

La vivencia de LEGO®

Por: Yun Mi Antorini y Lluís Gibert

Todos utilizamos el acrónimo AFOL como descripción de "Fan Adulto de LEGO®". No importa de qué tipo de usuario adulto de LEGO estemos hablando. "AFOL" los engloba a todos ellos. Pero hay un equipo en Billund, liderado por Yun Mi Antorini, que ha hecho un estudio muy detallado, dentro del término genérico AFOL, para tener una mayor comprensión de las personas que tienen LEGO como hobby.

Yun Mi ha invitado a HispaBrick Magazine a compartir los resultados del estudio con toda la comunidad. Visitamos Billund el 16 de Marzo y tuvimos una charla muy interesante e instructiva que intentaremos resumir en las páginas siguientes.

Introducción

AFOL significa "Adult Fan Of LEGO". El acrónimo fue creado por un fan de Estados Unidos en 1995 para definir a los adultos que jugaban con ladrillos LEGO. Fue rápidamente adoptado por otros fans en los foros de Usenet y poco después también por The LEGO Group (TLG). Desde ese momento, AFOL ha sido EL término para referirse a todos los adultos que juegan o construyen con los productos LEGO, en todos los niveles. TLG ha estudiado durante mucho tiempo a los fans de LEGO y han llegado a la conclusión de que los AFOLs son sólo un subgrupo de entre todos los adultos que tienen LEGO como hobby.

El estudio que recientemente ha empezado a dar un poco de luz a los distintos subgrupos de usuarios adultos de LEGO ha tenido varias fuentes de información:

- 2 grandes encuestas, una en 2012 y otra en 2014. La encuesta fue publicada en 14 idiomas. Más de 14.000 fans contestaron la encuesta de 2014 y los encuestados provienen de todos los países del mundo.





- Se realizaron 43 entrevistas con usuarios adultos de LEGO® para preguntar acerca de pertenecer a un LUG y del hobby LEGO en general.
- Se realizaron 2 talleres para aprender más sobre el recorrido del usuario de LEGO dentro del hobby y de las diferentes etapas de su afición. Los talleres tuvieron la participación de usuarios adultos de LEGO de todo el mundo. Los talleres tuvieron lugar durante el LEGO Fan Weekend 2014.

Hay distintos tipos de usuarios adultos de LEGO. Desde los “ocasionales”, usuarios eventuales a los más activos e involucrados. Así, mientras que todos los tipos de usuarios se pueden denominar como entusiastas, no todos son AFOLS.

“En un extremo del espectro encontramos a personas que son realmente activas. Organizan eventos, mantienen webs y moderan foros. Invierten muchas horas a la semana absortos en temas relacionados con el LEGO como planificar un nuevo MOC, hablando con amigos u ordenando su, normalmente, enorme colección de elementos LEGO. En el otro extremo del espectro encontramos un tipo de usuarios que no están tan involucrados en la comunidad, ni tampoco participando en eventos. Ellos disfrutan de su afición al LEGO de un modo individual y tienen escaso contacto con otros usuarios de LEGO. Les gusta construir y leer reviews de sets online, pero no son tan activos”, nos comenta Yun Mi.

La principal diferencia es el tiempo que invierten en el Hobby y el tipo de actividades relacionadas con LEGO que les gusta hacer. Menor actividad no significa menor pasión. Así, uno de los principales resultados de la investigación nos muestra que estén en un lado u otro del espectro, los usuarios comparten muchas similitudes. Una de esas similitudes puede definirse en cómo evoluciona su vivencia de LEGO.

La vivencia de LEGO

Para empezar este viaje, pensemos en un niño, de 3 o 4 años. El niño o niña recibe su primer set de LEGO de sus padres o sus abuelos. Para las personas que nunca dejan de jugar con LEGO, o para los que pasan por las “dark ages”, esta experiencia infantil acostumbra a ser un momento que les define. Muchos lo describirán como “amor a primera vista”. Pero normalmente hay algo más en juego. Se crea una relación entre el niño y el set de LEGO de una forma profunda e inconsciente. La relación tiene que ver con cómo encajan los intereses del niño y el tipo de experiencia de juego que ofrecen los productos LEGO. No es raro comprobar que los adultos recuerdan perfectamente su primer set de LEGO y los sentimientos que sintieron cuando jugaron con él la primera vez.

