

SESIÓN 3

PROCESOS QUE UTILIZA EL SER HUMANO PARA CONOCER SU MEDIO

I. CONTENIDOS:

1. Proceso fisiológico de la percepción.
2. Los estímulos.
3. Información subliminal.
4. Percepción del matiz.

II. OBJETIVOS:

Al término de la Clase, el alumno:

- Analizará las etapas del proceso perceptual.
- Será capaz de explicar qué es la percepción, su naturaleza y su proceso.
- Conocerá los fenómenos que se relacionan con la captación del matiz.

III. PROBLEMATIZACIÓN:

Comenta las preguntas con tu Asesor y selecciona las ideas más significativas.

- ¿Cómo se realiza el proceso de la percepción en el ser humano?
- ¿Existe la publicidad subliminal?
- ¿Cómo nos damos cuenta de que la portada de este libro es de un color determinado?

IV. TEXTO INFORMATIVO-FORMATIVO:

1.1. Proceso fisiológico de la percepción.

Percepción es el proceso que permite al organismo a través de los cinco sentidos recibir e interpretar la información del entorno.



La información tiene un significado diferente al de estímulo.

Un estímulo es cualquier forma de energía que llega a un receptor y lo puede excitar, por ejemplo: la luz, el sonido y la temperatura.

El organismo es estimulado constantemente a través de los sentidos pero no siempre responde a ello; si provoca una respuesta se le llama estímulo, si el estímulo provoca una respuesta en el cuerpo (se da cuenta) se le llama información.

Sensación

La sensación es el sentimiento que experimentamos de la información que recibimos. (La percepción es la que interpreta esa información).

Umbral

Es el límite que hay entre el sentir o no sentir un estímulo. Existen dos tipos de umbrales el absoluto y el diferencial.

Umbral absoluto

Es la mínima intensidad que puede percibirse.

Umbral diferencial

Es la diferencia mínima que podemos percibir entre dos estímulos.

Adaptación

Es el proceso que genera el organismo disminuyendo la respuesta de los receptores sensoriales. Ejemplo: habituarnos a la sensación de la correa del reloj, sin darnos cuenta o sentir que lo traemos puesto después de un rato.



Este mecanismo le sirve al organismo para no distraerse de todos los estímulos que le llegan cada segundo.

Desde pequeños hemos aprendido que tenemos cinco sentidos que nos permiten conocer el mundo, sin embargo, existen otros sentidos como:

- *Vestibular*: este es el encargado de ayudarnos a orientarnos si estamos arriba o abajo, adelante o atrás.
- *Propioceptivo*: nos ayuda para saber en que posición están nuestras extremidades (adelante, de lado, de frente) aunque tengamos los ojos cerrados.
- *Cinestésico*: nos ayuda para saber la tensión que tenemos en nuestros músculos.
- *Interoceptivo*: nos permite saber la información de lo que ocurre en nuestro interior (tener la vejiga llena, palpitaciones del corazón, un dolor)

Fases de la percepción

Detección: a través de los cinco sentidos y sus receptores

Transducción: se da la conversión del estímulo, de energía a mensajes nerviosos.

Transmisión: los impulsos nerviosos hacen la labor de transmitir la información codificada al cerebro.

Procesamiento de información: aquí el cerebro organiza e interpreta la información en experiencias conscientes.

2.1. Los estímulos.

Los principales estímulos para el ser humano son los estímulos que afectan a sus cinco sentidos principales o más conocidos por nosotros.

Luz - Vista



La luz es la que provoca la visión de objetos y sus características. Los objetos al reflejar la luz nos dan tonalidades de luminosidad a las cuales llamamos colores. Es así que una tonalidad que refleja más la luz la llamamos color blanco y una tonalidad que poco refleja la luz la llamamos negro.

Sonidos- Oído o audición



Cuando un objeto se mueve, hace vibrar a las partículas de aire que están a su alrededor, este movimiento vibrante que ocurre a través del aire golpea las membranas del oído las cuales junto a otras partes del sistema auditivo transmiten esta información para ser codificada en tonos y frecuencias de ruido que interpretamos como sonidos.

Olores - Olfato



Los olores son pequeñas moléculas de alguna sustancia (pan, perfume, basura) que flotan en el aire y que son aspiradas por nuestras fosas nasales. Al igual que los demás

sentidos este sistema tiene receptores que captan la presencia de alguna sustancia cerca de nosotros y manda la señal al sistema cerebral quien codifica el mensaje descubriendo que sustancia es.



