Plataforma Empresa

POST CORONA

DE LA CRISIS A LA OPORTUNIDAD

Scott Galloway

«Un libro ágil, fluido y muy convincente. Cualquier persona interesada en entender lo que está sucediendo, y lo que eso podría significar en el futuro, no encontrará mejor análisis que este.»

Financial Times

Post Corona

De la crisis a la oportunidad

Scott Galloway

Traducción de Ana Nuño

Plataforma Editorial

Título original: *Post Corona. From Crisis to Opportunity*,
publicado en inglés por PORTFOLIO / PENGUIN en 2020.

Primera edición en esta colección: mayo de 2021

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Portfolio, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

Copyright © 2020 by Scott Galloway
© del prólogo a la edición española, Michael Goldenberg, 2021
© de la traducción, Ana Nuño, 2021
© de la presente edición: Plataforma Editorial, 2021

Plataforma Editorial
c/ Muntaner, 269, entlo. 1ª – 08021 Barcelona
Tel.: (+34) 93 494 79 99 – Fax: (+34) 93 419 23 14
www.plataformaeditorial.com
info@plataformaeditorial.com

ISBN: 978-84-18582-46-2

Illustrations copyright © 2020 by Section4

Diseño de cubierta y fotocomposición:
Grafime

Reservados todos los derechos. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos. Si necesita

fotocopiar o reproducir algún fragmento de esta obra, diríjase al editor o a CEDRO (**www.cedro.org**).

Índice

Prólogo a la edición española

Introducción

La gran aceleración

En las crisis hay oportunidades

Subcontratar los sacrificios

1. El coronavirus y la poda selectiva

La poda selectiva del rebaño: los fuertes se vuelven (mucho) más fuertes

Sobrevivir a la poda: el dinero manda

Gestión de las crisis: nociones básicas

Supercorrección

Pasar a la ofensiva

Una jugada de gánster frente a la covid: las estructuras de costes variables

La gran dispersión

El teletrabajo

Efectos secundarios de la dispersión laboral

La era de las marcas deja paso a la era del producto

Bienvenidos a la era del producto

Rojo y azul

Rojo y azul en las redes sociales
Rojo y azul en los buscadores y más allá

2. Los Cuatro
El poder de la grandeza / El algoritmo del monopolio / La caracterización
Ahora que todo es tecnología
La expansión sin freno de los Cuatro
Los Cuatro viajan a Hollywood
A más tecnología, mayores problemas
Plantar cara a los Cuatro
La maldición de las grandes cifras
Amazon
¿Cómo hacer algo que sea realmente difícil?
Apple
Piensa en rundle
Mad Men 2.0: Google y Facebook

3. Otros disruptores
El índice de disrupción
Quemar el establo de los unicornios
Abran paso al unicornio
Softbank y su unicornio de cien mil millones de dólares
El yogalés
Purasangres o unicornios
Cuando el humo se disipa
Los unicornios más brillantes de la manada

4. Enseñanza superior

Preparados para la disrupción
Escasez
Abundancia
El sistema de castas de la Ivy league
Fuerzas de disrupción
Con la crisis encima
El shock fiscal
El autoengaño
La desesperación
Atrapados
El camino que seguir
Escalar
Cebos
La enseñanza superior en el siglo
Recomendaciones

5. La comunidad
El capitalismo, nuestras comorbilidades y el coronavirus
Suena genial, pero…
La función del Gobierno
Comorbilidades
Abandonos
Capitalismo en ascenso, socialismo en declive = enchufismo
Las virtudes del fracaso
Mi cena con Dara
Los enchufes sirven para enchufar
El enchufismo y las desigualdades
La ansiedad económica

El nuevo sistema de castas
Un Disneyland privado
A vueltas con la enseñanza
Los privilegios de la riqueza
Caricatura
Las empresas también son personas (ricas)
La economía de la explotación
Sobreabundancia
Tomarse en serio el Gobierno
Obtienes lo que pagas
Kits de análisis
De la bondad de los multimillonarios
La democracia tiene un truco raro
Una tragedia en la comunidad
Combatir el coronavirus
Los maleantes de la riqueza
Qué debemos hacer

Agradecimientos

Notas

A los contribuyentes de California y a la Junta Directiva de la Universidad de California

Prólogo a la edición española

«Me interesa el futuro porque es el sitio donde voy a pasar el resto de mi vida.»

