

Fase: 1

Código: 0070-16 **Estado:** Vigente

Título: Posibles implicaciones éticas de los alcances de la Neuroestética

Vigencia del 01-Enero-2017 **al** 31-Diciembre-2018

Tipo de Disciplina: Disciplinario

Subprograma: Investigación

Resumen:

En la disciplina de la Neuroestetica sobresalen, tanto el pensamiento del neurólogo Samir Zeki (1994) como el biólogo Ramanacham (2007) quienes figuran como padres de la nueva ciencia abocada a estudiar ¿Cómo percibimos la belleza? y por ende la bondad así como sensaciones afines. Ambos científicos proponen que el cerebro considera la belleza desde varias reglas básicas que se mantienen más allá de la epigénesis desarrollada por los cambios culturales entre los individuos. Estas consideraciones sobre los principios universales biosociales que identifica el cerebro con la belleza, tienen alcances inimaginables.

No referiremos en este proyecto a las implicaciones éticas del poder que conlleva esta ciencia como instrumento de manejo de masas o moldeo humano consciente. Lo que conlleva al tema ético directamente.

Las consideraciones entre la ética y los instrumentos que insiden en el cerebro y en la percepción son parte fundamental del debate actual. La belleza y el embelezo son temas muy sensibles para las ciencias ya que han sido considerados por lo general unicamente desde la teoría critica o de la filosofía de la cultura. Consideramos que es el momento de mencionar el grado de insidencia que tienen los laboratorios cognitivos para modificar los recuerdos y simular los estados emocionales que nos llevan al goce estético y así reproducirlos en los cerebros, tanto para mencionar los resultados que se obtienen a partir de los intrumentos construidos desde la neuroestética, como para la ciencia del mercadeo en la actualidad.

Justificación:

A partir de la investigación realizada, donde observamos los alcances y los aportes de la Neuroestética en campos tan sensibles como el de la teoría de la percepción humana, el manejo de las emociones, las tendencias de mercado y el consumo y la valoración de la experiencia estética para valorar la realidad etc, nos ha sido evidente, que los aportes de la Neuroestética tocan de lleno la arquitectura moral de los seres humanos de diversas formas. Tanto en el aspecto filosófico como en el plano ideológico y social.

¿Hasta donde darle libertad a su incidencia como práctica si con su manejo podemos influir en la percepción humana y en sus gustos o tendencias? El caso del Neuromarketing con sus técnicas de EGG, fMRI, EYE Tracking, Ritmo Cardíaco, Respuesta galvánica de la piel ect, evidencia esta posibilidad de predicción en el diseño humano y es por eso que consideramos que la Escuela de Filosofía se vería muy enriquecida con tan importante temática, que abarca disciplinas tan diferentes como la estética, la social, la ética y la cognitiva entre otras.

Marco Teórico:

Los estudios neurocognitivos más recientes constatan como la construcción de la realidad es alimentada por sistemas relacionales entre los procesos de pensamiento y percepción, primarios y secundarios, que dan lugar a la aparición de la intuición o chispa creadora originaria del arte y de lo bello.

Por lo anterior, abarcaremos el tema de la creación de lo bello como una realidad distinta, terciaria y gestada entre los dos hemisferios del cerebro, ilustrada por las imágenes capturadas del cerebro como referencias hechas de materia científica en los laboratorios: a lo que llamaremos la neuroimagería actual hecha sobre seres humanos sanos. Es por

esto que el abordaje teórico de la presente investigación será producto del pensamiento hermenéutico alrededor del tema heurístico, tanto como de las bases que Antonio Damasio (2006) establece en su obra al concebir una idea de cerebro-cuerpo, enunciado en El error de Descartes, con la tesis de que la mente piensa con el cuerpo.

Pareciera que la búsqueda más humana, ya que la apreciación y producción de la belleza y el arte es atributo exclusivo de los humanos, es la que trata de localizar en un sitio o locus, primero el alma y luego los procesos mentales, entre estos, donde sucede la creación de la belleza.

