



Si bien todavía no suena mucho en España, en Estados Unidos, Hispanoamérica y en varios países europeos, el florecimiento humano, un concepto que va más allá del tan cacareado *mindfulness*, aplicado a la empresa está revolucionando la manera en la que se hacen negocios. Universidades prestigiosas como Harvard, Berkeley o Princeton reflexionan sobre esta disciplina que bebe de la noción de *eudaimonía* de Aristóteles quien ya se preguntó en el siglo IV a. C. cómo puede florecer el ser humano.

La universidad de Harvard, donde trabaja Matthew T. Lee, director de investigación empírica en Human Flourishing, ha generado un índice para medirlo. “El objetivo es ver cómo podemos prosperar como especie y cómo podemos ser más empáticos. Esta disciplina multidisciplinar cuenta con expertos en áreas tan dispares como la economía, filosofía, sociología, psicología o las matemáticas. Los parámetros que se calculan son: felicidad y satisfacción; sentido y objetivo de la existencia; carácter y virtud; relaciones sociales; salud física y emocional y estabilidad financiera; a veces, se evalúa el impacto de la religión o la espiritualidad”, nos explica T. Lee.

Pero cuando todas estas variables se traducen a un índice, cuando los talleres de *human flourishing* aplicados a la productividad se multiplican, es lógico desconfiar. ¿Si medimos bienestar o satisfacción y traducimos estos y otros parámetros a un índice, no existe acaso el riesgo de convertirnos en máquinas de la felicidad al servicio de la industria? “Una de las razones por las que me interesa hablar de florecimiento humano es por ese vértigo al que aludes: la felicidad como concepto atrae el fraude y la charlatanería. La corriente del *positive thinking* puede ser perniciosa; no basta con pensar que uno puede ser feliz. El florecimiento humano va más allá de lo individual, tiene en cuenta el medioambiente, la sociedad en su conjunto...”, explica Enrique Tamés, director de Proyectos de Florecimiento humano del Tecnológico de Monterrey. Es decir, el florecimiento humano es la respuesta a la *happyeracia*, la dictadura de la felicidad que el madrileño Edgar Cabanas, doctor en Psicología, y la socióloga franco-israelí Eva Illouz denunciaron en el ensayo *Happyeracia: cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas* (Paidós), un éxito de ventas traducido a once idiomas.

Peter Greer, autor del libro *Entrepreneurship for Human Flourishing* (Emprendimiento para el florecimiento humano, en inglés), aboga por pensar en los emprendedores y empresarios



EL SISTEMA BUURTZORG

Formado por equipos independientes de unas doce enfermeras, sin directivos ni jefes, este sistema domiciliario se basa en la intimidad y el afecto: en la primera cita, la enfermera comparte un té con el paciente y lo visita cuando enferma. Suele estar presente en su lecho de muerte.

como agentes de cambio, como visionarios capaces de erradicar la pobreza, siempre que lo hagan en consonancia con valores como los que defiende el florecimiento humano, quienes no los aplican, asegura Greer, fracasan moral y económicamente como le ocurrió al titán energético Enron. “Cuando escuchamos la expresión ‘profesiones que brindan ayuda’, pensamos en maestras o enfermeras, ¿qué impide a un empresario entender que él o ella también tienen esa capacidad? Una empresa puede ser una fuente de bienestar; todo depende del grado de conciencia con el que opere.

Todos podríamos aprender del sistema de enfermería holandés Buurtzorg, por ejemplo”, argumenta T. Lee. En el ensayo *Reinventar las organizaciones* (ed. Arpa), Laloux traza una hoja de ruta para la metamorfosis y demuestra que a más bienestar, mejores resultados. Uno de los modelos a los que alude es el citado sistema de enfermería holandés, Buurtzorg. “En los años 80, el gobierno burocratizó y deshumanizó la enfermería al imponerle principios de la economía de escala. Los pacientes y las trabajadoras padecieron con el cambio y una empleada creó Buurtzorg”, cuenta T. Lee. “La clave está en pasar el foco de lo individual a lo colectivo, el secreto está en querer que los empleados tengan una vida plena y en que la empresa tenga un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad”, remacha T. Lee. Es decir, se necesitan líderes cuya motivación no sea el poder, el ego o el dinero personal, sino el servicio a la comunidad. Es el movimiento conocido como ‘Capitalismo consciente’, un sistema económico de rostro humano promovido por Raj Sisodia, el profesor indio que aboga por empresas donde prime el cuidado y la empatía, y que ha demostrado que dichas empresas son más rentables, crecen más rápido, tienen clientes más fieles y empleados más comprometidos y no gastan tanto dinero en publicidad.

Talleres, cursos, retiros..., varios profesionales ofrecen formación en *mindfulness* y auto-compasión para conseguir unos fines parecidos a los que defiende el florecimiento humano; Apple, Google, Nike o Ebay ya los han implementado. “La autoexigencia nos genera estrés y ansiedad; imparto un curso donde aprendemos a ser conscientes del dolor, a cambiar nuestro discurso interno, a liberar con gestos y ejercicios de visualización más oxitocina –conocida como la hormona del amor– y opiáceos, y reducir los niveles de cortisol”, concluye Vicky Lahiguera, directora de VL Mindfulness y Yoga, que ha ofrecido sus cursos a empresas como Ogilvy, PepsiCo o Adecco. 