



CRÓNICA DE LA
JORNADA
PROFESIONAL 'BLOGS,
LA CONVERSACIÓN'

¿Surge una nueva

tanto o más activos que los presentes e hicieron que la conversación fuera mucho más interesante y participativa.

Interacción

La jornada estuvo dividida en tres grandes bloques: comunicación, política y crisis. Como en tantos otros foros, la primera mesa redonda analizó la situación actual. Los medios sociales no son una moda. Evolucionarán y puede que dentro de unos años no tengan mucho que ver con cómo son ahora. Pero habrán cambiado nuestra manera de relacionarnos: la comunicación deviene interacción. El primer paso es, por tanto, interiorizar este nuevo modelo de comunicación, cambiar el monólogo impositivo por la conversación, que debe empezar por la escucha activa. El problema está, como apuntaba Iván Pino, en que las pocas

Miércoles. 9:00 am. Llego a la oficina. Localizo el último número de ANUNCIOS para hacer el *clipping*. Me topo con una entrevista a Octavio Rojas, organizador de *Blogs. La conversación*, y descubro que la siguiente edición del evento era media hora más tarde. Cierro la revista, recojo mis bártulos y, ante la sorpresa de mis compañeros, abandono la oficina.

En el taxi iba dándole vueltas a todo lo que dejaba por hacer. Sin embargo, estaba segura de haber tomado la decisión adecuada. En el mundo en el que vivimos tenemos que ser capaces de reaccionar fugazmente. Si nos paramos a pensar durante mucho tiempo, pedimos consejo, preguntamos a los que tenemos por encima...es muy probable que veamos pasar el tren. Ése es el sabor agrídulce que se te queda cuando le propones a un cliente hacer algo y mientras lo piensa y lo consulta y lo vuelve a pensar y revisa el presupuesto y te pide más detalles y lo vuelve a pensar y lo vuelve a consultar...acaba haciéndolo la competencia.

A mitad de camino, otro pensamiento me golpea. No deja de resultar curioso que yo, que me considero una apasionada de los medios sociales, que me entero de más cosas de las que puedo abarcar a través de *blogs*, Facebook y Twitter (sí, Twitter), acabe sabiendo de la existencia de *Blogs. La Conversación* media hora antes de su celebración y gracias a un medio tradicional. Esto precisamente fue lo primero que le comenté a Manuel de Luque, director de ANUNCIOS, minutos antes de que me propusiera escribir este artículo. Los medios en papel siguen jugando su papel (valga la redundancia).

Manuel de Luque era ponente de la primera mesa redonda, titulada *RRPP en un mundo hiperconectado*. Le acompañaban Ignacio Villoch (@capitancook⁽¹⁾), responsable de comunicación de la innovación del BBVA; Iván Pino (@ivanpinozas), de Llorente & Cuenca; Roberto Carreras (@RobertoCarreras), de Digital Novae Media; y Octavio Rojas, como moderador (@octavio Rojas).

En el público, no más de cincuenta asistentes. Siguiendo el evento desde casa, el trabajo o la calle, un número indefinido de personas hiperconectadas. *Blogs. La conversación* fue transmitido en directo vía *streaming* y a través de Twitter. Los ausentes se mostraron

El problema está, como apuntaba Iván Pino, en que las pocas empresas que escuchan no saben reaccionar ante lo que descubren.

empresas que escuchan no saben reaccionar ante lo que descubren.

Comparto con Manuel de Luque el que todos los agentes del mercado nos enfrentamos a un gran reto. El sector está en constante evolución. Se redefine a cada instante. Ya no hay gurús, no hay grandes expertos. Todos estamos aprendiendo. La clave está en tener una mentalidad abierta, mantenerse despierto, experimentar y evolucionar. "El análisis lleva a la parálisis", sentenciaba Ignacio Villoch.

Parece que empezamos a superar una fase en la que se actuaba de forma tácita, sin una estrategia previa. Hay que definir unos objetivos, localizar a los nuevos *stakeholders*/públicos e interactuar con ellos. El nuevo modelo de comunicación es más *pull* que *push*. Sin embargo, ¿está nuestro público objetivo preparado para un modelo *pull* o perderé *touch points* al pretender que el antes receptor/consumidor venga voluntariamente y de forma activa a mí?

Dado que estamos en un momento de transición entre el antiguo y el nuevo modelo de comunicación, probablemente la solución pase por un modelo mixto en el que conviva la comunicación *push*, para los públicos tradicionales, y la *pull*, para los nuevos públicos.

Micro en mano, compartía con los asistentes que mi abuelo siempre decía algo así como que existen tantas enfermedades como enfermos. Algo parecido pasa con



la política, la desintermediación del poder. Las Administraciones deben, como señalaba Nagore Ríos, poner a disposición de las personas herramientas que permitan su participación para que puedan liderar este movimiento. Pero es probable que esto a los Gobiernos no les interese.

Permítanme un ejemplo. Precisamente ese día, cuando llegué a casa, me encontré a mi madre viendo *Amar en tiempos revueltos* en la web de RTVE. Era la primera vez que accedía a internet. Por fin le había perdido el miedo a la red, miedo que me entró a mí al pensar que, cuando mi madre interiorizara las ventajas del consumo de medios a través de internet y de la comunicación a través de las redes sociales, yo iba a tener que hacer cola para usar el PC. Creo que algo parecido le pasa a la Administración. Si ponen a disposición del ciudadano herramientas de participación, no van a tener excusa para no escuchar.

