Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma. Este complejo término engloba un nuevo fenómeno auditivo que pasó desapercibido hasta hace una década. Salió a la luz gracias a Internet y en la actualidad cuenta con una comunidad de creadores que reúne millones de visitas online, se ha hecho un hueco en la publicidad y la comunicación, y es ya objeto de estudio científico.

Desde que era niña, Giulia Poerio experimentaba un cosquilleo de placer que le recorría la nuca y la espalda tras oír ciertos sonidos, pero nunca había conocido a alguien que sintiese lo mismo. Hasta que, en una conferencia en 2013, escuchó la palabra ASMR.

Esta doctora en psicología e investigadora británica buscó referencias, pero no encontró ninguna explicación científica sobre este fenómeno auditivo que para entonces había comenzado ya a generar una vibrante comunidad *online* y que hoy cuenta con creadores de contenido que suman millones de visitas en YouTube. Y se propuso demostrar en el laboratorio que la Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma (ASMR, por sus siglas en inglés) no era una invención.

El mundo del ASMR ha navegado en un mar de escepticismo prácticamente desde que salió a la luz hace una década. Sin embargo, tanto los incipientes estudios científicos como el creciente mercado que ha florecido a su alrededor han afianzado sus cimientos.

Pero, ¿qué es ASMR? Una conversación susurrada, la melodía del agua cayendo, un envoltorio que cruje o los ruidos generados por una persona al comer; lo que a uno le parecería un sonido como otro cualquiera, a un grupo de elegidos les genera ese agradable cosquilleo que desciende desde el cráneo y por la espalda, extendiéndose incluso por brazos y piernas cuando es intenso. Una sensación que se traduce en un efecto placentero que ayuda a combatir el estrés, la ansiedad, conciliar el sueño o, simplemente, entrar en un estado de profunda relajación. Eso es ASMR.

Vídeo

Vídeo del canal de Youtube 'ASRM With Sasha'



Quienes lo sienten dicen que podría recordar a esa sensación que estremece el cuerpo la primera vez que se prueba uno de esos masajes capilares de varillas, solo que mejor. No en vano se conoce informalmente con el sobrenombre de orgasmo cerebral.

Una sensación placentera que ayuda a combatir el estrés, la ansiedad o conciliar el sueño

Es llamativo que una sensación tan peculiar no se hubiese documentado nunca hasta este siglo. Poerio lo atribuye a dos reacciones opuestas entre quienes experimentan ASMR: la de los que piensan que es una sensación normal, que todo el mundo percibe y, por tanto ,no es digno de mencionar, y aquellos que creen que es algo extraño, se avergüenzan y prefieren no comentarlo públicamente.

También a los profanos les resulta extraño el ASMR y dudan de que se trate de una reacción física real. Incluso en la comunidad científica, admite la experta británica, ha tenido que hacer frente al escepticismo: “Es muy difícil publicar sobre algo que no ha sido investigado antes, sobre lo que no hay una base preexistente”. Tras dos años de batalla, en 2018 la prestigiosa revista PLOS ONE se hizo eco de las conclusiones del estudio realizado junto con otros tres investigadores de la Universidad de Sheffield que respalda con datos los cambios fisiológicos y emocionales generados por el ASMR.

Un fenómeno de Internet

La historia del ASMR es una muestra más del potencial de la red para crear nuevos modelos de interacción

social: un grupo de desconocidos que, desde el anonimato, comparten información, se organizan y ponen nombre a una sensación que hasta entonces pensaban que era exclusivamente personal.

El origen se remonta a algo más de una década, a un foro *online* sobre salud. Bajo el título de '*Weird sensation feels good*' (Una sensación extraña que me hace sentir bien), un hilo acumulaba cientos de comentarios de usuarios que, por vez primera, ponían en común la sensación placentera que les producía escuchar ciertos sonidos que la mayoría calificaríamos como totalmente ordinarios. Fue, precisamente, una especialista en ciberseguridad que participaba en ese foro, Jennifer Allen, quien un año después crearía el término que a día de hoy da nombre al fenómeno: Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma.

La evolución del ASMR, como todo en Internet, ha sido exponencial

La evolución, como todo en Internet, ha sido exponencial. La proliferación de vídeos de ASMR en YouTube ha contribuido a "normalizar" el fenómeno, a divulgarlo y a crear una comunidad cohesionada y con sentido de pertenencia. También ha abierto la puerta a un nuevo mercado, el de los *ASMRtists*, o creadores de contenidos de ASMR, que suman millones de visitas en la red social.

