



# La culpa es de la vaca

Anécdotas, parábolas, fábulas  
y reflexiones sobre  
el liderazgo

*Compiladores*

Jaime Lopera Gutiérrez y Marta Inés Bernal Trujillo

La culpa es de la vaca reúne anécdotas, fábulas y parábolas de diversa procedencia que giran en torno a un punto común: la necesidad del cambio. El mundo se ha transformado ante nuestros ojos, y debemos adaptarnos a las nuevas circunstancias con inteligencia, tolerancia, creatividad y respeto.

Estas páginas constituyen un desafío y una invitación. El propósito: que cada lector abra su mente y encuentre en los textos aquí reunidos un motivo de reflexión sobre los valores que rigen su vida diaria, tanto en el trabajo como en sus relaciones con los demás.

## PRÓLOGO

Hace un poco más de dos años tuvimos la idea de hacer una compilación de anécdotas, parábolas, fábulas y reflexiones organizacionales, como una contribución a la pedagogía de los procesos de transformación. Estábamos pensando entonces en los agentes de cambio: profesores, predicadores, asesores, conferencistas, entrenadores en ciencias del comportamiento y muchas otras personas que trabajan para tocar los corazones con mensajes de tolerancia, respeto, amor y paz. Así nació *La carta a García y otras parábolas del éxito*, como una expansión intelectual de dos personas que, por más de treinta años, se han dedicado a pensar en la forma de iluminar las mentes y los corazones de otros, para ayudarlos a conducir mejor sus vidas. Esa idea se transformó en un éxito editorial.

No estamos sorprendidos. Mucho menos después del 11 de septiembre de 2001, fecha a partir de la cual el mundo no será el mismo. La historia ha dado un giro total: la nueva realidad —Nueva Era, Era de Acuario, tiempo del genoma humano, como se la quiera llamar— ya está aquí. Nada de lo que el hombre conocía seguirá siendo igual. Todo es relativo, todo está en duda; las que fueron verdades inmutables pasaron a ser hipótesis.

Hay, entonces, una nueva manera de pensar. Pero los seres humanos, en especial los adultos, tenemos serios problemas para cambiar nuestro pensamiento. Recurrimos siempre a los mismos propósitos, llegamos a las mismas conclusiones, nos resistimos a percibir la evidencia. Las cer-

tezas se nos presentan, pero nuestra mente es capaz de hacer un argumento perfecto para probar lo contrario.

Las personas somos lo que pensamos. Por lo tanto, si queremos ayudar a los demás a ser y a comportarse de manera diferente, tenemos que ayudarlos a pensar de manera diferente. Si deseamos propiciar ambientes en los cuales la tolerancia y la cooperación sean las fuentes del sentir, del pensar y del actuar, debemos revisar el pensamiento lineal, lógico, de la corteza cerebral. Se impone el pensamiento holístico, intuitivo. De allí surgió la idea de realizar esta nueva compilación: *La culpa es de la vaca*.

¿Por qué este título? Porque solemos actuar como lo señala la historia del mismo nombre, la primera del libro: si no encontramos fácilmente un culpable de las cosas que nos pasan, somos capaces de responsabilizar a un animal, al destino, al horóscopo, a otras personas, a lo que sea, con tal de no comprometernos con el cambio.

El miedo a este compromiso es de tal magnitud que solo pensamos en el cambio como una exigencia para los demás: quien debe cambiar es mi pareja, mi jefe, el gobierno, el neoliberalismo, el establecimiento... Todo y todos, menos yo; soy perfecto y no necesito cambiar nada. El problema, cualquiera que sea, es de los demás, no mío.

Pensar, sentir y actuar en estos términos es la mejor manera de pasar por encima de los problemas, llenarse de fundamentalismos y convertirse en un *egoadicto*. Por eso nada cambia. Porque cada día cobra mayor claridad la frase del conde de Lampedusa en su novela *El gatopardo*. «Es preciso que todo cambie para que todo siga igual».

