

## Evento Blog España, una historia de internet y ocio

Por Benito Castro, presidente de la 'Asociación Evento Blog España'

En una tarde de primavera temprana de la Sevilla de 2006, la llamada de José Luis Antúnez bastó para reunir a Luis Rull, José Luis Perdomo y al que escribe este texto. La idea que se puso sobre la mesa era organizar unas jornadas sobre blogs, pero con la condición/ambición de ser una convocatoria nacional.

En aquella época los blogs ( páginas webs que permiten establecer un diálogo entre su autor o autores con los lectores de las mismas) se abría paso con fuerza, pasando de un entorno de usuarios más especializado a un ámbito mucho más extendido.

De las primeras reuniones entre los promotores de lo que, finalmente se llamó Evento Blog España, se iban poniendo sobre la mesa ideas y anhelos. Los avatares personales y profesionales redujeron a tres (Rull, Antúnez y Castro) las personas que finalmente hicieron realidad la primera y, después, la segunda reunión nacional de blogueros de nuestro país.

Las circunstancias en las que nació Evento Blog fueron más o menos variadas puesto que nunca hubo dedicación exclusiva de los tres organizadores. La ejecución de la obra, de esta manera, suponía una carga añadida evidente al trabajo que cada cual realizaba. Pero como en muchas de estas iniciativas, la ilusión se convertía en un motor potente que nos llevó a superar muchas dificultades que, probablemente, de haberle otorgado mayores dosis de precaución hubieran llevado al traste el proyecto. La conclusión de inteligencia emocional que se puede extraer, es que nunca la razón excesivamente cauta debe nublar la visión de un soñador.

La ambición era grande desde el momento en el que quisimos celebrar unas jornadas que fueran referencia atractiva para las personas implicadas – primero, en el mundo de internet y, en segundo lugar, en el de los blogs de forma particular-. Por eso, éramos conscientes de que había que hacer muy bien las cosas. La intuición de que nos encontrábamos ante la coyuntura idónea para efectuar nuestra convocatoria, no nos impedía ver que, dependiendo de como ejecutáramos nuestra obra, alcanzaríamos o no la meta que nos habíamos

propuesto.

Partíamos de la base de que ya se habían celebrado reuniones de blogs en España, pero vimos claro que nunca llegaron a tener resonancia más allá del entorno de la ciudad que les dieron cobijo y sin lograr una concurrencia de personas muy amplia, además. El punto de mira e inspiración de los organizadores venía de Francia, país en el que sí habían llevado a cabo una reunión nacional de gente de los blogs. Y ese, sí, era nuestro reto.

Cuando avanzamos en las primeras ideas de lo que queríamos que fuera el alcance geográfico y social de nuestra reunión, consideramos varias cuestiones añadidas que reforzaran nuestra línea de actuación. La primera tiene que ver con el Marketing y la segunda con el servicio. Si queríamos hacer algo grande, teníamos que ponerle un nombre que impactara. Después de darle varias vueltas a distintas alternativas, aceptamos con algún que otro debate el nombre que hoy en día es conocido, Evento Blog España.

En segundo lugar, también consideramos fundamental que teníamos que plantear una oferta que incluyera dos aspectos de gran valor: tratar los temas que nos interesaban y obtener, de otro lado, una atractiva oferta de ocio. Ambas cuestiones formaban parte de una estrategia evidente en este mundo ( el de internet) en el que el trabajo y el disfrute se encuentran indisolublemente entrelazados.

El listón de los temas a tratar tenía que superar las exigencias de un prototipo de bloguero con un nivel más bien alto. Eso nos llevó a plantear un programa potente, tanto en la primera (2006) como la segunda (2007) ediciones de Evento Blog España, ambas celebradas en el mismo mes, noviembre. Tenían que ser, y así lo fueron, asuntos de actualidad desarrollados por las principales referencias de este sector, tanto nacionales como extranjeras.

