

I. ORIGEN DEL CONOCIMIENTO

- Planteamiento
- Sensación y percepción

A/ Diferencias

B/ La sensación como base fisiológica de la percepción

C/ La percepción: proceso bipolar

- Planteamiento

El origen del conocimiento es el conocimiento sensible. Nos insertamos en el mundo a través de nuestro propio cuerpo. Todos nuestros contenidos mentales se originan en la sensación, aunque posteriormente, mediante la percepción es cuando tenemos conciencia de cosas que ya tienen un significado para nosotros.

No solamente lo que percibimos depende de nuestros sentidos, sino que también son muy influyentes todos nuestros conocimientos previos, ideas, estados de ánimo, etc.

De esta manera, se distingue entre sensación y percepción, que son dos modos diferentes de hablar del conocimiento sensible, es decir, la información que recibimos a través de los órganos de los sentidos.

1. Sensación y percepción

A/ Diferencias

La **sensación** es la recepción de estímulos que nos llegan del exterior o del interior, es decir, es la captación de cualidades sensoriales a través de los órganos de los sentidos.

La **percepción** es la conciencia de un objeto total. Son cosas que tienen un significado para nosotros, se refleja nuestro mundo. Cada ser humano proyecta parte de sus conocimientos sobre los objetos percibidos, por tanto, exige poseer unos conocimientos previos.

Es imposible tener percepción si previamente no hay una sensación. La percepción va mucho más allá de la sensación, es algo más que el reflejo objetivo de la realidad.

B/ La sensación como base fisiológica de la percepción

La **sensación** es un fenómeno psíquico originado por la excitación de un órgano sensorial, que a su vez es producida por un estímulo y en virtud de ella se conocen determinadas cualidades de los objetos del mundo exterior, tales como formas, colores, sonidos, sabores o ciertos estados del propio organismo.

En toda sensación, se pueden distinguir tres **fases**:

- *Fase física*: se produce el estímulo
- *Fase fisiológica*: excitación del órgano sensorial
- *Fase psíquica*: llegada del estímulo al cerebro
- Fase física

En esta fase se produce el estímulo, que es cualquier forma de energía física que tiene capacidad para producir la excitación de un órgano sensorial.

Para que un estímulo pueda producir esta excitación, es necesario que este estímulo llegue a la intensidad mínima, ya que por debajo de ese umbral no hay excitación.

Teoría de los umbrales:

- *Mínimo* es la cantidad mínima de estímulo que nos hace sentir
- *Diferencial* es la diferencia mínima perceptible
- *Máximo* es la máxima intensidad de estímulo, a partir de la cual ya no podemos sentir.

No obstante, cada persona tiene sus propios umbrales, ya que un mismo estímulo puede ser percibido por los órganos sensoriales de una persona y no por los de otra, en circunstancias semejantes.

2– Fase fisiológica

En esta fase las sensaciones son recogidas por los órganos sensoriales. Una vez captado el estímulo se inicia el impulso nervioso, que es una corriente de origen electro-química que es recogida en el cerebro. Dependiendo de dónde percibamos el estímulo, lo recogeremos en una parte u otra del cerebro. Éste controla todas nuestras sensaciones y movimientos.

Tradicionalmente, se consideraban 5 sentidos, pero actualmente algunos autores elaboran una lista que pasa de los 30 sentidos. Otros establecen una lista menor, considerando unos como subclases de otros.

Una clasificación posible para conocer los sentidos es:

- *Exteroceptivos* captan estímulos que proceden del exterior de nuestro cuerpo: vista, oído, tacto
- *Propioceptivos* captan estímulos del interior de nuestro cuerpo: profundidad, peso, humedad

3– Fase psíquica

En esta fase el impulso nervioso llega al cerebro. Es la sensación, el

conocimiento como tal de la cualidad sentida. Nuestro cerebro comienza a organizarlos en función de nuestros conocimientos previos.

C/ La percepción: proceso bipolar

La percepción es un proceso bipolar, es decir, depende de dos tipos de factores:

- **Objetivos** son las características físicas de los estímulos, no dependen del individuo que las percibe.
- **Subjetivos** dependen del individuo que las percibe, no del objeto percibido. Los factores subjetivos, a su vez, pueden ser de dos tipos: innatos y aprendidos.
- **Innatos:** Los poseemos todos los seres humanos desde que nacemos, son iguales para todos.

