

Sensación.

Procesos
Psicológicos Básicos



Unidad 1: Sensación.

Se presenta material para la unidad sobre sensación. Es una síntesis del texto recomendado para bibliografía en clase de Charles G. Morris y Albert A. Maistro llamado Psicología de Editorial Pearson.

Contenido temático

- Concepto de sensación.
- Naturaleza de los procesos sensoriales.
- Visión.
- Audición.
- Otros sentidos: olfato, gusto, sentidos cinestésicos y vestibulares.

Sensación, Concepto

Las sensaciones, incluyen olores, imágenes, sonidos, sabores, equilibrio, tacto y dolor, son los datos puros de la experiencia.





Sensación

- Nuestros diversos órganos sensoriales son bombardeados de manera continua por pedazos de información, que compiten por atención y entre sí mismos, con tan poco sentido como las piezas de un rompecabezas gigantesco.

Y la Percepción

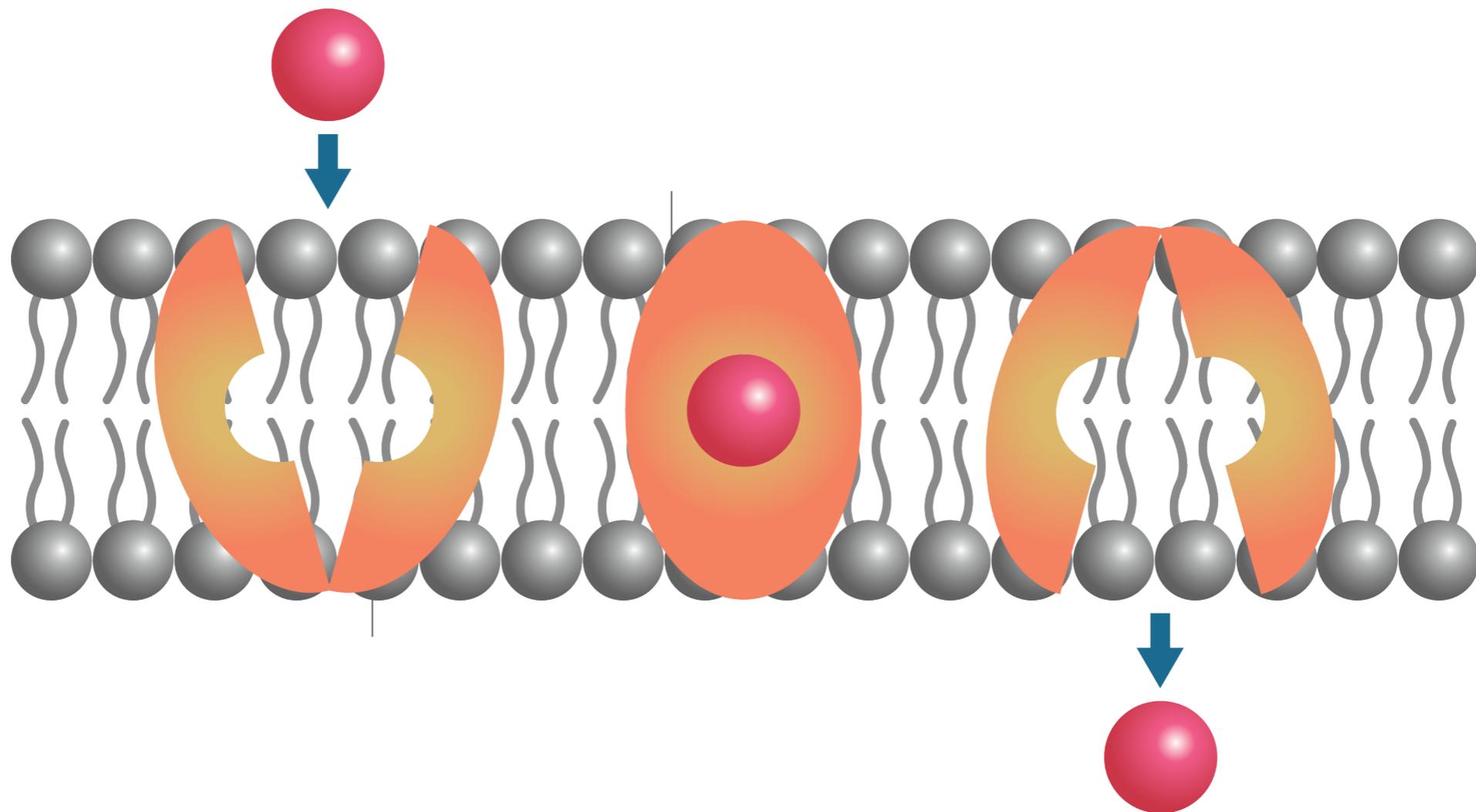
- La **percepción** es el proceso mental mediante el cual esas piezas se clasifican, identifican y arreglan en patrones significativos. La sensación y la percepción son la base de la conciencia; en conjunto, nos dicen lo que sucede dentro y fuera de nuestro cuerpo.
- Órganos sensoriales, cada uno convierte la energía física (luz u ondas sonoras, por ejemplo) en impulsos nerviosos.

