

LA INTEGRACIÓN ENTRE LA ESPIRITUALIDAD NUEVA ERA Y EL NUEVO MANAGEMENT EN ARGENTINA: AFINIDADES Y TENSIONES

María Eugenia Funes

CEIL/ CONICET - Argentina

Resumen: A pesar de su creciente impacto en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana, las prácticas y disciplinas espirituales han sido especialmente estudiadas por su incidencia en la salud, lo terapéutico y lo religioso, dejando de lado otros ámbitos relevantes como la educación, la política y la economía. La influencia de la espiritualidad en ésta última cuenta con numerosas expresiones, entre ellas la incorporación técnicas y discursos espirituales a las políticas de gestión del trabajo por parte de las empresas. En este artículo nos proponemos explorar la integración del marco interpretativo de la espiritualidad Nueva Era al management. Para ello analizaremos la puesta en escena y los discursos pronunciados durante una serie de conferencias que tienen como objetivo promover el desarrollo holístico de individuos y grupos en sus lugares de trabajo. Estas exposiciones son dictadas por empresarios y líderes de ONGs vinculados a la espiritualidad, así como por líderes de organizaciones espirituales; y se orientan a un público formado por empresarios, ejecutivos y empleados de áreas de recursos humanos de grandes empresas argentinas.

Palabras clave: Espiritualidad; Nueva Era; Management; Subjetividad Económica.

Abstract: Despite their growing impact on the different areas of social life, spiritual disciplines and practices have, mostly, only been studied for their influence in health, therapeutics and religion, leaving apart other relevant areas of influence such as education, politics and economy. Spirituality's influence in this last dimension counts with a number of expressions among which the inclusion of spiritual techniques and discourses to management is one of the most visible. The aim of this article is to analyze the performance and the discourses of a series of conferences that promote the idea that individuals can achieve holistic development in their work. The speeches are presented by businessmen and NGO leaders interested in spirituality, and spiritual organization's leaders. The public is conformed mostly by businessmen and women, and human resources' employees from big firms located in Argentina.

Keywords: Spirituality, New Age, Management, Economic Subjectivity.

Introducción

Durante los últimos años se constata una creciente presencia de prácticas y discursos espirituales en el ámbito empresarial. Mientras que algunas empresas fomentan entre sus empleados la realización de yoga o ejercicios de respiración como parte de las políticas de gestión del trabajo orientadas a mejorar los niveles de rendimiento de sus cuadros medios y altos, los especialistas en recursos humanos incluyen en su formación la especialización en disciplinas, como el coaching ontológico¹, que presentan una noción holista de la persona, se basan en las premisas del pensamiento positivo y defienden la conexión con las propias emociones en el trabajo².

Esa incorporación de prácticas y discursos espirituales al ámbito empresarial puede ser comprendida como parte de un proceso más amplio de mercantilización de las religiones y sacralización de lo secular (De la Torre & Gutiérrez Zúñiga, 2005) expresado en la conformación de mercados en los que se intercambian bienes y servicios marcados religiosamente por dinero (Algranti, 2014), así como en la creciente presencia de la religiosidad en ámbitos profanos como el trabajo y el consumo. Este doble proceso ha llevado a una actualización del interés por el problema del vínculo entre lo religioso y la construcción de la subjetividad económica, problema que se remonta a la sociología clásica.

En su análisis acerca del ascetismo protestante Weber (1979) mostró los efectos prácticos que, en un contexto histórico y cultural determinado, la religiosidad tuvo sobre la forma de concebir al trabajo y a la acumulación de dinero. Por medio de su análisis acerca de las representaciones y prácticas ligadas a la actividad económica, explicó la relación entre religiosidad y subjetividad económica de manera no determinista, sino planteando las afinidades simbólicas y prácticas que habilitaban relaciones de mutuo refuerzo. Para el caso de la ética protestante, Weber planteó que la creencia en la predestinación, combinada con otros factores históricos, llevó a la formación de un ethos económico caracterizado por el ahorro, la inversión y la ética del trabajo, como consecuencia no deseada. En la actualidad, en América Latina numerosas investigaciones acerca de la religiosidad popular se han focalizado en el problema de la influencia de lo religioso en la vida económica. Diversos investigadores coincidieron en señalar el importante papel de la sociabilidad religiosa para la difusión de valores como el emprendedurismo, la autonomía y la valoración positiva del éxito económico en un contexto de avance de la cultura neoliberal en diferentes expresiones de la religiosidad popular (Semán, 2001; Mesquita, 2007; de Souza, 2011).

En el ámbito de la espiritualidad Nueva Era los trabajos empíricos dieron cuenta de una transformación en la forma de concebir a la materialidad³. Durante las primeras décadas de difusión de prácticas, discursos y disciplinas espirituales en Occidente las personas interesadas en la espiritualidad presentaban una mirada crítica acerca de la materialidad, entendida como un límite para el crecimiento holístico de los individuos. Tal era el caso de los habitantes de las primeras comunidades alternativas del Reino Unido de la década de 1980 donde existía una fuerte tensión entre la defensa de una ética no

materialista a través de formas de intercambio directo, sin mediaciones monetarias, y las primeras comercializaciones de servicios espirituales por parte de los nacientes especialistas (Prince & Riches, 2010; Riches, 2000). A partir de la década de 1990 las disciplinas Nueva Era parecen haberse adaptado en mayor medida a las lógicas del mercado y muchas de sus premisas han sido incorporadas al ámbito empresarial⁴. Tal es así que en la actualidad existen numerosos comercios dedicados a la comercialización de todo tipo de bienes asociados al desarrollo holístico de lo individuos⁵. Asimismo, la enseñanza y práctica de disciplinas de la Nueva Era, como el yoga y el reiki, son intercambiados por dinero sin que ello resulte una contradicción para especialistas y practicantes.