A pesar de la fuerte unión que muchos desarrollan con los productos LEGO, muchos dicen que experimentaron un cambio de intereses cuando entraron en la adolescencia. Los estudios, los deberes, la falta de dinero para mantener el hobby... hay



muchas razones para entrar en el periodo conocido como dark ages. De todas formas, hay también un tipo de adolescente que no experimenta las dark ages, sino algo denominado “grey ages”. Aunque no juegan con LEGO® como lo hacían cuando eran más pequeños, se mantienen en contacto con LEGO, manteniéndose informados con los catálogos de LEGO, comprando algunos sets y construyendo un MOC de vez en cuando.

“Fue muy interesante ver que no importa si un usuario adulto de LEGO es un entusiasta muy dedicado, u otro más casual. Todos comparten historias de cómo entraron en las dark ages y los motivos que les hizo volver al hobby de LEGO” Yun Mi Antorini.

Para aquellos que se convierten en usuarios adultos de LEGO, las dark ages acostumbran a terminar cuando entran en la veintena. Hay muchas razones para retornar al hobby. Quizás la más obvia es cuando forman una familia y redescubren la pasión por el LEGO cuando juegan con sus hijos. Muchos adultos también finalizan las dark ages cuando ven un set de LEGO, y ese set les evoca a su infancia y el significado que LEGO tenía para ellos. Otros vuelven a través de un MOC que han descubierto online, se sienten inspirados, y vuelven a construir de nuevo.

Hace una década, el estigma social tenía un gran impacto en los adultos que decidían salir de las dark ages, explica Yun Mi. Jugar con LEGO como adulto era menos aceptado socialmente. Aunque hoy día todavía hay un sector de gente que no ve el hecho de que LEGO puede ser un hobby muy gratificante para adultos, nuestro estudio sugiere que el hecho de que los adultos sean usuarios de LEGO ha experimentado un mayor grado de aceptación. *“Hay varios factores que han jugado un importante rol en este cambio de mentalidad: poder mostrar el ingenio creativo de los usuarios adultos de LEGO y promover los aspectos culturales del hobby de LEGO a través de sus comunidades de usuarios, Internet y las redes sociales”, dice Yun Mi.*

Tipos de Usuarios de LEGO

Como hemos mencionado, todos los AFOLs pueden ser descritos como fans adultos, pero no todos los fans adultos son AFOLs. Vamos a profundizar en este tema.

Un AFOL es “una persona que es extremadamente creativa, curiosa y habilidosa en muchos aspectos. Convertirse en un AFOL acostumbra a representar un largo viaje que está estrechamente relacionado con la infancia”. Un AFOL es la suma de muchos intereses y características de su infancia, como la perseverancia. Un AFOL tiene una gran inquietud interior para expresar quien es él o ella. Las personas que no han jugado con LEGO cuando eran niños, tienen muchas menos probabilidades de convertirse en AFOLs. En cambio, las personas que jugaron mucho con LEGO cuando eran niños, cuando juntan dos ladrillos después de las dark ages, se están conectando simbólicamente con su propia historia. No hay demasiadas cosas en la vida que puedan crear esta conexión. *“Cuando un AFOL construye algo, está dando vida a ideas que existen en su interior. A través de la historia de la humanidad, la expresión creativa quizás representa la búsqueda más importante de identidad, que significa estar vivo y que significa ser una persona. Para muchos AFOLs, jugar con elementos LEGO ofrece la misma oportunidad fundamental de autoexpresión”.*

No es sorprendente que los AFOL sean las personas más activas de la Comunidad. Cuando retornan de las dark ages, típicamente se convierten en miembros de un LUG. Empiezan a colaborar con otros fans en muchos aspectos, y probablemente

abren una tienda en Bricklink. Organizan eventos y están muy involucrados con la Comunidad. Para ellos, el aspecto social del hobby es muy importante. Ven un beneficio en la relación y la amistad que forman. Para algunos AFOLs, entrar en el hobby de LEGO® ofrece una oportunidad de mejorar sus habilidades y convirtiéndose en miembro de un LUG, ven la oportunidad de crecer.

