



- **Umbral máximo** es la mayor intensidad de un estímulo que pueden soportar los sentidos, por encima del cual el organismo no percibe aumento del estímulo y en muchos casos entra en la zona de sensación dolorosa (y peligrosa para el sentido).
- **Umbral diferencial**, como variación mínima del estímulo que es capaz de detectar el receptor sensorial.

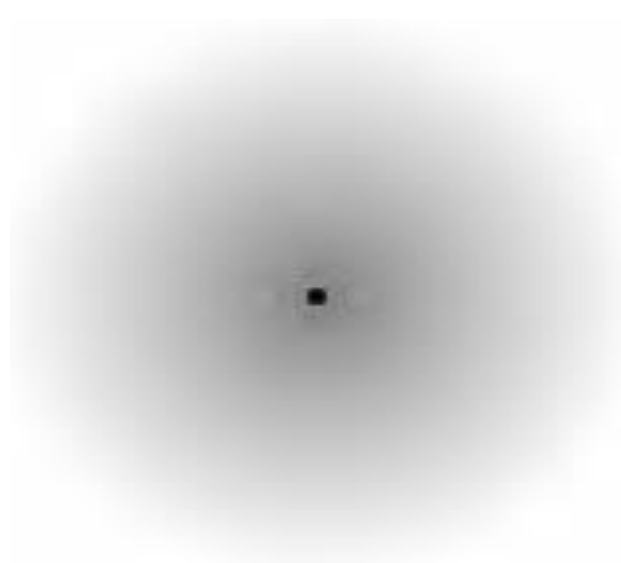
*Orientativamente, puesto que varía de una persona a otra, E. Galanter (1962) comprobó que los umbrales absolutos del ser humano se acercan a los siguientes parámetros:*

- *VISTA: la luz de una vela en una noche oscura a 48 kms.*
- *OÍDO: el tic-tac de un reloj de pulsera a 6 m.*
- *GUSTO: Una cuchara pequeña de azúcar en 7,5 l. de agua.*
- *OLFATO: una gota de perfume en un apartamento de 3 habitaciones.*
- *TACTO: sentir el ala de una abeja que nos roza la mejilla cuando cae desde 1 cm. de altura.*

En este apartado nos interesa ver un interesante mecanismo adaptativo, según el cual, cuando tenemos persistentemente un cierto tipo de estímulo en el ambiente, que solo es interpretado como ruido (no aporta información y solo entorpece la recepción del resto) el organismo aumenta progresivamente el umbral mínimo de ese estímulo hasta hacerlo desaparecer de nuestra conciencia.

Nos aclararemos con un ejemplo:

Al entrar a un local, detectamos inmediatamente el perfume del ambientador que hay en el local, pero a los 10 minutos de estar dentro, a pesar de estar el mismo perfume, ya no somos capaces de olerlo, no lo detectamos.



### 3.- LA PERCEPCIÓN

Podemos definirla como una aprehensión de la realidad a través de los sentidos; es un proceso **sensocognoscitivo** en el que las cosas se hacen manifiestas como tales en un acto de experiencia; es decir es la interpretación personal del mundo percibido.

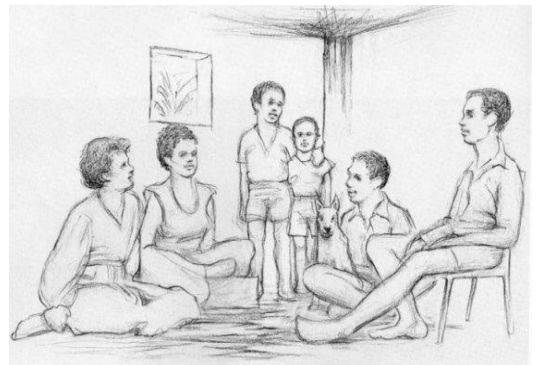
Fenómeno de la **CONSTANCIA PERCEPTIVA**. Tiene un papel destacado el aprendizaje. Percibimos los objetos como del mismo tamaño a pesar de que, al alejarse, disminuye el espacio que ocupan en nuestra pupila, "los vemos más pequeños".

