

Neuromarketing, lúdica y cerebro: educar desde el asombro y la emoción

**Entrevista con el Docente investigador
CARLOS ALBERTO JIMÉNEZ VÉLEZ**



Para esta edición conversamos con el docente e investigador, reconocido por su valioso aporte al campo educativo mediante la implementación de la lúdica como herramienta para el aprendizaje significativo. Egresado de la Universidad Tecnológica de Pereira, donde se formó como Tecnólogo Químico (1977), Licenciado en Áreas Técnicas (1979) y Magíster en Comunicación Educativa (1990).

Su trayectoria en el campo de la investigación educativa lo ha llevado a participar en destacados escenarios académicos, como el Encuentro entre Innovadores e Investigadores en Educación en Santafé de Bogotá —convocado por el Convenio Andrés Bello, Colciencias, el Ministerio de Educación Nacional, el ICFES y la FES—, así como en el Tercer Encuentro Nacional de Pedagogías Constructivistas, Pedagogías Activas y Desarrollo Humano, realizado en Manizales. Ex Profesor de la Universidad Libre – Seccional Pereira. Profesor de la facultad de Administración de Empresas (Neuroemprendimiento – Negociación)



y Economía. Ha sido asesor de los proyectos pedagógicos de varias universidades del país e invitado como conferencista en varios encuentros internacionales.

Este Pereirano fue miembro del grupo de Neurociencias de Risaralda (Facultad de Medicina UTP). investigador y escritor de procesos pedagógicos alternativos alrededor del Neuromarketing, la Lúdica, el juego, la Neuropedagogía, la Creatividad, las Inteligencias Múltiples, las competencias y el desarrollo humano es autor de 26 libros varias obras reconocidas, entre ellas Taller Cotidiano, ganadora del Concurso de Innovaciones Educativas del Departamento de Risaralda (1993); Juego y cultura, distinguida en el Concurso de la Colección de Escritores de Risaralda (1994); La lúdica como experiencia cultural, publicada por Editorial Magisterio; y Fantasías y Risas, galardonada en el Concurso de la Colección de Escritores Pereiranos, volumen 12 (1995).

La lúdica como estrategia pedagógica

S.P.P.E. ¿Qué entiende usted por “lúdica” en el contexto educativo?

C.A.J.V. La lúdica como experiencia cultural es una dimensión transversal que atraviesa toda la vida; no son prácticas, no son actividades, no es una ciencia, ni una disciplina, ni mucho menos una nueva moda, sino que es un proceso inherente al desarrollo humano en toda su dimensionalidad psíquica, social, cultural, biológica y axiológica. Desde esta perspectiva, la lúdica está ligada a la cotidianidad, en especial a la búsqueda del sentido de la vida y a la creatividad humana.

Asimismo, debemos resaltar que los procesos lúdicos, como experiencias culturales son una serie de actitudes y de predisposiciones que fundamentan toda la corporalidad humana. Podríamos afirmar que son procesos mentales, biológicos



La lúdica como estrategia pedagógica.

y espirituales que actúan como transversales fundamentales en el desarrollo humano. Por otra parte, estos procesos son productores de múltiples cascadas de moléculas de la emoción, que invaden toda nuestra corporalidad, produciendo una serie de afectaciones cuando interactuamos espontáneamente con el otro, en cualquier tipo de actividad cotidiana que implique actividades simbólicas e imaginarias como el juego, la chanza, el sentido del humor, la escritura, el arte, el descanso, la estética, el baile, el amor, el afecto, las ensoñaciones, la palabrería. Inclusive, todos aquellos actos cotidianos como “mirar vitrinas”, “pararse en las esquinas”, “sentarse en una banca” son también lúdicos.

Es necesario aclarar al respecto que lo que tienen en común estas prácticas culturales, es que en la mayoría de los casos actúan sin más recompensa que la gratitud y la felicidad que producen dichos eventos. Es en este sentido que la mayoría de los juegos son lúdicos, pero la lúdica no sólo se reduce al juego. Las experiencias culturales ligadas a la lúdica, a nivel biológico,

son las que producen mayor secreción a nivel cerebral de sustancias endógenas como las endorfinas, la dopamina y la serotonina. Estas moléculas mensajeras según las neurociencias, se encuentran estrechamente asociadas con el placer, el goce, la felicidad, la euforia, la creatividad, que son procesos fundamentales en la búsqueda del sentido de la vida por parte del ser humano.

