

ASMR: ¿realidad o placebo?

PAULA FERNÁNDEZ ARENAS

IES MARQUÉS DE LOS VÉLEZ

DIRIGIDO POR: MARÍA DOLORES ALMANSA VILA



Universidad
Politécnica
de Cartagena

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



Resumen:

El término ASMR (respuesta sensorial meridiana autónoma/ *Autonomous Sensory Meridian Response*) se corresponde con el neologismo que hace referencia a un fenómeno biológico que produce sensaciones de hormigueo sobre todo en la zona superior de la cabeza, ante distintos estímulos característicos de dicho fenómeno, como sonidos producidos con la boca y las manos.

En este trabajo se ha estudiado principalmente, la posible influencia del efecto placebo en las respuestas a este fenómeno. Para ello se ha distribuido una encuesta a 105 voluntarios de distintos géneros y edades, en la que se preguntaba a estas personas sobre su previo conocimiento sobre el ASMR y sus sensaciones experimentadas tras el visionado de tres vídeos de diferentes disparadores.

Los resultados de la encuesta han sido analizados a través de las pruebas chi-cuadrado, y como los p-valores han resultado en los tres vídeos muy por encima del valor umbral de 0,05, podemos confirmar la hipótesis nula de no correlación entre las variables “conocimiento previo sobre ASMR” y “experimentación de sensaciones consideradas propias del fenómeno ASMR ante vídeos de este tipo”. Por lo tanto, podemos confirmar que el efecto placebo no ejerce ninguna influencia en las respuestas al fenómeno ASMR.

Por último, se ha llevado a cabo un estudio preliminar sobre la posible aplicación del ASMR para combatir el insomnio en personas que lo padezcan, con resultados prometedores, aunque serían necesarios más estudios en este sentido para confirmarlo.

ÍNDICE

1. Introducción (marco teórico).
 - 1.1 ¿Qué es el ASMR?
 - 1.1.1 Origen y primeros estudios sobre el ASMR.
 - 1.2 Distintos tipos de disparadores.
 - 1.3 Efectos del ASMR.
2. Objetivos.
3. Hipótesis.
4. Metodología.
5. Resultados
 - 5.1 Tests estadísticos de contraste de hipótesis.
6. Conclusiones.
7. Bibliografía o cibergrafía.

1. INTRODUCCIÓN (Marco teórico)

1. ¿Qué es el ASMR?

El término ASMR (respuesta sensorial meridiana autónoma/ *Autonomous Sensory Meridian Response*) es un neologismo que hace referencia a un fenómeno biológico

caracterizado por una agradable sensación de hormigueo que se siente usualmente en la cabeza, cuero cabelludo o en todo el cuerpo. Se trata de respuestas a distintos estímulos visuales y auditivos con similitudes a otro fenómeno denominado “sinestesia visual-auditiva”. (Beltrán Bretones, M. T; 2016)

1.1 Origen y primeros estudios sobre el ASMR.

El término ASMR apareció por primera vez en 2007 en un foro de discusión, hoy día no existente, relacionado con temas sobre la salud llamado Steady Health, y fue descrito, por un usuario registrado de 21 años, como una adorable sensación de cosquilleo al oír a alguien hablar suave y lentamente, aunque también puede ocurrir escuchando distintos sonidos relajantes.

Los primeros en observar que estaban ante un fenómeno digno de estudio fueron Emma Barratt y Nick Davies, psicólogos de la Universidad de Swansea (Reino Unido). Ellos analizaron por primera vez en 2015 qué motivaba a la gente a ver este tipo de vídeos. Estos psicólogos entrevistaron a 475 sujetos para averiguar sus sensaciones con respecto al ASMR.

2. Distintos tipos de disparadores.

Richard, C. (2015) aporta una clasificación de los disparadores organizándolos en 3 categorías:

1. Estímulos táctiles, también llamados “*tapping*”: ligeros toques en una superficie dura, masajes, tocar el pelo o sonidos similares.
2. Estímulos visuales: movimientos de manos u objetos lentamente.
3. Estímulos auditivos, también llamados “*whispering*” o “*crackling*”: estimulación sensorial mediante el susurro o mediante sonidos crepitantes. Esta última categoría contiene otras dos subcategorías.
 - a. Estímulos auditivos de tipo vocal (voz suave, susurrante y monótona)
 - b. Estímulos auditivos con sonidos orales (sonidos de la boca o soplo).

3. Efectos del ASMR.

Dentro del ASMR hay una gran cantidad de estímulos diferentes, y cada uno puede provocar una sensación distinta en cada persona. Además, varias personas pueden llegar a experimentar distintas sensaciones ante un mismo estímulo o “*trigger*”. Los efectos pueden ser:

1. Si nos centramos en las personas a las que les desagradan este tipo de estímulos, estos les pueden provocar o indiferencia o nerviosismo.
2. Mientras que si nos centramos en personas que encuentran agradable este fenómeno, los “*triggers*” les pueden provocar: cosquilleo u hormigueo en el cuerpo, reducción de niveles de estrés, relajación y ayudan a luchar contra el insomnio.

Sin embargo, el principal efecto de este fenómeno es conseguir relajación cerebral, que es el principal objetivo que quieren alcanzar las personas cuando se dirigen a ver un video de este tipo. (Beltrán Bretones, M.T; 2016)

2. OBJETIVOS

Objetivo general:

Estudiar el fenómeno ASMR.