Sabores- Gusto

Los sabores tienen su importancia en la boca lugar en el cual las mejillas, el paladar y garganta perciben las características del alimento, estos pueden ser ácidos, salados, dulces entre otros. En esta parte también tiene mucha labor el olfato, ya que al estar consumiendo la comida el olor que desprende al estarla masticando o saboreando va directamente a receptores nasales que hacen que el ser humano disfrute el sabor de la comida. Existen personas que por causas de accidentes han perdido la capacidad de percibir olores y refieren que al comer no saben a que sabe la comida que ingieren es por ello la importancia que tienen el trabajo conjunto de los cinco sentidos.



Sensaciones- Tacto

Dentro de los cinco sentidos mencionados el sentido del tacto es quien tiene la extensión física más grande ya que la piel es el mayor contribuyente de información a este sentido. La información en este sentido se siente como sensaciones neutras, como dolor o como placer.

3.1. Información subliminal.

La información subliminal es uno o varios estímulos que no pasan el umbral de percepción. Son estímulos de corta duración y baja intensidad. La persona aunque ve el estímulo no lo percibe, no hay una conciencia de ello, se dice que el cerebro al registrar esa información produce cambios en las decisiones que toma el individuo frecuentemente para comprar un producto.

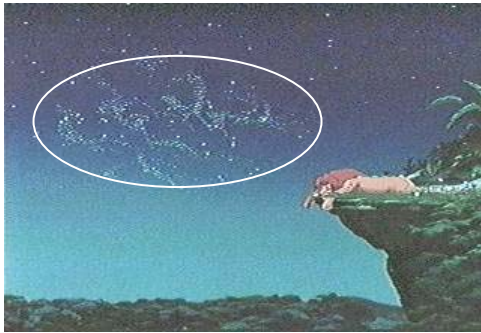
James Vicary (EU, 1915-1977) un analista de mercado realiza un experimento en el año de 1957 en el cual proyectó una frase alusiva a comprar palomitas de maíz y refresco en una película de cine, la imagen solo duró una fracción de segundo (menos de 30 milisegundos), sin embargo, incrementó las ventas de refrescos un 20% y de palomitas de maíz en un 60%.



Asimismo, existen estímulos que se utilizan en comerciales o directamente en productos de consumo, ejemplo de ello son cajetillas de cigarros o botellas de vino, estos estímulos tienen por lo regular un estímulo sexual escondido en el empaque del producto, y tienen el objetivo de motivar inconscientemente a los compradores a que consuman ese producto. Ejemplo de ellos son los siguientes:



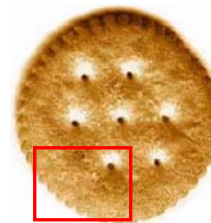
También se utiliza la subliminalidad en el cine infantil donde se insertan imágenes para provocar aparentemente una respuesta sexual en el público infantil desde que son pequeños.



La música contemporánea no se escapa a la subliminalidad ya que frecuentemente se encuentra en las canciones frases que al leerlas o escucharlas al revés, tienen un significado sexual o muchas veces el tema es relacionado con temas demoníacos. Otras veces lo podemos ver en las portadas de los discos.



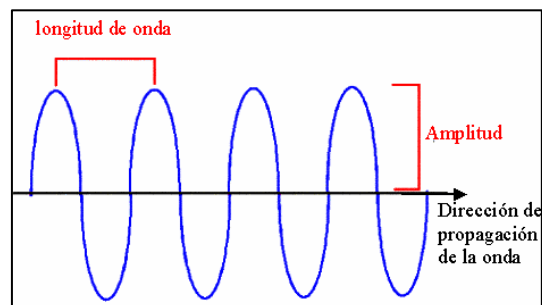
Comerciales de comida también son utilizados para utilizar mensajes subliminales:



Incluso hay quienes aseguran que desde hace varios siglos se ha utilizado esta técnica de mensajes ocultos o información oculta a la vista normal.

4.1. Percepción del matiz.

La idea de que para que podamos ver un objeto es necesaria la luz (que se refleja en los objetos) no siempre ha existido. Platón creía, que la luz tenía origen en los propios ojos, que las partículas de luz salían y se esparcían en los objetos y por eso los podíamos mirar. La luz es una radiación electromagnética que se transmite o mueve en forma de ondas. Estas ondas se propagan (en el vacío) a la velocidad de 300,000 km. por segundo, que se conoce como la "velocidad de la luz en el vacío" esto quiere decir que no haya nada que la obstaculice (como filtros, gases o magnetismos). Esta es la mayor velocidad que puede alcanzar "algo conocido" por el ser humano.



La longitud de las ondas de la luz (espacio de una onda a otra) es interpretada por nuestros sentidos como matiz. La amplitud de una onda tiene una directa correlación con la cantidad de energía contenida.

El arco iris, contrario a la creencia de que tiene siete colores o matices, solo tiene seis (rojo, naranja, amarillo, verde, azul y violeta). De estos seis matices o colores se desprenden todas las tonalidades que vemos a nuestro alrededor gracias a la mezcla de colores.

