

## **Nuevas disciplinas para el conocimiento: Neuroeconomía, Neuropolítica y Neuromarketing**

### **Neuroeconomía**

Recientemente (1.12.09) en Esade el **Club Industrias Culturales ESADE Alumni** organizó una jornada sobre neuroeconomía, a cargo de [Jordi Peña-Casanova](#), del Grupo de Neurología de la Conducta y Demencias del Instituto Municipal de Investigación Médica.

¿Cómo se crean nuestras conductas? ¿Cuál es la importancia de la cultura? ¿Qué papel juegan los valores? Estas fueron algunas de las cuestiones que se planteó [Jordi Peña-Casanova](#) en su presentación.

La conducta humana se fundamenta en la integración neurobiológica de factores de naturaleza sociocultural, y expresa un continuado proceso de evaluación y toma de decisiones (neuroeconomía) en el cual las emociones, la empatía y los valores juegan un papel preponderante.

El representante del [Grupo de Neurología de la Conducta del Instituto Municipal de Investigación Médica](#) introdujo dos conceptos fundamentales dentro de la neuroeconomía: la empatía y la teoría de la mente. La primera, supone la experiencia de entender las emociones y los sentimientos de los demás, por lo que "resulta clave y no debe confundirse con otros fenómenos. Por su parte, la teoría de la mente se refiere a atribuir estados mentales al otro y emerge a partir de los cuatro años de edad.

La neuroeconomía cobra forma partiendo de la suma de la economía del comportamiento y la neurociencia destacó Peña. Su objetivo pasa por estudiar las bases nerviosas que intervienen en la toma de decisiones. Con esta definición como telón de fondo, y especificando que "pretende darnos modelos de selección y decisión", Jordi Peña-Casanova introdujo el concepto de los valores, los cuales, como explicó, "se relacionan directa e indirectamente a la supervivencia".

Todo ello sin olvidar la figura de la recompensa, que considera "fundamental" y que "no se define por los aspectos físicos de los objetos, sino por las reacciones que produce en una conducta".