Sin embargo, comparto con Gumersindo Lafuente que la sociedad española está aletargada. En opinión de Joshua Novick (que como estadounidense siguió de cerca la campaña de Obama), la gran diferencia de España con aquel país es que allí cuando un ciudadano se mueve, siente que ha servido para algo. Para ello es necesario que la iniciativa ciudadana esté regulada y se incluya en los trámites administrativos.

Política a través de Twitter

Por la tarde, tuvo lugar la que, en mi opinión, fue la más interesante de las mesas redondas, y todo gracias a la interacción de

ponentes y participantes a través de Twitter, además de la participación de un representante de la Secretaría de Estado de Comunicación del Ministerio de la Presidencia, que siempre da mucho juego⁽²⁾.

- mberzosa: Me encanta tener a la izquierda la pantallaza con feedback de @twitter #blc / críticas muy duras a @desdelamoncloa.

- BLC2k09 #blc: ¿Zapatero sabe tuitear?#blc⁽³⁾.

- mberzosa: Le he trasladado a @desdelamoncloa si Zapatero sabe twitear... dice que sí #blc.

- azafata: @desdelamoncloa se pone tenso al hablar de Zapatero y twitter. #blc ¡tranquilízate, hombre!

- soulinake: creo que @desdelamoncloa se toma demasiado en serio su trabajo. #blc.

- octavio Rojas: @mberzosa Creo que hay que reconocer que no cualquiera se expone a las críticas. Una actitud que merece respeto. #blc

Titulada *La crisis e internet*, esta mesa, que en la que casi no se habló sobre crisis, fue moderada por la *mordaz* Rosa Jiménez (@petezin), de *El País* y protagonizada por Vicente Varó (@VicenteVaro), de unience.com; Millán Berzosa (@mberzosa), de comunitae.com; y José Antonio Álvarez-Canal (@desdelamoncloa), del Gabinete de la Secretaría de Estado de Comunicación del Ministerio de La Presidencia.

Álvarez-Canal explicó cómo en 2008 La Moncloa decidió abrir una cuenta en Twitter con el objetivo de reflotar la comunicación online de la Presidencia y estar al día de lo que se cuece en internet. Actualmente cuenta con más de 23.200 seguidores y sigue a 869





brecha?

[Usúe Madinaveitia]



De izquierda a derecha, Manuel de Luque, Ignacio Villoch, Roberto Carreras, Iván Pino y Octavio Rojas.

¿Qué me dicen de la nueva brecha digital, que no para de crecer en el primer mundo, entre aquellos que, con mentalidad abierta, experimentan y los que por miedo se niegan a probar?

twitteros; ha producido más de mil *tweets* en los que, según dijo Álvarez-Canal, el Gobierno responde a las dudas que le plantean los ciudadanos, escucha sus sugerencias y pone información de utilidad a su disposición.

Asegura que cuando otro partido llegue a la presidencia le cederán la cuenta de Twitter, aspecto que fue criticado por Rosa Jiménez: "Si estuviera claro que esa cuenta pertenece a mí, como ciudadana española, no tendrían que cederla".

El Gobierno también cuenta con una página web (creada en Wordpress), para comunicar las medidas contra la crisis (<http://www.plane.gob.es>), que sorprendentemente tiene un Page Rank 9.

Preguntado sobre el recorte de presupuesto dedicado a

comunicación y publicidad con motivo de la crisis, el portavoz de Presidencia asegura que, aunque se redujo el gasto en estas partidas, se redistribuyeron las inversiones, dedicando menos dinero a medios tradicionales y más a internet. Cuenta que sólo ha tenido que renunciar a la propuesta de ubicar en Google Maps las 24.000 obras activas en este momento. ¿Se imaginan?

'Videoblogs'

Después de cada mesa redonda, se proyectaron algunos de los trabajos que participaban en el Primer Concurso Iberoamericano de Videoblogs. Desde Twitter, un asistente se preguntaba "¿Qué es un 'videoblog'?". Sorprende el nivel de algunos de los participantes,

muy cercanos a un programa de televisión o una serie de ficción. Precisamente uno de este tipo ganó el concurso: Malviviendo.com (también ha ganado el Premio Bitácoras 2009), una serie de humor, gamberra y transgresora, rodada sin presupuesto por unos jóvenes sevillanos que terminaron la carrera y pasaron a engrosar las listas del paro.

Esta iniciativa me recordó a *Sin futuro y sin un duro* (finalista de los Premios Bitácora 2008 y 2009), un *blog* creado por un grupo de estudiantes de Periodismo (al menos lo eran cuando lanzaron el *blog*) que cuenta con una importante reputación online.

Aunque de este tema no se habló durante la jornada, no me resisto a decir que las herramientas sociales también han revolucionado el paso del mundo académico al laboral. Antes, los estudiantes nos quejábamos porque el pez se mordía la cola: para empezar a trabajar te exigían experiencia previa pero para conseguirla necesitabas que alguna empresa se apiadara de ti, confiara y te contratara a ciegas. Hoy no. Cualquier persona puede demostrar lo que es capaz de

hacer gracias a estas nuevas herramientas.

Cuando todavía estaba en la universidad, reflexionábamos sobre la brecha digital que estaba surgiendo entre el primer y el tercer mundo. Pero ¿qué me dicen de la nueva brecha digital, que no para de crecer en el primer mundo, entre aquellos que, con mentalidad abierta, experimentan y los que por miedo se niegan a probar?

Usúe Madinaveitia
Responsable de comunicación de Grupo R
usue@grupor.es
<http://usue.wordpress.com>

- (1) Nombre de usuario en twitter.
- (2) Las frases que siguen son comentarios literales hechos en directo por *twitteros*, durante la conferencia, a través de twitter.
- (3) #blc: blogs, la conversación

Gracias