S.P.P.E. ¿Por qué considera que la lúdica es una herramienta clave en los procesos de enseñanza-aprendizaje?

C.A.J.V. La lúdica: el puente entre posibilidad y libertad La lúdica es una experiencia cultural que trasciende actividades específicas o modas pasajeras. Es un proceso esencial del desarrollo humano en sus dimensiones psíquica, social, cultural y biológica, ligado a la creatividad y al sentido de la vida cotidiana.

Lúdica como proceso humano integral Más que juegos, la lúdica implica actitudes y predisposiciones que atraviesan nuestra corporalidad y

mente. Actividades como el arte, el humor, el amor, el baile, e incluso actos simples como “mirar vitrinas” o “sentarse en una banca”, generan emociones profundas sin buscar otra recompensa que la gratitud y la felicidad.

El impacto biológico de la lúdica La lúdica estimula la producción de endorfinas, dopamina y serotonina, moléculas asociadas al placer, la felicidad y la creatividad. Estas sustancias son fundamentales en la búsqueda del sentido de la vida y el bienestar humano.

Un cambio de perspectiva Ampliar nuestra comprensión de la lúdica permite transformar nuestra manera de mirar el mundo, integrando el aprendizaje y el disfrute en una experiencia natural y placentera. La lúdica es mucho más que juego; es una herramienta para conectar con nuestra esencia y disfrutar del viaje de la vida.

S.P.P.E. A lo largo de su carrera, ¿qué experiencias han sido publicadas y han marcado profundamente su visión pedagógica?

C.A.J.V. Mis experiencias pedagógicas han sido publicadas por la secretaría pública de México, la Universidad Autónoma de México, la Editorial PORrúa y por el proyecto internacional Pedagogía 3000 de la Antropóloga francesa Noemi Paymal.

Además de ser director académico y realizador del primer congreso internacional de Neuropedagogía Lúdica realizado en el 2012 en la Universidad Nacional de Colombia.

Experiencia en el aula

S.P.P.E. ¿Podría compartir alguna experiencia significativa donde la lúdica haya transformado el aprendizaje de sus estudiantes?

C.A.J.V. Bichos Lúdicos el término “bichos lúdicos” no es un concepto

técnico formal, sino una metáfora o expresión utilizada para describir la naturaleza creativa, curiosa e instintiva del ser humano cuando se entrega al juego y a la lúdica. <https://www.youtube.com/watch?v=3xDVON1FyNU>

A continuación, se detallan los puntos clave de su pensamiento relacionados con esta idea:

La Lúdica como Dimensión Humana: la lúdica no es simplemente jugar o realizar actividades recreativas. Es una dimensión transversal de la vida que atraviesa el desarrollo biológico, psíquico y social del ser humano.

Neuropedagogía Lúdica: Sugieren que el cerebro humano está “cableado” para el placer y el asombro. Los “bichos lúdicos” representarían esa pulsión interna que busca el sentido de la vida a través de la creatividad y el goce.

Búsqueda del Sentido: El acto lúdico permite al individuo conectarse con su cotidianidad de forma placentera, transformando la realidad a través de la imaginación.

Por lo tanto, la metáfora “bichos lúdicos” describe la curiosidad y capacidad creativa inherentes al ser humano, impulsándonos a explorar y transformar la realidad a través del juego. Bajo la neuropedagogía lúdica, esta noción resalta el desarrollo emocional y la necesidad biológica de jugar durante toda la vida.

Producción académica e investigación

S.P.P.E. ¿Cuáles han sido sus principales aportes teóricos o publicaciones en este campo?

C.A.J.V. Mis últimos libros: El neuromarketing y el consumidor: como herramienta de análisis emergente de la Neuroeconomía, pretende explicar como el cerebro humano se encuentra implicado en los diferentes usos

y consumos del ser humano, bien sea para maximizar ganancias en forma lógica, racional, o también, por placer impulsivo, producto de todas las emociones que invaden el cerebro humano, y toda la corporalidad. En este libro, conocerás todo lo que necesitas saber para mejorar tus ventas físicas o en línea.

Cerebros digitales la mente humana un poder infinito: En este libro, conocerás todas las teorías cerebrales sobre el cerebro humano, estrategias lúdicas y diagnósticos de estilos de pensamiento a partir de las teorías del cerebro total. En este sentido, es importante conocer como los nativos digitales procesan multitareas (5 o más), mientras que los adultos solo dos.