Sus vídeos, grabados con sofisticados micrófonos binaurales que potencian la profundidad del sonido para crear un efecto tridimensional, buscan replicar los "detonantes" que provocan ese hormigueo especial entre sus seguidores. Estímulos principalmente auditivos, pero también visuales, que desarrollan algunas de las temáticas más populares en la comunidad ASMR.



Sasha Rodríguez, nombre artístico de una de las principales creadoras de ASMR en español, destaca también que en el ASMR es fundamental "crear esa ilusión de atención personal. El concepto de sentirse mimado, de que alguien se preocupa por ti".

Esta licenciada en Comunicación y Relaciones Públicas de 33 años, nacida en Venezuela y residente en Italia, se adentró en el mundo del ASMR hace tres años animada por su pareja, que padecía serios problemas de insomnio. Hoy, su canal, *ASMR with Sasha*, suma ya cerca de 600.000 suscriptores y sus vídeos acumulan millones de visitas.

Lo que empezó como un juego se ha convertido ya en un trabajo a tiempo completo para ambos: "Nunca imaginé que llegaría a vivir de esto, es como un sueño", dice Sasha. Desde el año pasado produce un vídeo diario para su canal; una labor que le requiere un esfuerzo considerable para mantener niveles de calidad que seduzcan a sus seguidores y también al impredecible algoritmo de YouTube.

Entre sus vídeos con más éxito destaca los '*role play*' médicos y de peluquería y también los que utilizan objetos para generar sonidos, sin apenas voz. De las últimas tendencias destaca los vídeos de comida, donde

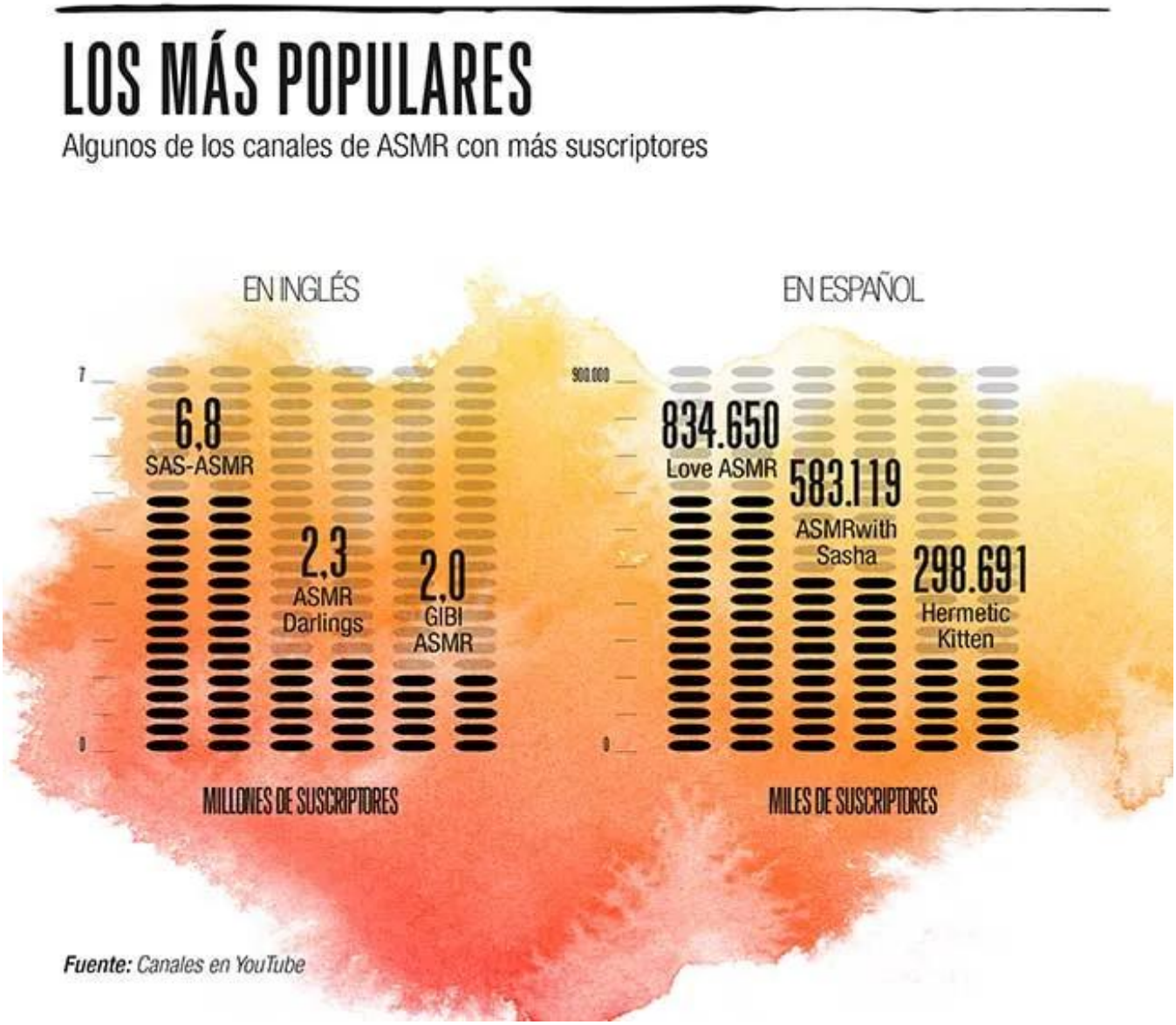
se escucha desde el primer al último mordisco y que ha coronado a la canadiense de origen asiático SAS en la cima mundial de los *ASMRtists* con más de 6,8 millones de suscriptores.

