

LA Estrategia, DEL CAMALEÓN

La capacidad de adaptación es una herramienta esencial para dar lo mejor de uno mismo en cualquier situación.

Por *Francesc Miralles*. Ilustración de *Alberto Vázquez*



El ser humano es una de las especies más adaptables y camaleónicas del planeta, lo que explica cómo con un cuerpo frágil y poco poderoso hayamos desbancado a especies mucho mejor dotadas para la lucha por la supervivencia. ¿Qué es lo que nos ha permitido tomar peligrosamente el control del planeta y poner el resto de especies a nuestro servicio?

Las personas conservadoras o rígidas otorgan al adjetivo "camaleónico" connotaciones negativas, ya que entienden que un sujeto que se adapta rápidamente al medio tiene que ser por fuerza engañoso, inmoral, arribista...

Esta visión negativa del camaleón fue hábilmente retratada por Woody

Allen en su película *Zelig*. Su protagonista es un judío que ha logrado fama internacional gracias a su habilidad para adoptar la personalidad de cualquier individuo.

La psicoanalista interpretada por quien fuera esposa de Allen, Mía Farrow, analiza el estado mental de Zelig y descubre que padece inseguridad extrema, lo cual le empuja a camuflarse entre los demás y mimetizar sus creencias e incluso su apariencia. Cuando se halla con judíos, le crece la barba y los tirabuzones. Si se encuentra con un afroamericano, su voz y su piel cambian de inmediato. En esta fijación por gustar e integrarse, Zelig se ha perdido a sí mismo.

Para un ser humano, lo camaleónico tiene mucho que ver con la flexibilidad y la empatía. Aquel capaz de trasladarse, de forma sincera y efectiva, al universo mental del otro tiene asegurado el triunfo en cualquier ámbito, sea laboral, creativo o, incluso, sentimental.

El psicólogo Walter Riso lo explica así en su manual *El arte de ser flexible*: "Es una virtud que define un estilo de vida y permite a las personas adaptarse mejor a las presiones del medio. Una mente abierta tiene más probabilidades de generar cambios constructivos que redunden en una mejor calidad de vida y en la capacidad de afrontar situaciones difíciles. Una mentalidad rígida no solo es más propensa a sufrir todo tipo de trastornos psicológicos y emocionales, sino que además afectará negativamente al entorno en el que se mueve".

Algunos ejemplos cotidianos de adaptación positiva serían: el comercial siempre atento al *feedback* de sus clientes, con lo que adapta constantemente la presentación de los productos y su estrategia de venta según el "prueba y error" de experiencias pasadas; o la pareja que, tras un tiempo de convivencia, ha detectado qué puntos crean fricción en el otro y cuáles generan unión y complicidad, con lo que minimizan los primeros y promueven los segundos.

LA FÁBULA DE LOS RATONES

"A los elefantes les cuesta mucho adaptarse, pero las cucarachas sobreviven a todo" (Peter Drucker)

En 1998, Spencer Johnson vendió decenas de millones de libros en todo el mundo con una brevísima narración que tenía como protagonistas a dos ratones y a dos hombres encerrados en un laberinto.

Los cuatro comparten un mismo objetivo: encontrar el queso desaparecido. Un día se ponen en camino para hallarlo y dan con una fábrica repleta de queso. A diferencia de los ratones, que buscarán más fábricas de queso, los hu-

“Las soluciones que sirvieron ayer ya no sirven hoy. Hay que estar atentos a los cambios más sutiles y obrar en consecuencia”

manos fijan su residencia en este lugar y construyen una casa. Cuando se agota el queso de la fábrica, siguen esperando que alguien venga para reponer el queso, lo cual nunca sucede.

Mientras los humanos albergan la esperanza de que todo vuelva a ser como antes, los ratones ya han encontrado la fábrica de queso más grande que jamás se haya conocido.

Uno de los roedores protagonistas racionaliza así lo que ha aprendido en esta aventura de supervivencia y superación. No está de más repasar las “leyes del queso” que propone el libro de Spencer Johnson, ya que adquieren aún más sentido en el actual escenario de crisis:

- El cambio es un hecho (el queso se mueve constantemente).

- Prevé el cambio (permanece alerta a los movimientos del queso).