A pesar este creciente proceso de mercantilización de la espiritualidad contamos con pocas investigaciones sobre este tema a nivel local⁶. En este artículo intentaremos comenzar a comprender el vínculo entre la espiritualidad y la vida económica a través del estudio de la incorporación de discursos espirituales al ámbito empresarial⁷. Para ello abordaremos el caso del Human Camp, una jornada de conferencias realizada en la Argentina y Uruguay que, de acuerdo con sus organizadores, busca la armonización de las relaciones interpersonales en las empresas por medio de la promoción del autoconocimiento, la conexión con las emociones y con la esencia de cada individuo. Ese desarrollo de los individuos es entendido como posibilidad para la obtención de mejores resultados para las organizaciones⁸.

En primer lugar describiremos los objetivos, la forma de organización, los participantes y expositores de los Human Camp líderes haciendo especial hincapié en la incorporación de discursos y figuras del mundo de la espiritualidad. En segundo lugar abordaremos los elementos de los discursos de expositores y organizadores de este evento que resultan afines al marco interpretativo de la Nueva Era: la defensa del contacto con la propia esencia, la importancia otorgada a las emociones, y una noción holista de la transformación individual y social. Por último, nos abocaremos al análisis acerca de la valoración de la materialidad por parte de los empresarios que exponen en estas conferencias.

El Human Camp Líderes

Human Camp (en adelante HC) es una organización que busca promover una mejora de las relaciones interpersonales en el ámbito del trabajo a través de encuentros en los que figuras del mundo empresarial, artístico y espiritual exponen conferencias breves en las que abordan temas como el éxito y desarrollo personal, la humanización de las relaciones laborales, la necesidad de transformaciones personales y sociales a través del relato de experiencias personales. Las charlas están orientadas a profesionales especializados en la gestión del trabajo de organismos públicos y privados, y a cuadros medios que tengan a su cargo grupos de individuos. Las conferencias se dividen en dos

tipos: Human Camp Líderes, para cuadros medios empresariales y Human Camp Vocacional, orientado a jóvenes y estudiantes en proceso de orientación vocacional, y son realizadas anualmente en las tres ciudades principales de Argentina (Buenos Aires, Córdoba y Rosario) y en la ciudad de Montevideo.

La organización no tiene fines de lucro y está formada por un directorio, compuesto por una organizadora de eventos y un publicista, y un consejo asesor formado por el presidente de una compañía farmacéutica, el CEO de una empresa de tecnología y creador de fundaciones que promueven el emprendedurismo en Argentina, una líder espiritual que lidera una organización de difusión de la espiritualidad y un filósofo especialista en la obra de Jung que dirige un programa de formación humanista.

Por su parte, los oradores que participan de las conferencias provienen del ámbito corporativo, ONGs y organizaciones espirituales, además suele haber exposiciones de personas que atravesaron situaciones traumáticas, como sobrevivientes de desastres naturales⁹. Durante sus presentaciones suelen hacer referencia a experiencias personales, haciendo especial hincapié en las emociones y criticando, en muchos casos, una tendencia al materialismo en detrimento de los vínculos entre las personas.

Además de estar presente por la presentación de conferencias por parte de monjes o líderes de movimientos espirituales, la espiritualidad suele ser una referencia central en los discursos de quienes se presentan en el HC. El relato de historias personales que apelan a la necesidad de humanizar las relaciones laborales es acompañado por la recurrente mención, por parte de los oradores, del interés por prácticas como el yoga, la meditación, las técnicas de respiración consciente y la introspección. Además, los oradores utilizan nociones propias del lenguaje de la Nueva Era y los aplican a sus diagnósticos y recetas para el mundo del trabajo: despertar, consciencia, armonía, energía, fuerza.

El HC líderes 2015 se realizó en uno de los pabellones de La Rural¹⁰, comenzó a las 14 horas y terminó cerca de las 22. La asistencia tenía un costo de 1300 pesos. Luego de travesar una entrada y realizar la acreditación en la que se recibía una bolsa de tela con publicidad de empresas, un suplemento de Economía del diario La Nación y un agua mineral de la marca Conciencia, se accedía a un salón amplio en el que sonaba música de Enya y se distribuían stands de grandes empresas de servicios y productos asociados a la salud y el bienestar, y consultoras de recursos humanos como Diagonal, Arbusta, Inspired Way. Muchas de éstas ofrecían actividades vinculadas a la búsqueda de bienestar personal o promocionaban servicios para “humanizar” el trabajo. Una empresa farmacéutica, por ejemplo, invitaba a los asistentes a caminar 10 minutos en una cinta con el lema “El primer paso para estar bien está en vos. Tomate diez minutos para estar mejor”. Diagonal, una consultora de recursos humanos, se promocionaba como “Entre el ser y el hacer. Trabajamos para generar vida laboral consciente”. Además, en un stand de la Fundación Vocación Humana¹¹ se vendían libros de espiritualidad aplicada al management como “El tallador del diamante. El buda y sus estrategias para dirigir negocios y tu vida” y “Gestiona tu karma: recoges lo que siembras tanto en los negocios como en tu vida” ambos escritos por Michel Geshe, un monje budista y empresario estadounidense.

A continuación se ingresaba a un salón oscuro con un gran escenario ocupado sólo por un atril y detrás del cual había una gran pantalla. El salón tenía capacidad para 700 personas. A pesar de haber anunciado en las redes sociales que se habían agotado las entradas, el salón contaba con lugares vacíos. Luego de que todos los participantes entraron se solicitó que apagáramos nuestros celulares para que tuviésemos “una mejor conexión con lo que estábamos viviendo” y una de las organizadoras presentó el evento, explicando que el HC es un “espacio de búsqueda y transformación personal y, luego, compartida”.

La presencia de líderes y formadores del ámbito de la espiritualidad en la comisión organizadora y de gurúes y propagadores de las terapias alternativas entre los expositores nos sugiere varios interrogantes acerca de la integración entre espiritualidad y management, ¿cuáles son las afinidades que existen entre el management y la espiritualidad en la actualidad que permiten su integración en espacios como el HC? ¿Qué hay en común entre el nuevo management y el marco interpretativo de la Nueva Era que habilita su apropiación e integración al mundo empresarial? ¿Cuál es la concepción del trabajo que presentan en la actualidad los seguidores de disciplinas y prácticas espirituales? En el próximo apartado abordaremos estas preguntas a partir de fragmentos de los oradores y organizadores de los HC realizados en Buenos Aires durante 2014 y 2015.

