

Tendencias y tensiones en el nuevo hábitat viral

7 de mayo de 2021 16:08

Guillermo Oliveto

Sil Almada

El prisma con el que tenemos que analizar lo que sucede es la condición humana. Porque es justamente eso lo que se vio afectado. Tanto por el profundo temor a perder lo más valioso que tiene una persona, su vida, como por las desgarradoras consecuencias de ver como se desvanecía otro de sus bienes más preciados, el estilo de vida que teníamos.

La violenta disrupción alteró por completo la cotidianeidad. Todos juntos, en casa, 24/7 fue una experiencia surrealista para la que nadie estaba preparado. Distopía pura.

El 27 de Mayo de 2020, publicamos en un trabajo conjunto de **Consultora W y Almatrends**, nuestro Lab de tendencias, un informe que titulamos Tendencias y Tensiones Sociales en el Nuevo Hábitat Viral. Luego de pensarlo y debatirlo mucho con **Sil Almada**, directora del laboratorio, llegamos a la conclusión de debíamos desafiar el concepto de "Nueva Normalidad".

La primer imprecisión de New Normal es que lo que vivimos (y sufrimos) de normal tiene poco y nada. Pero nuestra crítica se centra más en la otra palabra: "nueva". La idea era la siguiente: "nunca más jamás nada volvería a ser igual. El mundo cambió para siempre". La urgencia y el shock llevaron a muchos a olvidar la condición humana: somos seres gregarios. Si no nos juntamos, nos miramos, nos sentimos y nos tocamos, no somos.

Nosotros preferimos verlo como un entorno que sí tenía sus propias reglas y su propia "normalidad" pero que expresaba una coyuntura, un interregno, un tiempo que duraría mientras dure el virus. Por eso la idea del "Hábitat Viral" nos ayudó a construir nuestro marco interpretativo. Hoy el mundo habla más de la era "Inter-Covid" que de la Nueva Normalidad. Un enfoque menos presuntuoso pero más preciso. Expresa que el proceso tiene comienzo y final.

Bajo esta concepción desarrollamos un marco explicativo en base a las tensiones como herramienta analítica. La primera de ellas fue "hogar vs calle". Todo lo que pudo llegar al hogar, logró "navegar" el año. Desde el consumo masivo que terminó "empatado" con respecto al año anterior – cuando la economía tuvo su segunda peor caída de la historia, PBI -10%- , hasta los insumos para la construcción que a partir del mes de Junio ya empezaron a tener variaciones interanuales positivas, y concluyeron el año apenas en -6%, cuando en Abril caían -74%. Encerrados en "el hogar búnker", los consumidores se dedicaron a mejorarlo, agrandarlo, y embellecerlo. La libido y el dinero se

volcaron allí. La segunda tensión fue "físico vs digital". Las ventas por e-commerce crecieron 124% en pesos y 84% en órdenes de compra. Saldremos de aquí mucho más digitales. Ese será el gran legado de la pandemia. Lo que Alessandro Baricco había profetizado en su libro *The Game* publicado en 2018, como una "humanidad ampliada" donde mundo físico y digital eran dos corazones que bombeaban realidad y sentido en un único sistema ya indivisible, hoy es una realidad palpable para la gran mayoría.

Por el contrario, la "calle" puramente "física" fue la que más sufrió. El mundo de la experiencia y el entretenimiento quedó profundamente golpeado. Shoppings -60%, Gastronomía y Hotelería, -50%. Actividades cerradas durante muchos meses.

Por último la tercera tensión que organizó y organizará el consumo por venir es "miedo vs deseo". A más miedo, menos deseo. A medida que baje el miedo, volverá el deseo. El ser humano desea lo que escasea. Está en su naturaleza. A medida que avancen los procesos de vacunación, volverá la vida. Los perdedores de la pandemia, serán los ganadores de la pospandemia.

Guillermo Oliveto es CEO de W, especialista en sociedad y consumo y Sil Almada es trend forecaster, Directora de Almatrends Lab

Guillermo Oliveto

Sil Almada