WOODY ALLEN

A lo largo de los últimos cinco años me he sentido cada vez más convencido por las ideas provocadoras y progresistas de Scott Galloway sobre las principales tendencias en los negocios y la industria tecnológica. En *Post Corona. De la crisis a la oportunidad*, este autor retoma su incesante empeño por comprender lo que anuncian las perturbaciones sin precedentes de este tiempo y cómo podemos beneficiarnos de ellas y con ellas moldear el futuro.

Si hay algo en lo que todos coincidimos hoy, es que la crisis desatada por la pandemia de la covid-19 ha acelerado brutalmente las tendencias y dinámicas que ya empezaban a despuntar en ámbitos tan dispares como los negocios, la tecnología y la educación. Pero ¿qué significa esto para nuestro futuro y qué oportunidades nos esperan? Galloway halla respuestas a estos interrogantes apoyándose en el padre de la empresa moderna, Peter Drucker, para quien «la mejor manera de predecir el futuro es crearlo». Empresario en serie, activista corporativo y *brand builder* disfrazado de autor y profesor de la Escuela de Negocios

Stern de la Universidad de Nueva York, Galloway articula su visión diciendo abiertamente lo que piensa y proponiendo respuestas y soluciones con un estilo sin rodeos ni concesiones. La suya es una búsqueda implacable de la verdad, indiferente a la corrección política.

Tanto si eres un emprendedor, un ejecutivo, un estudiante o un inversor, en este libro hallarás grandes descubrimientos que te ayudarán a dar sentido al futuro que nos aguarda. Y, a medida que avances en esta auténtica mina de oro, te partirás de risa con las observaciones descaradas y virilmente autocríticas de Galloway, que es un pensador divertido y auténtico, egocéntrico y generoso a la vez, y sorprendentemente dotado de un gran corazón y de un coeficiente intelectual aún mayor. No es ningún misterio que Galloway está considerado uno de los pensadores más influyentes de nuestro tiempo. Ha conseguido captar el interés de millones de seguidores en sus distintas plataformas, desde la *newsletter* semanal *No Mercy / No Malice*, los dos episodios semanales de su *podcast Pivot* y el *podcast The Prof G Show*, y, por descontado, su cuenta en Twitter y su canal en YouTube. Eso sí, abróchense los cinturones de seguridad, ¡porque les espera un viaje con muchas turbulencias! Bromas aparte, Galloway propone soluciones pertinentes sobre la mejor manera de competir en una era de monopolios y plataformas tecnológicos marcada por cambios revolucionarios. Son herramientas que te

ayudarán a enfrentarte —o, al menos, a mantenerte despierto— al tsunami que se adivina en el horizonte.

Si te interesan las predicciones sobre ganadores y perdedores, Galloway comparte aquí algunas de las que ha venido haciendo, y, además, las expone con una gracia incomparable. Pero, con independencia de saber si acierta o se equivoca (y Galloway suele acertar: acertó al prever la compra de Whole Foods por Amazon en 2017, aunque no adivinó la meteórica subida de las acciones de Tesla), lo más interesante es su filosofía y su metodología, sólidamente respaldada por los datos. ¿Qué estrategias corporativas funcionan y por qué? ¿Qué ha cambiado esta vez? ¿Quiénes pueden beneficiarse más de las oportunidades que ofrece el actual entorno? Galloway articula su visión y la ilustra con ejemplos de la vida real para explicarnos quiénes lo están haciendo bien y qué es exactamente lo que les permite destacar y triunfar. Y lo hace con su estilo inconfundible de *enfant terrible* milenial para identificar a los «gánsteres» y a los «disruptores» que están revolucionando el mundo empresarial.

En este libro, Galloway enciende las luces de neón para alertar sobre el poder de los *rundles* (modelos de suscripción de ingresos recurrentes que se combinan con nuevos servicios: pensemos en Amazon Prime) o para llamar la atención sobre el «efecto volante de inercia» (un fenómeno descrito por Jim Collins en su *best seller Empresas que sobresalen* según el cual la inercia del éxito de las grandes empresas les permite derivar

indefinidamente nuevos productos de los anteriores). Galloway nos recuerda con insistencia y brillantez la superioridad de la innovación, el tamaño, la velocidad y las empresas ligeras de capital. Galloway hace que el lector pueda comprender con facilidad estas y otras ideas sobre los secretos mejor guardados para tener éxito en el futuro.

