



Baile de Máscaras

ENTRE LA PRECAUCIÓN Y LA MODA

Las mascarillas pasaron a tener papel protagónico en cada rincón del mundo, casi de la noche a la mañana, al ritmo que el nuevo tipo de coronavirus se expandía a velocidad vertiginosa por todo el planeta. Y a mayor demanda, llegan niveles de escasez y los precios se disparan. Pasó, o pasa, en todas partes.

La Organización Mundial de la Salud, pese a que al inicio de la pandemia no recomendó su uso cotidiano porque no se ha demostrado tener un efecto protector significativo, sí lo hizo para aquellos que ya tenían el mal o a los que los cuidan, casos del personal médico, que en muchos países del mundo sufre el déficit de material sanitario.

Después de un lavado de manos casi compulsivo con agua y jabón que dure casi medio minuto, el uso de barbijos (nombre con el que también se les conoce) es el más popular para prevenir un contagio. La pandemia lo convirtió en el artículo más procurado en todos los rincones del mundo.

DE AQUÍ Y DE ALLÁ

Tal demanda de mascarillas ha hecho que los gobiernos de turno las denominen artículos de tipo esencial o, en otros casos, se use también como instrumentos de manejo político o económico. Cargamentos con millones de mascarillas en puertos y aeropuertos del mundo, listos para remitirse a algún país, llegaron a cambiar de destino al mejor postor, al que puso mayor dinero sobre la mesa.

En el ala oeste de la Casa Blanca, donde se toman parte de las grandes decisiones que afectan a los EE.UU. y hasta el mundo, todos los funcionarios tienen orden de usarlas, menos Donald Trump, que cada vez más se cree súperman, inmune al virus.

En Alemania no anduvieron con exquisiteces y Merkel ordenó que un Antonov 225, un avión capaz de movilizar transbordadores espaciales, traiga al país en tres viajes un total de 25 millones de tapabocas producidas en China, las que deberán ser usadas obligatoriamente. Quien no las lleve puestas en la calle o medios de transporte, será multado con 150 euros (poco más de 17 mil yenes).

En Corea del Sur, a comienzos de marzo, el gobierno central compró el 80% de la producción de mascarillas de 130 fabricantes, para distribuirse a un precio rebajado que solo le permitía ganar centavos a las farmacias que, pese a ello, cumplieron su papel de distribuir las durante la crisis. Todos los ciudadanos pudieron comprar dos unidades por semana en un día designado según su año de nacimiento, sistema que fue usado también en Taiwán, donde más rápidamente se mitigó la epidemia con el mínimo de fallecimientos.

En Japón el gobierno intentó paliar en algo la crisis y se gastó una fortuna en la producción y distribución de dos máscaras de tela, reutilizables, por cada casa en Japón. Se hicieron conocidas como las "Abenomasku" (parodiando la doctrina económica seguida por el gobierno, llamada de "Abenomomics"). La medida fue ridiculizada por la propia ciudadanía, tanto porque hubo muchas denuncias de recibir un producto defectuoso y de tamaño pequeño, como por la tardanza en los envíos que se iniciaron a mediados de abril. De hecho, a mi casa aún no llegaron las dos mascarillas que me tocaron, y si las tres que envié el municipio de la ciudad. En familias de más de dos personas, se preguntaban si habría que usarlas por turnos.

China, donde se originó la pandemia a fines del año pasado, tan pronto dijo tener sobre control la crisis -y en un gesto que muchos analistas políticos han interpretado como un "lavado de imagen"-, inició una campaña de donaciones de mascarillas y equipo médico para el combate al COVID-19 en países de Latinoamérica, región en la que ya tiene gran influencia e inversiones, según un artículo aparecido en el medio alemán Deutsche Welle.

LA ESCASEZ EN JAPÓN

Probablemente usted sea de los que debió formar grandes filas frente a las farmacias, horas antes de que abrieran, para hacerse de un paquete de tres mascarillas a 500 yenes, cuando meses antes cajas conteniendo 50 unidades podrían encontrarse en cualquier lugar pagando menos de mil yenes. La misma caja se vende hoy a alrededor de tres mil. Y aún así, escasearon hasta mediados de mayo, cuando ya llevábamos conviviendo casi cuatro meses con la epidemia.



En las farmacias no faltaron los carteles instando a los clientes a crear sus propias mascarillas para hacer frente a la escasez.

Un 70% de la producción regular de máscaras proviene de las fábricas que tienen las industrias japonesas en la China. Con el inicio de la crisis sanitaria en aquel país continente, mucha de la producción no pudo llegar al Japón. La demanda por máscaras de China (el mayor productor del mundo), se vio desbordada por la aparición de países que aumentaron el volumen de sus importaciones, lo que provocó también un aumento de precios. Los gobiernos llegaban con mucho dinero y compraban en grandes volúmenes. Si normalmente una mascarilla costaba entre 5 ó 6 yenes, la demanda hizo que el precio se eleve a 10 veces más en este año.