El locus donde surge la visión o percepción del arte y la belleza es tema desde la antigüedad hasta nuestros días, y ha pasado de ser ubicado en el timus, cerca de la región del corazón, a diferentes partes en el cerebro.

Por lo que consideramos que los objetos no son intrínsecamente bellos, como objetos independientes y concluyentes, sino que es la idea mental de nuestro cerebro el que le otorga la característica de bello. Idea o imagen mental que se construye a partir de varias leyes expuestas desde la neuroestética por Ramachandarm y Samir Seki ambos connotados investigadores considerados en la actualidad padres de la Neuroestética.

Observaremos como estas leyes mantienen una relación directa con las definiciones que hiciera Aristóteles en su Metafísica cf L.I 980^a-993^a Un ejemplo de esto que mencionamos se presenta en el tema de la universalidad del arte:

El arte comienza, cuando de un gran número de nociones suministradas por la experiencia, se forma una sola concepción general que se aplica a todos los casos semejantes. Aristóteles. Metafísica L.I 980^a-

Es importante anotar también, que si retomamos el origen de la palabra bello, belleza, nos encontramos con que comparte raíz con la palabra bueno (contracción de benulus diminutivo de bonus) lo que nos arroja una luz sobre la inminencia del antiguo binomio platónico sobre la belleza moral. Pareciera que esta definición no ha cambiado y si bien antes se especulada en la historia de las religiones desde la axiología, hoy en día se prueba su permanencia en los laboratorios. El carácter bondadoso de lo bello es inminente y su misión es clara: la supervivencia.

Es Erick Kandel el pionero de la teoría de la mente, quien menciona, desde la neuroestética, la necesidad de liberar al cuerpo y en especial al cerebro, de ser el topos donde ocurren las valoraciones humanas. Según el, es en las células donde ocurre el resultado de estas valoraciones y es allí donde se puede ver su incidencia en el comportamiento humano. Por lo que si buscamos un lugar para el ego, este se encuentra en la corteza prefrontal como medio decodificador del movimiento celular. Punto de vista que también comparte Antonio Damasio.

Afirmaciones que concuerdan con las prácticas actuales del abordaje al tema de la belleza. Lo bello ni se encuentra en el mundo exterior dividido por categorías racionales, morales, intelectivas ni en el mundo interior del cerebro en un sitio o locus concreto.

Se trata de una realidad vivida como resultado de la inte racción celular Bioquímica y eléctrica y esta, cuando ocurre, puede ser vista y medida en los laboratorios.

Los nuevos aportes de la neuroestética evidencian la actividad cerebral por medio de imagenes y scanners y su relación con los estados emocionales y el cuerpo humano en tanto sistema integrado de redes neutrales conectadas a un topos o lugar de experiencia sensible.

Esta actividad cerebral se basa en sistemas de socialización y comunicación que son recordadas a partir de experiencias acumuladas y dan lugar a valores como la belleza, la dulzura, la armonía o bien, todo lo contrario, la fealdad, la desmesura, la precariedad, y hasta la enfermedad.. Los instrumentos de medición por medio de imágenes y scanners nos introducen en un mundo donde queda afuera la especulación filosófica para darle paso a los conjuntos de reglas ya probadas en laboratorio.

La suma de estas reglas surgidas a partir de los estudios neuroestéticos están cambiando la manera de abordar el mercado y el consumo humano.

Los mercadologos más que nunca como ahora, saben como hacer para propiciar x estados emocionales y como condicionar las posibles necesidades emuladas por satisfacer.

El campo de acción y los alcances de la neuroestética es inmenso y apenas hoy conocemos sus primeras implicaciones. Las neuronas espejo son un ejemplo de lo anterior así como la tendencia a la simetría como ejemplo de la existente economía cerebral. Tres teóricos importantes serán mencionados en el presente trabajo:

1 Aristoteles (300ac) sienta las bases con su definición de que el arte se da a partir de un gran numero de nociones suministradas por la experiencia y de la cual formamos una sola concepción general que se aplica a todos los casos semejantes Metafísica (L1980a)

2 Antonio Damasio a quien ya mencionamos redefine la idea bipolar de la mente y el cuerpo al decir que la imagen de nuestro cuerpo debe coincidir con el hecho de que la mente piensa con el cuerpo y no separada de este.