Sus observaciones sobre cómo el trabajo a distancia acabará generando más oportunidades para las mujeres, y cómo la enseñanza a distancia abre las puertas a una verdadera democratización de la sociedad, nos alientan a tener esperanzas en las posibilidades reales y positivas de cambio para el entorno empresarial y educativo. Y, más allá de sus mensajes de esperanza, Galloway nos pone a reflexionar sobre lo que deberíamos cambiar en los planos individual, empresarial y social para hacer que nuestro mundo sea realmente un lugar mejor después de la pandemia.

Como neoyorquino que ha vivido más de veinte años en España, he aprendido a leer entre líneas para comprender la forma de pensar española/latina, manteniendo intacta mi perspectiva anglosajona. Y, aunque Galloway, con su punto de vista norteamericano, se centra principalmente en las empresas estadounidenses, sus verdades, como las lecciones de la pandemia, son universales.

MICHAEL GOLDENBERG

Introducción

Hemos aprendido que el tiempo es una fuerza confiable e implacable. El progreso del sol a través del cielo y nuestra órbita estacional a su alrededor establecen un ritmo perenne y uniforme. Sin embargo, nuestra percepción del tiempo no es constante. A medida que envejecemos, nuestro marco de referencia (el pasado) se expande y los años desfilan más rápidamente. Esta mañana le di un beso de despedida a mi hijo antes de su primer día en el jardín de infancia; esta tarde volvió a casa desde el quinto grado. Para él es lo contrario. En su escuela piensan que ese mismo quinto grado es un lugar perfecto para fracasar. Sus primeros C (suficiente) y D (deficiente) suelen bastar para detener el tiempo.

Lo que en realidad experimentamos es el cambio, no el tiempo. Aristóteles observó que el tiempo sin el cambio no existe, porque lo que llamamos tiempo es tan solo nuestra medida de la diferencia entre un «antes» y un «después».[1] De ahí nuestra experiencia cotidiana de un tiempo que se arrastra o, por el contrario, que vuela. El tiempo es maleable, y el cambio lo regula. La más nimia de las cosas puede producir cambios sin precedentes. Incluso algo tan pequeño como un virus.

A principios de marzo de 2020, vivíamos en el «antes». Se hablaba de un nuevo coronavirus en las noticias, pero

apenas. Fuera de China, casi nada parecía sugerir que se estuviera gestando una crisis global. En el norte de Italia habían muerto cuarenta y una personas, pero en el resto de Europa la vida seguía igual. Los Estados Unidos informaron de su primera muerte el 1 de marzo, pero la gran noticia era que el alcalde, Pete Buttigieg, retiraba su candidatura a la presidencia. No había confinamientos ni máscaras, y la mayoría de la gente no habría reconocido al doctor Anthony Fauci.

A finales de ese mismo mes, ya estábamos en el «después». El mundo entero se detuvo. Cientos de miles de personas dieron positivo con el virus, incluidos Tom Hanks, Plácido Domingo, Boris Johnson y docenas de marineros de un portaaviones de los Estados Unidos en medio del océano Pacífico.

Un virus que mide cuatrocientas veces el ancho de un cabello humano se hizo con una esfera que pesa trece mil millones de billones de toneladas y la puso a girar diez veces más rápido.

Sin embargo, aun cuando el tiempo (el cambio) se aceleró, a nosotros nos pareció que nuestras vidas se detenían. Como mi hijo al recibir su primera mala nota, perdimos la capacidad de imaginar que pudiera haber algo más allá de ese momento. Ni un antes ni un después, solo llamadas con Zoom, comida para llevar y Netflix; repaso a los recuentos de nuevos casos y muertes, antes de volver a los resultados de los juegos y los tiempos de las películas. La película de más éxito del verano fue *Palm Springs*, la

historia de dos personas que viven el mismo día una y otra vez.

Como ya he emprendido cincuenta y pico viajes alrededor del sol, sé que estamos equivocados acerca de la persistencia de este momento y trato de convencerme de lo que les digo a mis hijos: también esto pasará. Este libro es un intento de mirar más allá del presente sin precedentes que estamos viviendo para predecir el futuro creándolo, impulsando un diálogo capaz de proponer mejores soluciones.