#### 3.1.- FACTORES CONDICIONANTES DE LA PERCEPCIÓN

Por lo que respecta a las condiciones subjetivas, hacen referencia a los diversos factores o aspectos que no son compartidos por todos sino que dependen de cada uno, de cuestiones como su personalidad, su actitud, su atención, su cultura, etc. Esto hace que unas personas se fijen en aspectos que a otras les pasan desapercibidas. Un factor muy importante es la atención, puesto que en función de nuestro interés u otros factores similares elegimos los parámetros de la observación.

Factores subjetivos hay muchos, dado que nuestra subjetividad es compleja y se halla impregnada de experiencias, valores, intereses, actitudes, etc. Y es en el marco de esta subjetividad que toma acomodo lo que percibimos. Por eso dos personas ante una situación pueden fijarse, prestar atención, en aspectos opuestos: porque sus intereses lo son.

- **Emociones:** el estado de ánimo determina fuertemente la interpretación. *Por ej., en el dibujo de la joven y la anciana, se percibe más fácilmente la primera cuando el estado de ánimo es bueno.*
- **Presión de grupo:** los experimentos han demostrados que una persona termina viendo iguales dos líneas que son desiguales si un grupo de gente las ve como iguales. Basta ponerse de acuerdo previamente y el único discrepante se sentirá tan cómodo que se verá abocado a la mayoría. Pensemos en las implicaciones sociales de este factor (por ejemplo, en la influencia de un grupo sobre un individuo).
- **Credibilidad:** un experimento de la universidad de N. York en la que una serie de individuos tenía que castigar a otros que no acertaban ciertas preguntas con descargas eléctricas, comprobó sorprendentemente que la mayoría llegaba al máximo de estas descargas produciendo gran sufrimiento en quien se equivoca. El argumento que dieron fue que creían ciegamente en la ciencia y en la universidad. ¿Qué significa esto? Que si otorgamos credibilidad a algo o alguien, sea o no justificado (pues es algo que se entrega o se da), puede hacer lo que quiera con el grupo. Ejemplo: los líderes religiosos o políticos.
- **Ideología:** individuos con distinta ideología política pueden ver las cosas de distinto modo. Por ejemplo, ideología política (OTAN), religiosa (los cisma, moral (aborto), jurídica (jueces juzgando un caso polémico), social (lucha de clases) o incluso científica (geocentrismo)
- **Personalidad:** los tests de Rorschach que se utilizan para examinar la personalidad de la gente han mostrado ejemplos del modo en que la misma influye en la percepción de la realidad. Pensemos en quien ha sufrido tortura y su reacción ante algo que le recuerde su trauma; o la diferencia que puede existir en las personas introvertidas y extrovertidas a la hora de ver las cosas. Y así otros muchos ejemplos.
- **Cultura:** factores como los pares campo-ciudad, oriente-occidente, norte-sur, etc. ponen de manifiesto la existencia de patrones culturales implicados en la visión del entorno. *Por ejemplo, un rito litúrgico no es percibido de la misma manera por un creyente que por una persona que no lo sea.*
- **Conocimiento:** son muchos los ejemplos que se pueden poner, pero bastará con uno: hay una gran diferencia entre lo que ve un especialista al mirar por un microscopio y lo que ve un profano. En este caso, el saber supone un patrón de selección y percepción evidente.
- **Hábito:** la percepción según la costumbre, lo que se ha visto o vivido puede ser significativo a hora de prestar atención a elementos de nuestro entorno.
- **Expectativas:** un factor muy importante, pues los individuos nos acercamos al entorno nuestro con ciertas ideas o esquemas previos en base a lo que buscamos y esperemos. Es mucho más fácil localizar un estímulo que estamos esperando que aparezca que otro que no esperamos. *Por ejemplo, en aquellos casos en que buscamos unas gafas o unas tijeras y nos las encontramos estando delante de nosotros, y es probable que las buscáramos cerradas y a lo mejor sin darnos cuenta las abrimos.*
- **Intereses:** es uno de esos factores más abundantes. Baste pensar en actividades como el fútbol, donde parece que sólo se ven los penaltis de un equipo y no los del otro. *Otro ejemplo: en un experimento consistente en hacer que un grupo de personas de distinta profesión describiera los*



