

# Pilares de la Comunidad: **BrickJournal** people - building - community

Por HispaBrick Magazine®

Fotos por Joe Meno

Si le preguntas a un AFOL por una publicación sobre el mundo LEGO®, por desgracia HispaBrick Magazine® probablemente no será su primera opción. Brickjournal es la referencia. Tuvo sus inicios en el mundo on line, que la dieron a conocer a nivel global, dió el salto al mundo impreso y después a los canales oficiales de distribución de LEGO. Vino a cubrir un hueco vacío hasta ese momento y ha sido la inspiración para el medio escrito sobre el mundo LEGO. Desde el primer momento, Joe Meno, el hombre tras el proyecto, nos ha estado mirando sonriente desde detrás de un marco en sus editoriales.

**HBM:** ¿Cómo surgió la idea de Brickjournal y cuál era su propósito original?

**Joe Meno:** BrickJournal comenzó como un esfuerzo para dar a conocer la comunidad de fans de LEGO, pero su misión cambió no sólo para darla a conocer sino también proporcionar al público en general una introducción de la comunidad AFOL.

**HBM:** ¿Hasta qué punto ese objetivo se ha cumplido?

**JM:** Es un esfuerzo continuo.

**HBM:** ¿Cuántas personas trabajan en la revista?

**JM:** Hay un pequeño grupo de personas que trabajan en la revista, con una serie regular de artículos por parte de Jared Burks (personalización de minifiguras), Christopher Deck (modelos a miniescala) Greg Hyland (dibujos animados AFOLs) y ahora Tommy Williamson (modelo de la cultura pop). Además, hay corresponsales de todo el mundo que aportan su contenido.

**HBM:** ¿Cómo distribuís el trabajo?

**JM:** La redacción y las fotos son realizadas por los corresponsales. A partir de ahí, todo el material me llega a mí, para poder configurar las páginas, crear modelos digitales según sea necesario, y realizar el diseño de la revista.



**HBM:** ¿Qué motivó la transición de revista gratuita a revista de pago?

**JM:** BrickJournal fue planeada para convertirse en una revista impresa desde su inicio, por lo que la edición en línea era una prueba inicial de concepto de una revista de fans de LEGO® y su recorrido en línea fue la prueba de que había una cantidad constante de contenidos a publicar.

Con el fin de convertirse en una revista impresa, hay que comprar servicios y suministros, como la impresión, el papel y el envío. La publicidad no era un camino viable para financiar la revista, por lo que se convirtió en una revista de pago.

