

¿QUIÉN SE HA LLEVADO MI QUESO?

SPENCER JOHNSON
Barcelona: Urano. (Col. Empresa Activa). 24ª ed. 2001
[106 páginas]

FISH!

STEPHEN C. LUNDIN; HARRY PAUL; JOHN CHRISTENSEN
Barcelona: Urano. (Col. Empresa Activa). 3ª ed. 2001
[122 páginas]

Recibido: 23 mayo 2001
Aceptado: 31 mayo 2001

Uno de los libros, en el marco de la Economía y de la Empresa, que recientemente alcanzó un mayor éxito de ventas es el titulado *¿Quién se ha llevado mi Queso?* de Spencer Johnson, editado por Urano en su colección Empresa Activa, que trata sobre dos ratones y dos liliputienses que viven en el interior de un laberinto en el que 'Alguien' los alimenta colocando el 'Queso'. Pero de pronto, esta comida desaparece y los cuatro personajes se enfrentan a la nueva situación reaccionando de distinta forma:

- *Fisgón*.- Detecta pronto el cambio.
- *Escurridizo*.- Se apresura hacia la acción.
- *Hem*.- Se resiste al cambio por temor a que conduzca a algo peor (es inmovilista).
- *Haw*.- Se adapta al cambio porque conduce a algo mejor.

Los ratones, que utilizaban su instinto, continuaron con su rutina de husmear para localizar el nuevo sitio donde pueda estar el Queso, hasta encontrarlo. En cambio, a los liliputienses, que utilizaban su cerebro, la desaparición del Queso les pilló por sorpresa y se quedan mirando para el sitio donde habitualmente estaba, despotricando por su situación y aguardando que vuelva a aparecer. Aunque el hambre los iba debilitando, *Hem* con sus viejas convicciones se niega a moverse porque no está acostumbrado; pero *Haw* empieza a buscar el Queso y, poco a poco, va encontrando en el laberinto pequeños trozos, cayendo en la cuenta de que no se puede permanecer prisionero del propio temor y que el hecho de moverse le había liberado, y escribió el siguiente mensaje: “*Cuanto más rápidamente olvides el Queso viejo, antes encontrarás el Queso nuevo.*”

El mayor inhibidor del cambio se encuentra dentro de uno mismo y siempre hay un Queso nuevo ahí fuera.

El cambio ocurre. Anticípate. Controla el cambio. Adáptate al cambio con rapidez. Cambia. Goza del cambio. Prepárate para cambiar con rapidez”.

Esta lectura que, a pesar de una mala e infantil redacción, está pasando de mano en mano entre los que ocupan puestos directivos y altos ejecutivos, encierra una lección que nada tiene que ver con los consejos acerca de estar al día, adaptarse a un cambio necesario, o a la modernización. Lo que de verdad dictamina es el deber de aceptar ser fastidiado, humillado, menospreciado, asentir siempre a lo que el jefe diga y ser capaz de soportar todas las presiones con que desee premiarte. De hecho, hay algunas importantes empresas comerciales que reclutan su personal entre trabajadores de otros comercios, a donde acuden como clientes extremadamente pesados, para comprobar su capacidad de aguante. Y todavía más común –y practicado también por grandes empresas– es seleccionar a los empleados para enviarlos a oficinas situadas en zonas diferentes a su habitual lugar de residencia, con el objeto de desarraigarlos de sus orígenes, familia y amistades, para que se dediquen al trabajo de nueve de la mañana hasta altas horas de la noche, organizándoles incluso los días festivos y la diversión en equipo; todo como una secta o 'familia-empresa'.

Esta última interpretación es el mensaje con el que el libro desea adoctrinar. Significa que es preciso lanzarse a buscar desesperadamente, donde el empresario-tirano le ha dado la gana, en cualquier momento, de colocar el Queso. En ese ejercicio de probar al contratado-cobaya, éste tiene que hacer mil piruetas y muchas más concesiones para agradar, pues el capitalismo actual nos está haciendo pasar por el aro del paro del trabajo temporal (más del 91%), de las vacaciones no disfrutadas, del horario alargado y no pagado, de la siniestralidad y del riesgo no subsanado, de la precariedad de las prestaciones con trabajo o sin trabajo, de las discriminaciones por clase, edad y género, etc.

Al menos, ya nadie cree que España vaya tan bien como piensa aún algún aznarista recalcitrante. Pero ante las decisiones tomadas por el Gobierno tras el fracaso de las conversaciones entre patronal y sindicatos, estos últimos decidieron no convocar huelga y tampoco nadie protestó demasiado alto. Puede que el aforismo de este relato pueda resumirse en que por mucho que te expriman en el trabajo (el Queso), siempre habrá unha rata dispuesta a hacerse con él.