Sasha busca también innovar en contenidos y formatos: desde vídeos en los que susurra sobre horóscopos o temas de actualidad, hasta la grabación con micrófonos de 8D y 9D, o vídeos interactivos en los que reúne a un grupo de creadores de ASMR en una especie de aventura en la que el usuario puede ir eligiendo su camino para descubrir nuevos talentos.

El grueso de la audiencia de *ASMRwithSasha* se reparte entre México, Argentina, España e Italia. Un suculento mercado monetizable a través de anuncios insertados en los vídeos o acuerdos promocionales puntuales. Aunque ella, como otros YouTubers, se queja del yugo que supone estar sometido a los designios del algoritmo de YouTube, que determina el posicionamiento en los resultados de búsqueda, la aparición o no de publicidad en los vídeos, el precio pagado por cada mil visualizaciones y el recuento final de vistas. Eso sin olvidar el pago a la propia red social del 50% de lo generado.

Todas estas condiciones hacen que se necesiten al menos 400.000 seguidores y un buen flujo de visitas para poder vivir exclusivamente de los beneficios generados por un canal de ASMR en español, según Rodríguez. Eso sí, remata, “si yo hiciera los vídeos en inglés, con el nivel de visitas que tengo, ganaría al menos 10 veces más”.

Sin embargo, más allá del aspecto económico, Sasha destaca el impacto entre sus seguidores, que recurren a sus vídeos para relajarse y conciliar el sueño, pero también para controlar la ansiedad o lidiar con depresiones. “Es un trabajo muy satisfactorio. Me llegan muchos mensajes de personas que gracias a mi vídeo dejaron los medicamentos, o lograron controlar la ansiedad, el estrés… Te sientes muy bien”.