Ello, añadido a la demanda creciente y la poca capacidad de respuesta de la industria local, generó la escasez, pese a que se elevó la producción a escala y otras firmas como Sharp o Panasonic también ingresaron a fabricarlas. La NHK informaba a fines de abril en un reportaje que "Shirohato", una empresa con sede en Nagoya, duplicó la producción de mascarillas abriendo un turno más con el ingreso de 30 funcionarios, pero que ni así fue posible satisfacer la demanda. Lo mismo en otras firmas como Iris Ohyama, Unicharm o Kowa.

Según el Ministerio de Economía, Comercio e Industria, se desconoce el nivel de demanda de mascarillas en el Japón. Para marzo el suministro de máscaras se aseguró que alcanzaría los 700 millones de piezas por mes, una cantidad mayor a los 400 millones de mascarillas producidas en febrero. Parte de esas máscaras fueron a proteger a los profesionales de la salud en los hospitales.

La escasez de mascarillas descartables se agudizó tanto que se recomendaba lavarlas. No encontrarlas a la venta tuvo como consecuencia también que muchas amas de casa decidieran confeccionarlas en casa. El resultado fue que también no hubiera máquinas de coser domésticas en las tiendas de electrodomésticos, así como tejidos y elásticos para elaborarlas.

"CULTURA DE LA MÁSCARA"

Gran parte de la prensa internacional revelaba que una de las razones por las que Japón no sufrió los embates del virus a niveles de otros países, fue debido a que su población tiene una tradición en el uso de mascarillas protectoras.

Hay parte de razón en ello. No es raro en el Japón usar mascarillas durante el invierno y hasta la primavera, en las épocas en que menudean las acostumbradas gripes y resfriados, los brotes de influenza y luego la alergia al polen. Llegar en esas épocas del año a cualquier país fuera de Asia, cubriéndose con una mascarilla, lo hacían ver a uno sospechoso. Hasta que llegó el COVID-19.

Según la Asociación de Industrias de Productos de Higiene, la utilización de mascarillas en Japón data de inicios de la Era Meiji (1868 a 1912) y fueron usadas inicialmente para protegerse del polvo. Esta misma máscara, hecha de alambre de latón, con una tela como filtro, fue usada preventivamente en 1918, para enfrentar la epidemia de la llamada "gripe española".

En los años 20, la "máscara Kotobuki" fue lanzada por la empresa Uchiyama Take Shoten y fue el primer producto con marca registrada. Para entonces fueron evolucionando en su elaboración, reemplazando la malla de metal por celuloide, terciopelo o cuero como filtro.

En 1934, cuando un tipo de influenza entró al Japón, el uso de tapabocas se hizo muy popular. Posteriormente fueron elaboradas solo con tejido sin marco o el modelo elaborado en tejido de gasa, que nació en 1950 como una alternativa a la tela. La forma de la máscara también fue cambiando gradualmente, produciéndose en 1973 un prototipo plisado no tejido en Japón, el que actualmente ahora está a la venta, con muy pocos cambios. El brote de la llamada "fiebre del heno" (rinitis alérgica, o nuestro conocido "kafunshō" 花粉症) desde la década de 1980

también promovió la propagación de máscaras en los hogares en general, además del uso convencional de la gripe. Con la llegada del nuevo milenio, aparecieron las máscaras de diseño tridimensional que se ajustan mejor a cualquier tipo de rostro.

En Japón usar mascarillas no implica ninguna molestia y muchos adoptan su uso por razones que van mucho más allá de la prevención de enfermedades.

En los jóvenes forma parte de su atuendo cotidiano y hasta de la imagen que deseen transmitir. Las chicas acostumbran llevar los tapabocas cuando no andan maquilladas, lo usan también quienes quieren ocultar su timidez, los niños en las escuelas en los turnos para servir las bandejas de almuerzo a sus compañeros; los viajeros que abordan aviones y que no quieren tener seca la garganta, las celebridades locales cuando no quieren ser reconocidas, etc.

La pandemia, entonces, llegó y cambió nuestras costumbres. La "nueva normalidad" hizo que agreguemos un ítem hasta a nuestro vestuario. Las grandes marcas de la moda como Lacoste, Fendi, Louis Vuitton o Valentino ya lo han entendido y lanzaron sus creaciones con estampados, cortes originales y accesorios de bisutería.

Lo entendió la cantante juvenil Billie Eilish cubriéndose media cara en los Grammy con una máscara Gucci, lo hacen políticos brasileños cuando van al Parlamento con mascarillas estampadas con el escudo de su estado.

Al final, la moda no es incomoda. Ni en tiempos de crisis. ■



El gobierno en una respuesta a la epidemia que la ciudadanía consideró insuficiente, decidió repartir a cada hogar del país dos mascarillas de tela. A cambio obtuvo más críticas que agradecimiento.



Con la escasez de mascarillas, muchas amas de casa resolvieron fabricar las suyas en casa. Máquinas de coser, telas y elásticos, también se echaron en falta.