3 Semir Seki en La Visión Interior: Arte y Cerebro (2006) afirma que se ve con la corteza visual en forma de grupos reunificados y orientados a la simetría, la ambigüedad, la unidad y el contraste entre otras leyes generales.

Es a partir de este marco conceptual que realizaremos la investigación.

Objetivo General:

Proponer las implicaciones éticas de los alcances de la neuroestética para evidenciar su importancia en la actualidad.

Objetivo Específico	Indicadores de Logro	Actividades
Investigar análisis éticos realizados al instrumental utilizado en la Neuroestética como parte de las Ciencias cognitivas.	Primera etapa de la investigación. Resumen de la información encontrada, análisis y redacción preliminar de la primera sección.	Investigar el contenido de la primera sección. Escritura de los resultados. Desde 02-JAN-17, Hasta 03-JUL-17, Responsable Dorelia Barahona Riera
Interpretar de manera crítica la información obtenida en torno a las implicaciones éticas de la Neuroestética en general.	Culminación de la segunda etapa de la investigación. Selección de la información. Redacción de la segunda sección.	Elaborar la escritura de la segunda sección. Desde 04-JUL-17, Hasta 22-DEC-17, Responsable Dorelia Barahona
Proponer a partir de los hallazgos, implicaciones éticas en varias áreas del quehacer humano donde inside la Neuroestética en la actualidad: Mercadeo y Publicidad Diseño Humano Neuropolítica	Recolección de la información y redacción preliminar de la tercera sección y las conclusiones	Escritura preliminar de la tercera sección. Conclusiones Desde 02-JAN-18, Hasta 31-DEC-18, Responsable Dorelia Barahona

Metodología:

La metodología será propia de la investigación bibliográfica. Con ella se busca como fuente primaria el consultar, estudiar e interpretar las principales fuentes de información referentes al tema, con el fin de elaborar una propuesta filosófica, en concordancia con los objetivos planteados en el Proyecto de Investigación.

El campo de la neuroestética tiene dos vertientes; la teórica escrita en documentos y la visual, como resultados de las propias imágenes usadas en su práctica, por lo que se incluirán las imágenes de la actividad cerebral como registro informativo del material con el que trabaja la Neuroestética.

Los dos registros se mantendrán en los tres grandes ejes de la investigación.

El primero: De manera introductoria. Las implicaciones éticas en las ciencias cognitivas ya que la Neuroestetica es parte de este grupo. El segundo: Las implicaciones éticas en la Neuroestética como disciplina en particular.

El tercero: Las implicaciones éticas dentro de las tres subáreas de la neuroestetica, como lo son el neuromarketing, como nueva ciencia del mercadeo, las redes y las tendencias de consumo y el diseño humano.

Aportó una fotografía ilustrativa en un documento adjunto en este proyecto.

Estrategia de Comunicación:

Los resultados del presente trabajo de Investigación serán comunicados cada fin de semestre al Consejo Académico de la Escuela de Filosofía. Dicha comunicación consistirá en un reporte escrito y parcial del grado de avance, el cual será presentado en su totalidad una vez concluido el trabajo. Aunado a lo anterior se propondrá la realización de una actividad abierta a la comunidad universitaria a modo de conferencia o mesa redonda al final de la investigación para compartir y divulgar el resultado de la investigación.

Mecanismo de Autoevaluación:

El avance del proyecto será evaluado semestralmente siguiendo los lineamientos que establece la normativa universitaria para este tipo de actividades. En este caso se realizaran dos conversatorios .

Productos Esperados:

Artículo en revista (sin sello editorial)

Bibliografía:

Bibliografía:

Abbagnano, Nicola (1985) Diccionario de Filosofía. Cuarta Edición. DF, México: Fondo de Cultura.

Grimson, A. (2000). Interculturalidad y comunicación. Colombia: Grupo Editorial Norma.

Nancy, Jean Luc (1992) La Filosofía del cuerpo. En su obra Corpus. Madrid, España: Arena.

