Marcos Nadal, psicólogo: “El placer está condicionado por tu experiencia, las expectativas y el contexto”

Tiempo de lectura: 9 min.

Jessica Mouzo

Sáb, 22/04/2023 - 08:20

Cuando uno se topa con algo que considera realmente bello, sea una canción, una persona o una obra de arte, es porque un puñado de sistemas neuronales se sintonizan y trabajan conjuntamente para arrojar esa sensación placentera. La ciencia que lo estudia, llamada neuroestética, es una disciplina joven, admite Marcos Nadal (47 años, Palma de Mallorca), psicólogo e investigador del Grupo de Evolución y Cognición Humana de la Universitat de les Illes Balears, pero ya se ha percatado de que no es uno, sino varios los centros cerebrales implicados. Como una orquesta, todos a la vez.

Nadal ha visitado Barcelona para participar en el ciclo de conferencias La lógica de la belleza, organizado por el Museo de la Ciencia CosmoCaixa. “La belleza no es una cualidad que reside en los objetos, sino una cualidad de nuestra experiencia de ellos”, explicó a un auditorio entregado. Creer que el color, el sonido o la belleza son atributos de los objetos es, según él, “realismo ingenuo”. “No somos captadores de la realidad, sino intérpretes”, justificó. Y alertó de que la belleza no es trivial, sino que influye en la conducta, las emociones y las decisiones. Y puso un ejemplo: hay estudios que han mostrado que, ante alumnos atractivos, los profesores tienen cierto sesgo y valoran más sus posibilidades académicas, puntúan mejor sus trabajos y los perciben más competentes. También son más populares socialmente.

Pregunta. ¿Qué significa la belleza?

Respuesta. Es un concepto filosófico que viene de la Grecia clásica. Pero no todos los conceptos filosóficos encajan bien en los esquemas conceptuales de la psicología y la neurociencia. Y la belleza es uno de ellos. ¿Por qué? Porque no encontramos procesos mentales ni mecanismos neuronales que sean específicos a la experiencia de la belleza. La primera lección que sacan los psicólogos y los neurocientíficos es

que esta experiencia que denominamos belleza equivale, en prácticamente todo, a otras experiencias que decimos que son placenteras.

P. O sea, que la belleza es placer.

R. Como mínimo. Pero no solo. Una experiencia de belleza casi siempre va a ser placentera. La belleza es algo que emerge de complejos sistemas neuronales que se dedican a generar esas experiencias placenteras en otros ámbitos de la vida, como el placer del sexo, la compañía o las drogas.

P. ¿Cómo funciona este sistema? Porque lo que para uno puede ser bello o placentero, para otros no. A uno le gustan las patatas fritas y a otro, un brócoli.

R. Este es un sistema que funciona anticipando objetos, situaciones, entornos que van a resultar placenteros y midiendo la diferencia entre el placer real y el placer anticipado, generando la experiencia subjetiva de que algo te gusta. Es un procesamiento muy contextual: a ti te gustan las patatas fritas, pero si te has comido dos cubos del McDonalds, comerte uno más te va a dar asco, por la saciedad. La saciedad es un factor que incide en el funcionamiento de este sistema neuronal, diciendo que esto ya no resulta placentero. Es un sistema que funciona analizando qué puede ser bueno para tu organismo en este momento. ¿Qué hace que una cosa sea bella para una persona y otra no? Pues esa experiencia que tú has tenido a lo largo de toda tu vida, que ha condicionado las cosas que te han ido alimentando este sistema de placer.

P. Entonces, ¿la belleza depende de nuestra experiencia personal?

R. Muchísimo, como cualquier placer. Depende de tu experiencia personal, del contexto en el que estás, de aquello que anticipas. La misma película vista en el cine, en tu casa, con gente haciendo mucho ruido o tú solo en el cine, cambia esa experiencia de placer.

