Un guante del MIT puede inducir sueños lúcidos

Adam Horowitz construyó un guante con el que se pueden influenciar los sueños. Una persona puede ser inducida a soñar con un árbol, con un puente, o con un tigre.

El principio bajo el que funciona el guante de Horowitz es simple: mide la tensión muscular, la conductividad de la piel y el ritmo cardíaco, y así puede rastrear el estado de tránsito entre la vigilia y el sueño. En esa fase, el pensamiento lógico se desliza hacia un mundo alucinatorio, y es justamente allí donde nos volvemos especialmente influenciables.

Tan pronto el guante registra que una persona pasa de la vigilia al sueño, una aplicación conectada a él reproduce una pista de audio pregrabada, por ejemplo, con la frase: «Piense en un árbol». Muchos de los voluntarios del experimento dijeron soñar luego exactamente con un árbol. El objetivo es potenciar, a través de este dispositivo, llamado Dormio, las alucinaciones hipnagógicas, es decir, un estado de sueño semilúcido donde se empieza a soñar antes de caer por completo en la inconsciencia.

La idea del investigador Horowitz combina perfectamente con el perfil de trabajo del *Media Lab* del Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT), que se ha puesto como meta el desarrollo de tecnologías futuristas y recluta a «gente con las más locas ideas». Allí se creó, por ejemplo, el Aspen Movie Map, predecesor del actual Google Street View, mucho antes de que Google hubiera concebido ese producto.

Con su invención, Adam Horowitz quiere penetrar en un estado mental que, por lo general, se sustrae de nuestra consciencia. Otros investigadores esperan poder comprender mejor el cerebro durante el sueño, generar más creatividad o poder brindar un mejor tratamiento a personas con pesadillas o trastornos del estado de ánimo: son los *dream engineers*, los especialistas en ingeniería del sueño.

La caja de herramientas de los ingenieros del sueño es menos compleja de lo que se podría suponer: mientras el aroma a rosas puede forjar sueños positivos, el olor a huevos podridos produce, previsiblemente, lo contrario. A través de diferentes aromas se pueden reactivar determinados recuerdos en el sueño, de manera que estos influyen la memoria. Otros investigadores utilizan la realidad virtual, por ejemplo, para que las personas

puedan volar en sueños.

Empresa cervecera sueña con sueños sobre cerveza

También la empresa cervecera Molson Coors piensa que la de influir los sueños es una gran idea. Sin embargo, no logró convencer a Horowitz de una cooperación en el área de mercadotecnia, por lo cual contrató en su lugar a la profesora de Psicología Deirdre Barrett.

A comienzos de los 90, Barrett investigó cómo se pueden integrar los problemas cotidianos a los sueños, para resolverlos literalmente mientras dormimos. Para eso, hizo que sus estudiantes pensaran durante una semana antes de dormir en un problema que los preocupara. Un tercio de los estudiantes pudo llegar así a una solución objetivamente comprensible.

Asesorado por Barrett, Molson Coors creó un video publicitario que la compañía publicó paralelamente al Super Bowl. En el video escenificó un panorama onírico con cascadas de agua, viento en las montañas y, por supuesto, cerveza Coors.

La empresa puso a disposición el video a 18 personas, entre ellos, 12 actores profesionales, que lo miraron poco antes de caer en los brazos de Morfeo. Cinco de ellos informaron más tarde que habían soñado con una cerveza.

Los investigadores del sueño pusieron el grito en el cielo. De pronto, el límite entre la ingeniería del sueño y la piratería del inconsciente se había vuelto demasiado estrecho.

Investigadores piden normativas

«No nos involucraremos en la ingeniería de los sueños a menos que las personas lo soliciten específicamente y den su consentimiento para soñar», formuló Horowitz, junto con dos colegas, en su Ética de la Ingeniería de los Sueños, publicada en línea con ligeras modificaciones y firmada por 38 investigadores de sueños.

«Es una línea muy fina», dice Antonio Zadra, cofirmante e investigador del sueño y el dormir de la Universidad de Montreal, y coautor del libro *When Brains Dream* (Cuando los cerebros sueñan). «Si ya a mí se me ocurren algunas ideas improvisadas sobre cómo influir en los sueños, los especialistas en mercadeo bien pagados pueden generar estrategias mucho más efectivas».

Los estudios muestran que los estímulos externos presentados durante el sueño también pueden influir en nuestro comportamiento mientras estamos despiertos. Después de una siesta, los sujetos eligieron con más frecuencia el refrigerio cuyo nombre se les reprodujo mientras dormían. Cuando a sujetos dormidos se les presentó humo de cigarrillo junto con el olor a huevos podridos, posteriormente fumaron menos.

Lo notable es que los sujetos dormidos no podían recordar su condicionamiento. Sin embargo, el mismo experimento con sujetos despiertos no funcionó. «Da miedo», dice Antonio Zadra, diciendo que su mayor preocupación es que nuestras creencias y comportamientos puedan ser manipulados sin que nos demos cuenta.

Temor a la piratería de sueños

Para Michael Schredl, investigador del sueño del Instituto Central de Salud Mental de Mannheim, la «Carta de los 38» suena más como una estrategia de mercadeo que como una preocupación legítima. De influenciar a manipular hay un gran trecho, y el tema se está inflando en este momento, opina. Si bien es posible incorporar estímulos externos a los sueños, «lo que no se puede lograr es dirigir el contenido de los sueños en una dirección determinada».

El cerebro dormido no es más sugestionable que el despierto, como suele afirmar Adam Horowitz. Además, no se adquieren nuevos conocimientos mientras se duerme, sino que se consolidan los conocimientos existentes: las personas a las que les han puesto casetes por la noche para aprender idiomas extranjeros obtuvieron, en realidad, mejores habilidades lingüísticas al día siguiente. «Pero solo si no podían dormir debido a la cinta», dice Schredl.

Deirdre Barrett también se defiende de la acusación de influenciar el inconsciente. Después de todo, cualquiera puede quedarse dormido con la televisión o la radio encendidas y accidentalmente escuchar publicidad. «No lo describiría exactamente como publicidad subliminal de alta tecnología».

Horowitz dijo que, entretanto, cerca de 10 empresas conocidas lo contactaron, desde compañías aéreas y diseñadores de interiores, hasta empresas de alta tecnología, que quieren invertir en la tecnología de los sueños en los próximos tres años.

La cuestión es: ¿quién permitiría a desconocidos acceder a su mundo onírico, a su inconsciente? Un 32 por ciento de los 500

encuestados por la Asociación Estadounidense de Márketing rechazaron la publicidad subliminal. Un 38 por ciento no tuvo problema en aceptarla.

Tal vez no sea necesario aceptarla. «Es fácil imaginarse un mundo en el que altavoces inteligentes se vuelven instrumentos de publicidad inconsciente durante la noche, con o sin la aprobación de las personas», advierten los expertos.

Si esos altavoces estuvieran conectados a un reloj de pulsera que monitoreara el sueño, podrían emitir sonidos justamente cuando estamos más receptivos a estímulos del exterior. Pero Michael Schredle dice que esos rastreadores aún no han sido desarrollados lo suficientemente. Lo importante no es, según Antonio Zadra, cuán exitosos sean los métodos comerciales para influir el sueño. En lugar de eso, deberíamos dejar en claro ya hoy si queremos algo así.

«Tal vez sueno como un alarmista», coincide Adam Horowitz. «Pero es mejor pensarlo ahora, antes de que sea demasiado tarde», advierte, porque la tecnología del sueño apenas comienza.

Con información de TechRadar