Sloterdijk, Peter (2000) Normas para el parque humano. Madrid. España: Siruela,

Vásques Roca, Adolfo (2012). Ontología del Cuerpo y Estética de la Enfermedad en Jean-Luc Nancy; de la Téchne de los cuerpos a la apostasía de los órganos. Universidad Andrés Bello. Universidad Complutense de Madrid. España: EIKASIA

ZEKI, S. (1995) Una visión del cerebro. Barcelona, España: Ariel.

Referencias Virtuales:

Barros, R. (2006). La marca y el deseo. Buenos Aires: Del Nuevo Extremo. Ética y Neurociencias. Recuperado de: [http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/archivo/4c5c43cdc22d93neurociencias119.pdf] ()

Braidot, N. (2011). Biomedición del impacto publicitario. Revista electrónica Mercado, Editorial Coyuntura S.A. Recuperado de: [http://www.mercado.com.ar/nota.php?id=368114] ()

Ferrer, A. (2009). Neuromarketing, la tangibilización de las emociones. [Tesis doctoral de la Universitat Abat Oliba CEU] Recuperado de http://hdl.handle.net/2072/39460 ()

Ferrés, J. (2009). Las pantallas, entre la razón y la emoción. Cuadernos de pedagogía, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. Recuperado de: http://ascun.moodle.com.co/file.php/1/Ferres_Joan_-_Las_pantallas_entre_la_razon_y_la_emocion.pdf

López, B. (s.f.). Marketing y emociones. Esic, Business & Marketing School. Centro Adcristo a la Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado de: [http://www.escp-eap. http://www.escp-] ()

Ramos, M. (2007). La emoción como valor estratégico de la marca. De la inteligencia emocional al diseño Kansei. Telos, Cuaderno de Comunicación e Innovación. Recuperado de: [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@idarticulo=2&rev=71.htm] ()

Real Academia Española. (2010) Diccionario de la Lengua Española. Recuperado de: [http://www.rae.es] ()

ADELA CORTINA, (enero-junio, 2010) Neuroética: ¿Las bases cerebrales de una ética universal con relevancia política? Revista de Filosofía Moral y Política No 42
Neuroethics: the brain's foundations for politically relevant ethics?
Universidad de Valencia

Emilio García García, Emilio (Fecha) Neuropsicología del comportamiento moral. Recuperado de: http://eprints.ucm.es/24847/1/Neuropsicolog%C3%ADa%20del%20comportamiento%20moral.pdf

Observaciones:

Se escribirán dos artículos. Uno por año. Estos dos textos se incluirán como material de docencia para la profesora Barahona.

Se ira completando la bibliografía y la información visual, esta se irá integrando conforme se avance en la investigación.

Lista de Grupos Meta:

Profesionales en servicio: académicos(docentes)

Lista de Destinatarios:

Universidad Nacional (UNA)

Unidad Ejecutora Titular:

ESCUELA DE FILOSOFIA.

Áreas y Sectores asociados al proyecto:

Área Estratégica de Conocimiento

Humanismo, arte y cultura

Sub-Área Estratégica de Conocimiento

Filosofía, ética y espiritualidad

Área de la Ciencia

Ciencias sociales

Sub-Área de la Ciencia

Comunicaciones y medios

Sector de Aplicación

Estructuras y relaciones sociales (educación, humanidades, economía)

Característica

Proyecto

Región Nacional

TODO EL PAIS

Participantes

Identificación: 105260202.

Nombre: DORELIA MARIA BARAHONA RIERA. Interno. **Responsable**

Grado Académico: MAESTRIA.

Condición: ACADEMICO.

Unidad Ejecutora: ESCUELA DE FILOSOFIA.

Desde: 01-Enero-2017. **Hasta:** 31-Diciembre-2018.

H.P presupuesto UNA: 10. **H.P presupuesto del proyecto:** 0.

Horas Ad Honoren: 0.

Justificación del presupuesto:

El presupuesto corresponde a un cuarto de tiempo, de categoría 89, por la vigencia del proyecto.