
Estudio: ¿Cómo afectan las películas a nuestro cerebro?

04/09/2014



¿Cómo funciona nuestro cerebro cuando vemos una película? Un pionero estudio comandado por el psicólogo de Princeton Uri Hasson ha intentado responder a esta pregunta para ir más allá de la evidencia. No es lo mismo ver un drama que una comedia.

En un evento organizado recientemente por la Academia de las Artes Cinematográficas y Ciencias de Hollywood, Hasson presentó su investigación sobre lo que sucede dentro de los cerebros de las personas cuando ven películas. Su obra atiende a las reacciones ante producciones muy distintas, desde películas de Jon Favreau (*Iron Man*, *El chef*) a Darren Aronofsky (*Pi*, *El Luchador*, *Cisne Negro*).

Procesos mentales sincronizados. Esta es una de las primeras conclusiones que deja el estudio, que señala que si un gran grupo de personas está viendo la película en la misma sala, por muy variopinto que sea el público, sus cerebros tendrán las mismas reacciones ante lo que están viendo.

Por ejemplo, si un grupo está viendo el clásico *western* *El bueno, el feo y el malo* (Sergio Leone), todos experimentarán el mismo aumento y la misma reducción de actividad en su córtex visual y auditiva primaria. Es más, todos tenderán a parpadear al mismo tiempo en la manifestación externa de esta notable sincronización cerebral.

Pero no todas las películas tienen el mismo poder para sincronizar las mentes. Las películas fuertemente estructuradas que utilizan una gran cantidad de mecanismos cinematográficos —muchos cortes, diferentes planos y ángulos de cámara o los tiros cuidadosamente compuestos diseñados para captar la atención del público— lo hacen en mayor medida que las películas menos estructuradas.

Así, mientras en una escena de tensión, como el atraco de un banco en *Tarde de perros* (Sidney Lumet) se observó una correlación significativa de la actividad de los espectadores a través de casi 70 por ciento de su corteza.

Por contra, un episodio humorístico de *El show de Larry David* hace que nuestro cerebro trabaje mucho menos, estamos relajados ante la pantalla y por tanto, menos sincronizados con el resto de los espectadores. En este caso, el grado de sincronización cerebral se reduce al 20 por ciento. Y si lo que está viendo el grupo de espectadores es un concierto de una orquesta en un parque... el grado de sincronización baja hasta el 5 por ciento.

Aronofsky: «Da miedo»

La presentación del estudio, que tuvo lugar en la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas (Beverly Hills, California) contó con la presencia de Aronofsky y Favreau, que ofrecieron sus conclusiones a los asistentes.

Ambos se mostraron preocupados por la manera en que las productoras podrían usar esto para controlar a sus audiencias: "El truco a la hora de hacer una película es tan simple como entrar en esas partes del cerebro humano que mantienen entretenido al espectador", explicaba Favreau, quien, aunque reconoce esto, cree que los directores, afortunadamente, no buscan solo transmitir de esa manera tan fría.

Por su parte, Aronofsky —cuya escena final del *Cisne Negro* logró un 70% de sincronización entre el público— fue directo al grano: "Da miedo, pronto harán pruebas con gente viendo películas dentro de máquinas de resonancia magnética", una declaración que hizo gracia al público, pero que no era ninguna broma, según delató la expresión del director... ¿Un arma para atraer a las masas, u otro mito como el de la dudosa publicidad subliminal?