Según la escuela **Gestalt** (escuela alemana de psicología), la percepción del ser humano se realiza de acuerdo

a unas características que nos organizan los estímulos involuntariamente. Éstas son algunas de las **Leyes de la percepción**:

- **Configuración fondo-figura**: organizamos todos los estímulos como figuras sobre fondos. De esta manera, vemos la figura más brillante que el fondo.
- **Continuidad de los estímulos**: tendemos a continuar los estímulos para que tengan un significado más claro.
- **Cierre**: a igualdad de circunstancias, tendemos a cerrar los estímulos más cercanos para formar un solo estímulo.

– **Aprendidos**: Son la experiencia y los factores sociales:

La **experiencia** (conocimientos previos), nos enseña a percibir la

realidad de una manera determinada. Por ejemplo: no todos estimamos las distancias del mismo modo, ya que percibimos la realidad del mundo que nos rodea en función de nuestros conocimientos previos. Otro ejemplo claro es que una persona ciega que recobre la vista, no será capaz de distinguir los objetos si no es mediante el tacto, que es como lo ha hecho siempre.

Todos sufrimos un fenómeno llamado **constancia perceptiva**, que consiste en que una vez que sabemos que ciertos objetos tienen unas características, tendemos a percibirlos siempre de la misma manera, independientemente de las condiciones en que sean percibidos, es decir, los percibimos como que son, no de manera objetiva. Por ejemplo: si conozco de antemano el tamaño de un objeto, tiendo a percibirlo siempre del mismo tamaño, independientemente de la distancia a la que se encuentre. Lo mismo ocurre con la forma: tiendo a percibirlo siempre de la misma forma, sin depender del ángulo desde el que mire el objeto. Con el color pasa igual: siempre veré un objeto conocido con el mismo color, sea cual sea la iluminación que tengamos.

Por el contrario, cuando no conocemos un objeto, pueden ocurrir dos cosas:

- Que lo identifique con otro conocido
- Que no lo perciba, es decir, que no sea consciente de su existencia.

El **lenguaje** mediatiza nuestra percepción de la realidad. Las

personas tendemos a percibir el mundo de forma simbólica, a diferencia de los animales. Reuniendo cualidades sensoriales formamos objetos, a los que les damos un nombre, para diferenciarlos de todo lo demás.

Los **factores sociales** también son muy influyentes en nuestra percepción de la realidad, ya que pueden hacernos cambiar nuestra forma de pensar. Es la influencia, la presión de los demás (familia, amigos, clase social)

Para medir la influencia de este tipo de factores, **Asch** (un psicólogo americano) hizo una serie de experimentos: a un grupo de personas se le presentaban una serie de estímulos y cada uno debía decir qué es lo que percibía ahí. Todos los individuos del grupo, menos uno, estaban de acuerdo para negar la evidencia. Por ello, el individuo que estaba siendo engañado no sabía si oponerse al resto del grupo o modificar su percepción (terminar viendo lo falso, aunque era evidente que era erróneo). Para sorpresa de todos, más del 50 % de las personas que participaron en este experimento terminaron siguiendo la opinión del grupo. Esto indica que muchas veces nos dejamos guiar más por lo que diga la mayoría que por nuestra propia opinión.

Existe otro tipo de percepción que, por sus características, teóricamente no podría existir. Hablamos de la

percepción extrasensorial o subliminal. Se trata de una percepción que, aparentemente, no traspasa el umbral de excitabilidad, pero llega al cerebro. Es decir, que percibimos el estímulo de manera inconsciente. Es como si viéramos lo que no existe. Se ha utilizado durante años en la publicidad, pero actualmente está prohibido (en teoría). En los anuncios existen numerosas técnicas para hacer que consumamos esos productos. Por ejemplo: haciendo que nos identifiquemos con las personas que lo anuncian (guapos, sexys, modernos, exitosos), con colores que nos llaman la atención y nos producen sensaciones (bienestar, calidez), con músicas pegadizas que si después oímos nos evocan el producto anunciado, etc.

Test de proyección:

Son unos tipos de test que estudian cómo percibimos la realidad y, por tanto, estudian cómo somos los individuos, su personalidad.

Estos test presentan láminas con estímulos no estructurados, por tanto, cada individuo verá algo diferente. Uno de los más conocidos y utilizados es el **Test de Rochard**, que consiste en presentar unas láminas con estímulos no estructurados (manchas de tinta), que pueden ser en color o en blanco y negro. Cada individuo, dependiendo de sus conocimientos previos, proyectará cosas diferentes. Estos test se utilizaban con adultos y niños y algunos psicólogos piensan que pueden utilizarse para medir la inteligencia.