Un segundo grupo de usuarios adultos de LEGO es el de aquellos que son muy activos online. Se pueden describir como Aficionados Online. De momento, los aspectos sociales del hobby no les llaman mucho la atención, ni tienen el objetivo de estar involucrados socialmente con otros usuarios de LEGO. En muchos casos, simplemente no saben dónde encontrar un LUG. En este momento de su vida, no pretenden participar en eventos y no están interesados en comunidades. Pero construyen MOCs y están muy interesados en leer reviews. Algunas veces participan en conversaciones online e incluso ayudan a otras personas online. Y, por supuesto, compran LEGO. Para los LUGs que desean incrementar su número de miembros, tiene mucho sentido intentar reclutar a estos aficionados online.

Un tercer grupo de usuarios adultos de LEGO son aquellos que han elegido recientemente el LEGO como hobby y al que no le dedican mucho tiempo. Muchos de ellos no ven ningún beneficio formando parte de la Comunidad LEGO y normalmente son los menos activos. Les gusta jugar con LEGO, pero es meramente una actividad que forma parte de su tiempo libre, de entre muchas otras. Estos usuarios se pueden denominar como Usuarios Ocasionales.

Conclusiones

Cuando le pedimos a Yun Mi que detallara qué aspectos del estudio le habían fascinado más, se focalizó en el hecho de que muchos usuarios adultos de LEGO comparten el mismo patrón de cómo empezaron a jugar con LEGO, cómo crecieron con él, y cómo entraron y salieron de las dark ages. Las cosas que atraen a la gente hacia LEGO y las cosas que mantienen el interés en él son, a menudo, muy similares. Yun Mi cree que tenemos que mirar más allá de los productos LEGO para comprender completamente qué es lo que atrae a la gente cuando se siente atraída por LEGO. *“Esencialmente, se trata de poder expresar quien eres. Y se trata de tener, en un sentido abstracto, una conversación con tu “yo” más joven cuando no tenías que pagar hipotecas, ni ser maduro y ni hacerte mayor! Cuando eras libre para únicamente ser quien eras y crear cualquier idea que te pasara por la cabeza. En un mundo donde hay muchas experiencias preparadas, muchos productos perfectos para consumir, la gente todavía tiene una fuerte necesidad de expresar libremente sus propias ideas. Más que nunca, parece que hay una necesidad de que la gente vaya más allá de lo establecido. Son una emoción y un deseo muy potentes. Combina esto con aspectos sociales que los LUGs ofrecen, y no es una sorpresa para mí ver porqué la gente elige dedicar muchas horas a la semana al hobby”.*

No importa que una persona sea de Hong Kong, Alemania, España, Estados Unidos... *“Hay muchos patrones similares y es profundamente fascinante”.*

Sobre Yun Mi Antorini

Yun Mi Antorini es Community Strategist en el departamento Community Engagement & Events (CEE). Se define a ella misma como *“Fan de los AFOLs, pero no me considero una AFOL”*. Yun Mi está muy agradecida con todas las personas que se tomaron un tiempo en contestar las encuestas, y en participar en las entrevistas y los talleres.

Habrà un meeting del equipo del CEE en Abril para analizar este estudio. Todos los resultados daràn más comprensión al equipo, y esto ayudará a crear nuevos programas para la comunidad, y a encontrar formas para que los usuarios de LEGO que están más ocasionalmente conectados puedan conocer todos los fantásticos LUGs que hay en todo el mundo.

HispaBrick Magazine agradece a Yun Mi Antorini su amable colaboración para poder escribir este artículo.

#

