



CINCO TENDENCIAS PARA 2023:

REPLANTEÁRSELO TODO

MARIAN SALZMAN • DICIEMBRE 2022

CONTENIDOS

10 TENDENCIA 1:
PERDER EL CONTROL DE LA REALIDAD

12 TENDENCIA 2:
TODO ES UNA FARSA

16 TENDENCIA 3:
NORMALIZAR LA SOSTENIBILIDAD

20 TENDENCIA 4:
LA FUERZA DEL SONIDO

22 TENDENCIA 5:
ADAPTAR NUESTROS PEQUEÑOS MUNDOS



¿Te acuerdas de cuando el futuro prometía días mejores: cuando esperábamos flamantes e innovadoras comodidades, avances de la era espacial en ciencia, tecnología y transporte, así como mareas económicas crecientes capaces de elevar cualquier barco?

¿Qué esperas ahora?

¿Cuáles son tus esperanzas para 2023 y más allá?

Todos recordamos lo entusiasmada que estaba la gente hace dos años por salir de 2020: el Año del Contagio y la Nueva Anormalidad. Las vacunas contra el COVID-19 estaban en el horizonte, y la mayoría de nosotros albergábamos la esperanza de que ningún año podría igualar a 2020 en cuanto en crueldad y trastornos. Y luego llegaron 2021 y 2022. En vez de solventar todo lo que nos aquejaba, estos dos últimos años han sido el prelude de una avalancha incesante de noticias y sucesos dolorosos. Una inflación sideral e incertidumbre económica. Bloqueo de la cadena de suministro y crisis energética mundial. El continuo ascenso de la extrema derecha y la erosión de la democracia. Destruyentes fenómenos meteorológicos extremos que se dan «una vez cada cien años» con alarmante frecuencia. Desinformación y acusaciones masivas. Y, por si fuera poco, la guerra de Ucrania.

Los expertos analizarán durante décadas por qué los horrores de Ucrania han provocado tal indignación mundial cuando las incursiones militares y la desesperada situación que viven las poblaciones de otras geografías no lo han hecho. No podemos descartar el papel del [racismo](#) o el impacto de la [inteligencia mediática](#) del Presidente ucraniano Volodímir Zelensky.

Más que eso, pensamos —al menos para el público de Europa y Norteamérica— que la guerra de Ucrania ha calado hondo porque ha reabierto la perspectiva de un verdadero conflicto mundial, agravado por el [ruido de sables nucleares](#) del Presidente ruso Vladimir Putin.



Para muchos europeos y la mayoría de los estadounidenses a principios de este siglo, los horrores de la guerra y las turbulencias geopolíticas habían pasado a formar parte de la historia y el folclore. Para las generaciones más jóvenes, eran imágenes borrosas en blanco y negro que se veían en pantallas de alta tecnología. La estabilidad, la seguridad y la abundancia material se habían convertido en algo habitual para la mayoría, incluso cuando los mayores conservaban recuerdos de la brutalidad y las privaciones de la Segunda Guerra Mundial. En este contexto,

no es de extrañar que los acontecimientos que marcaron las dos primeras décadas de este siglo parecieran aberrantes. Los atentados del 11 de septiembre en EE. UU., achacados a una cuadrilla de fanáticos a los que les habían lavado el cerebro, fueron una verdadera conmoción para el sistema. La posterior Guerra contra el Terrorismo se anunció como una forma de vengarse de los malos y de volver a poner las cosas en orden. La crisis financiera de 2007-2008 se trató como una disfunción técnica del sistema financiero mundial. Nada que no pudiera rectificarse con moderación fiscal y políticas inteligentes. Más recientemente, el auge de la política y los políticos populistas (p. ej., el Brexit, Le Pen, Meloni, Partij voor de Vrijheid, Trump, Orbán) se ha atribuido al hecho de que se confundía a los votantes o estos estaban mal informados, con la expectativa implícita de que el «orden adecuado» podría restablecerse una vez que la gente tuviera acceso a datos e información de máxima calidad.

Ya a inicios de la pandemia de COVID-19, la gente reflexionaba sobre qué tipo de «nueva normalidad» estable surgiría. Hablábamos de experimentos con el trabajo y el aprendizaje híbridos, de cambios en la demanda de inmuebles comerciales y residenciales, y de la necesidad de cadenas de suministro más sólidas (y localizadas), pero pocos creían que las incertidumbres desatadas por la pandemia se convertirían en un elemento permanente de la sociedad.