La experiencia de la belleza nunca es aislada, siempre está inmersa en la vida de una persona, en su contexto”

P. Decía que la belleza es placer, pero no solo. ¿Qué más es?

R. Esa es la parte que tenemos menos clara. En el caso de la belleza parece existir un esquema de a qué nos referimos cuando decimos que algo es bello. Hemos aprendido que en nuestra cultura existen ciertos patrones de aquello que representa

a la belleza. Entonces, parece que, además de ese placer, existe, por interiorización del aprendizaje en cada cultura, ese canon que tú comparas con el objeto que te genera placer y, en el momento en que encajan, dices que eso es bello.

P. ¿Por eso coincidimos en que Jon Kortajarena es muy guapo y Felipe el Hermoso era muy feo, por ejemplo?

R. Efectivamente, porque en nuestra cultura preferimos ese tipo de canon. Pero ese patrón cambia históricamente. Un ejercicio que yo hago con mis alumnos es repasar las portadas del hombre vivo más sexy del mundo de la revista People y, desde los años ochenta hasta hoy en día, ha cambiado muchísimo lo que se consideraba ese canon de belleza. Pero ha cambiado dentro de ciertos márgenes: ninguna es una persona con una asimetría facial muy exagerada, por ejemplo.

P. ¿Qué sucede dentro del cerebro cuando percibimos algo bello?

R. Hay muchísimos estudios en música que analizan qué sucede en el cerebro cuando una persona experimenta un fragmento musical como bello. Y lo que pasa es que se sincroniza la actividad de las neuronas del sistema auditivo, que está procesando los aspectos musicales de ese fragmento, con una serie de centros del cerebro que procesan distintos aspectos del placer. Por ejemplo, hay un centro que se llama núcleo accumbens, que se encarga de generar sensaciones placenteras, pero también de anticiparlas. Y esa anticipación —y luego, la resolución de aquello que anticipamos— genera una serie de respuestas de placer. Al mismo tiempo, la amígdala está generando estados de activación del cuerpo, tus sistemas fisiológicos se van activando con ese placer. El córtex orbitofrontal procesa lo que se llama el valor de refuerzo, que es cuánto te gusta aquello. Y la corteza ventromedial es la que se encarga de transmitir a los centros donde se toman decisiones en el cerebro, las sensaciones corporales de ese placer.

P. ¿Y eso se puede transformar? Es decir, pasa con una canción, que al principio te gusta, pero la escuchas tanto, que te acaba aburriendo.

R. Hay un punto intermedio de familiaridad donde ese placer es máximo. Es decir, al principio no te suena, no acabas de entender la música, es muy nueva… pero, la escuchas un par de veces, la haces tuya y ese placer es máximo. Aunque luego, entra la saciedad. Hay un punto intermedio donde se encuentra la incertidumbre con la predictibilidad: hay suficiente incertidumbre como para que esto te resulte interesante, pero al mismo tiempo es predecible. Cuando has escuchado la canción

muchas veces, el grado de incertidumbre es cero y el de predictibilidad, absoluto. Tus gustos musicales y tu experiencia anterior en concreto con esa canción determinan muchísimo ese grado de placer. Toda tu experiencia del placer está condicionada por tres factores: tu experiencia anterior, las expectativas que tienes y el contexto en el que estamos. Y la belleza no es especial en ese sentido.

P. ¿El contexto puede modular toda tu percepción de la belleza? Los pantalones de campana se llevaron en los 2000, luego dejaron de gustar y ahora vuelven. ¿Hasta qué punto es genuino que te guste vestir así o está condicionado por los demás?

R. Es que lo genuino está condicionado por los demás. Tú ves a una persona que te resulta súperatractiva y luego, la conoces, y te parece desagradable. Ese conocimiento que tú haces de esa persona, cambia la manera en la que la ves, hasta puedes llegar a verla fea. Y pasa también al revés. La belleza no es una respuesta a unas cualidades de un objeto. La belleza es una experiencia que construimos teniendo en cuenta las cualidades de un objeto, pero muchísimas más cosas.