Las afinidades entre el management y la Nueva Era

Las exposiciones realizadas por empresarios y figuras del mundo espiritual durante los HC dan cuenta de la incorporación de formas de entender a la persona y a la realidad exterior propias del marco interpretativo de la Nueva Era (Carozzi, 2000). En este apartado abordaremos algunas de ellas. En primer lugar, los expositores y organizadores del HC presentan una noción intimista y esencialista de la persona al plantear la necesidad de que los empleados y líderes de las empresas “se conecten con su ser”. En segundo lugar, en sus exposiciones defienden la necesidad de conectarse y expresar sus emociones como condición para el mejoramiento de las relaciones interpersonales. Por último, los discursos del HC presentan una noción holista de la relación entre los individuos y la realidad que implica que las transformaciones en una de las partes replican en transformaciones en el todo.

De acuerdo con una de sus principales organizadoras el objetivo principal del HC Líderes, es promover “la conexión de las personas con su ser” e “integrar las distintas dimensiones que componen al ser humano: el cuerpo, la mente y el espíritu”. La “desconexión con el ser”, entendido como una esencia espiritual íntima e individual, es vista como uno de los principales problemas que presentan las personas en sus lugares de trabajo en la actualidad. En sus propios términos:

“Partiendo de la base de que somos seres espirituales, no tiene que ver con lo religioso, la desconexión con la búsqueda de sentido pasa mucho por esto de no estar en conexión con nuestro ser, con nuestra alma, con nuestro espíritu.”

Al igual que las disciplinas espirituales, los organizadores del HC se proponen promover la conexión de los individuos con su “esencia”. Esta noción esencialista de los individuos que entiende que cada persona cuenta con un ser íntimo y único con el cual puede conectarse por medio de procesos de autoconocimiento resulta afín a la noción de persona propia de las disciplinas de la Nueva Era. Estas se caracterizan por la idea de que los individuos tienen una esencia, un verdadero ser, que se aloja en su intimidad, a la que es posible acceder por medio de técnicas y procesos de ampliación de conciencia, que priorizan las emociones e intuiciones por encima de lo racional. La centralidad que adquiere la intimidad como lugar donde se aloja la verdadera esencia de las personas implica, en ese sentido, un proceso de sacralización¹².

Asimismo, las disciplinas espirituales definen a la esencia espiritualizada, al verdadero ser, en oposición a otras dimensiones de la persona cuya influencia es vista como negativa para los procesos de autoconocimiento. La realidad exterior y el pensamiento humano son vistos como límites para el acceso del individuo a su intimidad sacralizada. La esencia espiritual de los seres humanos se define en oposición a la mente y a los procesos racionales de pensamiento (Maluf, 2005). Como puede apreciarse en el siguiente testimonio de una de las organizadoras del HC, uno de los principales límites para el autoconocimiento son las expectativas y mandatos externos al individuo. Éstos influirían en una vida laboral “desconectada” al no permitir que los individuos identifiquen sus verdaderos intereses laborales al elegir trabajos y carreras profesionales que les son impuestas:

“Hay una ruptura entre el ser y el hacer, esa es la base. Una cosa es lo que hacemos y otra cosa es lo que somos, desconectamos nuestro ser a lo largo de nuestra vida, esto hace que no estemos en unión con lo que verdaderamente somos. Esto tiene que ver con distintos motivos pero tiene mucho que ver con la programación, desde muy chiquitos nos dicen cómo tenemos que ser, cómo nos tenemos que vestir, cómo tenemos que comer, qué tenemos que estudiar, en qué extracto social estamos, cuál es nuestro círculo de pertenencia, cuáles son las expectativas que tienen nuestros padres, nuestros amigos. Todo eso va provocando a lo largo de nuestra vida una desconexión con aquello que verdaderamente somos”.

Así, la organización del HC parte de una noción espiritualizada de la persona al proponer que los oyentes de sus conferencias se conecten con su esencia y al concebir a la realidad externa como una influencia negativa para ese proceso de autoconocimiento.

Otra de las características que los discursos del HC comparten con las disciplinas espirituales es la defensa de la conexión y expresión de las emociones como vía para el contacto con uno mismo. Las prácticas de la Nueva Era, como las terapias alternativas y los cursos de autoconocimiento, tienen como uno de sus principales objetivos la identificación y

la expresión de las emociones como condición para el contacto con la propia esencia (Carozzi, 2000).

Una de las expositoras del HC Líderes realizado en Buenos Aires en 2014 defendió la integración de las emociones al lugar de trabajo como condición para el mejoramiento de las relaciones entre las personas. Vestida con una remera blanca, un jean y una chaqueta hindú de colores fuertes, esta directora de “capital humano” de una importante empresa de comunicaciones, expuso la experiencia de un taller de duelo que “soñaron, armaron y co-crearon” en su empresa como respuesta a las numerosas muertes que tenían lugar entre los empleados. Luego de exponer testimonios de algunos de los participantes del taller por medio de voces en off, mientras de fondo una gran pantalla rezaba la frase “Listen to your heart”, esta ejecutiva relató que a partir de ese taller la empresa modificó la forma en que se comunicaba la muerte de un compañero de trabajo, integrando a la comunicación institucional recuerdos y testimonios de sus compañeros cercanos. De esta manera la comunicación integraba “los dos seres de la persona que se va: el ser formal y el ser emocional”.

La defensa de la expresión emocional en el ámbito laboral como condición para el mejoramiento de las relaciones interpersonales coincide, entonces, con la centralidad de lo emocional e intuitivo por encima de lo racional propio de las disciplinas de la Nueva Era. Sin embargo, la problematización de las emociones dentro de las empresas no sería necesariamente novedosa. En su análisis de la proliferación de la cultura terapéutica en los distintos ámbitos de la vida cotidiana de las clases medias estadounidenses, Eva Illouz (2010) abordó la incorporación del discurso terapéutico a las empresas a partir de la incorporación de psicólogos en la década de 1930 y mostró la centralidad de las emociones en el ámbito de trabajo definiendo al *capitalismo emocional* como un sistema en que la lógica económica racional se integra con la dimensión emocional “de modo tal que el afecto es convertido en aspecto esencial de la conducta económica, y la vida emocional – especialmente la de las clases medias – sigue la lógica de las relaciones y el intercambio económico” (Illouz, 2010: 83-84).