La naturaleza de la sensación

- Toda la información que tenemos acerca del mundo proviene de nuestros sentidos.
- Cada sentido tiene sus propias características, pero existen ciertos principios básicos comunes a todos ellos.

El Proceso Básico.

- Primero, alguna forma de energía (ondas de luz, vibraciones sonoras, moléculas químicas transportadas en el aire o la sangre) estimulan una **célula receptora** en uno de los órganos sensoriales, como el ojo o el oído. Si el estímulo es suficientemente fuerte, el receptor envía una señal a lo largo de los nervios sensoriales al área apropiada de la corteza cerebral.



El Proceso Básico.

- El encéfalo se aloja en el cráneo, aislado de los eventos externos, pero es bombardeado por las señales eléctricas transportadas por millones de fibras nerviosas. ¿Cómo distingue el encéfalo entre las imágenes y los sonidos, las sensaciones de tacto y equilibrio?



El Proceso Básico.

- Las células receptoras conectadas a trayectorias nerviosas se especializan en uno u otro sentido. Los mensajes sensoriales entran al encéfalo por canales diferentes: el canal auditivo, el canal del tacto, el canal del olfato, etcétera.



Umbrales Sensoriales.

- La energía que alcanza un receptor debe ser suficientemente intensa para tener un efecto perceptible.
- La intensidad mínima de energía física requerida para producir una sensación se denomina umbral absoluto.

¿Qué tan fuerte debe ser un sonido para que una persona lo escuche?

Umbrales Sensoriales.

- La sensibilidad a la luz, el sonido, la presión u otros estímulos varia de una persona a otra e incluso de un momento a otro para la misma persona.
- Los psicólogos acordaron establecer el umbral absoluto en el punto en que una persona puede detectar el estímulo el 50 por ciento de las veces que éste se presenta.

Umbrales Sensoriales.

- En condiciones normales, los umbrales absolutos varían dependiendo del nivel y naturaleza de la estimulación sensorial en curso.

Por ejemplo: cuando usted entra en la sala oscura de un cine, difícilmente puede ver algo que no sea la imagen en la pantalla. Sin embargo, sus ojos se acostumbran gradualmente a la oscuridad.

Umbrales Sensoriales.

- Este fenómeno se denomina **adaptación sensorial**.
- Nuestros sentidos se ajustan de manera automática al nivel global promedio de estimulación en un ambiente particular.

Umbrales Sensoriales.

- La adaptación permite que nuestros sentidos estén profundamente sintonizados con las condiciones ambientales sin sobresaturarse.
- ¿Cuán fuerte debe ser un sonido antes de que advierta que ha aumentado su volumen?
- El cambio más pequeño en la estimulación que se detecta el 50 por ciento de las veces se denomina **umbral diferencial** o **diferencia apenas perceptible (dap)**.

Umbrales Sensoriales.