Recientes investigaciones sobre el aprendizaje coinciden en afirmar que el adulto desarrolla menos resistencia al cambio si no trabaja con el pensamiento lógico y lineal sino con el pensamiento lúdico y creativo. Otra vez el tema de los hemisferios cerebrales, la racionalidad y la intuición, los pensamientos y las imágenes, la filosofía y la poesía.

Entonces parece necesario darle al cerebro estímulos distintos a los que le hemos dado siempre, cambiarle los parámetros de funcionamiento, exigirle que use otras partes, inventar nuevos paradigmas. Por eso creemos que las imágenes que evocan las parábolas y anécdotas, el reto que plantean las alegorías, el alimento que ofrecen las buenas reflexiones, invitan a la mente a pensar distinto, a absorber otros mensajes, a llegar a conclusiones que no están a la vista de lo que llamamos razón.

La sabiduría del género humano está contenida en parábolas, anécdotas, fábulas, máximas e imágenes que *siempre* nos dejan en silencio, al abrir en nuestro interior un paréntesis que lleva a la reflexión. Ese es el sentido de los textos que aparecen en nuestro anterior libro y en este. Se trata de respuestas distintas a problemas que no fuimos capaces de resolver; de alegorías que arrojan nueva luz sobre las cosas. Mientras más personas las lean, las repitan, las transmitan, las compartan y las sientan, se afianzará con mayor fuerza una nueva manera de pensar, sentir y actuar.

\*\*\*

Todavía nos preguntan por la famosa «carta a García», considerada la madre de las narraciones gerenciales y uno de los textos modernos más difundidos en el mundo. Fue escrita el 22 de febrero de 1899 por Elbert Hubbard con el fin de estimular a los inactivos y a los pesimistas a dedicarse con entusiasmo a la acción, sin contentarse con hacer únicamente lo más fácil o aquello por lo que se les paga.

La idea brotó de los labios del hijo de Hubbard, Bert, quien durante un almuerzo, mientras comentaban la guerra de independencia de Cuba, exclamó: «Papá, el verdadero héroe de esta guerra fue el que le llevó la carta a García. Sí, porque aquel hombre, Rowan, fue quien en la hora oportuna, decisiva y culminante, llevó al general García, el jefe de los patriotas cubanos, la carta que lo conduciría al triunfo. Sin esta carta del presidente MacKinley quizás la independencia no se habría logrado».

Esta frase iluminó como un rayo la imaginación del escritor. «Sí, tienes razón, hijo. El héroe es siempre aquel que en cada momento ejecuta con precisión y entusiasmo lo que tiene que hacer. Es el que lleva la carta a García».

Hubbard corrió a su escritorio, redactó de un tirón el famoso documento y lo envió a la revista *Philistine*. Allí no le dieron mucha importancia, incluso lo publicaron sin encabezamiento ni título. Pero el mismo día y en los días siguientes empezaron a llover pedidos de aquel ejemplar de la revista. Uno pedía una docena de ejemplares; otro cincuenta, otro cien. Hasta que llegó una carta de la revista *American News* pidiendo mil ejemplares de la revista. El editor le preguntó a uno de los ayudantes qué era lo que había levantado tal polvareda y oyó con asombro la respuesta: «Ese artículo que publicamos acerca de la carta a García».

A la semana siguiente, el escritor mismo recibió un telegrama de Nueva York pidiéndole cien mil ejemplares del folleto, una cantidad asombrosa para la época. A los dos años, la «carta a García» había sido publicada en más de doscientas revistas y traducida a cuarenta idiomas. Se calcula que hasta el día de hoy se han impreso más de cuarenta millones de ejemplares. Pocos escritos han logrado un éxito tan formidable.

\*\*\*

Para ayudar al lector a sacar el máximo provecho de este libro de narraciones gerenciales y vitales, nos parece importante aclarar algunos conceptos, con la ayuda del *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia:

*Alegoría*. Ficción en virtud de la cual una cosa representa o significa una cosa diferente.

*Anécdota*. Relato breve de un hecho curioso que se hace como ilustración, ejemplo o entretenimiento.