Objetivos específicos:

- 1.-Analizar la influencia del efecto placebo en la experimentación del fenómeno ASMR.
- 2.-Explorar si el fenómeno ASMR ayuda a eliminar o al menos reducir el insomnio.

3. HIPÓTESIS

La hipótesis que se ha establecido es la siguiente:

- 1.-El efecto placebo no es relevante a la hora de experimentar reacciones ante el fenómeno ASMR.
- 2.-El visionado de vídeos ASMR puede ayudar a reducir el insomnio en personas con problemas de insomnio.

4. METODOLOGÍA

Para tratar de demostrar que el efecto placebo no es relevante a la hora de experimentar las reacciones descritas como ASMR se ha elaborado y distribuido una encuesta, en la que se pide a los sujetos que anoten sus reacciones ante 3 vídeos de este tipo. Cada uno de los vídeos se centraba en un tipo de estímulo: el primero, "tapping"; el segundo, sonidos producidos con comida; y el tercero, "scratching". Se ha preguntado a los encuestados si conocen el fenómeno ASMR, de forma que se puedan comparar las reacciones de los dos grupos y buscar diferencias entre ambos. La encuesta ha sido distribuida a través de un Formulario de Google a personas de mi entorno. Los datos de la encuesta han sido tratados estadísticamente mediante el programa SPSS. Se ha utilizado el test chi-cuadrado para tratar de buscar diferencias significativas entre las distintas variables.

Para tratar de demostrar que el fenómeno ASMR puede ayudar a combatir el insomnio, se ha escogido una muestra de ocho individuos que padecen insomnio, y se les ha sometido al visionado de videos del tipo ASMR durante cinco noches, tras lo cual se les ha pedido que rellenen una encuesta que ha sido analizada.

5. RESULTADOS

		"Tapping"	Sonidos con comida	"Scratching"
Válido	Sí	71,4	72,4	65,7
	No	28,6	27,6	65,7
	Total	100%	100%	100%

Tabla I: porcentaje de personas que han experimentado algún tipo de sensación tras el visionado de vídeos.

En la tabla I se muestra el porcentaje de personas que han experimentado alguna de las sensaciones citadas en bibliografía con cada uno de los tres disparadores. Se puede observar que el que más sensaciones ha producido es el de una persona masticando comida, y el que menos ha sido el de *scratching*.

5. 1 TEST ESTADÍSTICOS DE CONTRASTE DE HIPÓTESIS.

	“Tapping”.	Sonidos con comida	“Scratching”.
P-valor	0,805	0,403	0,301

Tabla II: resultados de las pruebas chi-cuadrado.

Se han realizado test de contraste de hipótesis usando el estadístico chi-cuadrado para cada uno de los tres disparadores, para tratar de averiguar si el conocimiento previo del fenómeno ASMR influye a la hora de experimentar las sensaciones características. Partiendo de la hipótesis nula de que el conocimiento previo no influye en la experimentación de las sensaciones, y tal como se puede observar en la tabla II, se obtienen valores de significancia (p-valores) muy alejados del valor umbral habitual de 0.05. Esto permite confirmar la hipótesis nula de no correlación entre las dos variables.

En cuanto a las pruebas relacionadas con el insomnio, los resultados obtenidos han sido los siguientes: en una escala del uno al cinco los individuos seleccionados han mejorado su sueño en una media de 3, con una desviación típica de 0,93.

6. CONCLUSIONES

Los datos expuestos en el apartado anterior confirman la hipótesis de partida, por lo que podemos concluir que el efecto placebo no es relevante a la hora de experimentar reacciones ante el fenómeno ASMR, y que éste es por tanto una realidad biológica.

En cuanto al estudio sobre el insomnio los resultados son prometedores y también confirman la hipótesis de partida, es decir, que el fenómeno ASMR podría ayudar a combatir el insomnio. Sin embargo, dado el pequeño tamaño de la muestra escogido, y a que no se han controlado otras posibles variables, los resultados de esta sección sólo pueden considerarse preliminares, y son necesarios estudios más pormenorizados para confirmarlo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Beltrán Bretones, M. T. (2016). *Estudio de la influencia de la respuesta sensorial meridiana autónoma (ASMR) en la concentración y motivación frente al estudio* (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Jaume I).
 - Lively, Daniel (19 April 2012). 'That tingling feeling: first international ASMR day'. The Corvallis Advocate. Retrieved 20 January 2016.
 - Barratt EL, Davis NJ. 2015. Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR): a flow-like mental state. *PeerJ* 3:e851 <https://doi.org/10.7717/peerj.851>
 - Dr. Richard. (3 agosto, 2014). A scientist's view of the term "Autonomous Sensory Meridian Response". [Artículo en un blog]. Recuperado de <https://asmruniversity.com/2014/08/03/scientist-view-term-autonomous-sensory-meridian-response/>
 - Clark, J; Fredborg, B y Smith, S. (2017). *An Examination of Personality Traits Associated with Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR)*. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5322228/>
 - Musat, B. (21, marzo 2018). ASMR: los beneficios del masaje cerebral. [Post en un blog]. Recuperado de <https://es.blastingnews.com/curiosidades/2018/03/asmr-los-beneficios-del-masaje-cerebral-002446273.html>
- (2018). ¿Qué es el ASMR? Descubre sus efectos en el cerebro humano. *Okdiario*. Recuperado de <https://okdiario.com/salud/asmr-efectos-1981014>