El interrogante que se nos abre y al que nos enfrentamos ahora: Cuando miremos atrás desde la perspectiva de la próxima década, ¿nos parecerán aberrantes los acontecimientos que sacudieron nuestro mundo a principios de siglo? ¿O se presentan más bien como presagios de una cascada continua de crisis, todas ellas con los estragos del cambio climático como telón de fondo? Siendo de lo más pesimistas, debemos considerar si las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial de estabilidad, seguridad, abundancia material y propagación de la democracia podrían haber sido una aberración.

Al poner la mirada en 2023, vemos razones para el miedo y motivos para la esperanza. En la columna del «miedo», la tendencia de

mayor alcance y la más perjudicial (junto con el cambio climático, la macrotendencia que supera todas las macrotendencias) es la naturaleza cada vez más efímera de la realidad. La línea entre lo que es real y lo que es falso o solo parcialmente cierto es cada vez más difusa, a veces exacerbada por lo que parece una creciente bifurcación de la realidad. Las divisiones entre ricos y pobres, ricos y pobres tecnológicos y, más recientemente, informados y desinformados, son cada vez más profundas. Los malos actores propagan de forma intencionada desinformación que impregna la «infoesfera» en un instante. Lo que uno cree depende cada vez más no de lo que es cierto, sino de lo que uno acepta como verdad dentro de la propia burbuja informativa.

Quizás esté en nuestra naturaleza buscar el lado bueno de las cosas, pero —pese al continuo auge de la polarización, el extremismo y el odio— vemos muchas más tendencias emergentes en 2023 que pertenecen a la columna de la «esperanza». En gran medida, esto se debe al hastío de la gente. Están alarmados por todo lo que está ocurriendo en sus mundos y, por fin, están preparados para contraatacar. Una de las consecuencias es una macrotendencia hacia un reequilibrio del poder. La gente se cuestiona supuestos arraigados, como el valor de la educación universitaria (especialmente en EE. UU.), la lealtad que se debe a un empresario y los principios fundamentales del capitalismo. Las instituciones y prácticas aceptadas acríticamente en el último siglo están ahora en el punto de mira, y un número creciente de personas se oponen a ellas por vez primera.

Otras tendencias que vemos en el horizonte incluyen cambios en los hábitos de consumo arraigados a medida que la gente se toma en serio la sostenibilidad, la aceptación del poder del sonido y la creación de mundos diminutos que confieren protección frente a nuestros tiempos inestables e inquietantes.

En este informe hemos decidido compartir cinco macrotendencias, cada una de las cuales, si bien no todas ellas, promete influir de manera positiva en nuestras vidas el año próximo.



TENDENCIA 1:

PERDER EL CONTROL DE LA REALIDAD

La Palabra del Año de Merriam-Webster para 2022 es [gaslighting](#) (luz de gas), definida como «acto o práctica de engañar burdamente a alguien, especialmente en beneficio propio».

El peligro de la tecnología «deepfake» ya no es un temor lejano. [Ya está aquí](#). Las agencias están contratando modelos de IA, lo que plantea [cuestiones válidas](#) sobre la representación y el reparto de beneficios. En Corea del Sur, los «influencers» virtuales se están forrando gracias a su gran poder de atracción de seguidores. Justo cuando nos hemos acostumbrado a regañadientes a las [noticias y «stories»](#) generadas por la IA, llega [podcast ai](#), una serie producida íntegramente por inteligencia artificial. Y luego está [Replika](#), un amigo o compañero íntimo virtual a la carta. Y todo esto antes de que el [metaverso](#) se convierta en algo real.

El interrogante que se nos abre y al que nos enfrentaremos en 2023 y en los años venideros es bien simple: ¿En qué y en quién podemos confiar? Con las nuevas tecnologías, ya no se trata de nuestros ojos y oídos. El auge de la información falsa y la desinformación es tan grave que las Naciones Unidas han [instado](#) a los estados miembros a promulgar políticas de apoyo a la alfabetización digital. El [DPDR](#) (trastorno de despersonalización / desrealización) es un trastorno de salud mental que hace que las personas se sientan distantes y se disocian de su sentido de sí mismas, mental o físicamente, y/o tengan una percepción alterada de la realidad. Un tratamiento prescrito habitualmente es la terapia conversacional o «psicoterapia». Todo eso está muy bien, pero ¿qué sucederá cuando más proveedores se pasen a los [terapeutas de chatbot](#) con inteligencia artificial?

la mente se distorsiona.