- En la década de 1830 Ernest Weber concluyó que el umbral diferencial es una *fracción o proporción* constante del estímulo específico, una teoría conocida como **ley de Weber**.

Umbrales Sensoriales.

- Los valores de esas fracciones varían significativamente para los distintos sentidos.
- Por ejemplo, la audición es muy sensible: podemos detectar un cambio en el sonido del 0.3 por ciento ($\frac{1}{3}$ de 1 por ciento). En contraste, producir una dap en el gusto requiere un cambio del 20 por ciento ($\frac{1}{5}$), y en el peso se requiere una alteración del 2 por ciento ($\frac{1}{50}$) para producir una dap.

Percepción Subliminal.

- La idea de umbrales absolutos implica que ciertos eventos en el mundo exterior ocurren fuera de nuestra conciencia. ¿Registramos y respondemos a esos mensajes *subliminales* (o “por debajo del umbral”)?

Percepción Subliminal.

¿Es posible influir en la gente mediante información de la que no tiene conciencia?

La respuesta es un sí con reservas.

Percepción Subliminal.

- Estudio, un grupo de participantes fue expuesto subliminalmente a palabras que expresaban honestidad (un rasgo positivo), y otro grupo a palabras que transmitían mezquindad (un rasgo negativo). Luego se pidió a todos los participantes que leyeran una descripción neutral de una mujer y que evaluarán las características de personalidad de la misma. Los integrantes del primer grupo le dieron calificaciones más positivas y honestas, mientras que los miembros del segundo grupo tendían a juzgarla con mayor dureza.

Percepción Subliminal.

- Estudios indican que *en un laboratorio controlado* la gente procesa y responde a información de la que no tiene conciencia. Pero esto *no* significa que “obedezca” de manera automática o mecánica a mensajes subliminales en la publicidad, la música de rock, las cintas de autoayuda o cualquier otra forma.

Publicidad y Mensajes Subconscientes.

- Los anuncios en televisión no contienen mensajes subliminales ocultos, pero intentan hacer que los televidentes asocien los productos con imágenes y estilos de vida idealizadas.

Por ejemplo, los automóviles lujosos se muestran frente a mansiones y salas de ópera, y los vehículos deportivos en cañones remotos.

Publicidad y Mensajes Subconscientes.



Publicidad y Mensajes Subconscientes.

- Los anuncios también juegan con nuestros sentidos. Las señales visuales (los modelos, el escenario, los cortes de una escena a otra) y las señales auditivas (la voz superpuesta, el fondo musical, los sonidos de la naturaleza) son los ejemplos más evidentes.
- Algunas personas afirman tener un poder adicional de percepción que está más allá de los sentidos normales. Este poder inusual, conocido como percepción extrasensorial, o PES, se define como “una respuesta a un evento desconocido no presentado a ninguno de los sentidos conocidos”.

Publicidad y Mensajes Subconscientes.

- La PES se refiere a una variedad de fenómenos, que incluyen la clarividencia (conciencia de un objeto o evento desconocido); la telepatía (conocimiento previo de eventos futuros). La operación de la PES y otros fenómenos psíquicos es el foco de atención de un campo de estudio llamado parapsicología.
- Buena parte de la investigación sobre la PES ha recibido críticas por un pobre diseño experimental, la imposibilidad de controlar la deshonestidad, el reporte selectivo de los resultados o la incapacidad para obtener resultados replicables.

Referencias.

Morris, Charles G., Maisto, Albert A. Psicología. Ed. Prentice Hall. Décima edición.

Baron, Robert A. Fundamentos de Psicología. Ed. Prentice Hall.

Coon, Dennis. Psicología, exploración y explicaciones. Ed. Thompson.

Fernández-Abascal, E. y otros. Procesos Psicológicos. Editorial Pirámide

Mestre Navas, J. M. y otros. Procesos psicológicos básicos; una guía académica para los estudios en psicopedagogía, psicología y pedagogía, Editorial Mc Graw Hill

Pérez F. V. y otros. Procesos psicológicos básicos. Un análisis funcional. Editorial Prentice Hall.