

ENTREVISTA A OSCAR Y A MAXIMILIANO MALFITANO CAYUELA

NEUROCIENCIAS APLICADAS A LAS CIENCIAS ECONÓMICAS

EN EL MARCO DE LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL GRUADO REALIZADA DESDE EL 11 AL 15 DE JUNIO EN NUESTRA FCE, FUE QUE SE LLEVÓ A CABO UNA CONFERENCIA DE LA QUE PARTICIPARON, ENTRE OTROS, MAXIMILIANO Y OSCAR MALFITANO CAYUELA. AMBOS FUERON ENTREVISTADOS POR ECONO PARA AMPLIAR SU VISIÓN ACERCA DE LAS NEUROCIENCIAS APLICADAS A LAS CIENCIAS ECONÓMICAS.



Maximiliano y Oscar Malfitano Cayuela.

¿Cómo define a la Neurociencia y de qué manera es aplicada a las Ciencias Económicas?

Oscar: En el año 1996 presentamos por primera vez el tema, en ese momento, todos los libros decían que había que captar la mente de un cliente y mantener una relación en el tiempo, pero nadie decía cómo hacerlo. Fue por eso que en el Congreso de SLADE en Mar del Plata, presenté *Econoia* que, a partir de un cambio consonante, explica cómo funciona el cerebro, introduciendo así nuevos puntos de vista desde la Administración.

Luego dirigí, coordiné y escribí en coautoría junto a un equipo interdisciplinario (Medicina, Psicopedagogía y Administración), el primer libro a nivel mundial del tema *Neuromarketing*. Había que dar sentido a muchos significantes que llevábamos en nuestro interior y así lo hicimos, siendo los primeros en definirlo como una filosofía metodológica que integra ciencias, disciplinas y técnicas recreadas de las neurociencias, el pensamiento sistémico, las inteligencias múltiples y los modelos mentales aplicados al marketing; en ese momento me desarrollaba como Subsecretario de Medios de Comunicación en la Provincia de Buenos Aires, actividad que desempeñé durante casi ocho años.

En ese sentido, ¿Qué importancia tiene la neurociencia en el marketing?

Oscar: En el proceso de satisfacción de necesidades, el foco o centro de atención es el ser humano, por más que el cerebro sea el que decida la acción a realizar, el humano es quien percibe, a través de los sentidos, y crea una realidad con patrones de comportamiento únicos y diferentes para cada persona.

Gracias a la evolución de la tecnología conocemos cada vez mejor el funcionamiento del cerebro, su génesis y evolución y, gracias a ello, comprendemos mejor sus formas de pensar o actuar, pudiendo así satisfacer en forma sustentable y sostenible, las relaciones de valor en el tiempo.

La contratapa de nuestro libro dice: “La humanidad seguirá avanzando con la revolución del conocimiento, y nosotros a través del *Neuromarketing*, deseamos recrear y mejorar la confianza perdida entre los clientes”.

Cuando escribimos acerca del cerebro y las diferentes interrelaciones, lo hacemos con el propósito de desarrollar personas, organizaciones o comunidades más sensibles, más inteligentes, más responsables y más empáticas; no lo hacemos para vender más sino para relacionarnos mejor y para lograrlo, es que hemos desarrollado la metodología PNV (Pensamiento Neuro Vincular) y el método CODARA (Claridad, Opuestos, Desapego, Atracción, Resonancia, Armonía) que contribuyen a ello.

En el libro usted habla sobre utilizar el instinto primitivo para sobrevivir en esta época de cambios caóticos y sobre interpretar el caos, al enfrentarlo con emociones positivas. ¿Podría ampliarnos esta idea?

Oscar: El cerebro es un equipo; su función primitiva se relaciona con la supervivencia, el cerebro límbico con la emoción y la corteza con la razón. La velocidad del cambio tecnológico supera su velocidad de adaptación respecto a los cambios continuos y caóticos, confundiéndolo en su conjunto: todo es nuevo y complejo. Para tomar decisiones en ese contexto, al igual que antes, el cerebro primitivo es el que nos hará sobrevivir.

No hay emociones buenas o malas, este interpreta las percepciones y las transforma en emociones que se expresan a través de los sentimientos (gestos, rubor, etc.). Una actitud emocional positiva es la clave de las interrelaciones socio ambientales.