*Fábula*. Ficción artificiosa con que se encubre o disimula una verdad. Composición que, por medio de una ficción alegórica, y de la representación y personificación de seres irracionales, inanimados o abstractos, da una señal útil o moral.

*Moraleja*. Lección o enseñanza que se deduce de un cuento, fábula, ejemplo, anécdota, etcétera.

*Parábola*. Narración de un suceso fingido del que se deduce, por comparación o semejanza, una verdad importante o una enseñanza moral.

Al desarrollar este libro nos hemos debatido entre dos opciones: la presentación escueta de los contenidos y la incorporación de reflexiones nuestras o de otras personas, para orientar la lectura hacia una idea específica. A este respecto, ha sido muy interesante la opinión de los lectores de nuestro primer libro. Muchos nos han sugerido que no demos indicaciones acerca del uso de los textos, señalando que es más útil dejar que cada uno, en su propio contexto personal y social, analice, oiga, transmita y aproveche el mensaje con plena libertad, dejando que su mente y su corazón reciban el sentido original —no prestado o sugerido—.

En esta ocasión empleamos ambas vías. Unas veces dejamos que la moraleja se muestre para completar su vitalidad. Otras, nos rehusamos a dar consejos, hacer discursos o expresar nuestras creencias, dejando que el lector encuentre por sí solo los significados y extraiga de los textos lo que le resulte pertinente. Pensamos que este será un proceso de *incorporación personal*. El valor que cada lector le dé a las siguientes narraciones es como una chispa, una luz, un fogonazo que ilumina y comunica algo nuevo.

\*\*\*

Algunas de las lecturas aquí compiladas tienen una fuente bibliográfica cierta. Sin embargo, y a diferencia de nuestro anterior libro, la mayoría son colaboraciones recibidas vía Internet. El rigor con relación a las fuentes que quisimos tener en *La carta a García y otras parábolas del éxito* se vio desdibujado esta vez por el fenómeno de la difusión en la red mundial. La propiedad de los textos a menudo se pierde en el farrago del correo electrónico, al punto que puede resultar imposible seguirles la pista. Nosotros mismos hemos visto versiones de nuestro anterior libro circulando en la red sin ninguna referencia a los autores ni a los compiladores.

Agradecemos especialmente a los consultores y amigos, a la red de los Clubes Rotarios en América Latina, Rotolatinos; a nuestras familias, alumnos y clientes por el ánimo que nos han dado para este segundo esfuerzo, convencidos de que es un trabajo colectivo en favor de un nuevo humanismo.



**JAIME LOPERA GUTIÉRREZ**  
**MARTA INÉS BERNAL TRUJILLO**

## L A CULPA ES DE LA VACA<sup>[1]</sup>

*Este texto, cuyo resumen fue publicado originalmente por el profesor Fernando Cepeda en su columna habitual de El Tiempo, es una excelente demostración de una conducta muy nuestra relacionada con la ramificación de la culpa.*

Se estaba promoviendo la exportación de artículos colombianos de cuero a Estados Unidos, y un investigador de la firma Monitor decidió entrevistar a los representantes de dos mil almacenes en Colombia. La conclusión de la encuesta fue determinante: los precios de tales productos son altos, y la calidad muy baja.

El investigador se dirigió entonces a los fabricantes para preguntarles sobre esta conclusión. Recibió esta respuesta: no es culpa nuestra; las curtiembres tienen una tarifa arancelaria de protección de quince por ciento para impedir la entrada de cueros argentinos.

A continuación, le preguntó a los propietarios de las curtiembres, y ellos contestaron: no es culpa nuestra; el problema radica en los mataderos, porque sacan cueros de mala calidad. Como la venta de carne les reporta mayores ganancias con menor esfuerzo, los cueros les importan muy poco.

Entonces el investigador, armado de toda su paciencia, se fue a un matadero. Allí le dijeron: no es culpa nuestra; el problema es que los ganaderos gastan muy poco en venenos contra las garrapatas y además marcan por todas partes a las reses para evitar que se las roben, prácticas que destruyen los cueros.

