

¿Qué ocurre en el cerebro de los fanáticos del fútbol durante el Mundial?

Para los fanáticos del fútbol, la Copa del Mundo puede ser un subibaja de emociones. ¿Cómo se comporta el cerebro de los fanáticos del fútbol durante este torneo?<sup>1</sup>

Lo último que los fanáticos del fútbol tienen en mente a la hora de un partido del Mundial, es una investigación académica sobre sus emociones.

La mayoría de deportes de equipo como el Fútbol Americano, el Basquetbol, el Beisbol y por su puesto el Futbol, se caracterizan por generar fuertes emociones en momentos cruciales de un encuentro.

Paul Bernhardt, un joven científico conductual en la Universidad Estatal de Georgia, quería probar un punto.

Es un hecho que los atletas experimentaran una marea de testosterona, (una hormona asociada no solo a la sexualidad masculina sino a la autoestima), al ganar un juego importante.

Pero había una hipótesis que flotaba entre los psicólogos sociales en el momento: los fanáticos experimentaban un nivel hormonal similar.

Para probar esto, Bernhardt se abrió paso entre la abarrotada multitud del Omni Arena de Atlanta, para recolectar saliva de los fanáticos de los Bulldogs y los fanáticos del acérrimo rival: los Yellow Jackets de Georgia Tech, después de terminado un estresante encuentro.

Esto fue en 1991. Los fanáticos de los Bulldogs y los Yellow Jackets, las dos instituciones deportivas universitarias más famosas del estado, tienen una marcada rivalidad que se remonta a finales del siglo XIX.

Bernhardt estaba esperando abrir un nuevo camino en la comprensión científica de las reacciones biológicas de los fanáticos “altamente identificados” para explicar por qué ser un fanático de los deportes, a pesar del odio amargo que se puede experimentar, se siente tan bien.

Bernhardt decidió usar la saliva, que ofrece una aproximación confiable de la bioquímica del cuerpo en cualquier momento dado.

El sitio Labrix dice que la prueba de saliva es una forma fácil y no invasiva de evaluar las necesidades de equilibrio hormonal de sus pacientes, y está demostrando ser el medio más confiable para medir los niveles hormonales.

**“Estoy seguro de que la gente pensó que yo era un loco”, dice Bernhardt,** ahora profesor de psicología en la Universidad Estatal de Frostburg.

Cuando regresó al laboratorio, Bernhardt descubrió que los niveles de testosterona reflejados en los resultados de los fanáticos del equipo que ganó, eran 20% mayores que los niveles reflejados por los fanáticos que perdieron.

### **Un estudio de niveles de testosterona en la Copa del Mundo del '94**

Luego de esta prueba inicial, Bernhardt y sus colegas hicieron una prueba estadísticamente más formal y significativa durante el partido de la final de la Copa del Mundo Estados Unidos 1994.

**En la final de la Copa del Mundo Estados Unidos '94, Brasil se enfrentó a Italia.** (AP Photo/Thomas Kienzle)

De nuevo, se observó un aumento del 20 por ciento en la testosterona entre los fanáticos del equipo ganador, los brasileños, comparado con los tristes fanáticos italianos.

“Estadísticamente, la correlación es muy fuerte” dice Bernhardt. Este experimento era importante porque logró mostrar que la testosterona no necesariamente está únicamente ligada a la fuerza, o a la superioridad.

La testosterona se libera luego de un fuerte estímulo, que en el deporte puede ser un gol, una jugada, una victoria.

La testosterona se produce en momentos de intensa competencia, incluso si la experiencia es puramente psicológica.

Bernhardt explica: **“Los fanáticos están teniendo una experiencia en la que se logran identificar con las emociones de los jugadores, así como también la experiencia de la ganancia de estado que conlleva”.**

Estudios similares desde entonces han confirmado esta relación, mientras que otros sugieren que todo el conjunto de neuroquímicos asociados con el atletismo, desde la dopamina a la adrenalina a la oxitocina, se desencadenan en un grado similar tanto en los jugadores como en los fanáticos durante un juego.

Por lo tanto, parece que los fanáticos pueden compartir gran parte de la emoción de un atleta, sin todo el talento, entrenamiento y esfuerzo.

**En base al artículo: The Unique Neurology of the Sports Fan’s Bran.** Por Barth, B. Nautilus Magazine 2016. José Melgar

Consultor de Marketing Digital y Branding. Apasionado por el Neuromarketing y la tecnología que está cambiando la forma en que nos comunicamos.

---

<sup>i</sup> <https://neuromarketing.la/2018/05/que-ocurre-en-el-cerebro-de-los-fanaticos-del-futbol-durante-el-mundial/>