Cuando el único objeto astronómico conocido que alberga vida vuelva a su ritmo regular de rotación, ¿qué habrá cambiado en los negocios, en la educación y en nuestro país? ¿Será más humano y próspero? ¿O la gente habrá decidido que es mejor que deje de girar? ¿Qué podemos hacer para forjar el «después»?

Soy empresario y profesor en una escuela de negocios, de modo que veo las cosas a través de esa lente. Y ese es el núcleo de este libro: cómo la pandemia transformará el entorno empresarial. En él analizo cómo la pandemia ha favorecido a las grandes empresas, sobre todo a los gigantes tecnológicos. Una parte sustancial de este consiste en una actualización a la luz de la pandemia de mi primer libro, *Four: el ADN secreto de Amazon, Apple, Facebook y Google*. También me dedico a observar las oportunidades de disrupción en sectores no dominados por los Cuatro y a detectar algunas de las empresas con potencial para prosperar.

Los negocios no actúan en el vacío, por ello es preciso vincular la historia de los negocios con nuestra más amplia historia social. He dedicado un capítulo entero a la educación superior, porque pienso que está a punto de experimentar un cambio transformador. Estudio de qué maneras la pandemia ha revelado y acelerado tendencias más profundas de nuestra cultura y política, por qué creo que una generación de cambios emprendidos en nombre del capitalismo ha socavado el sistema capitalista y qué podemos hacer al respecto. Esta crisis ha sido una crisis mundial y, aunque mis ejemplos y análisis hunden sus raíces en los Estados Unidos, espero que estas reflexiones sean de utilidad para los lectores de otros países.

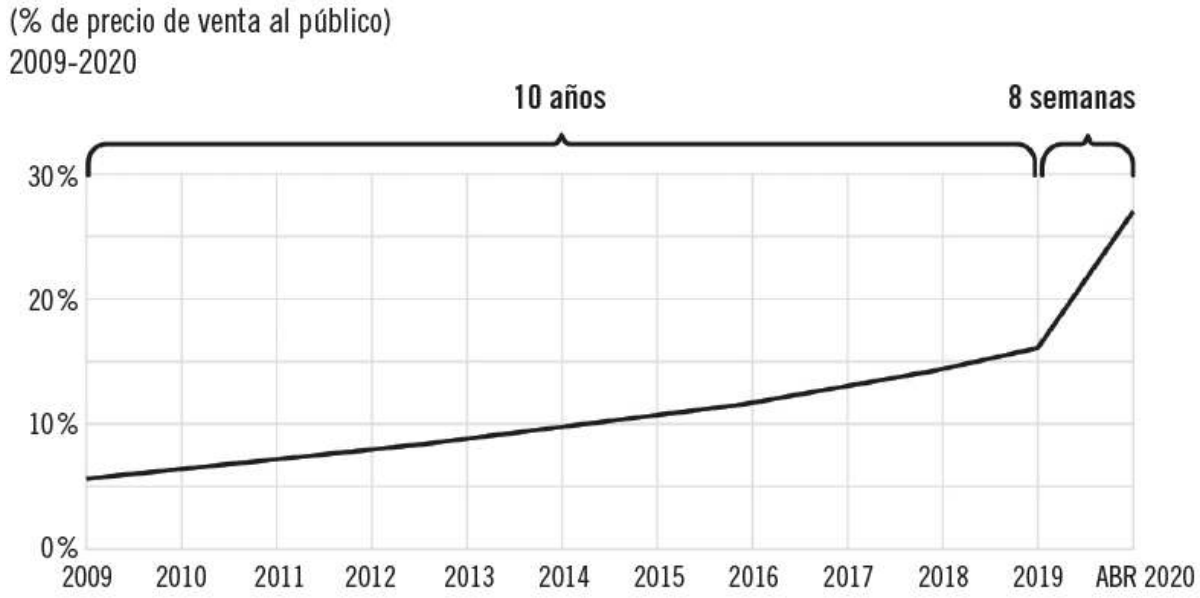
Parto de dos tesis. **Primero, el impacto más duradero de la pandemia surtirá el efecto de un acelerante.** La pandemia producirá algunos cambios y alterará la dirección de algunas tendencias, sin duda, pero su primer efecto ha consistido en acelerar dinámicas que ya estaban presentes en la sociedad. **En segundo lugar, toda crisis presenta oportunidades; cuanto mayor y más perturbadora sea la crisis, mayores serán las oportunidades.** Sin embargo, mi optimismo sobre el segundo punto se ve mitigado por el primero: muchas de las tendencias que la pandemia ha acelerado son negativas y debilitan nuestra capacidad para recuperarnos y prosperar en el mundo que vendrá después del coronavirus.