*aspectos que le habían llamado la atención en un viaje virtual, cada persona prestó especial atención a lo que tenía relación con su profesión.*

- **Motivación:** un profesor puede hacer que su materia resulte estimulante o ingrata en función de la manera como la explique, activando o desactivando el proceso de motivación.
- **Necesidades:** nada mejor que tener una verdadera necesidad para que nuestra mente busque con ansia lo que necesita. Esto explica porque los que tienen hambre reducen su realidad a lo comestible; o los que tienen sed a lo que es bebible o no.

Existen también factores externos (o más bien características de los estímulos) claramente condicionantes de la percepción, tales como **la intensidad, la repetición, el tamaño y la novedad.**

Fenómeno de la DEFENSA PERCEPTIVA. Es una propiedad mediante la cual los estímulos favorables o agradables son identificados más rápidamente que los desfavorables o desagradables.

### 3.2.- TRASTORNOS DE LA PERCEPCIÓN



Nuestros sentidos no siempre transmiten una imagen fiel del mundo externo. Es el sujeto el que percibe, los sentidos sólo sienten. En el caso de alteraciones psicopatológicas de la percepción los receptores suelen estar en perfectas condiciones.

Hay trastornos de la percepción a distintos niveles: unos están limitados a una sola variedad perceptiva, debido a lesiones localizadas, como las agnosias, y otros son más complejos como las ilusiones y las alucinaciones.

#### Agnosia

Es la incapacidad de identificar un objeto o reconocer estímulos por un sentido particular. La persona con agnosia visual no puede identificar objetos comunes, como un reloj de pulsera, aunque, si se le permite coger el reloj, puede reconocerlo por el tacto; por tanto, no ha perdido su memoria para el objeto, ni ha olvidado su nombre, realmente le ocurre que no puede recibir la información visual.

#### Alucinaciones

Se trata de una percepción sin objeto, es decir, sin estímulo real. Las alucinaciones son trastornos de la percepción de cualquiera de los sentidos causadas por patologías diversas entre las que citamos: las alteraciones graves de personalidad, intoxicaciones por drogas como alcohol u otras psicotónicas, que pueden llevar a deformar completamente la realidad, percibiendo objetos o estímulos que no existen.



#### Pseudoalucinaciones

Son falsas alucinaciones. Suceden en la mente del enfermo y son difíciles de separar de otros procesos delirantes. El enfermo las considera reales y verdaderas.

#### Ilusiones

Es una deformación del objeto percibido, por una percepción falsa o un error en el reconocimiento.

La mayoría de las ilusiones ópticas se producen por efectos o distorsiones de la realidad basadas en el uso de ciertas *características funcionales* de los sentidos.

Desde un punto de vista cuantitativo, podemos distinguir:

- La hiperestesia: estado en el que el sujeto percibe los estímulos con mayor intensidad, número y rapidez.
- La hipoestesia: estado en el que el sujeto percibe los estímulos con menor intensidad, número y rapidez.

### 3.3.- LEYES DE LA PERCEPCIÓN

La escuela de psicología de la Gestalt fue la primera en realizar una aproximación teórica a la percepción, que hoy en día sigue vigente en la mayoría de sus aspectos. Se basa en que se percibe globalmente, “El todo es más que las partes” y la comprensión de la situación (el “insight”), se produce cuando se integra globalmente lo percibido con algún modelo mental explicativo. La percepción según esta escuela se rige por las siguientes leyes:

- **Leyes generales:**

- Ley de PREGNANCIA o de la BUENA FORMA (o “buena figura”).