También, prefieren los gráficos y las imágenes en 3D, en vez de textos y lo más fascinante es que escanean los textos (arriba y abajo) y no como nosotros lo hacemos de izquierda a derecha. Lo anterior es fundamental para comprender qué es la Neuroeducación.



carlosalbertojimenez.com

MIS LIBROS EN LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO BOGOTÁ

MÁS INFORMACIÓN

Libros del Autor disponibles en forma física

Diálogo con mi cerebro: Profundiza y explora cómo la comprensión del funcionamiento cerebral puede transformar los procesos de aprendizaje y desarrollo humano.

A continuación, se presenta una lista detallada de sus obras más destacadas:

Lúdica y pedagogía

- La inteligencia lúdica: juego y neuropedagogía en tiempos de transformación: Analiza cómo el juego trasciende el aula para convertirse en un saber esencial del desarrollo armónico.
- Pedagogía de la creatividad y de la lúdica: emociones, inteligencia y habilidades secretas: Una reflexión sobre las teorías de la creatividad y su relación con las emociones y el juego.
- Recreación, lúdica y juego: Neurociencia, pedagogía para el siglo XXI: Explora las bases neurocientíficas que sustentan las prácticas lúdicas modernas.
- La lúdica como experiencia cultural: Publicado por la Editorial Magisterio, examina el papel de lo lúdico en la construcción de cultura.
- Lúdica, cuerpo y creatividad.
- Juego y cultura: Obra galardonada en el concurso de la Colección de Escritores de Risaralda en 1994.

Neurociencia y Neuropedagogía

- Neuropedagogía lúdica y competencias: Enfocado en la aplicación de las neurociencias al desarrollo de competencias educativas.
- El juego: Nuevas miradas desde la neuropedagogía.
- Cerebros digitales: Disponible en formato digital a través de su sitio web oficial.
- Diálogo con mi cerebro.
- Neuromarketing y el consumidor: Un acercamiento desde su experiencia en neurociencias al comportamiento del consumidor.

Otras obras destacadas

- Taller Cotidiano: Ganadora del concurso de Innovaciones Edu-



cativas del Departamento de Risaralda (1993).

- Fantasías y Risas.
- Cerebro creativo y lúdico: Hacia la construcción de una nueva pedagogía para el siglo XXI.

Muchos de sus títulos están disponibles tanto en formato físico como en PDF, y pueden consultarse directamente en plataformas como Editorial Magisterio o en su página de autor

S.P.P.E. ¿Qué es neuromarketing?

C.A.J.V. El neuromarketing es una herramienta de la neuroeconomía que estudia cómo el cerebro humano influye en el consumo, ya sea por decisiones racionales para maximizar ganancias o por impulsos emocionales. A diferencia de la

economía clásica, el consumo humano no siempre es lógico ni predecible.

La relación entre neurociencia, economía y biología La neuroeconomía combina economía, neurociencia y biología para entender mejor los procesos de oferta y consumo.

Desde una perspectiva biológica, el comportamiento humano está influenciado por la selección natural, donde las decisiones microeconómicas están marcadas por emociones, incertidumbre y la interacción con competidores inteligentes, como lo describe la teoría de Juegos. Este es, en síntesis, el fundamento de la teoría de Juegos que estudia a nivel económico la interacción que sucede entre competidores inteligentes.

Neuromarketing: más que manipulación. Lejos de ser una herramienta para manipular, el neuromarketing busca entender por qué las personas consumen de manera emocional o impulsiva. Esto implica integrar teorías económicas, modelos cerebrales y tecnologías avanzadas para analizar cómo las emociones influyen en el consumo.

El cerebro y el consumo. El cerebro humano procesa emociones atravesadas por significados al consumir, destacando el aprendizaje lúdico como una de las formas preferidas del nativo digital para adquirir información. Este enfoque interdisciplinario permite una visión más profunda y ética del consumo y las decisiones de compra.

Impacto y proyección

S.P.P.E. ¿Qué cambios necesita la educación actual?

C.A.J.V. Necesitamos una educación más humana, más sensible y más conectada con la vida. La lúdica no debe ser un complemento, sino el eje central del aprendizaje.

S.P.P.E. ¿Qué mensaje deja a los docentes?

C.A.J.V. Que se permitan transformar su práctica. Educar no es transmitir contenidos, es tocar vidas. Y eso solo se logra cuando enseñamos desde la emoción, la creatividad y el amor por aprender.



Más que una conversación con el maestro Carlos Alberto Jiménez Vélez, es una invitación a repensar la educación desde su esencia más humana: el juego, la emoción y el sentido de la vida.