



## To Flow or not to flow... esa es la cuestión

Empresas, 01/04/2011

**Flow... Bonito #palabro.**

Un concepto que bien puede asumirse como **integrar, empatizar, comprender, asumir, compartir, convivir, interiorizar...** En definitiva, hacer discurrir nuestra existencia sobre un cauce armónico que integra -nos integra- en un entorno que trata de ser amable y positivo.

Fluir se ha convertido en un **grito de guerra para quienes tratan de amoldarse al cambio**. Hemos pasado del tópico de nuevo cuño que apuntaba el archiconocido '*Be water my friend*', a un planteamiento de mayor impacto, más breve y conciso: 'Flow'.

Y 'flow' significa que debemos dejarnos llevar por esa corriente de transformación del entorno, amoldando nuestra forma de vida y de ser a dicho cambio. **Fluimos, luego nos adaptamos y existimos, en este nuevo entorno en el que nos movemos...**

Nos licuamos y pasamos a formar parte de la nueva tribu de **seres bien integrados**, que no muestran resistencia excesiva a las propuestas y que asumen las transformaciones como parte inherente en sus vidas.

Ahora bien, **cuando hablamos de comunicación publicitaria**, esta licuación vital **plantea una tesis** muy importante a la hora de proponer y asumir los roles que jugamos cada uno de nosotros... Y es que el público se ve obligado a fluir en función del son que toca el contexto social... Pero, las marcas también deben 'licuarse' y adaptarse al ritmo que exigen las demandas de sus clientes.

Y **tanta fluidez puede derivar en una pérdida de valores más que preocupante**. Dejarse llevar sin reflexionar sobre el rumbo de nuestra deriva, puede desembocar en una pérdida absoluta de identidad, y a las marcas a una pérdida de sus valores esenciales.

Marcas y personas deben tratar de fluir, sí... Pero siempre y cuando, la adaptación al cambio y la asunción de nuevos planteamientos venga precedida de una reflexión pausada, que permita discernir lo útil de lo inútil, lo importante de lo banal...

Mucho me temo que **hemos entrado en un proceso de licuación excesiva de nuestros criterios**. Hemos descubierto una manera cómoda de no entrar en conflicto, amparándonos en la excusa del fluir...

Pues bien me parece... Pero no olvidemos que **con tanto dejarnos fluir, podemos estar entrando en el juego de aquellos que tratan de 'influir'...**

Así que, no perdamos el norte. Fluyamos menos y reflexionemos más.