La gran aceleración

Se atribuye a Lenin el dicho según el cual **«hay décadas en las que no pasa nada y semanas en las que pasan décadas».** En realidad, no es de Lenin, sino del diputado escocés George Galloway (un gran apellido). Galloway resumía, con la típica brevedad escocesa, algo mucho más perifrástico y torpe dicho por Lenin en 1918 con motivo de los cambios radicales provocados por su revolución.

El de las décadas reducidas a semanas se ha convertido en un tema central en la mayoría de los sectores y las facetas de la vida. El comercio electrónico comenzó a desarrollarse en el año 2000. Desde entonces, la participación de este tipo de comercio en la venta minorista ha crecido a un ritmo aproximado de un punto porcentual anualmente. A principios de 2020, cerca del 16 % de la venta al por menor se realizaba a través de canales digitales. Ocho semanas después de la llegada de la pandemia a los Estados Unidos (es decir, de marzo a mediados de abril), ese número saltó al 27 %…, y ya no va a disminuir. Hemos registrado una década de crecimiento del comercio electrónico en tan solo ocho semanas.

Penetración del comercio electrónico en los Estados Unidos



Fuente: Bank of America, Departamento de Comercio de Estados Unidos, ShawSpring Research.

Tomemos cualquier tendencia —social, de negocios o personal— y proyectémosla diez años. Incluso si su empresa no se ajusta al perfil, el comportamiento de los consumidores y del mercado se sitúa ahora en el punto 2030 de la proyección de tendencias, sea en positivo o en negativo. Si el balance de su empresa era débil, ahora es insostenible. Si se dedica a la venta minorista, sus productos son más esenciales que nunca, si a la venta en el sector discrecional, ahora su empresa es más discrecional que nunca. En su vida personal, si antes peleaba con su pareja, ahora es peor. Las buenas relaciones, en cambio, han ganado otros diez años de vida y buen rollo.

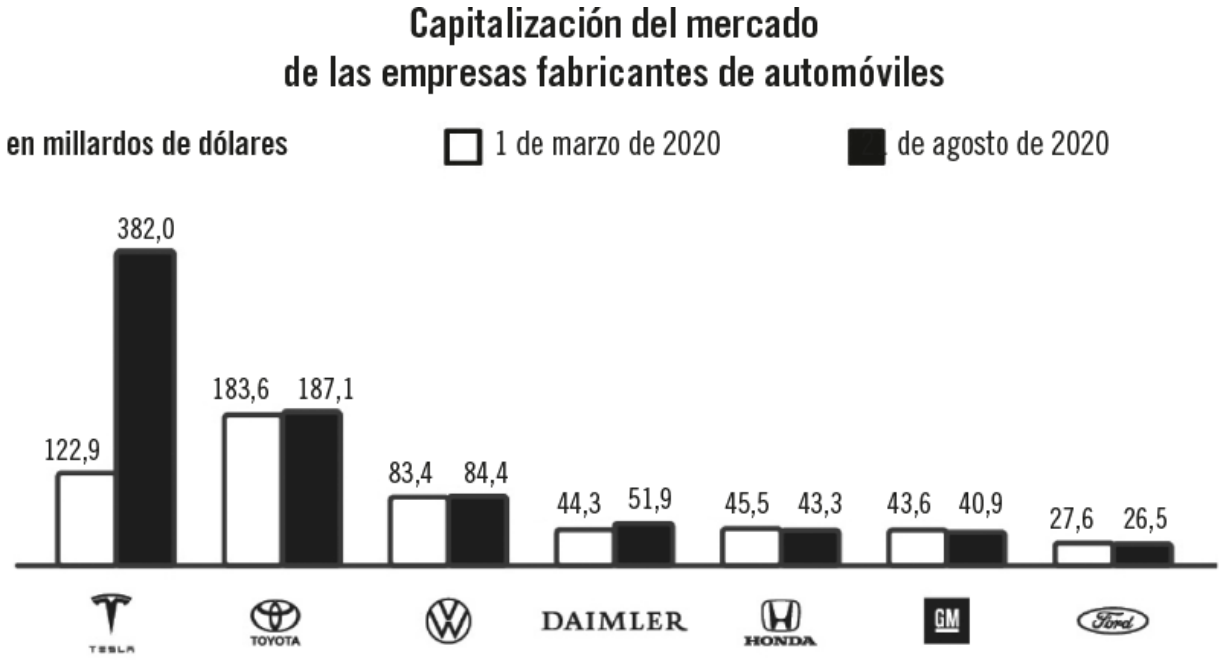
Durante décadas las empresas se dedicaron a invertir millones de dólares en adquirir equipos para reuniones virtuales con la esperanza de disminuir las distancias. Las universidades adoptaron a regañadientes herramientas tecnológicas como el Blackboard a principios de la década de 1990 para (más o menos) no desfasarse con el mundo exterior. Las empresas de comunicaciones financiaron numerosas campañas para publicitar las cenas familiares virtuales, los médicos que atendían a pacientes del más remoto rincón del país y los estudiantes que se apuntaban a los cursos de los grandes maestros del mundo sin moverse de su ciudad natal.