¿Cómo es y qué competencias tiene el administrador del presente y cómo vislumbra los cambios a futuro?

Oscar: Tenemos ceguera de competencias porque en general, no conocemos cuáles son los talentos, competencias, habilidades, dones o inteligencias adecuadas, y es allí en dónde primero debemos hacer foco: en determinar cuáles son para luego utilizarlos y/o desarrollarlos, es decir, tenemos que conocer las aptitudes o idoneidades para lograr un buen desempeño.

Sobre este punto en particular, hemos escrito en coautoría varios libros como: “Nace el nuevo *manager*”, sobre Neurociencias Aplicadas en Ciencias Económicas y Educativas, Neuroestrategia, Neurocomunicación, Neuroecología, Neuroadministración, Neuroliderazgo y Neuroética, y también contamos con muchas publicaciones en el blog “Alta Gerencia Internacional”.

¿Qué nos puede comentar sobre las nuevas formas de comunicación y los valores meméticos de la sociedad en relación a la Neurocomunicación?

Maximiliano: La comunicación efectiva se basa en el modelo más primitivo de estímulo-respuesta, en donde el emisor envía un mensaje al receptor para generar algún tipo de reacción. Pero a ese modelo, se le agregan nuevos avances de la ciencia que hoy conocemos como Neurocomunicación.

Robert Matters menciona que la palabra escrita provoca cambios en los músculos, los órganos corporales, los estados mentales, emocionales y espirituales de nuestra vida. En este sentido, se evidencia que la comunicación “impacta o pega” directamente en las emociones, por ejemplo: con la música. Hay estudios de distintas universidades que explican por qué “se nos pegan” las canciones en la cabeza y por qué al ver una imagen de un artista musical terminamos repitiendo casi automáticamente una de sus canciones.

Las investigaciones de Neurocomunicación se utilizan también en la publicidad, con el fin de lograr un puente emocionalmente efectivo o lograr vínculos emotivos y positivos duraderos. Estas aplicaciones

son también válidas para contextualizar los ambientes comerciales. Respecto a la memética, es una forma de entender la evolución cultural. El estudio se realiza mediante una comparación metafórica entre los memes y los genes. Los memes son la unidad mínima de información de la transmisión y conservación cultural de la especie humana: si lo establecemos como una hipótesis de contenido basado en una analogía de la evolución de las especies de *Charles Darwin*.

Como dijimos, hay estudios que se basan en un modelo de comunicación primitiva y a él se le incorporan estos nuevos modismos, pudiendo así destacar y afirmar, que cuando comunicamos no sólo tenemos que darle valor o importancia a la palabra escrita o a la palabra oral. También se debe tener en cuenta la comunicación no verbal que es aún mucho más importante, ya que muchas veces un gesto o una postura dice mucho más que mil palabras.

¿Cómo inciden estos cambios de paradigma en la educación y en el espacio áulico?

Oscar: Te invito a que veas en *YouTube* el video de 1988 de *Isaac Asimov* “previendo el impacto de Internet”, allí encontrarás muy buenas respuestas.

Considero que la Neurociencia debería ser una materia que se dé desde la escuela primaria y para ello, es que estamos trabajando, construyendo y ocupando los espacios que el sistema educativo debería recrear.

¿Cómo es su relación con nuestra Facultad, qué nos puede decir sobre su participación en la semana del Graduado?

Oscar: Todos mis estudios los realicé en la Educación Pública, tanto en la Escuela Primaria “Benito Quinquela Martín” de La Boca, hasta en la Universidad de Buenos Aires. Es por eso que mi compromiso es devolverle al sistema lo que me dio, soy inconformista y disruptivo y, desde hace más de 30 años, participo en las actividades de actualización y capacitación a las que me invitan, donde pueda expresar mis pensamientos sobre los temas de mi especialidad. Mi relación con vuestra casa de estudios viene desde esa época y agradezco siempre que me tengan en consideración y renueven la confianza para expresar mis saberes. Los apellidos: Alonso, Barcos, Zufriategui, Galán, Denda, Plano, Carrasquera, Tetaz y ahora Abdala, no me son indiferentes, forman parte de mi vida profesional. ■

Por: María Amanda Plano y Santiago Manuel Barcos.