Pero, si bien las emociones habrían estado presentes en los modelos prescriptivos de los administradores y gerentes, la forma en que estas se organizaban y expresaban fue variando a lo largo del tiempo. Mientras que durante la mayor parte del Siglo XX las emociones y pasiones fueron un elemento a ser neutralizado, controlado y hasta reprimido en las empresas, durante las últimas décadas los modelos de gestión del trabajo comenzaron a promover a expresión de las emociones. “Desde la década de 1930 en adelante, casi todas las guías acerca de la administración exitosa enfatizaban el valor de la conversación positiva, la empatía, el entusiasmo, la simpatía, la energía, mientras que las guías más recientes defienden una mezcla de espiritualidad con el llamado terapéutico a disipar las ansiedades respecto al rendimiento, a cuidar de uno mismo y a abrigar pensamientos positivos acerca de uno mismo y de los demás” (Illouz, 2010:110).

Los discursos del HC comparten, entonces, algunas nociones propias del marco interpretativo de la Nueva Era. En primer lugar sus organizadores plantean que el objetivo

de la conferencia es la conexión de las personas con su ser. Esa idea esencialista de la persona resulta cara a la noción del *self sagrado* propia de las disciplinas espirituales. En segundo lugar, los expositores del HC defienden la expresión y la conexión con las emociones en el lugar de trabajo como mecanismo para el desarrollo de las personas y para la mejora de las relaciones interpersonales así como de los resultados del trabajo grupal. Finalmente, al igual que las prácticas espirituales, los discursos de organizadores y expositores del HC defienden la autonomía individual frente a los mandatos externos como medio para el autoconocimiento. Además, los discursos del HC comparten con la matriz de sentido de las disciplinas de la Nueva Era una concepción holista de las relaciones entre la intimidad individual y las relaciones sociales.

La cosmovisión de la Nueva Era se caracteriza por una concepción relacional y holística entre el individuo, la realidad social, la naturaleza y el cosmos que implica que la transformación en una de las partes provoca transformaciones en el todo (Melton, 1992). Esa relación de continuidad, proyección y manifestación entre el individuo, la realidad social y el cosmos da lugar a una concepción voluntarista del cambio dado que la búsqueda de la transformación personal se traduciría de manera directa en el cambio de la realidad exterior.

Al igual que en las disciplinas de la Nueva Era, los discursos del HC presentan una noción de causalidad holística que, partiendo de una concepción sistémica de los individuos y las organizaciones, sostiene que la transformación de una de las partes provoca transformaciones en el todo. En ese sentido, el aumento del bienestar en el trabajo es defendido como medio para el alcance de mayores niveles de rentabilidad por parte de las organizaciones. En términos de una de las organizadoras del HC:

“Cuanto mejor esté su gente mejor les va a ir a los empresarios. Las neurociencias han mostrado cómo es el cerebro de una persona que está estresada y cómo es el cerebro de una persona que está trabajando, mucho, pero bien. La creación de ambientes creativos en los que las personas trabajen bien hace que la rentabilidad aumente. Finalmente si el dueño de la empresa solo quiere la rentabilidad es inteligente que trabaje con gente que esté bien. Entonces en todos los mundos termina conviniendo, la ecuación termina conviniendo.”

Así, de acuerdo con esta perspectiva, la conexión de los individuos con su esencia y el desarrollo de ambientes donde los individuos trabajen de manera armónica replica en una mejora del rendimiento individual que replica en mayores niveles de rentabilidad para las empresas. Esta relación de causalidad es explicada por medio de una concepción sistémica que sostiene que la transformación de las partes replica, casi automáticamente, en las transformaciones del todo.

Por otra parte, los oradores del HC plantean la existencia de “cambios de paradigma” inmanentes, que trascienden las voluntades individuales. Esta concepción de que existen cambios que están teniendo lugar por fuera de la agencia humana resulta similar a la idea, propia de las disciplinas espirituales y alternativas durante las décadas de 1960 y

1970, del advenimiento de una Nueva Era que se caracterizaría por una subjetividad más libre y por una armonización de las relaciones entre las personas y entre los grupos sociales. Esta idea de que hay un cambio de paradigma que está provocando transformaciones en las organizaciones e individuos está presente en la mayoría de los discursos de expositores y organizadores del HC. Durante el HC líderes del 2015, uno de los oradores planteó:

“El mundo actual es posibilitador de nuevas formas de ser y hacer. Todos sabemos que el mundo está cambiando, eso lo sabemos. Que nosotros formamos parte de ese cambio, y que podemos actuar sobre ese cambio, tenemos alguna sospecha. Que nosotros podemos tomar como vector de nuestra vida en este mundo cambiante nuestro sentido, nuestras ganas y nuestro deseo, creo que mucho menos”.

En el mismo sentido, otra de las oradoras culminó su presentación afirmando “Imagínense si no hacemos sustentable a una empresa transformando a las personas. (...) Seamos puentes entre el ser y el hacer. Despertemos las conciencias. Estoy convencida de que los cambios de paradigma llegaron para quedarse”.

Por su parte, una de las organizadoras del HC atribuía los cambios de paradigma a un recambio generacional y a la incorporación de jóvenes a las empresas. Estos jóvenes se caracterizan por una mayor tendencia al bienestar que las generaciones anteriores, guiadas por el valor del sacrificio:

“En las empresas ya no se puede trabajar como se trabajaba antes, claramente hay un cambio generacional que está impulsando un cambio de conciencia dentro de las organizaciones. Hoy se está iniciando un ciclo nuevo (...) Se está gestando un cambio de paradigma. Eso lo podemos comprobar sólo por el crecimiento que está teniendo el HC. Como que los hechos en ese sentido hablan por sí solos”.