Y también durante décadas no pasó casi nada. Nadie utilizaba los sistemas multimillonarios de videoconferencia y los profesores se resistían a cualquier tecnología más compleja que el rotafolio y el PowerPoint. FaceTime y Skype hicieron algunos avances en nuestras comunicaciones personales, pero nunca alcanzaron una masa crítica.

De pronto, en cuestión de semanas, nuestras vidas pasaron a transcurrir en línea y los negocios se hicieron a distancia. Todas las reuniones de negocios se volvieron virtuales, cada profesor se convirtió en un educador en línea y las reuniones sociales se convocaron en pantalla. En los mercados, los inversionistas calibraban el valor de una compañía disruptiva sobre la base no de las siguientes semanas o años, sino de proyecciones de la posición de la empresa en 2030.

A Apple le llevó cuarenta y dos años ser valorada en un billón de dólares y veinte semanas pasar de uno a dos billones (de marzo a agosto de 2020). En ese mismo lapso, Tesla se convirtió no solo en el fabricante de automóviles más valorado del mundo, sino en una compañía más valiosa que Toyota, Volkswagen, Daimler y Honda… ¡juntos!

Alcaldes de grandes ciudades y expertos en planificación urbana se han pasado décadas pidiendo más carriles bici, más zonas peatonales y menos coches. Las mismas décadas durante las cuales el tráfico, la contaminación atmosférica y los accidentes congestionaron las calles de nuestras ciudades y los cielos sobre nuestras cabezas. Y de repente, en pocas semanas, los ciclistas fueron los reyes de la circulación, las terrazas invadieron el asfalto y los cielos se despejaron.



Fuente: Análisis de datos de Seeking Alpha.

Es posible que las tendencias negativas se hayan acelerado a un ritmo superior. Los economistas llevaban mucho tiempo advirtiendo de que la desigualdad económica se estaba agravando mientras disminuía la movilidad económica. Una economía con tendencias subyacentes poco recomendables se ha transformado en una distopía.

Nos habían dicho que el cuarenta por ciento de los estadounidenses tendría dificultades para cubrir gastos de emergencia de cuatrocientos dólares. Y eso a pesar de una expansión económica sin precedentes que se prolongó durante once años. Súbitamente, en los primeros tres meses de la recesión inducida por la covid-19, perdimos más empleo (13 %) que en los dos años que duró la Gran Recesión (5 %). En la mitad de los hogares de los Estados

Unidos, al menos uno de sus integrantes ha perdido su puesto de trabajo o ha sufrido recortes salariales debido a la pandemia.[2] Los hogares con ingresos inferiores a cuarenta mil dólares han sido los más afectados: a comienzos de abril, casi un 40 % habían registrado despidos o ceses en comparación con solo el 13 % de los hogares con ingresos superiores a cien mil dólares.[3]

El mundo giraba más rápido, para bien y para mal.

En las crisis hay oportunidades

Es un cliché, pero no menos cierto. John F. Kennedy lo convirtió en un lugar común de sus discursos de campaña. Al Gore lo utilizó en su discurso de aceptación del Premio Nobel. La palabra que en chino significa *crisis* consiste en dos símbolos, uno que significa *peligro* y otro, por lo que sabemos, *oportunidad*. ¿Qué oportunidades nos esperan después del coronavirus?