En el apartado del programa de conferencias íbamos a ser juzgados con severidad, por eso teníamos que traer a los mejores. En la blogosfera existe una ley no escrita denominada meritocracia, que quiere decir algo así como que los miembros de la comunidad otorgarán su favor a aquellos líderes de opinión que, a través de sus blogs, consigan ser los más seguidos. Sus voces alcanzan una notoriedad, tal que sus opiniones y tomas de posición resultan imprescindibles.

Allá el año 2006, las cuestiones relacionadas con el mundo del blog planteaban muchas incógnitas, algunas menos de las que actualmente existen. Por esa razón, las personas que habían avanzado en este sector del conocimiento, por pura lógica, tenían más que decir y sus opiniones eran más tenidas en cuenta. Estos criterios (reconocimiento público y aportación intelectual o académica) los aplicamos tanto a los conferenciantes españoles como a los extranjeros.

De igual manera, tenía un gran peso la idea de ofrecer conferencias y mesas redondas de aquellos temas que estaban de actualidad por las fechas en las que celebramos las dos reuniones. Así, y al igual que la consideración del nivel de los conferenciantes, los asuntos de actualidad (nuevos proyectos, nuevas iniciativas empresariales...) también ocupaban un lugar destacado en el ranking de intereses de los miembros de la blogosfera y de internet en general. Y eso había que tenerlo muy en cuenta.

En el capítulo del ocio, indisolublemente unido al del programa como decimos, el objetivo era proponer actividades atractivas pero, sobre todo, que el público participante se sintiera cómodo haciendo aquello que más le gusta: los blogs, internet en general, navegar, conectar con gente, participar, intercambiar ideas, divertirse... En este sentido, contábamos como valor añadido con los muchos atractivos que reúne la ciudad de Sevilla. Teníamos que aprovechar esa baza.

La cuestión era que la gente, al encontrar atractivo el entorno, se animaría también a acudir. Pero claro, no solamente se podía quedar uno en decir que la cita era en Sevilla si no se le adjuntaban algunas propuestas más que reforzaran el valor de partida del factor ciudad. La primera medida que nos pareció evidente en este sentido fue la de asumir que la asistencia fuera totalmente gratis. Pensamos especialmente en ese sentido en las personas que tuvieran que venir de fuera de la capital hispalense.

Apuntarse a Evento Blog España, y asistir, daba derecho a seguir conferencias de interés y, además, a participar en convocatorias lúdicas como el *Beers and Blogs* nacional, al que más adelante me referiré. Para la gente que se mueve en el mundo digital, representa una oportunidad muy placentera poder reunirse en la realidad con aquellas personas que sólo conoce a través de la red.

La posibilidad de coincidir personalmente en un lugar físico es, desde el arranque de

Internet, una de las claves de este mundo. La presencia exclusivamente en la red es insuficiente a todas luces. Es obligado estar en aquellas convocatorias en las que conoces a la gente que te interesa y en las que, por otro lado, pueden surgir ideas o proyectos que después fructifican con el paso del tiempo. La socialización es fundamental en este sector.

Con la constatación de la presencia de una blogosfera propia en nuestro país ( años 2003, 2005) aparece una propuesta singular: el *Beers and Blogs*, que no es otra cosa más que citas de personas en bares en los que se habla de temas tecnológicos, de internet, de blogs, de webs sociales..., acompañados de una bebida. Esa convocatoria lúdica tenía que estar forzosamente presente en Evento Blog España, por supuesto. Nuestra propuesta de ser la primera reunión nacional de blogs en España, se tenía que extender por consecuente al capítulo de ocio sobre la base del citado encuentro, que también iba ser el primero a nivel nacional.

Otras propuestas en el terreno del ocio fueron, por ejemplo, la posibilidad de dar paseos por la ciudad en *segways* o en pequeños coches electrónicos, visitas a algún monumento de Sevilla, o realización de 'rutas de la tapa'. Siempre procuramos que, sea lo que fuera que ofreciéramos, generara un clima agradable de encuentros personales.