Los contenidos de los discursos del HC presentan, entonces, una fuerte afinidad con las nociones del marco interpretativo de la Nueva Era (Carozzi, 2000). En primer lugar, en sintonía con la sacralización de la intimidad propia de la espiritualidad, los oradores del HC sostienen que cada persona es portadora de una esencia y que el trabajo es uno de los ámbitos de la vida cotidiana que permiten que los individuos aumenten sus estados de conciencia conociéndose a sí mismos. Además, se defiende la autonomía individual frente a las imposiciones de la realidad exterior como condición para esa conexión con la intimidad. En segundo lugar, una buena parte de las exposiciones tiene como objetivo la defensa de la expresión de las emociones en el ámbito laboral. Ello resulta afín a la valoración y exaltación de la dimensión emocional, por encima de la racional, propia de las disciplinas y prácticas espirituales. Finalmente, los oradores del HC presentan una noción de la transformación individual y colectiva cercana a aquella de la Nueva Era en dos sentidos. Por un lado, plantean que los cambios a nivel individual replican en cambios a nivel institucional. En ese sentido, la mejora del bienestar de las personas en sus lugares de

trabajo es entendida como condición de posibilidad para la mejora de la rentabilidad empresarial. En segundo lugar, varios oradores plantean la existencia de cambios inmanentes a la voluntad individual que tienden a una armonización de las relaciones interpersonales y al aumento del bienestar en el ámbito laboral.

Una concepción ampliada del éxito laboral

Como indicábamos en la introducción, si durante las primeras décadas de difusión de las disciplinas espirituales en Occidente sus seguidores presentaban una relación de tensión con la materialidad, expresada en conflictos en torno al intercambio de servicios espirituales por dinero, en las últimas décadas hemos asistido a una mercantilización de la espiritualidad. Éste fenómeno se expresa en la comercialización de bienes simbólicos y culturales así como de terapias vinculadas a la espiritualidad. Asimismo, en el apartado anterior indicamos que los oradores del HC comprenden al desarrollo holístico de los individuos como condición de posibilidad para el éxito de las organizaciones. En este marco creemos que resulta pertinente preguntarnos cuál es la noción de éxito que presentan quienes se desenvuelven en el ámbito corporativo y, al mismo tiempo, se interesan por las disciplinas y prácticas de la Nueva Era.

Uno de los expositores del HC Líderes realizado en Buenos Aires en mayo de 2015, presidente y CEO de una importante empresa de tecnología, presentó una exposición titulada “Éxito empresario y negocio existencial. Empresarios de nuestra vida”. Su exposición comenzó con una historia personal en la que relataba el discurso de fin de año de uno de sus primeros jefes. Éste festejaba los logros cuantitativos de la empresa: el crecimiento de la cantidad de empleados, la apertura de plantas en todo el país y el incremento de las ganancias. Sin embargo, relató, había terminado su discurso llorando haciendo alusión a todo lo que había “sacrificado” para lograr esos objetivos: su vida personal, su salud y su bienestar. A continuación el orador agregó:

“Si yo entiendo que el trabajo es sacrificio, lo opuesto al trabajo es el no trabajo. Escapamos del sacrificio, entonces intentamos trabajar menos horas por día, menos días por semana, jugar más al golf (...) algo distinto sería pasarla bien mientras trabajamos¹³.”

La exposición continuó con una propuesta para trabajar de manera diferente, entendiendo al trabajo como una actividad placentera en lugar de un sacrificio, como había mostrado con la historia sobre su jefe. Al modelo de trabajo sacrificado, en el que se resigna el bienestar familiar y colectivo a favor de la obtención de ganancias, este orador proponía desarrollar el “negocio existencial”, caracterizado por la preocupación por “la parte soft” del éxito empresario: la familia y la salud de los empleados así como el medio social y ambiental que rodea a la empresa. En este caso, nuevamente, el cuidado de los

individuos que componen una organización era planteado como condición de posibilidad para la armonía grupal y para el éxito de la organización:

“Los malos empresarios de su vida hipertrofian una dimensión de su vida, la laboral y profesional, en detrimento de las relaciones personales y las actividades de tiempo libre. Nosotros no podemos desarrollar de manera hipertrófica la variable capital humano de una empresa sin tener en cuenta un desarrollo armónico de la planificación comercial, financiera, etc.”

La apropiación de nociones propias de la espiritualidad por parte de los expositores del HC presenta, entonces, una tensión con una concepción restringida del éxito individual que sólo lo defina por medio de la ganancia de dinero. En los términos de este orador, ser “empresario de uno mismo” significa que lograr ser exitoso laboralmente no involucra únicamente ascender en la jerarquía laboral y salarial, sino hacerlo sin dejar de lado la vida personal y afectiva. Al mismo tiempo, este discurso hace un fuerte énfasis en modificar la forma en que los individuos perciben al trabajo, pasando de un modelo en el que prima el esfuerzo a uno en que prevalece el bienestar.

Al igual que en el caso de las emociones, la preocupación por la generación de un clima de mayor desenvolvimiento ha caracterizado a la gestión del trabajo de los cuadros medios y altos empresariales durante las últimas décadas. Siguiendo a Boltanski y Chiapello (2002) a partir de la década de 1990 la gestión empresarial desarrolló un discurso que plantea la posibilidad de que el lugar de trabajo sea un espacio de liberación para los individuos y pone discursivamente en primer lugar nociones como la de crecimiento y desarrollo personal de sus cuadros. Mientras tanto, a nivel organizacional la orientación por proyectos reemplazó la línea de órdenes jerárquica y burocrática, proponiendo una disolución de la autoridad. Es en ese contexto donde surgen las figuras del *coach*, cuadros medios especializados en la promoción del autoconocimiento y del descubrimiento de las propias capacidades por parte de los empleados, y del *líder*, encargado de promover sentimientos de pertenencia e implicancia por parte de los *colaboradores*, término que reemplaza al de empleado, dando a su trabajo un sentido que excede lo material y busca su involucramiento desde lo personal y lo emocional. La inclusión de las emociones en el lugar de trabajo forma entonces parte de esta trama de sentido que propone a los trabajadores de cargos medios y altos la posibilidad de sentirse realizados en su vida laboral¹⁴.