En cuanto a los antecedentes del libro que comentamos y aunque en él no se menciona, los encontramos en la obra de Guy Claxton *Vivir y aprender* (Alianza Psicología, 1987), en concreto cuando habla sobre el bloqueo del aprendizaje, por lo que merece que le dediquemos un espacio para resumir su contenido. Vemos de nuevo aquí la comparación entre ratones y personas, donde los primeros demuestran ser más eficientes que los segundos al ser capaces de escoger el camino correcto que les ha de conducir al Queso, aunque lo cambien de posición. En cambio, el ser humano recorre el mismo camino que ha aprendido o que le han enseñado para conseguir el supuesto Queso, y por mucho que varíe su colocación no dejará su antigua ruta que le conducía a él, vanagloriándose de eso –a pesar de que ya no encuentre ningún 'premio'–, pues abandonarla significaría aceptar que se ha equivocado y “*cualquier cosa es preferible a reconocer que se ha fracasado, lo cual permitiría iniciar un camino distinto que quizás condujera al éxito*”.

No obstante, esta parábola no reflexiona acerca de los distintos significados del Queso y de sus condicionantes. Es decir, según la enseñanza suministrada por la sociedad, el individuo sabe que le será reconocida su propia competencia si logra el éxito en sus acciones o, lo que es lo mismo, el Queso, con todos sus atributos impuestos por el rol social imperante. Cuando este status se consigue, el ser humano se siente cómodo. Pero hay que tener en cuenta que, en vez de ser un bien material, el Queso puede consistir sólo en una idea, con la cual el individuo intentará también mantener su propia imagen, a la que no está dispuesto a renunciar a pesar de que los valores que la animan puedan –afortunada o desgraciadamente– no ser ya válidos.

A pesar de ser cierto que el miedo a la novedad reduce la posibilidad de aprendizaje, no tenemos que confundirlo con el rechazo comprensible ante una novedad impuesta que perjudica en cualquiera de los aspectos a quien tenga que acatarla. Tampoco se habla en el libro de 'manipulación', y la resistencia frente a ella puede ser suficiente recompensa y equivalente a cualquier Queso. Me estoy refiriendo a la rebelión frente a seguir persiguiendo la zanahoria que el jefe sostiene ante nuestros ojos, siempre a la misma distancia, para que corramos atraídos por su visión, pero sin lograr alcanzarla nunca.

Hay que añadir que, curiosamente, el libro que inicialmente comentamos incita a que el individuo se haga flexible para adaptarse a los cambios que el entorno o el jefe le impongan, pero sigue estando sujeto a quien le contrata y la correa con la que está atado se mantiene bien fuerte. Si no, fíjense en el tecnicismo que supone el diseño comercializado de una papelería que delata al empleado cada vez que éste, ineludiblemente, le golpea cuando se quiere levantar de su mesa de oficina.

Del mismo modo que constatamos unos antecedentes, también existe una continuidad. Se trata del libro de la misma editorial y de la misma colección, firmado por C. Lundin, Harry Paul y J. Christensen y titulado *Fish!* Es del estilo de su predecesor y trata sobre cómo incentivar un departamento empresarial por medio de fomentar su capacidad de motivación. La parábola que utiliza en esta ocasión se basa en la manera en la que unos pescadores gestionan su negocio en un mercado de Seattle y las reglas vuelven a ser elementales:

- El menú supone escoger tu actitud.
- Hay que divertirse con el trabajo.
- Con ello, se alegra el día a los clientes, lo que viene a contribuir a mejorar los beneficios de la empresa.
- Hay que estar totalmente presentes en el trabajo.
- El camino se convierte en recompensa y no en un camino hacia las recompensas.
- El camino hacia una vida laboral satisfactoria tiene que ser un hábito de la gente efectiva, dispuesta a todo.

Esta filosofía es recogida y aplicada con éxito por un directivo en la empresa donde trabaja, logrando subir el nivel de negocio por la vía de estimular con 'insignias de la alegría' a sus empleados, que parecen contentarse con estos símbolos de *boy-*

scout y no se quejan, ni padecen el 'síndrome del marginado-quemado', ni las puñaladas traperas, ni la rabia a causa de los 'favoritos' que treparon a sus expensas, ni otras faenas cotidianas. Y todos terminan como en un cuento, 'felices y comiendo perdices'.

MARÍA GARCÍA AÑÓN
Departamento de Sociología, Ciencia Política y de la Administración
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Santiago de Compostela