TENDENCIA 2:

TODO ES UNA FARSA

El mundo se rebela. No de forma física, mayoritariamente (aunque todos sabemos que hay excepciones), sino social y culturalmente. Parte de ello puede atribuirse a los trastornos causados por la COVID-19 y a la inesperada oportunidad que muchos de nosotros tuvimos de bajar el ritmo, contemplar y replantearnos todos los aspectos de nuestras vidas: desde nuestros trabajos, estilos de vida y prioridades en la crianza de nuestros hijos hasta cómo queremos que funcione el mundo que nos rodea. Puntos críticos que para la mayoría de nosotros simplemente hervían a fuego lento bajo la superficie —incluidas las injusticias raciales, económicas y de género y la amenaza potencialmente cataclísmica del cambio climático— estallaron y llevaron a muchas personas, finalmente, a actuar. Uno de los resultados que hemos constatado —y que aún constataremos más en 2023— es una reacción contra los actuales equilibrios de poder y un replanteamiento de las piedras angulares de la vida moderna.

Lo cuestionamos todo.

En el mundo laboral, los empleados (en especial los más jóvenes) se niegan a hacer los sacrificios que las generaciones anteriores consideraban normales.

¿Muchas horas, trabajo mal pagado o incluso no retribuido, condiciones laborales sumamente estresantes? No, gracias. Con recesión inminente o no, esta es una época para [relajarse](#), [apartarse en silencio](#) y pedir «[actuar conforme a tu salario](#)». La idea de que los trabajadores zánganos deben dedicar sus vidas a aumentar los beneficios de ejecutivos e inversores corporativos goza cada vez de menor aceptación en un momento en el que pasar décadas ascendiendo por la escalera corporativa para recibir el anillo de oro (o el reloj) al final del trayecto ya no es una opción que se contemple.

En EE. UU. especialmente, la gente también se cuestiona el valor de un título universitario. Una [encuesta](#) realizada por Gallup entre los padres estadounidenses reveló que el 46% esperaba que sus hijos se plantearan algo distinto a la universidad tras el bachillerato. Esto guarda relación con el [descenso](#) continuado de las matriculaciones en las universidades.

Ahora que la gente ya no acepta acríticamente los postulados tradicionales del trabajo y el valor de la educación superior, también cuestiona el sistema que todo esto sustenta: el capitalismo. Este sistema económico que se afianzó en Europa a principios del siglo XIX y se difundió por todo el mundo se menciona ahora como la causa de todo tipo de males, desde el cambio climático y la destrucción ecológica hasta las desigualdades económicas y el aumento de los trastornos mentales. Según un [estudio realizado en 2020](#) por Pew Research, solo 4 de cada 10 estadounidenses de entre 18 y 29 años tienen una opinión positiva del capitalismo.

A nivel mundial, una [encuesta de 2019](#) a cargo de Edelman reveló que el 56% de los encuestados coincidía en que el capitalismo, tal como existe hoy en día, hace más daño que bien en el mundo.

E incluso a medida que el mundo mayoritariamente se inclina más hacia el [autoritarismo](#), las personas de culturas hiperconservadoras se alzan contra gobernantes y sistemas de gobierno cuyo férreo control de la población se considera ahora intolerable. Lo estamos viendo en [Irán](#) y [Myanmar](#), entre otros lugares. De hecho, los disturbios civiles están en alza en todo el mundo, y la consultora Verisk Maplecroft, con sede en el Reino Unido, [menciona](#) un mayor riesgo en 101 de los 198 países analizados.

En 2023, veremos más aversión por facetas de la vida antes consideradas sacrosantas.

Una de ellas: el rechazo a la cultura del automóvil. El movimiento «antiautomovilista» se acelera a medida que cada vez son más los



que se preguntan por qué las zonas urbanas del mundo priorizan los vehículos por encima de los peatones y la calidad de vida. Signos de los tiempos: la creación de [zonas peatonales sin coches](#) en ciudades de todo el mundo, nuevas tecnologías para [limitar la velocidad de los automóviles](#), propuestas para desincentivar la compra de [vehículos de gran tamaño](#) y la creciente popularidad de las [bicicletas eléctricas](#) y los [patinetes eléctricos](#). Existe incluso un podcast que declara la [Guerra a los Coches](#).