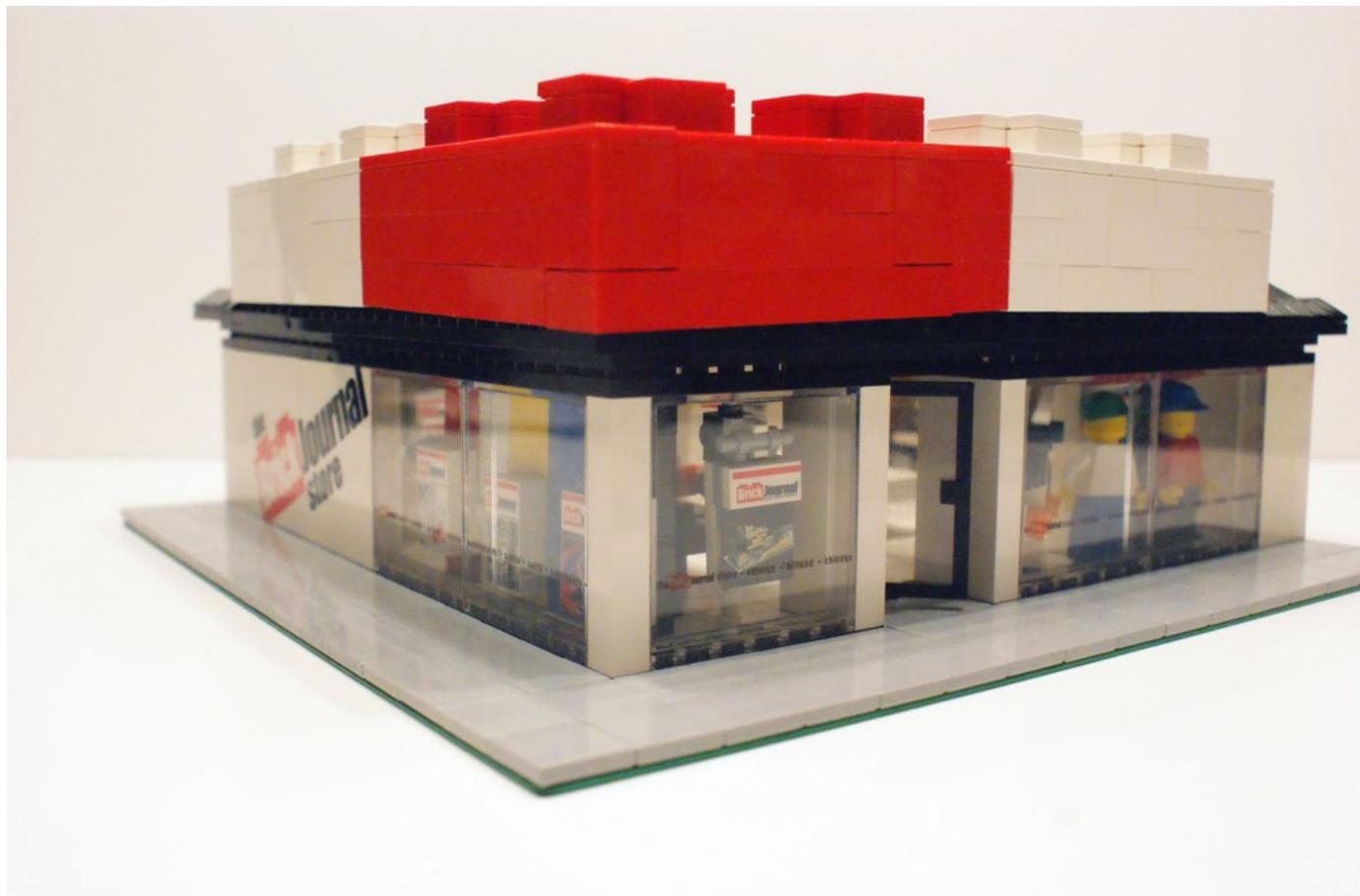
**HBM:** ¿Cómo ha afectado la disponibilidad de la revista a través de los canales de venta de LEGO?

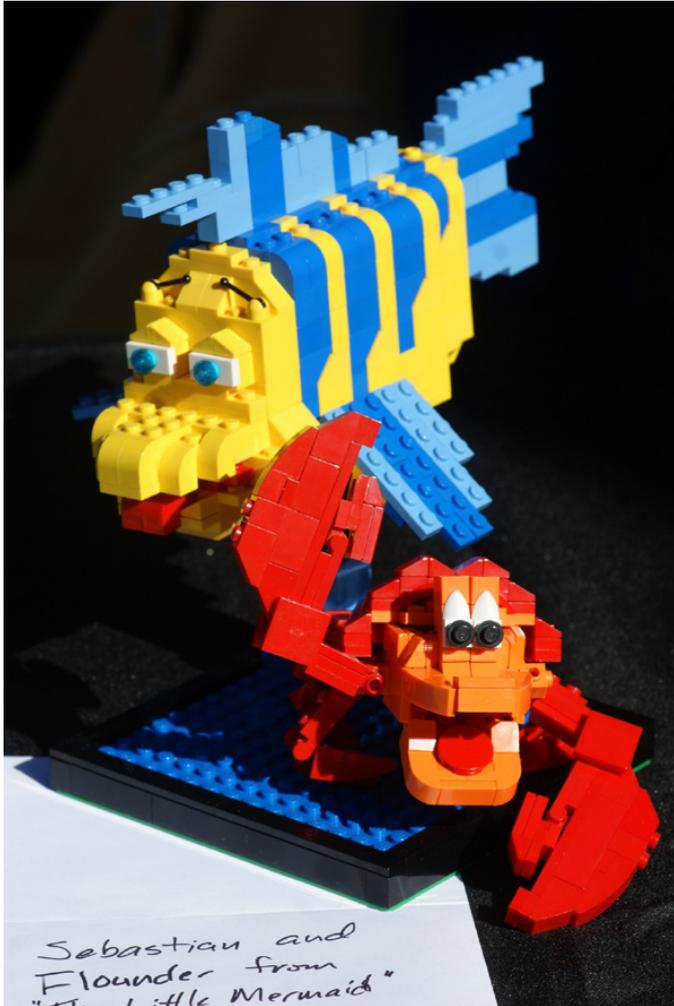
**JM:** BrickJournal, gracias a su presencia en las tiendas de LEGO y parques LEGOLAND, tiene más posibilidades de ser leída por las personas que la ven, por lo que aumentaron las ventas enormemente.