Para la gente que viniera de fuera de Sevilla llegamos a acuerdos con hoteles y empresas como Renfe que ofrecieron a nuestros participantes precios por debajo de las tarifas habituales. El objetivo, sobre todo para los invitados foráneos, era: "oye conferencias y participa en charlas que son interesantes para ti, diviértete con la gente que está en tu misma onda y todo además por un precio muy bajo en lo que se refiere a hoteles y medios de transporte fundamentalmente".

La convocatoria tenía otro escenario, además del de internet en el que se solía mover nuestro público objetivo, aquel que lógicamente estaba llamado a participar en nuestras jornadas de forma directa. Ese otro escenario era el de la sociedad en general, ya que al fin de cuentas era el lugar en el que se estaba desarrollando el fenómeno de los blogs, desconocido para mucha gente sin embargo.

Dentro de nuestra estrategia general, se incluyó desde el comienzo la asunción de una responsabilidad, no ya ante la gente iniciada, que resultaba obvia, sino ante el resto de la

sociedad. Nuestro convencimiento era obvio: estábamos persuadidos ( y seguimos estándolo) de que los blogs y demás webs participativas- dentro de la que ha dado en conocerse con el nombre más o menos aceptado de Web 2.0- tenían y tienen una trascendental misión que cumplir de renovación y cambio de muchos de los procesos de interacción: personales, empresariales, de mercado, de educación, políticos, de ocio...

Hacer popular los blogs era, por esta razón, una obligación para nosotros. No podíamos quedarnos pues en una convocatoria endogámica entre los ya iniciados. Necesitábamos ampliar el círculo y llegar a más gente, a aquella que desconocía de qué iba todo este asunto. En ese sentido, el papel de los medios de comunicación era clave. Se trataba de llamar su atención para que recogieran y difundieran nuestro mensaje, ya que era la manera de impactar sobre aquellas personas que desconocían el tema, al tiempo que animábamos a las que se lo pudieran estar pensando.

Nuestra tarea con los medios de comunicación funcionó muy bien, sobre todo el primer año. Tuvimos muchos minutos de radio y televisión a nivel nacional, y muchas páginas en periódicos. Con estos resultados, constatamos que a los medios les interesaban los blogs, por ellos mismos, y como contenidos ( noticias) para trasladar a una sociedad que vivía la coyuntura adecuada para abrirse a esa innovación.

La popularización de los blogs y demás medios participativos ( *wikis*, redes sociales, *podcats*, videoblogs...) pasó en la segunda edición de Evento Blog España por otra fase interesante. Todos solemos tener referentes cuyo ejemplo nos es válido para contrastar si algo está bien o no. Por ello nos pareció adecuado invitar a personajes conocidos y famosos que ya habían entrado en el mundo de los blogs. La ecuación era evidente: si ellos se han aficionado a esta innovación, yo también podría.

La reunión de esa tarde de la primavera temprana de Sevilla, en la que tres personas deciden involucrarse en un proyecto ilusionante, daba sus frutos. En la primera edición de nuestra convocatoria, el fin de semana del 16, 17 y 18 de noviembre, acudieron más de 300 personas; y en la segunda, el fin de semana del 23, 24 y 25 de noviembre, más de 600. Estos resultados nos equiparaban con otras convocatorias parecidas celebradas en Europa y el resto del mundo. La blogosfera y sus componentes así lo decidieron.

Los acontecimientos, a posteriori, nos confirmaron muchas cosas más. La primera y fundamental, que estábamos en lo cierto y que España reclamaba un tipo de evento como el que nosotros le propusimos. Pero también nos confirmó otra cuestión, ésta de orden interno: el dispositivo preparado fue bastante grande, y muy exigente para tan sólo tres personas quienes, además, tenían que atender otras obligaciones profesionales.