TENDENCIA 3:
**NORMALIZAR
LA SOSTENIBILIDAD**

La preocupación pública por el cambio climático ha alcanzado un máximo histórico, según una [encuesta de GlobeScan](#) realizada en 17 países, en la que el 65% de los encuestados califican la situación de «muy grave». Se ha llegado a un punto en el que 4 de cada 10 participantes en una [encuesta](#) de 2022 realizada en 31 países citan el cambio climático como un factor disuasorio para tener hijos. Se trata de un gran cambio con respecto a hace tan solo unos años, cuando eran muchos los que parecían inclinarse por desestimar las inquietudes acerca de nuestra inminente catástrofe climática. Los fenómenos meteorológicos extremos han sacudido la complacencia de amplios sectores de la población mundial, y lo que antes se creía «teórico» o un «punto de vista» ahora se considera ciencia establecida por la mayoría de la gente. Y eso influye en la forma en que los consumidores de a pie toman sus decisiones de compra, tanto a gran escala (viviendas, vehículos) como a pequeña escala.

No hay que ir muy lejos para hallar indicios de que la gente por fin está adaptando su vida a esta amenaza global. Portales inmobiliarios como [Redfin](#) y [Realtor.com](#) han empezado a facilitar datos sobre el riesgo climático junto con los detalles de las estancias y los baños de las viviendas. Esto cobra sentido en un momento en el que tres de cada cinco personas [encuestadas](#) afirman que los riesgos climáticos han influido en su elección de dónde vivir.

En asociación con minoristas, Japón ha respaldado un [sistema de puntos](#) que apoya las compras ecológicas de los compradores con puntos de fidelidad que acumulan recompensas. También estamos asistiendo a un cambio más significativo hacia la «slow fashion», con «startups» como la sueca [Asket](#) que rechaza las colecciones de temporada en favor de una colección «permanente» que promete

años de uso y otros minoristas que crean programas —p. ej., [Lean Closet](#) de Cuyana y [Worn Wear](#), el programa de Patagonia que anima a los clientes a devolver los artículos usados para que otra persona pueda ofrecerles una segunda vida. Hace décadas que se ofrecen productos y servicios ecológicos. La diferencia ahora radica en su mayor disponibilidad y en los niveles de aceptación de los consumidores. Una [encuesta](#) estadounidense realizada por Capterra en 2022 reveló, por ejemplo, que el 88% de los consumidores comprueba la sostenibilidad de un producto antes de comprarlo por lo menos en ocasiones, mientras que uno de cada cinco lo hace siempre.

En 2023, veremos más innovaciones en materia de conciencia ecológica, como nuevos [modelos de reparto](#), [etiquetas de huella de carbono](#) en los alimentos y productos y técnicas de sostenibilidad pasiva como el denominado [asfalto «sediento»](#) para zonas propensas a inundaciones, una nueva [pintura ultrablanca](#) que reduce la necesidad de aire acondicionado y [pequeños bosques urbanos](#) que fomentan la biodiversidad, bajan las temperaturas y reducen la contaminación. En medio de una crisis energética mundial y ante una creciente inflación, cada vez más gente evitará viajar en avión y se decantará por los viajes nocturnos en [autobús](#) y [tren](#). Según Pinterest, las [búsquedas](#) de «train trip aesthetic» (estética de viaje en tren) aumentaron en un 205% el año pasado.





TENDENCIA 4:
**LA FUERZA
DEL SONIDO**

Hace varios años, empezamos a ver informes sobre [el impacto de la música](#) en personas que padecen Alzheimer o demencia. Ahora estamos asistiendo a un aumento de otros usos del sonido, desde el [audio erótico](#) y el [audio espacial](#) hasta los activadores [ASMR](#) (respuesta sensorial meridiana autónoma) que evocan sensaciones de euforia, calma o incluso cosquilleo. Las marcas producen [sonidos originales](#) para TikTok.

Cada vez con mayor frecuencia, el sonido se ve como una posible solución para, al menos, algunos de los males de la sociedad moderna. Se prescriben [baños de sonido](#) y [mapeos de sonido](#) para calmar el alma y reducir la ansiedad. Cada vez más personas recurren al [ruido marrón](#) para inducir la relajación o mejorar la concentración.