**HBM:** Al tener la revista el respaldo de LEGO en su distribución, ¿sigues teniendo la misma libertad al elegir los contenidos que antes?

**JM:** Por lo general, tenemos que cumplir con las reglas de LEGO's Fair Play, así que hay algunas cosas que no vamos a poner en las portadas. Sin embargo, tenemos un buen margen de libertad en el contenido.

**HBM:** Durante estos años de seguimiento diario de la comunidad de LEGO, ¿cuáles crees que son los principales cambios que ha habido en la comunidad AFOL?





**JM:** La comunidad que empecé se dividió en un montón de comunidades. Esto ha creado una fragmentación, que se ha convertido cada vez más en un problema en términos de interacción con el Grupo LEGO®. En lugar de tener una o unas pocas grandes voces, hay una multitud de pequeñas voces. Debido a esto, el poder de la comunidad AFOL es menor de lo que podría ser.

Un ejemplo de ello puede verse en el sitio web de LEGO CUUSOO. Las ideas que han sido seleccionados provenían de propiedades que tenían grandes audiencias fuera de la comunidad de fans - ¡el juego Minecraft tuvo 10.000 votos en una semana!

La comunidad AFOL aún no representa más que una fracción de esto en términos de votos para un proyecto.

**HBM:** ¿Habéis realizado algunas actividades en la "vida real"? ¿Puedes explicarlas?

**JM:** Antes de que empezara la revista, estaba bastante activo en la comunidad de fans en los EE.UU., como miembro del Grupo de Usuarios de LEGO de Carolina del Norte. Coordiné la Brickfest (un evento de fans de LEGO en Washington, DC) en 2006 y era uno de los coordinadores del evento BrickMagic (un evento de fans de LEGO en Raleigh, Carolina del Norte) de 2010 a 2013.

He hecho presentaciones sobre la comunidad LEGO y la revista en la Comic-Con de San Diego y la Comicon de Carolina del Norte. Para el Grupo LEGO, he estado involucrado en varios proyectos, incluyendo LEGO Factory (ayudando en la versión original en línea y también en parte del diseño del set Cool Car Garage) y LEGO MINDSTORMS.

Mis actividades actuales implican actividades de voluntariado con una escuela para ayudar a sus equipos de FIRST LEGO League y las próximas exhibiciones en Carolina del Norte.

**HBM:** ¿Puedes explicar alguna anécdota de interés relacionada con Brickjournal?

**JM:** Es muy divertido para mí. He sido reconocido por los lectores en los lugares más extraños, incluyendo la Comic-Con de San Diego. Además de eso, lo que ha sido sorprendente para mí ha sido las oportunidades que BrickJournal me ha dado para poder visitar personas y lugares que antes no habría sido posible, como conocer al futurista Syd Mead en su estudio o visitar Walt Disney Animation Studios.

Lo más gracioso que me pasó fue cuando hice la primera presentación de BrickJournal en la Comic-Con con Bryce McGlone, Brandon Griffith, y Jessi Pastor. Estábamos reunidos detrás de la puerta de la habitación en la que íbamos a hablar, que contaba con unos 400 asientos y entramos. El interior de la sala estaba llena y pensamos que era de la anterior charla - ¡pero la habitación estaba llena por nosotros!!

**HBM:** En tu opinión, ¿cuál es el punto clave de Brickjournal para convertirse en una revista de referencia en la Comunidad AFOL?

**JM:** Creo que el punto fuerte de la revista es que es un referente tanto para la comunidad como para el público que tiene LEGO como hobby. La voz de la revista es para aquellos que están en la comunidad y para los que quieren entrar en la comunidad.

**HBM:** ¿Cuánto tiempo dedicas a mantener en funcionamiento Brickjournal?

**JM:** Este es mi trabajo, por lo que no siempre está demasiado alejado de mi mente. Todos los días paso mi tiempo en línea obteniendo y produciendo material para la revista, que habitualmente lleva dos semanas.

**HBM:** ¿Cómo ves el futuro de Brickjournal?

**JM:** Con el tiempo veo a la revista convirtiéndose en una publicación digital, con vídeos y modelos renderizados que se podrán manipular en pantalla. Fuera de la revista, veo a BrickJournal proporcionando recursos a proyectos comunitarios relacionados con LEGO, como la FIRST LEGO League.

#