

Hello Kitty y la nueva normalidad

Hello Kitty es la famosísima gatita japonesa, de color blanco y forma antropomórfica, que desde su primera aparición a mediados de los 70 fue ganando popularidad hasta convertirse en un fenómeno planetario, adornando miles de productos de todo tipo y llegando a generar unos ingresos anuales superiores a los 250 millones de euros. Una de las características más curiosas de Hello Kitty es que no tiene boca, pero lo que poca gente sabe es que su diseñadora, Yuko Yamaguchi, está convencida de que esta peculiaridad es una de las claves del éxito del personaje. En una entrevista de 2008 lo explicaba así: “Hello Kitty no tiene boca para que la gente que la mire pueda proyectar sus propios sentimientos en ella. Tiene una cara inexpresiva, así que Kitty parece feliz cuando la gente es feliz y parece triste cuando ellos están tristes”.

La elasticidad conceptual de la crisis Covid-19 la convierte en depositaria de pasiones, temores y voluntades

Pues lo que le ocurre Hello Kitty también le está pasando a la crisis del coronavirus, y es que su naturaleza incierta le otorga tanta elasticidad conceptual que la convierte en depositaria de pasiones, temores y voluntades. Cada día leemos y escuchamos múltiples predicciones sobre la ‘nueva normalidad’ que nos dejará la pandemia, pero como no hay precedentes comparables sobre los que anclar estas teorías, la mayoría acaban convirtiéndose en una proyección de anhelos personales y convicciones ideológicas, que se mezclan entre sí para satisfacer la perenne necesidad social de obtener respuestas taxativas.

En este contexto de conjeturas, hay un cierto denominador común entorno a la convicción de que las cosas cambiarán. Nada volverá a ser igual, nos dicen. Otra cosa es el tipo de transformación que presuntamente nos tocará experimentar, y es que aquí ya aparece la cara inexpresiva de Hello Kitty, donde los optimistas son capaces de ver un mundo mejor, mientras los pesimistas solo perciben un futuro repleto de sombras. Y no nos olvidemos de la minoría más escéptica, sabedora del poco recorrido que tienen los deseos de cambio cuando se formulan a través de la tercera persona gramatical (“que cambien otros”).

Una pandemia global es una realidad excepcional y tampoco hay que excederse en extraer conclusiones

Pero más allá de las hipótesis a medio plazo, la verdad es que esta crisis sanitaria ha puesto al descubierto las fortalezas y debilidades de todo el sistema, dejando entrever donde podemos focalizar los esfuerzos cuando el temporal escampe. Una pandemia mundial es una realidad extremadamente excepcional y, por lo tanto, tampoco hay que excederse a la hora de extraer conclusiones determinantes para cuando recuperemos el escenario habitual, pero sí que nos puede servir para reafirmar algunas líneas de trabajo que mejoren nuestra capacidad de reacción ante las adversidades.

Si nos fijamos en la cadena de suministro, por ejemplo, podremos ver como la pandemia ha demostrado la gran resistencia de aquellos modelos que apuestan por la colaboración estrecha entre sus actores y la robustez de su sistema de aprovisionamiento, basado en los flujos cortos (proximidad) y un nivel razonable de existencias. Esto ha hecho posible que el sector de la distribución alimentaria haya sido capaz de aguantar una monumental sacudida, mantener el servicio de productos básicos y evitar así el colapso social.

La construcción de supply chains cada vez más largas y estrechas es responsable de la falta de material sanitario

En cambio, durante estas semanas también hemos comprobado la flaqueza de aquellos modelos que se han sustentado sobre una productividad mal entendida y que, aupados por el ahorro de costes, han ido construyendo cadenas de suministro cada vez más largas y estrechas, ubicando la producción en países lejanos y adelgazando los stocks hasta límites incongruentes. Por desgracia, esta concepción de la supply chain es responsable directa de la falta de disponibilidad de material sanitario que hemos sufrido.

Es cierto que Hello Kitty no tiene boca ni expresión, pero sí que atesora unos ojos siempre abiertos. Es probable que su diseñadora entendiera que la capacidad de observar y aprender es fundamental en una coyuntura que, más allá de esta crisis sanitaria, seguirá muy expuesta a otras turbulencias de naturaleza medioambiental, social o política.