Así, el caso del HC nos muestra que, si bien la incorporación de discursos propios del ámbito de la espiritualidad que hacen hincapié en el crecimiento personal por medio del contacto con la propia esencia no entran en conflicto con la búsqueda de rentabilidad por parte de las empresas, al mismo tiempo una noción espiritualizada del trabajo puede entrar en tensión con una noción del éxito laboral reducida al mero éxito económico. En sintonía con los modos de gestión del trabajo propios de las últimas décadas, los oradores del HC

defienden una concepción de éxito que incluye lo material pero lo excede, apelando a un modelo de trabajo que no descuide los vínculos afectivos y el bienestar individual.

A modo de conclusión

En este artículo hemos explorado la incorporación de nociones y discursos espirituales a la gestión del trabajo. Para ello, analizamos los contenidos y la puesta en escena de los discursos pronunciados durante una serie de conferencias sobre management orientadas a cuadros medios y altos empresariales.

En primer lugar, identificamos las afinidades entre esos discursos y el marco interpretativo de la Nueva Era (2000). Al igual que las disciplinas espirituales, los oradores del HC parten de la premisa de que cada persona es portadora de una esencia cuya conexión resulta en un proceso de crecimiento espiritual. En ese sentido, el ámbito laboral es exaltado como un espacio de la vida cotidiana en el que las personas pueden conectarse consigo mismas. Esta noción esencializada de los individuos resulta cercana a la idea de self sagrado, característica de las disciplinas y prácticas espirituales. Asimismo, la defensa de una necesidad de conexión con la intimidad involucra una exaltación de la autonomía individual frente a las imposiciones de la realidad exterior y de las emociones por encima de la razón. En ese sentido, varios discursos defendían la expresión de las emociones en el trabajo como condición para la armonización de las relaciones interpersonales y del aumento del bienestar individual. Finalmente hemos indicado que los discursos del HC presentan una noción holista y sistémica de las relaciones entre los individuos y las organizaciones, que implica que la transformación de ellas se traduce en transformaciones en el todo. En ese sentido, se resalta el hecho de que la armonización de los individuos por medio de una conexión consigo mismos replica en mejores resultados para las empresas. Asimismo, los oradores del HC plantean la existencia de cambios en la humanidad que trascienden la voluntad individual y que tienen consecuencias en la forma en que se trabaja.

En segundo lugar, hemos abordado la noción de éxito que plantean los discursos del HC. Por un lado, la noción holista y sistémica acerca de las relaciones entre lo individual y lo institucional implica que las transformaciones de las partes replican automáticamente en transformaciones del todo. En ese sentido, el éxito económico corporativo es visto como el resultado de una mejora del bienestar individual de los empleados. Así, si durante la proliferación de las disciplinas y prácticas espirituales la obtención de dinero era vista como un límite para el desarrollo holístico de las personas, en la actualidad la integración de discursos espirituales al ámbito corporativo no critica al éxito económico sino que lo comprende como un posible indicador del desarrollo de las personas. Sin embargo, el éxito económico sí es criticado como fin en sí mismo al sugerirse un modelo de éxito personal que no descuide las relaciones personales y el

bienestar individual. En ese sentido, al modelo de trabajo basado en el esfuerzo y el sacrificio se opone uno en el que prime el comfort y en el que no se descuiden otras dimensiones de la vida cotidiana.

Esta incorporación de discursos espirituales al ámbito corporativo forma parte de un proceso más amplio de mercantilización de la espiritualidad, dado por el intercambio de bienes y servicios espirituales por dinero, y de espiritualización de la vida económica, dado por una creciente influencia de las formas espiritualizadas de entender al mundo en la concepción del trabajo, el dinero y el éxito económico. El trabajo es entendido como un ámbito de la vida cotidiana en el que las personas pueden conectarse con su esencia y el éxito económico es valorado positivamente como un indicador del crecimiento personal. Si el análisis de Weber acerca de la influencia la religión protestante en la formación de una subjetividad económica caracterizada por la valoración del sacrificio y del ahorro, la exploración de la presencia de sensibilidades influenciadas por la espiritualidad en el ámbito corporativo actual nos acerca a un modelo de trabajo caracterizado por la búsqueda de bienestar y de realización personal. Ese modelo resulta cercano al “Nuevo Espíritu del Capitalismo” descrito por Boltanski y Chiapello (2002). En ese sentido, la incorporación del discurso espiritual al ámbito empresarial refuerza la noción del management que fomenta la idea de que el trabajo puede ser un ámbito de crecimiento personal y de desarrollo de la creatividad, pero, al mismo tiempo, al basarse en una noción esencialista de las personas, permite sacralizar al ámbito laboral como un espacio de la vida cotidiana en el que es posible conectarse con la propia esencia. Finalmente, la incorporación de la espiritualidad como parte del discurso del management resulta afín al éxito de las empresas, entendido como el resultado de un apropiado desarrollo de los individuos que la componen.

Referencias

Algranti, A. (2014). Introducción. En Joaquín Algranti (dir.). *La industria del creer. Sociología de las mercancías religiosas*. Buenos Aires: Biblos.

Boltanski, L. y Chiapello, E. (2012). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.

Bordes, M. (2009) Entre el Arte de Curar y la Profesionalización. Aportes para el estudio de la práctica médica alternativa o Nueva Era a partir de las Trayectorias Socio-Ocupacionales de Especialistas. *Revista de Antropología Experimental*, 9, 55-73.

Cahn, P. (2011). *Direct sales and direct faith in Latin America*. New York: Palgrave Macmillan.

Carini, C. E. (2009) La Estructuración Ritual del Cuerpo, la Experiencia y la Intersubjetividad en la Práctica del Budismo Zen Argentino. *Religião e Sociedade*, 29(1), 62-94.

Carozzi, M. J. (1999) “Nova Era: a autonomia como religião”. En: Carozzi, María Julia (1999) *A nova era no Mercosul*. Rio de Janeiro, Editora Vozes, pp. 149-190.

Carozzi, M. J. (2000) Nueva Era y terapias alternativas. Construyendo significados en el discurso y la interacción. Buenos Aires, Ediciones de la UCA.

