es tan importante, porque no se puede determinar más que intentándolo. Una vez que lo hagas, la cifra real se volverá evidente. Esa será la cifra de Fans Verdaderos que funcione para ti. Mi fórmula puede estar bastante lejos de lo que necesitas, pero aún así, es muchísimo menos que un millón.

He estado buscando literatura que haga referencia al número de Fans Verdaderos. El fundador de Suck.com, Carl Steadman tenía una teoría sobre las microcelebridades. Según su cálculo, una microcelebridad era alguien famoso para 1,500 personas. Es decir que esos 1,500 hablarían maravillas de ti. Como dijo Danny O'Brien, "A una persona en cada ciudad de Gran Bretaña le gusta tu tonto comic en línea. Eso es suficiente para mantenerte en cervezas (o ventas de camisetas) todo el año."

Otros llaman a este apoyo a las microcelebridades micromecenazgo, o mecenazgo distribuido.

En 1999 John Kelsey y Bruce Schneier publicaron un modelo para esto en First Monday, una revista en línea. Lo llamaron el **Protocolo del Artista de la Calle**.

Utilizando la lógica de un artista de la calle, el escritor acude directamente a los lectores antes de que el libro sea publicado, quizás incluso antes de que el libro sea escrito. El escritor evita la editorial y emite una declaración pública del tipo "Cuando reciba \$100,000 en donaciones, publicaré la siguiente novela de esta serie."

Los lectores pueden visitar el sitio web del escritor, ver cuánto



dinero se ha donado, y donar dinero a la causa de hacer realidad la publicación de su novela. Nótese que al escritor no le importa quién pague por sacar el próximo capítulo, ni le importa cuánta gente lea el libro sin pagar por él. Sólo le interesa que su pozo de \$100,000 se llene. Cuando así ocurra, él publica el nuevo libro. En este caso “publicar” simplemente significa “hacer público”, no “ encuadernar y distribuir a las librerías”. El libro está disponible, gratis, a todo el mundo: a aquellos que pagaron por él y a aquellos que no.

En 2004 el escritor **Lawrence Watt-Evans** utilizó este modelo para publicar su novela más reciente. Le pidió a sus Fans Verdaderos que entre todos pagaran colectivamente \$100 al mes. Cuando recibió \$100 posteó el siguiente capítulo de su novela. El libro entero fue publicado para sus Fans Verdaderos, y luego en papel para todos sus fans. Ahora está escribiendo un segundo libro de esta manera. El se las arregla con aproximadamente 200 Fans Verdaderos porque también publica de la forma tradicional – con adelantos de una editorial mantenida por miles de Fans Menores. Otros escritores que utilizan fans directamente para apoyar su trabajo son Diane Duane, Sharon Lee y Steve Miller, y Don Sakers. El diseñador de juegos Greg Stolze empleó un modelo similar de Fans Verdaderos para lanzar dos juegos pre-financiados. Cincuenta de

sus Fans Verdaderos aportaron dinero líquido para sus costos de desarrollo.

Lo genial del modelo de Fans Verdaderos radica en que los fans pueden alejar a un artista de los extremos de la larga cola hasta un grado mayor que el que indican sus números. Esto lo pueden lograr de tres maneras: comprando más por persona, gastando directamente de manera que el creador se quede con más de cada venta, y permitiendo nuevos modelos de apoyo.

Nuevos modelos de apoyo incluyen el micromecenazgo. Otro modelo consiste en pre-financiar los costos iniciales. La tecnología digital permite que este apoyo de los fans asuma diversas formas. **Fundable** es una empresa en línea que permite a cualquiera reunir una cantidad fija de dinero para un proyecto, y que asegura a los patrocinadores que el proyecto se llevará a cabo. Fundable retiene el dinero hasta que se reuna la cantidad completa, devolviendo el dinero si no se alcanza el mínimo.

He aquí un ejemplo extraído del sitio web de Fundable:

Amelia, una cantante soprano clásica, pre-vendió su primer CD antes de entrar a un estudio de grabación. “Si reuno \$400 en pedidos por adelantado, podré pagar el resto [de los costos de

estudio]”, le dijo a sus potenciales donantes. El modelo todo o nada de Fundable aseguró que ninguno de sus clientes perdería dinero si ella no alcanzaba su meta. Amelia vendió \$940 en álbums.

Mil dólares no mantendrán vivo a un artista por mucho tiempo, pero con una atención seria, a un artista dedicado le puede ir mejor con sus Fans Verdaderos. A Jill Sobule, una cantante que ha amasado un número considerable de seguidores en muchos años de giras y grabaciones, le está yendo bien al depender de sus Fans Verdaderos. Recientemente ella decidió acudir a sus fans para financiar los costos de grabación profesional, ascendientes a \$75,000, que necesitaba para su siguiente álbum. Sobule ha recolectado \$50,000 hasta ahora. Al apoyarla directamente mediante su mecenazgo, los fans ganan intimidad con la artista. Según Associated Press:

Los aportantes pueden escoger niveles de compromiso que van desde la “roca sin pulir” de \$10, que les da derecho a bajarse una copia digital de su disco cuando esté terminado, hasta el “nivel de armamento nuclear”, donde ella te promete “traerte para que cantes en mi CD. No te preocupes si no puedes cantar – eso lo podemos arreglar al final.” Por una contribución de \$5,000, Sobule dará un concierto en la casa del donante. Los

niveles más bajos son los más populares, donde los donantes pueden obtener cosas tales como una copia de adelanto del CD, una mención en los créditos de agradecimientos y una camiseta que los identificará como “productor ejecutivo asociado” del CD.

La alternativa común a ganarse la vida con los Fans Verdaderos es la pobreza. Un estudio realizado en 1995 reveló que el precio que se acepta por ser artista es alto. La socióloga Ruth Towse encuestó a artistas en Gran Bretaña y determinó que en promedio ganan por debajo de los niveles de subsistencia.

Lo que sugiero aquí es que hay un lugar para los creativos entre la pobreza y el estrellato. Un punto por debajo de la estratósfera, pero por encima de la oscuridad de la larga cola. No conozco el número verdadero, pero creo que un artista dedicado podría cultivar 1,000 Fans Verdaderos, y con su apoyo directo mediante la nueva tecnología, ganarse la vida honestamente. Me encantaría saber de alguien que se haya trazado tal meta.