P. No es superficial.

R. No es solo perteneciente al objeto. Es una experiencia que se construye con el objeto, pero con todo lo que tú aportas también a ese objeto. Si tu experiencia anterior con ese objeto, con esa persona, ha sido negativa, colorea tu percepción de la belleza de ese objeto. La experiencia de la belleza nunca es aislada, siempre está inmersa en la vida de una persona, en su contexto.

P. ¿Hay un cambio generacional en la percepción de la belleza?

R. La manera de percibir la belleza es la misma, pero cambiamos aquello a lo que vamos a dar el valor positivo de decir: esto es bello para mí. ¿Por qué? Porque cogemos modelos. Cada uno hemos interiorizado un referente de qué significa bello. Y ese modelo va cambiando.

P. En la sociedad actual, con las redes sociales, el abuso de filtros y técnicas en busca de la perfección y la belleza suprema, ¿todo ello puede tener un impacto?

R. Tiene un impacto muy grande. Nuestro sistema de apreciación de la belleza se alimenta de ejemplares que vamos viendo a lo largo de nuestra vida y que compartimos con otras personas y generamos ese referente. Hace 50 años, la gente

se movía en su pueblo, en su círculo, en su barrio, y los ejemplares de belleza que iba teniendo eran bastante más reducidos. Ahora nos llegan ejemplos de todo el mundo y el abanico de ejemplares más bellos se abre. Y se amplía más todavía con la capacidad de aplicar filtros a esas imágenes y, por lo tanto, de exagerar aquellos rasgos que consideramos como bellos y realzar aquello que nuestro cerebro identifica como bello. Entonces, esos referentes que tenemos se mueven hacia el lado de belleza exagerada, se exagera ese referente de belleza. ¿Y qué ocurre? Pues que existe una tensión entre tu mundo real, el de la gente con la que te mueves cotidianamente, y los referentes que te llega por las redes sociales, que es una cosa exagerada. Existe esa creciente tensión o diferencia entre lo que tú puedes llegar a ser, la belleza que tú ves en el espejo, y la belleza que tú ves en esas imágenes de las redes sociales.

Es imposible que exista experiencia de belleza si no existe actividad de generación de placer en el cerebro”

P. ¿En qué se puede concretar esa tensión?

R. Puede tener dos impactos: uno propio, de que tú no ves que correspondas con ese modelo y eso pueda afectar a la autoestima, a la consideración que tú tienes de tu propia imagen; y, luego, tiene un efecto en las personas que te ven: tú, para ellas, nunca serás tan guapa como aquel otro modelo. Eso puede generar una insatisfacción con la imagen de uno mismo y, a lo mejor, también con la imagen que tú esperas que tenga tu novia o que tenga tu novio, porque no acaba de satisfacer ese modelo ultrafiltrado y ultra exagerado, que no deja de ser una falsificación de la realidad.

P. ¿Puede que estos cambios generacionales provoquen cambios neurológicos en el procesamiento de la belleza?

R. Nos centramos aquí un poco en el terreno de la ciencia ficción, casi en el Black Mirror, pero es una pregunta interesantísima. La parte de evolución biológica del ser humano es muy lenta y el ritmo de cambio de la cultura es abrumador. Es muy complicado pensar en cómo acabará o hacia dónde nos lleva a este desfase. Yo apostaría a que es imposible que exista experiencia de belleza si no existe actividad de generación de placer en el cerebro. Si un momento de cambio acelerado, de impacto de las nuevas tecnologías, lleva a que la experiencia de belleza no implique estos centros neuronales muy profundos y antiguos del cerebro, yo diría que esa

experiencia no sería de belleza, sería otra cosa.

21 de abril 2023

El País

https://elpais.com/salud-y-bienestar/2023-04-22/marcos-nadal-psicologo-e...

ver PDF
Copied to clipboard