

Proyecto 'Cultura emocional e identidad'

Subproyecto 1: Análisis conceptual y marco teórico

Proyecto de 'Economía, emociones e identidad'

Investigador: Dr. José María Torralba

Objetivo: El principal objetivo de este proyecto es promover la investigación conjunta sobre el impacto de la emoción y la identidad en el comportamiento económico.

Antecedentes: la crisis económica actual ha suscitado interrogantes críticos sobre el paradigma dominante en teoría económica dominante. Parte de esas críticas se han dirigido a la deriva racionalista de la teoría de la elección racional, que habría descuidado el papel de las emociones en el comportamiento económico (Schiler y Akerlof, 2009). Por otro lado, Akerlof y R.E. Kranton (2010) han defendido la necesidad de una "economía de la identidad", que integre el contexto social -identidad, normas y categorías sociales- en las decisiones económicas, como un camino para alcanzar un modelo más seguro, que haga de la economía una herramienta más útil en la mejora de las instituciones y la sociedad.