Probablemente fue el atrevimiento del insensato o la ilusión del convencido de una idea. Yo particularmente me quedo con la segunda opción, si bien no le quito sentido a la primera. El hecho es que, manejar tantos resortes ( desde la búsqueda de financiación hasta el transporte de bultos) llegaba a ser muy agotador, especialmente durante los días de la celebración de nuestras jornadas. Ahí se alcanzaba el punto más álgido del esfuerzo.

Pero al margen de supuestas heroicidades, que cosas mucho más esforzadas existen en el mundo, una de las claves de nuestro éxito ha sido nuestro afán por trabajar en equipo y de manera muy coordinada. El afán por garantizar un ambiente amable, de interacción, debate y disfrute para las personas que acudieran a nuestras convocatorias, tenía que tener debajo, en las tripas, una estructura bien trenzada y eficiente, capaz de responder de manera muy profesional.

La preparación de las dos ediciones de Evento Blog España nos ha supuesto a los tres organizadores muchas, pero que muchas reuniones, conversaciones, discusiones, gestiones... Todo esto no se podía convertir en realidad si no se ataban todos los cabos hasta el máximo de lo posible. Dadas nuestras dimensiones, no podíamos dejar nada o casi nada abierto a la improvisación, a pesar de que, en muchas ocasiones, nos enfrentábamos a retos completamente desconocidos.

Establecimos, como no podía ser de otra manera, un marco de interacción a través de internet con todos los elementos en danza dentro de nuestro campo de acción. Obviamente lanzamos un blog en el que íbamos dando cuenta de las evoluciones de nuestra organización desde varios meses antes. Era la manera que tenía la gente para apuntarse a nuestro evento, el medio elegido para dar visibilidad a nuestros patrocinadores y colaboradores y el cauce para informar acerca de los contenidos a tratar o de los servicios que ofrecíamos.

En nuestra forma de hacer las cosas, todo está sujeto a revisión siempre que no convenza

a alguno de los tres componentes del equipo. El hecho de que todo resultara gratis, nos exigía llegar a acuerdos de financiación con agentes que pudieran estar interesados en nuestra iniciativa. Al final logramos un apoyo mixto, tanto de administraciones como de empresas privadas, un modelo muy habitual en estas actividades.

La presencia de socios que financiaban en su totalidad el desarrollo de nuestras jornadas, nos colocaba a los organizadores frente a sus intereses. A este respecto siempre hemos querido ser muy exquisitos a la hora de preservar sus prioridades, sin que por ello nos restara margen de maniobra para llevar a cabo en cada momento aquello que nos parecía lo mejor. Aplicamos el espíritu de los blogs, en el que prima la libertad.

Evento Blog España ha conseguido abrirse un hueco en la blogosfera española, europea e hispana. Suena también en los EEUU. Estamos muy orgullosos de lo conseguido y agradecemos a la gente que nos apoya el que haya aportado su 'granito de arena'. Sin esas aportaciones, de verdad, el peso hubiera sido insoportable.

Nuestro espíritu está ahora renovado y abierto a nuevos retos. No nos conformamos con dar siempre lo mismo. Nos gusta cambiar e incluir cosas nuevas que hagan más ilusionante nuestro trabajo y que, esperamos, gusten a las personas a las que van dirigidas. De esa manera contemplamos el futuro. Lógicamente, estamos muy pendientes de la evolución de los acontecimientos para, en la medida de lo posible, acertar con las inquietudes existentes. Esperamos lograrlo. En ello ponemos todo nuestro empeño y agradecemos de corazón los reconocimientos.

Artículo publicado en ADOZ (nº 32). [Revista](#) (en papel) de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto.

Se trata de una publicación trilingüe y cuatrimestral centrada en temáticas de Ocio (Cultura, Turismo, Deporte y Recreación) que se edita desde 1994