Finalmente, el investigador decidió visitar a los ganaderos. Ellos también dijeron: no es culpa nuestra; esas estúpidas vacas se restriegan contra los alambres de púas para aliviarse de las picaduras.

La conclusión del consultor extranjero fue muy simple: los productores colombianos de carteras de cuero no pueden competir en el mercado de Estados Unidos «¡porque sus vacas son estúpidas!».

## RETRATO DE UN PERSEVERANTE

La historia dice que este hombre fracasó en los negocios y cayó en bancarrota en 1831. Fue derrotado para la Legislatura de 1832. Su prometida murió en 1835. Sufrió un colapso nervioso en 1836. Fue vencido en las elecciones de 1836 y en las parlamentarias de 1843, 1846, 1848 y 1855. No tuvo éxito en su aspiración a la Vicepresidencia en 1856, y en 1858 fue derrotado en las elecciones para el Senado.

Este hombre obstinado fue Abraham Lincoln, elegido presidente de Estados Unidos en 1860.

*La lección es muy sencilla: solo se fracasa cuando se deja de intentar.*

## FIJAR METAS ALTAS<sup>[2]</sup>

Un maestro quería enseñarles una lección especial a sus alumnos, y para ello les dio la oportunidad de escoger entre tres exámenes: uno de cincuenta preguntas, uno de cuarenta y uno de treinta. A los que escogieron el de treinta les puso una «C», sin importar que hubieran contestado correctamente todas las preguntas. A los que escogieron el de cuarenta les puso una «B», aun cuando más de la mitad de las respuestas estuviera mal. Y a los que escogieron el de cincuenta les puso una «A», aunque se hubieran equivocado en casi todas.

Como los estudiantes no entendían nada, el maestro les explicó: «Queridos alumnos: permítanme decirles que yo no estaba examinando sus conocimientos, sino su voluntad de apuntar a lo alto».

*Cuando le apuntamos a lo alto, estamos más cerca de nuestros sueños que si nos conformamos con pequeños objetivos.*

## A SAMBLEA EN LA CARPINTERÍA

Hubo en la carpintería una extraña asamblea; las herramientas se reunieron para arreglar sus diferencias. El martillo fue el primero en ejercer la presidencia, pero la asamblea le notificó que debía renunciar. ¿La causa? Hacía demasiado ruido, y se pasaba el tiempo golpeando.

El martillo reconoció su culpa, pero pidió que fuera expulsado el tornillo: había que darle muchas vueltas para que sirviera de algo.

El tornillo aceptó su retiro, pero a su vez pidió la expulsión de la lija: era muy áspera en su trato y siempre tenía fricciones con los demás.

La lija estuvo de acuerdo, con la condición de que fuera expulsado el metro, pues se la pasaba midiendo a los demás, como si él fuera perfecto.

En eso entró el carpintero, se puso el delantal e inició su trabajo, utilizando alternativamente el martillo, la lija, el metro y el tornillo.

Al final, el trozo de madera se había convertido en un lindo mueble.

Cuando la carpintería quedó sola otra vez, la asamblea reanudó la deliberación. Dijo el serrucho: «Señores, ha quedado demostrado que tenemos defectos, pero el carpintero trabaja con nuestras cualidades. Eso es lo que nos hace valiosos. Así que no pensemos ya en nuestras flaquezas, y concentrémonos en nuestras virtudes». La asamblea encontró entonces que el martillo era fuerte, el tornillo unía y daba solidez, la lija limaba asperezas y el metro era preciso y exacto. Se sintieron como un equipo capaz de producir

hermosos muebles, y sus diferencias pasaron a segundo plano.

*Quando el personal de un equipo de trabajo suele buscar defectos en los demás, la situación se vuelve tensa y negativa. En cambio, al tratar con sinceridad de percibir los puntos fuertes de los demás, florecen los mejores logros. Es fácil encontrar defectos —cualquier necio puede hacerlo—, pero encontrar cualidades es una labor para los espíritus superiores que son capaces de inspirar el éxito de los demás.*