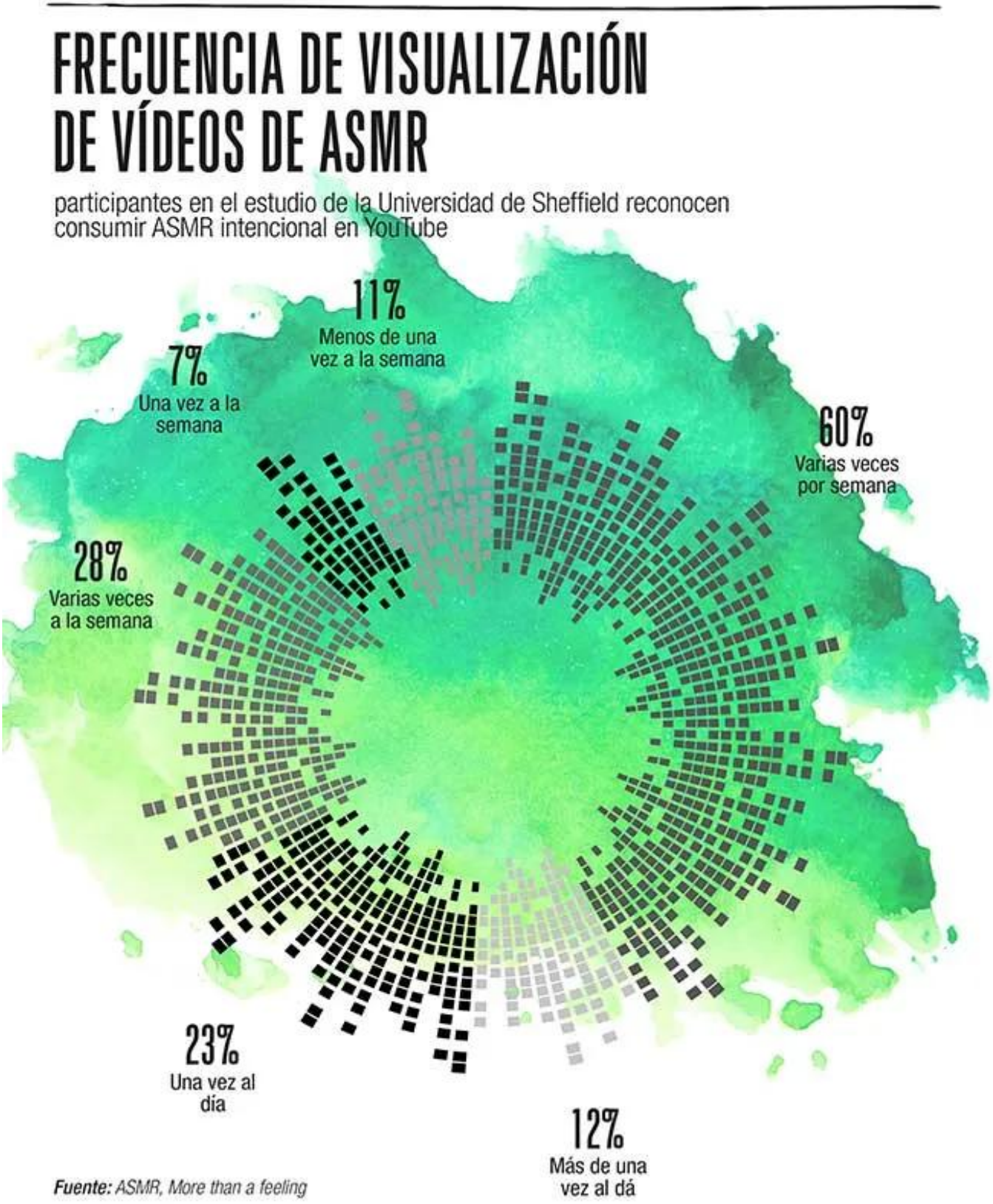
Lo cierto es que la popularidad de este fenómeno típicamente internetero ha trascendido las redes sociales, y se ha incorporado en mensajes comerciales o como contenido con espacio propio en los medios. Salma Hayek, Paris Hilton o Jake Gyllenhaal son algunas de las *celebrities* entrevistadas en ASMR por la conocida revista estadounidense de moda y tendencias W Magazine.

Las connotaciones relajantes y de bienestar lo posicionan también como un contenido novedoso y atractivo en el terreno del marketing y la publicidad. Por ejemplo, IKEA lanzó en Estados Unidos hace un par de años su campaña 'Oddly IKEA', en la que utilizaba el ASMR para presentar una selección de sus productos. Más reciente, y más cercana, es la protagonizada por ING Direct para promocionar su cuenta nómina utilizando imágenes y sonidos que hacen al espectador sentirse "muy a gusto". El ASMR ha tenido incluso su minuto de gloria en una de las series estadounidenses de moda, 'The Good Fight,' donde un juez sensible al fenómeno auditivo sucumbe a una declaración "susurrada".

Impacto físico y emocional

Pero, ¿cuál es el efecto fisiológico y emocional detrás de esta “extraña sensación” que puede hacer que un juez de ficción modifique su veredicto?

La investigación realizada por el equipo de la Universidad de Sheffield registró la frecuencia cardiaca y la conductividad de la piel en un grupo de personas con ASMR y también en un grupo de control que no experimentaba el fenómeno mientras observaban una serie de vídeos con y sin detonantes.



En las mediciones, el efecto del ASMR se tradujo en quienes lo experimentan en “un descenso significativo en la frecuencia cardiaca comparable al que se detecta en la reducción de estrés usando música o *mindfulness*”, explica Poerio. Pero, además, en contra de lo que cabría esperar en un estado de relax, se produce también un incremento en la conductividad de la piel, un parámetro de agitación.

“Esto evidencia el carácter complejo del ASMR: no solo es una experiencia relajante y calmante, también es eufórica”, añade la investigadora, una muestra de que “las emociones no consisten simplemente en estar feliz, o triste, o ansioso o relajado, sino que a menudo mezclan diferentes componentes en experiencias emocionales complejas que implican mucho más que la suma de sus partes”.

A menudo se describe el ASMR como una sensación táctil provocada por un estímulo auditivo. En ese sentido, podría decirse que es una experiencia casi sinestésica. También se baraja que haya peculiaridades individuales a la hora de responder emocionalmente al sonido, o una correlación positiva entre el ASMR y la misofonía, la aversión extrema a ciertos estímulos auditivos.

De momento, dice cauta Poerio, son todavía hipótesis. Queda aún mucho por explorar.