Carrone, N. y Funes, M. E. (2014). El boom espiritual. Estrategias de diversificación y de utilidad en el campo de la espiritualidad alternativa: El Arte de Vivir y la editorial Deva's. En Algranti, J. (dir.). *La industria del creer. Sociología de las mercancías religiosas*. Buenos Aires: Biblos, 135-158.

De la Torre, R. & Gutiérrez Zúñiga, C. (2005). La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de las mercancías simbólicas. *Desacatos*, 18, 53-70.

De Souza, R. A. (2011). O empreendedorismo pentecostal no Brasil. *Ciências Sociais e Religião*, 13(15), 13-34.

Esquivel, Marilina (25 de enero de 2015) Roberto Olivero: “La revolución no es trabajar menos, es pasarla bien”. Diario La Nación, Economía.

Frigerio, Alejandro (2013) “Lógicas y límites de la apropiación new age: dónde se detiene el sincretismo”. En: De La Torre, R; Gutiérrez Zúñiga, C; Juárez Huet, N. (2013)

Variaciones y apropiaciones latinoamericanas del new age. México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-El Colegio de Jalisco.

Gutiérrez Zúñiga, C. (2005). *Congregaciones del éxito: interpretación socio-religiosa de las redes de Mercadeo en Guadalajara*. México: El Colegio de Jalisco-Universidad de Guadalajara.

Illouz, E. (2007) *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz.

Illouz, E. (2010) *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Buenos Aires, Katz.

Lewis, James & Melton, Gordon (1992) *Perspectives on the New Age*. Albany, State of New York Press, pp. 30-47.

Luci, Florencia (2012) El management como gramática: la producción de los dirigentes de empresas. En: *Ciencias sociales*, 315-136, pp. 171-183.

Maluf, S. (2005). Criação de Si e Reinvenção do Mundo: Pessoa e cosmologia nas Novas Culturas Espirituais no Sul do Brasil. *Antropologia em Primeira Mão*, 81, 4-34.

Melton, J. G. (1992). New Thought and the New Age. En Lewis, J. & Melton, G. *Perspectives on the New Age*. Albany: State of New York Press.

Mesquita, W. A. B. (2007). Correndo atras da prosperidade: trabalho e empreendedorismo nos fiéis pentecostais. *Ciencias Sociais e Religiao*, 9(9), 195-215.

Neiman, Guillermo y Quaranta, Germán (2006) Los Estudios de caso en la investigación sociológica. En: Vasilachis de Gialdino (coord.). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Buenos Aires: Gedisa, 213-238.

Prince, Ruth & Riches, David (2000). *The new age in Glastonbury. The construction of religious movements*. Oxford, Berghahn Books.

Puglisi, R. (2009). La Meditación en la luz Sai Baba como performance ritual: acceso corpóreo experimental a Dios. *Religiao e Sociedade*, 29(1), 30-61.

Riches, David (2000) The holistic person: or the ideology of egalitarianism. *Royal Anthropological Institute*, 6, 669-685.

Semán, P. (2001). La recepción popular de la teología de la prosperidad. *Scripta Ethnológica*, 23, 145-162.

Semán, P. (2005). ¿Por qué no?: el matrimonio entre espiritualidad y confort. Del mundo evangélico a los bestsellers. *Revista Desacatos*, 18, 71-86.

Semán, P. & Battaglia, A. (2012). De la industria cultural a la religión. Nuevas formas y caminos para el sacerdocio. *Civitas*, 12(3), 439-452.

Semán, P. & Viotti, N. (2015). El paraíso está dentro de nosotros. La espiritualidad de la Nueva Era, ayer y hoy. *Nueva Sociedad*, 260, 81-94.

Szlechter, Diego & Luci, Florencia (2014) *Sociología del management en la Argentina. Una mirada crítica sobre los actores, los discursos y las prácticas en las grandes empresas del país*. Buenos Aires, Edicon.

Vázquez Massini, Marisa (2015) *La gestión del cariño*. Buenos Aires, Antropofagia.

Weber, M. (1979). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.

Notas

¹ El coaching es una disciplina orientada al desarrollo del potencial de las personas en su trabajo. Por medio de modificaciones cognoscitivas, emocionales y conductuales promueve el aumento del rendimiento de las personas y el mejoramiento de los vínculos en los equipos laborales. Entre los distintos tipos de coaching cabe mencionar el “coaching ontológico” que plantea la posibilidad de transformar a las personas en su esencia a través de la revisión del lenguaje con el cual abordan la realidad. En sintonía con la cosmovisión de la Nueva Era, se considera que una modificación de los términos lingüísticos por medio de los cuales se describe la realidad puede cambiar la percepción subjetiva y, por lo tanto, la misma realidad, dando lugar a procesos de desarrollo individual y a relaciones más armónicas entre las personas. En los últimos años ha crecido exponencialmente la oferta de cursos de formación en esta disciplina en Buenos Aires.

² La inclusión de disciplinas, prácticas y discursos espirituales puede comprenderse en el marco de un proceso de transformación de los modos de gestión del trabajo en las grandes empresas que tuvo lugar a partir de la década de 1970. Boltanski y Chiapello (2002) caracterizaron a los discursos del “nuevo espíritu del capitalismo” por la defensa de la creatividad, la recreatividad y la flexibilidad como los pilares que guiarían al trabajo luego de las transformaciones estructurales del capitalismo de la década de 1970. Esos discursos incorporaban las reivindicaciones de autenticidad y libertad, las denuncias antijerárquicas de los movimientos contraculturales de las décadas de 1960 y 1970, así como las aspiraciones de autonomía de los asalariados jerárquicos. Para un análisis acerca de la incorporación de estos discursos y prácticas manageriales por parte de los empresarios argentinos ver Luci (2012) y la reciente compilación de Szlechter & Luci (2014).