En 2023, continuaremos explorando nuevas (y antiguas) aplicaciones del sonido, como la relación entre la voz y las enfermedades. Los investigadores de los Institutos Nacionales de la Salud están recopilando datos sobre la voz para [desarrollar una IA](#) capaz de diagnosticar enfermedades, desde trastornos neurológicos y autismo hasta cáncer, basándose en el habla de una persona.

Nos suena a las mil maravillas.



TENDENCIA 5:

ADAPTAR NUESTROS PEQUEÑOS MUNDOS

La última tendencia que vamos a señalar para el próximo año viene tomando forma al menos desde los años ochenta, cuando se puso de moda el llamado [«cocooning»](#). Las personas crean mundos cada vez más pequeños, centrados decididamente en sus hogares, que actualmente con frecuencia también son sus lugares de trabajo. (Un beneficio de la nueva modalidad laboral: [remuneración por trabajar desde casa](#) para ayudar a los trabajadores a distancia a equipar sus oficinas en casa). Consiste en algo más que en sentirse a gusto, como demuestra la adopción en la última década de los conceptos escandinavos de [hygge](#) y [lagom](#). Se trata de seguridad, autoempoderamiento y confianza en uno mismo. La gente siente una mayor necesidad de protección —contra todo, desde virus mutantes y fenómenos meteorológicos hasta mercados laborales y cadenas de suministro inciertos— y responde fortificando sus hogares con la tecnología, el acopio de bienes y las opciones de entretenimiento que cree que precisará para superar cualquier crisis que se avecine.

Con la salud mental y el bienestar cada vez más presentes, cómo nos hacen sentir nuestros hogares ha pasado a ser algo casi tan importante como su funcionalidad. En los dos últimos años, el diseño de interiores se ha convertido en un hobby, que ha generado una avalancha de [juegos para móviles y online](#). Mientras tanto, [se prevé](#) que el mercado mundial de la decoración del hogar crezca, pasando de los 662.000 millones de dólares en 2022 a cerca de 806.000 millones en 2026. Esto incluye una tendencia emergente de [juegos de mesa de alta gama](#) como decoración de lujo para el hogar.

En un mundo cada vez más desconectado y mediado por la informática como el nuestro, también estamos asistiendo a un retorno de las asociaciones comunitarias y las fiestas de barrio, ya que la gente busca un sentimiento de pertenencia, seguridad y empoderamiento. En EE.UU., aproximadamente el 28% de la población pertenece a algún tipo de [asociación](#), ya sea una comunidad de propietarios, de vecinos o cooperativa de vivienda. Estas asociaciones pueden ofrecer tanto apoyo práctico —p. ej., mantenimiento de zonas comunes y servicios— como la tranquilidad de saber que los vecinos te cubrirán las espaldas en caso de que surjan problemas.

En 2023, veremos como cada vez más personas convierten sus hogares en santuarios de salud y bienestar. [Se prevé](#) que el mercado de plantas de interior supere los 26.000 millones de dólares para 2029, frente a los menos de 18.000 millones de dólares de 2021. Cada vez son más las empresas que producen [casetas modulares prefabricadas](#) que pueden servir como espacios para la meditación (o simplemente oasis sin niños). Y cada vez hay más duchas que ofrecen [experiencias multisensoriales](#) con tratamientos hidroterapéuticos, iluminación, sonidos personalizados, y mucho más.

Puede que el caos siga reinando en el exterior, pero para los más afortunados, se detiene en la puerta de entrada a nuestro hogar.

En general, lo que veremos en 2023 es una tendencia hacia la esperanza y el autoempoderamiento. A medida que aumenten las presiones externas, trataremos de identificar elementos que encajen a la perfección en la vida que deseamos llevar e incorporarlos a nuestros hogares y hábitos. Aferrándonos a la verdad y defendiéndola, replanteándonos instituciones y enfoques que en opinión de la mayoría ya no sirven, adoptando estilos de vida más adecuados para nuestro planeta en peligro, aprovechando el poder del sonido y construyendo mundos más pequeños, más ricos y más defendibles, estamos inyectando un sentido de propósito y estabilidad a una existencia que con excesiva frecuencia se percibe como frenética y que va a la deriva.

**NUESTROS MEJORES DESEOS PARA
UN 2023 EN EL QUE PODAMOS MIRAR
HACIA ATRÁS CON GRATITUD.**