La pandemia trae aparejada una esperanza que puede acabar superando sus muchos males. De la noche a la mañana, los Estados Unidos tienen tasas de ahorro superiores y menos emisiones contaminantes. Tres de los principales y más importantes rubros de consumo de los Estados Unidos (salud, educación y alimentos) se encuentran sumidos en un estado de alteración sin precedentes y, cabe esperar, de futuro progreso.

Si bien el colapso de los hospitales por la covid-19 se convirtió, con toda razón, en el principal relato de la

pandemia, el más perdurable a la larga puede ser cómo el otro 99 % tuvo acceso a atención médica sin poner nunca un pie en el consultorio de un médico, mucho menos en un hospital. La aceptación forzosa de la telemedicina anuncia un estallido innovador y abre nuevos frentes en la guerra contra el coste y el lastre de nuestro quebrantado sistema de salud. Del mismo modo, la instauración inevitable de la enseñanza a distancia, por torpe y problemática que haya sido, podría ser un catalizador para la evolución de la educación superior. Al generar menores costes y producir mayores tasas de admisión, podría facilitar la recuperación de la universidad de su función de motor de la movilidad social de los estadounidenses. Todavía más importante que la educación es la nutrición, que se encuentra actualmente al borde de una revolución. La distribución de productos comestibles a través de la entrega a domicilio crea oportunidades para una distribución más eficiente, un mayor alcance para los alimentos frescos y la preferencia por productos locales.

Bajo estos cambios late el potencial de una generación que llega a la mayoría de edad en medio de una crisis mundial y que tendrá que madurar con renovado aprecio por la comunidad, la cooperación y el sacrificio. Una generación convencida de que la empatía no es una debilidad y la riqueza no es una virtud.

Las oportunidades no son garantías. De hecho, la explicación popular de la palabra china para *crisis* no es del todo correcta. El primer carácter significa *peligro*, pero la

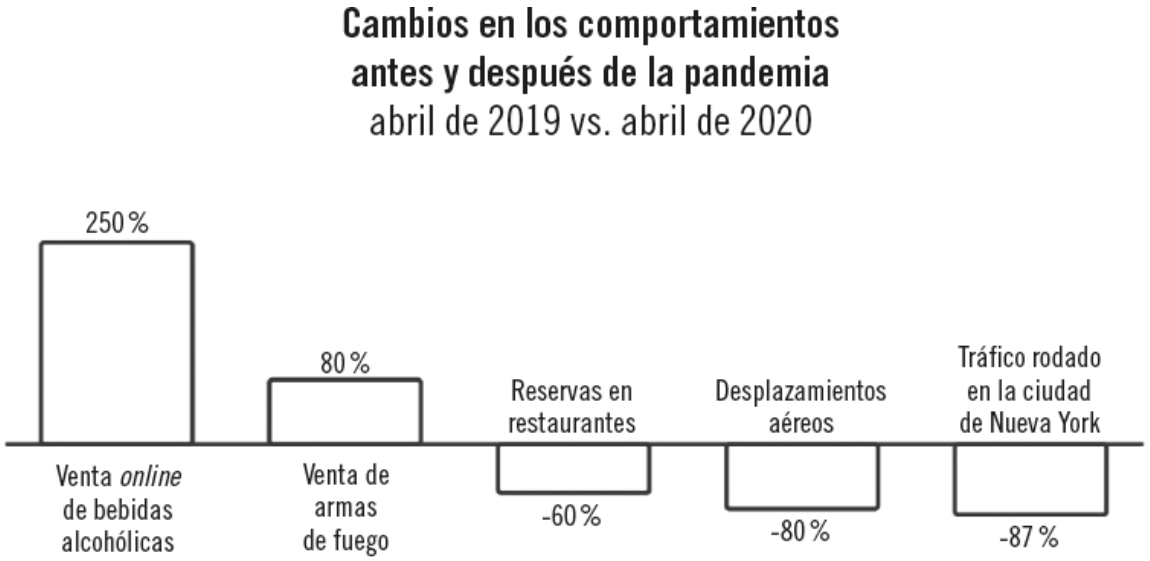
mejor traducción del segundo es *coyuntura crítica*. Es decir, una encrucijada. También los compatriotas de Lenin vieron oportunidades en las transformaciones radicales de 1917. Su fracaso en aprovecharlas condujo a un inmenso sufrimiento.

