

E.T. y la prisa como consejera

"¿Por qué me habré acordado de Mario Conde?"

Con esta pregunta en la cabeza y un cierta sensación de *deja-vu* en el cuerpo, acabé hace unos días una ponencia sobre persuasión en Internet.

Ante mí, profesionales CTLVPD (con toda la vida por delante) parecen acudir al nuevo becerro de oro, motivados sólo por la posibilidad de descubrir "*algo*" antes que los demás, como si la rapidez del hallazgo garantizara el valor del mismo.

Y me pregunto: ¿si no sabemos lo que buscamos, cómo sabremos cuándo lo hemos encontrado? ¿y si la cultura del pelotazo, aderezada ahora con "*lo quiero ya.com*", estuviera causando un destrozo irreparable en el disco duro de la generación que, en buena lógica, debería inventar el cibermaketing?. ¿Y si estuviera aprendiendo a hacer en vez de a pensar, convirtiéndose así en una nueva raza de secretari@s de lujo a merced de los que se pasan el día pensando... cómo vender más?

Puede ser comprensible eso de amontonar una terminología sánscrito como lenguaje propio que justifique la autodeterminación con respecto a los profesionales precedentes. Pero hasta que un consumidor no opine "*me encanta eso de que todo el sistema ASP no sea más que una DLL del tipo SAPI más adecuada para los archivos con extensión .asp*". creo que se está cogiendo el rábano por las hojas. Saber cómo funciona Internet no sirve para nada si previamente no sabes cómo funciona el ser humano que está al otro lado. Que desde hace siglos sigue hablando un mismo idioma, (por cierto, binario): amor-odio, seguridad-miedo, deseo-frustración, ilusión-tristeza ... Y por ahora entra a curiosear en Internet, pero termina comprando donde siempre.

Seamos realistas: No tiene sentido que un profesional se acerque a Internet pensando "*gracias a Internet he solucionado mi vida*" si la gente de la calle sigue pensando "*A pesar de Internet mi vida sigue tan insatisfecha como siempre*". Desde la imprenta de Gutenberg hasta la televisión Interactiva, cada oleada tecnológica ha tenido tiempo de fabricarse su "*modo de empleo*" referenciándose en el estadio anterior.

Internet, sin embargo, ha llegado tan de repente que corremos peligro de valorar sólo las últimas letras, E.T., y pensar que viene caído del cielo a cambiar la Tierra.

¿No sería mejor detenerse un poco, repasar los apuntes que desde 1.794 hemos ido tomando sobre cómo vender a distancia y ver si la criatura nos puede ayudar en ese contexto?. ¿No sería mejor hincar los codos, y con tanta paciencia como curiosidad, trasladar a Internet lo que ya sabemos y a base de test y conjeturas construir poco a poco un *know how* propio?

Por ese camino estoy seguro de que más de uno se hará millonario. Pero no será antes del próximo fin de semana.



Santiago Rodríguez