

03/07/2017

## Los profesionales del audiovisual parpadean menos que los no profesionales



El grupo de investigación Neuro-Com de la UAB junto a la División de Neurociencias de la Universidad Pablo de Olavide han estudiado el efecto de la profesionalización audiovisual. La investigación concluye que los profesionales del audiovisual, acostumbrados a un elevado nivel de atención visual, parpadean menos que los no profesionales no sólo mirando pantallas sino también mirando la realidad.

La profesionalización es una variable que ha sido estudiada en diversos entornos. Varias investigaciones han demostrado que la profesionalización puede llegar a comportar cambios estructurales o funcionales del comportamiento cognitivo. Según un [estudio previo](#), la profesionalización audiovisual provoca una disminución en la frecuencia de parpadeo en el consumo a través de pantallas. Pero, ¿y mirando la realidad? Para dar respuesta a esta pregunta, realizamos una investigación con 40 sujetos (20 profesionales del audiovisual y 20 no profesionales del audiovisual) y cuantificamos la frecuencia de parpadeo que estos presentaban ante un mismo contenido a través de una pantalla o a través de una representación real.

El parpadeo tiene una doble función: clásicamente se considera que el parpadeo tiene una función fisiológica y sirve para lubricar el ojo. Una baja frecuencia de parpadeo puede provocar

una deficiente lubricación ocular que, a su vez, puede derivar en problemas oculares. Pero, por otro lado, cada vez cobra más importancia la función cognitiva del parpadeo. Se considera que una disminución de la frecuencia de parpadeo es un marcador de atención cognitivo y perceptivo. Aunque el cambio de frecuencia de parpadeo puede tener motivos muy variados.

En la presente investigación obtuvimos que la disminución de la frecuencia de parpadeo que presentan los profesionales del audiovisual, no sólo se desarrolla durante el visionado audiovisuales en pantallas, sino también cuando miran la realidad cotidiana. En cierta manera, los profesionales del audiovisual también prestarían más atención visual al entorno. Los resultados de este trabajo también son relevantes para la salud ocular de estos profesionales. Debido a la disminución de frecuencia de parpadeo que experimentan, deben cuidar más su vista, tanto mirando a través de pantallas como mirando la realidad. Todo ello también puede afectar a colectivos que usan pantallas intensivamente, como los "gamers".

Los estímulos que presentamos a los sujetos contenían la misma narrativa, las mismas acciones, la misma duración y el mismo personaje. Los participantes, profesionales del video y no profesionales, fueron monitorizados con un dispositivo de EEG sin cables. Para la investigación se cuantificó la actividad electromiográfica del músculo orbicular ocular. La frecuencia de parpadeo mostrada por los sujetos en los estímulos de video se comparó con la presentada en la representación teatral. En la investigación participaron profesionales de Radio Televisión Española (RTVE), coordinados por el Instituto RTVE. La investigación ha sido desarrollada por Celia Andreu-Sánchez y Miguel Ángel Martín-Pascual, del grupo [Neuro-Com](#) de la Universitat Autònoma de Barcelona, y por Agnès Gruart y José María Delgado-García, de la [División de Neurociencias](#) de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla.

#### **Celia Andreu-Sánchez**

Neuro-Com Research Group  
celia.andreu@uab.cat

#### **Miguel Ángel Martín-Pascual**

Neuro-Com Research Group  
miguelangel.martin@uab.cat

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universitat Autònoma de Barcelona

#### **Referencias**

Andreu-Sánchez, C., Martín-Pascual, M.A., Gruart, A., Delgado-García, J.M. **Looking at reality versus watching screens: media professionalization effects on the spontaneous eyeblink rate.** *PLOS ONE*. Doi: 10.1371/journal.pone.0176030 <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0176030>

[View low-bandwidth version](#)