Es fácil pensar que eso no nos pasará a nosotros, que eso «no puede pasar aquí». Pero hay que recordar que no hace mucho, a mediados del siglo xx, metimos a 75.000 ciudadanos estadounidenses detrás de alambradas porque tenían ascendencia japonesa. Del mismo modo, conviene recordar que ninguno de nosotros, al comienzo de esta pandemia, pensó que los Estados Unidos podrían perder mil personas al día debido a un virus que otras naciones (¿menos desarrolladas?) han sabido detener.

Nuestra respuesta a la crisis no ha inspirado confianza. Pese a haber tenido más tiempo para prepararnos, invertir en atención médica más que cualquier otra nación y creer que somos dueños de la sociedad más innovadora de la historia, los Estados Unidos, con el cinco por ciento de la población mundial, han registrado el veinticinco por ciento de los contagios y los decesos. Fueron necesarios los últimos diez años para crear veinte millones de empleos y diez semanas bastaron para destruir el doble. Los viajes han disminuido, los restaurantes están a oscuras, las ventas de bebidas alcohólicas y armas de fuego han aumentado. Más de dos millones de posmilenials han vuelto a la casa de sus padres,[4] y setenta y cinco millones de jóvenes van a la escuela rodeados de incertidumbre, conflicto y peligros.

Los historiadores pueden estudiar con lupa los pasos en falso que nos han conducido aquí. La causa de nuestro fracaso es más profunda y sabemos cuál es.

Pensemos, por ejemplo, en dos guerras. La participación de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial duró tres años y ocho meses; en ese periodo, 407.000 norteamericanos perecieron. Artículos como el chocolate y los tejidos de nailon desaparecieron y, a pesar del estrés financiero generalizado, se pedía a los hogares que escarbaran en sus bolsillos para comprar bonos de guerra. Los fabricantes adaptaron sus plantas para construir bombarderos y tanques y se impuso un límite de velocidad nacional de treinta y cinco millas por hora, llamado «Victoria», para ahorrar combustible y neumáticos en aras del esfuerzo bélico.[5] Reclutamos a estudiantes y profesores de secundaria, que dieron sus vidas por la libertad. Después de la guerra, invertimos en nuestros enemigos para producir más riqueza y prosperidad que cualquier sociedad hasta la fecha. Durante un tiempo, la distribuimos de forma más justa que nunca. Cambiamos el lugar donde vivíamos (los suburbios) y la manera de vivir (el coche y la televisión) y emprendimos un largo proceso de autoexamen para saldar nuestras deudas con nuestras más hondas desigualdades de raza y género.



Subcontratar los sacrificios

Las fuerzas norteamericanas han luchado en Afganistán durante diecinueve años, y hemos perdido a 2.312 miembros del servicio militar. El conflicto ha hecho metástasis y su violencia ahora abarca la mitad del mundo, con muertes de civiles que se cifran en incalculables (literalmente) cientos de miles. Mientras, he visto todoterrenos de catorce millas por galón con calcomanías de «Apoye a nuestras tropas» en el parachoques, pero no he tenido ningún problema para comprar chocolate, o cualquier otra cosa que pueda desear, en una tienda o por teléfono. Cuanto más gano, menos impuestos tengo que pagar, y nadie me ha pedido que compre un bono de guerra o que me aliste para el reclutamiento. En cambio, hemos subcontratado la guerra a un ejército de voluntarios

formado por jóvenes de la clase trabajadora, cuya financiación será pagada por las generaciones futuras para cubrir un incremento de 6,5 billones de dólares del déficit.[6]

El patriotismo solía ser un sacrificio, ahora es un estímulo. Durante la pandemia, nuestra nación y sus líderes han hablado con sus acciones: la muerte de millones de estadounidenses sería terrible, pero el descenso del Nasdaq sería trágico. La consecuencia ha sido un sufrimiento desproporcionado. Los estadounidenses de bajos ingresos y las personas de color tienen más probabilidades de contagiarse y son dos veces más propensos a padecer una enfermedad grave que los miembros de los hogares con mayores ingresos.[7] Los ricos han visto cómo aumentaban el tiempo que podían pasar con su familia y viendo series de Netflix, también sus ahorros y el valor de su cartera de acciones, mientras disminuían los desplazamientos diarios al trabajo y sus costes.

Que el futuro que nos aguarde sea *Los juegos del hambre* o algo más brillante va a depender del camino por el que hayamos decidido avanzar después del coronavirus.