

SALUD



Netflix estrena la tercera temporada de 'Stranger Things' el próximo 4 de julio. Un total de 361.000 personas vieron los nueve capítulos de la segunda temporada el mismo día que se subieron a la plataforma.

Los maratones de series aumentan la dopamina

CIENCIA El cerebro genera esta señal química relacionada con el placer.

Nerea Serrano. Madrid

¿Todavía sigues viendo...? Es el mensaje que Netflix envía a sus suscriptores para comprobar que siguen ahí cuando se han reproducido varios episodios de manera consecutiva. Si está acostumbrado a recibir este mensaje en su pantalla, usted coquetea con la tribu de los *binge racers*, personas que devoran una temporada completa en las 24 horas siguientes a su estreno. Según Netflix, existen más de ocho millones de personas con este perfil.

¿Qué motiva al usuario a este atracón? “A diferencia de la emisión semanal tradicional de la televisión, la mayoría de las plataformas apuestan por subir todos los capítulos de una temporada de golpe, dejando en manos del espectador el ritmo del consumo”, explica Elena Neira, profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). “Esta disponibilidad inmediata ayuda a que nuestro sistema nervioso del refuerzo, que tolera mal la demora, se active, y que la persona pueda engancharse con mayor facilidad. Ante un maratón de series, el cerebro genera una señal química relacionada con el placer, la dopamina”, apunta Diego Redolar, neurocientífico y profesor de los Estudios de Ciencias de la Salud de la UOC. Según una encuesta de Netflix, el 73% de los participantes afirmó haber tenido sentimientos positivos asociados con un atracón de series.

Neira recuerda cómo en estas plataformas de vídeos bajo demanda, la estructura narrativa también se moldea, eliminando los recordatorios de episodios anteriores y desarrollando más tramas de forma horizontal.

“La disponibilidad inmediata hace que nuestro sistema nervioso del refuerzo se active y nos enganchemos”

Después de un atracón de episodios las personas pueden vivir una sensación de vacío y de ánimo bajo

¿Por qué con series y no con películas? “Las series tienen más éxito porque supone una ventaja en términos de tiempo, intensidad y recurrencia en el uso del servicio. Provocan una gratificación instantánea periódica y audiencias más fieles”, responde la experta. Las series de ficción, terror y suspense son las más propensas a ser consumidas de una sola vez.

“Este consumo crea una mayor camaradería entre el espectador y los personajes que el contenido ofrecido semanalmente”, considera Neira. Cuando miramos un programa de televisión, se activan las mismas áreas en el cerebro que cuando vivimos una experiencia real. “Los usuarios se identifican con los personajes, se sienten atados emocionalmente y se preocupan por los conflictos que viven”, resume Redolar.

Si la dopamina provoca esta sensación de recompensa, ¿qué sucede en nuestro cerebro cuando la serie llega a su fin? Algunos expertos sugieren que después de un maratón de series las personas pueden sentirse físicamente exhaustas y con un estado de ánimo bajo. Una sensación de vacío como resultado de este fenómeno de inmersión-evasión “que

se podría asemejar en cierta medida a las consecuencias conductuales del consumo de algunas sustancias de abuso”, advierte el neurocientífico.

Una idea que también defiende Sergio Oliveros, psiquiatra y miembro de Top Doctors. “Cualquier actividad que produzca placer y que presente un fácil acceso es susceptible de abuso y adicción. La mediación de los centros de recompensa cerebrales en estas conductas mediadas por descargas de dopamina en el núcleo accumbens [neuronas del encéfalo] y el papel más recientemente descubierto del delta FosB en el incremento del *craving* [deseo por consumir aquello que provoca la adicción] pueden convertir las series en un objeto adictivo cuando se combinan la fácil disponibilidad, la inmediatez en la satisfacción, la situación de soledad y el sentimiento de vacío que oculta”. Según Neira, “ya hay estudios que alertan sobre el detrimento cognitivo y psicológico que puede provocar esta inmersión y que puede derivar en aislamiento e, incluso, en la devaluación de las experiencias personales”.

El de la desvalorización obsesiva de nuestra existencia es el mismo riesgo que se achaca a las redes sociales, enfrentando nuestras vidas mundanas al espejo online de la exaltación de la sonrisa y del vocerío hiper laxo. Culpas de esta autodevaluación a los medios a nuestro alcance es lo más fácil, pero no lo más riguroso. Tampoco, en el caso del enganche a las series, porque como concluye Neira, “son ya un fenómeno social, una nueva vía de consumo cultural”. Un nuevo modelo de entretenimiento donde la montaña rusa de la dopamina ya forma parte del guión. ¿Todavía sigues viendo...?