Las figuras tienden a articularse de la forma más completa, simétrica, sencilla y perfecta posible. Tendemos a percibir la figura mejor, que coincide con la más simple, porque es la que exige de cada uno de nosotros menos gasto de energía.

*“De diversas organizaciones geométricas posibles, la más adecuada es la que posea la forma más estable más simple y mejor” (Kofka, K.1935)*



- Ley de FIGURA FONDO



Toda percepción se articula de tal manera que una parte se percibe como figura y el resto como fondo, siendo imposible ver ambos elementos simultáneamente como figura o como fondo ambos. La articulación de una parte como figura o fondo depende de cualidades del estímulo tales como el tipo de orientación, el tamaño relativo, las áreas envolventes o la simplicidad.

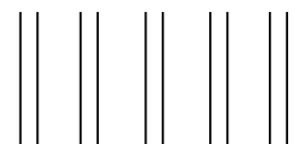
- Ley de PRIMACÍA

Percibimos el todo antes que las partes.

- **Leyes de agrupación de estímulos**

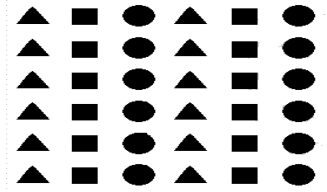
- Ley de proximidad.

Los estímulos próximos entre sí los percibimos como integrantes de una sola figura.



☞ Ley de semejanza.

Tendemos a percibir los estímulos iguales o semejantes como una sola figura, vemos columnas de círculos y de triángulos.



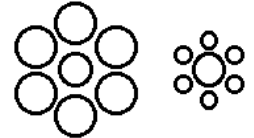
☞ Ley de cierre.

Cuando percibimos un estímulo abierto o incompleto tendemos a percibirlo completo o cerrado, por ello percibimos la casa, a pesar de estar solo esbozada.



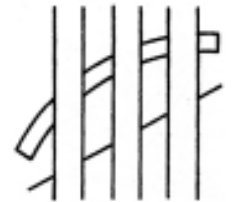
☞ Ley de contraste.

La percepción del tamaño de un elemento resulta influenciada por la relación que éste guarda con los demás elementos del conjunto.



☞ Ley de continuidad

Los estímulos que aparecen unos a continuación de otros tendemos a agruparlos en la figura más simple y conocida (por la experiencia).



### 3.4.- Otros conceptos relacionados con la percepción

#### Percepción social

Determinados signos, que normalmente carecerían de significado, adquieren un significado perceptivo determinado como consecuencia de un uso social del mismo, llegando a adquirir las características “buenas o malas” del grupo social que las ha utilizado para identificarse tal es el caso de la cruz esvástica, símbolo que “hoy” se identifica fundamentalmente con el terror nazi, cuando es un símbolo en otros tiempos era un signo de sentido positivo religioso más.

#### Percepción subliminal

Cuando se presenta un estímulo por debajo del umbral mínimo como para que este no pueda ser conscientemente percibido, se produce una percepción del mismo en el nivel inconsciente, pero que, de alguna manera, influye en nuestra conducta posterior, es lo que se llama percepción subliminal.

Las técnicas subliminales consisten en presentar imágenes en lapsos de tiempo tan cortos que no se perciben, pero sobre todo en introducir en fotografías o carteles formas camufladas que no se perciben conscientemente, que son una de las técnicas más ampliamente usadas en publicidad

Para defendernos de estos mensajes, que a nivel inconsciente, penetran en nosotros sin ninguna barrera defensiva preparada, se impone aprender a efectuar la lectura de imágenes, de forma que podamos hacer conscientes estos mensajes.