- Controla el cambio (huele el queso a menudo para saber cuándo empieza a enmohecerse).

- Adapta rápidamente al cambio (cuanto antes se olvida el queso viejo, antes se encuentra el nuevo queso).

- ¡Cambia! (muévete cuando se mueva el queso).

- ¡Disfruta del cambio! (saborea la aventura y disfruta del nuevo queso).

- Prepárate para cambiar rápidamente y disfrutar otra vez (el queso se mueve constantemente).

Revisitar esta fábula nos sirve para entender algo esencial en la estrategia del camaleón: las soluciones que sirvieron ayer ya no sirven para hoy. Así como el emblemático reptil chequea el entorno antes de mudar de color, hay que estar atentos a los cambios más sutiles y obrar en consecuencia.

En lugar de analizar en exceso y complicar las cosas, deberíamos seguir el ejemplo de los ratones, que cuando se movió el queso también cambiaron de sitio.

La necesidad de adaptarse es especialmente clave en el mundo empresarial de hoy. Lo que ha sucedido en Asia y en los países emergentes es muy paradigmático en este sentido. Mientras Oc-

cidente analizaba el cambio en sesudas escuelas de negocios, ellos lo estaban creando con una agilidad y capacidad de adaptación fulminante.

Como los humanos de la fábula de los ratones, nos hemos aferrado a nuestro sistema (la primera fábrica de queso) como si fuera inagotable y ahora llegamos tarde a la búsqueda de un sistema nuevo.

CONTRATE UN CAMALEÓN

“Debemos mantener un cierto compromiso con las decisiones, pero hay que ser flexible con el enfoque” (Tony Robbins)

Hay dos maneras de interactuar positivamente con el cambio. Una de ellas es, en esencia, estar atento a lo que sucede y sumarnos a la corriente. La otra, más difícil, pero también mucho más gratificante, es convertirnos en agentes del cambio.

Un ejemplo muy claro de esta actitud fue Steve Jobs, quien apostó por la calidad de su marca, Apple, en lugar de ir a rebufo de lo que hacían los demás: fabricar cada vez más barato y con peor calidad.

Al final, el tiempo le ha acabado dando la razón: los fabricantes de ordenadores económicos van de capa caída, mientras que la cultura Mac goza de una clientela fiel y creciente.

Jobs consiguió que muchos millones de almas abrazaran su concepto, porque sabía que era único, en lugar de adaptarse a corrientes poco perdurables. En una entrevista concedida a *Inc Magazine*, el fallecido fundador de la marca explicaba así su estrategia del camaleón a la inversa: “No puedes preguntarle a los consumidores qué quieren y luego pretender dárselo. En el tiempo que has estado fabricándolo, ellos querrán una cosa nueva”.

Este lema es válido para todos los frentes de nuestra vida. Hay que saber adaptarse, pero preservando aquello que nos hace únicos y aporta valor a los demás. ●

APRENDER DE LOS CAMALEONES

1. LIBROS

- ‘Steve Jobs’, de Walter Isaacson (Debate).
- ‘Felicidad flexible’, de Jenny Moix (Aguilar).
- ‘El arte de ser flexible’, de W. Riso (Planeta).
- ‘¿Quién se ha llevado mi queso?’, de Spencer Johnson (Empresa Activa).

2. PELÍCULAS

- ‘Zelig’, de Woody Allen.
- ‘Atrápame si puedes’, de Steven Spielberg.
- ‘La red social’, de David Fincher.



LA PÍLDORA DE LA FLEXIBILIDAD

“Si se sintetizara una píldora que, con solo tomarla, nos hiciese ser conscientes de que no tenemos la razón en muchos temas, de que estamos equivocados en diversos asuntos, ¿la compraríamos? Pocos valientes lo harían, porque el hecho de renunciar a nuestras justificaciones resulta extremadamente difícil. Pues bien, deberíamos. Si consiguiéramos acabar con nuestros rígidos enfoques, lograríamos flexibilizarnos y de esta forma todo tomaría otro cariz. La vida se presentaría ante nosotros como algo más sencillo, más cómodo, y la saborearíamos con mayor intensidad”.

Felicidad flexible, de Jenny Moix