³ En este artículo utilizaremos el concepto de religiosidad Nueva Era para hacer referencia a un conjunto de prácticas, discursos y disciplinas espirituales que sostienen una concepción holista de la persona, caracterizada por una subjetividad divina, y defienden la idea de que la transformación personal lograda por medio del autoconocimiento es la vía para la transformación colectiva. El concepto Nueva Era suele resultar polémico frente al sentido común por el hecho de que, luego de la década de 1980, adquirió una connotación estigmatizante y peyorativa. Sin embargo, sus definiciones académicas resultan útiles para referir a un conjunto de prácticas y creencias que comparten una misma cosmovisión del ser humano y de su relación con

la sociedad, la naturaleza y el cosmos. A partir del análisis de datos empíricos muchos investigadores describieron la existencia de redes de grupos e instituciones dentro de los cuales circulaban sujetos que compartían una misma matriz de sentido (Melton & Lewis, 1992; Amaral, 1999; Carozzi, 2000; Frigerio, 2013).

⁴ Gutiérrez Zuñiga (2005) y Cahn (2011) han analizado la incorporación de lógicas religiosas al ámbito empresarial mexicano. Ambos investigadores dieron cuenta del desarrollo de una valoración positiva del éxito económico así como de un aumento del compromiso de los empleados a partir de la incorporación de dinámicas propias de la religiosidad new age como el pensamiento positivo y la visualización de objetivos.

⁵ Tal es el caso, en la Argentina, de Deva's, una empresa abocada a la comercialización de bienes culturales orientados al desarrollo holístico de los individuos, y de la editorial Kier que desde principios del Siglo XX se especializa en la venta de libros sobre esoterismo y terapias alternativas. Para más información ver Carrone y Funes (2014).

⁶ En Argentina distintas disciplinas, prácticas y discursos espirituales han sido estudiados por su carácter terapéutico (Saizar, 2009; Bordes, 2009) y desde el punto de vista de la antropología del cuerpo (Puglisi, 2009; Carini, 2009). Asimismo, se han realizado investigaciones sobre el desarrollo de una industria cultural de libros, música, programas de televisión y radio que integran espiritualidad y autoayuda, y de productos y figuras mediáticas alternativos (Semán, 2005; Semán & Battaglia, 2012).

⁷ El foco de nuestro análisis en los contenidos y la puesta en escena de los discursos de organizadores y oradores del HC implica dejar de lado otras dimensiones como la apropiación de esos discursos en el lugar de trabajo, las representaciones del público acerca de las conferencias que también resultarían interesantes para la comprensión de la relación entre espiritualidad y economía. La extensión de este trabajo, no obstante, nos ha llevado a abordar de manera exploratoria la dimensión discursiva del HC.

⁸ Los datos utilizados en el presente artículo han sido recolectados por medio de observaciones participantes en tres jornadas de conferencias y entrevistas en profundidad a los organizadores del evento. Estos datos serán analizados por medio de la metodología del estudio de caso (Neinman y Quaranta, 2006) que nos permitirá abordar el evento en profundidad y, al mismo tiempo, comprenderlo como parte de un fenómeno más amplio: el del crecimiento y la difusión de la espiritualidad en los distintos ámbitos de la vida cotidiana, especialmente en los sectores medios y altos de la sociedad argentina, definida por Semán y Viotti como “la nueva era de la Nueva Era” (2015: 88).

⁹ En 2014 las exposiciones estuvieron a cargo de Geshe, un monje budista y empresario estadounidense, el filósofo argentino Alejandro Rozitchner, la directora de General Motors argentina, el dueño de la empresa Café Martínez, el CEO de una empresa de tecnología y creador de fundaciones que promueven el emprendedurismo, un músico y ex empresario, la gerente de desarrollo organizacional del Grupo Telecom, el CEO y fundador de Mercadolibre, y Moira Lowe, directora de la Universidad Espiritual Mundial. En 2015 se presentaron el Director General de Natura, la Directora de Capital Humano de Farmacity, el Gerente General de Iké Asistencia, el CEO de Datastar Argentina. Expusieron, además, una sobreviviente del tsunami de Tailandia, una doctora en filosofía y profesora del IAE, un estudiante africano becado de la UCA, y un neuropsiquiatra.

¹⁰ Construida a fines del Siglo XIX por la Sociedad Rural Argentina, en la actualidad “La Rural” es un predio donde se realizan exposiciones ubicada en el barrio porteño de Palermo.

¹¹ La Fundación Vocación Humana fue creada en el año 2000 por el Dr. Bernardo Nante, un filósofo especialista en religiones orientales y en la obra de Jung. La Fundación se ubica en el barrio de Palermo y ofrece cursos y actividades orientadas al crecimiento holístico de las personas.

¹² Siguiendo a Carozzi (1999) la idea de la intimidad sagrada puede expresarse con un vocabulario religioso, energético, natural o terapéutico. La conexión con esa interioridad es condición de la evolución espiritual, la armonía con la energía universal, la salud personal y el equilibrio natural. Entre las vías de acceso a esa interioridad se prioriza lo natural, lo femenino, la intuición, las culturas orientales, la magia, lo inconsciente, el cuerpo, la intuición, la sensibilidad en oposición a la civilización, lo masculino, la razón, lo occidental, la ciencia, lo consciente, la mente, el pensamiento, la voluntad (Carozzi, 1999: 15-17). Las técnicas, saberes y productos propios de la Nueva Era (yoga, tai chi, chi kung, meditación, biodanza, piedras energéticas, libros, revistas, etc.) privilegian esos elementos como condición para el auto-conocimiento, la armonización y la búsqueda de bienestar.

¹³ El 15 de enero de 2015 la sección de economía del diario La Nación publicó una entrevista a este empresario titulada “La revolución no es trabajar menos, es pasarla bien” donde afirmaba: “La confianza y la emocionalidad son claves. No sos dueño de la gente porque le pagás. El sueldo está en el tercer o cuarto nivel de interés de la gente que quiere participar de tu equipo de trabajo. Interesa el plan de carrera, cómo participar, compartir una estrategia y la búsqueda de cierto clima laboral” (Esquivel, 2015).

¹⁴ Para un abordaje etnográfico de los procesos de enseñanza y aprendizaje del liderazgo flexible en una escuela de negocios en Argentina ver Vázquez Massini (2015).