

# Cambios sociológicos producidos por las nuevas tecnologías

José Ángel Abancéns  
Presidente de la Associació Empresarial de Publicitat (AEP)

Adelanto que quizás no esté de acuerdo yo mismo con el contenido de este artículo.

Recuerdo que, en el año 1995, asisto a una conferencia de una persona que nos iba a hablar del futuro de Internet. He de confesar que salí totalmente deprimido. Lo que me decía tiraba por tierra algunas de mis pequeñas cosas, de mis buenos momentos, con los cuales disfrutaba en mi vida. El cambio que decía que íbamos a experimentar era brutal.

Lo primero que dijo fue que los libros ya no los íbamos a leer en papel. Ante dicha aseveración, todo el auditorio empezó a prestar mucha atención. Quiero repetir que era el año 1995. Los libros los leeríamos en nuestro ordenador. No se habían inventado todavía las tabletas. Eso quería decir que yo no podría estar disfrutando de una de las cosas para mí más relajantes, instructivas y casi casi motivo de separación cuando, alguna tarde paseando con mi mujer, entraba en una librería y me pasaba más de una hora viendo novedades, oliendo los libros, disfrutando de las historias que se me ofrecían.

Casi sin reaccionar a esa, para mí y muchos de los asistentes, mala noticia, nos dijo que ya no volveríamos a los supermercados, porque nuestros frigoríficos estarían programados para seis coca colas, seis cervezas, seis yogures, seis de lo que sea... Y que cuando el susodicho frigorífico detectara que su contenido, su stock, tenía necesidad de reponer, él mismo enviaría el pedido a un gran centro de ventas, y que incluso las casas ya estarían diseñadas especialmente con un gran tubo en nuestra portería que conectaría con nuestro frigorífico o con nuestra casa haciendo así entrega del pedido que se había programado.

El silencio seguía en la sala. Eran los años incipientes de la explosión de Internet. Apenas llevábamos una década con nuestros Mac en la agencia. La vida nos estaba cambiando.

Recuerdo perfectamente mi estado de desilusión. Además era lógico todo lo que estaba diciendo. No sería necesario talar los árboles para hacer libros, la humanidad no perdería el tiempo yendo a los supermercados.

Ir a los supermercados: otra de mis grandes aficiones. Ver la lucha visual de las marcas, estudiar sus envases, sus ofertas, sus políticas de precios. Comparar diversas grandes superficies. Ver la posición de las marcas blancas versus las de colores.

Total que dos de mis grandes aficiones, disfrutar de mis paseos en librerías y en supermercados, se iban a acabar. Alguien, el que quizás estaba menos impresionado, le preguntó al gurú que eso que decía cuándo iba a suceder. Y el gurú, muy puesto y seguro, contestó que eso aún tardaría mucho y que eso sería dentro de 15 años. Haciendo cuentas estaba hablando del año 2010.

Me costó mucho autoconvencerme de que a partir de ese momento escucharía muchas predicciones de cosas que iban a suceder en un futuro inmediato.

Para tranquilizarme, me acordé de la película 2001 Odisea del espacio, que se estrenó en el año 1968. Cuando la vi quedé convencido que a 33 años vista ya iríamos vestidos como los protagonistas. Un gran cremallera en nuestra ropa espacial y estaba clarísimo que a 33 años vista los coches ya no llevarían ruedas. Flotarían.

Con los años he llegado a una conclusión. La humanidad se divide en dos. Los que no saben (yo no sé) hacer predicciones y los que no saben que no saben hacer predicciones. Y estos son los peligrosos.

Se lleva matando al medio prensa cada día. Las herramientas que utilizamos en las nuevas tecnologías predicen (cada una) que son la solución definitiva.

Se me concedió el honor hace unos meses de presentar en Barcelona el congreso titulado el Futuro de la Publicidad. Buena papeleta. Excelentes ponentes.

Mis palabras en la presentación fueron dirigidas más bien a los ponentes que a los asistentes. Y fueron tres situaciones, tres estados, que quise intentar transmitir: respeto, humildad y calma.

Recuerdo que, de los siete ponentes, cuatro de ellos estaban de acuerdo pero otros tres, y utilizando su lenguaje, fueron a saco, intentando vender la moto. Mejor dicho su moto. Vi en la sala gente muy joven con la misma expresión que denoté en la conferencia del gurú en 1995.

Respeto porque si hemos llegado donde estamos es gracias a lo anterior.

Humildad. En esta vida contra más alto se cree que estás, más humilde has de ser. No se puede ir pregonando que cuando salgamos del médico y ya en el ascensor pondremos en nuestro móvil las medicinas que nos ha recetado y al llegar a casa ya las tendremos. Bien. Creíble. Pero querido gurú... luego no añadidas y las farmacias desaparecerán... Humildad.

Y lo último calma. Todo va muy deprisa y todo va muy despacio. Y calma porque yo de verdad no sé cómo estaríamos – tema *off-on* – sino estuviéramos en esta dichosa crisis que todo lo está trastocando.

Y una cosa está muy clara. No estamos en una época de cambios. Estamos en un cambio de época de la humanidad. Y aún diría más, estamos en la tercera revolución industrial. Con las nuevas tecnologías nunca hemos estado tan solos y tan acompañados. Cuando paseo a mi perrita y paso por alguna terraza de bar, veo a dos chicas guapísimas sentadas con dos chicos fenomenales y veo a cada uno con su móvil enviando whatsapp o conectándose a las redes. Triste. Deja el móvil y mira a los ojos a quien tienes enfrente. Nunca hemos estado tan solos y tan acompañados.

Estamos realmente ante un gran cambio sociológico producido por lo que llamamos las nuevas tecnologías.

### **Referencia de este artículo**

Abancéns, José Ángel (2014). Cambios sociológicos producidos por las nuevas tecnologías. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº8. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 209-211. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2014.8.12>.

