

La comunidad Latina de estudiantes de negocios

TITULO: "PERCEPCIÓN SUBLIMINAL"

AUTOR: JUAN MANUEL DE LA COLINA

juanmanueldelacolina@hotmail.com

La percepción subliminal es uno de los tópicos más polémicos de la psicología. Desde la aparición del primer trabajo experimental sobre el tema, realizado por Suslowa en 1863; se realizaron cientos de investigaciones empíricas cuyos resultados abonaron la controversia sobre la existencia misma de la percepción subliminal como fenómeno psicológico real.

Quienes no admiten que el ser humano posee capacidad para responder a estímulos de los cuales no es conciente, sostienen que la percepción subliminal es un artefacto, un producto artificial de los experimentos psicológicos.

Fuhrer y Eriksen consideran que aún en las condiciones empobrecidas de estimulación en las que se desarrolla los experimentos subliminales, los sujetos perciben concientemente porciones del material estímulo las cuales determinan sus respuestas en tales experimentos.

Desde el otro extremo de las controversias: *se admite la posibilidad de un registro no conciente de ciertos eventos externos (estímulos que permanecen fuera de la conciencia), el cual puede llegar a influir sobre la actividad cognoscitiva conciente.*

1) CONCEPTOS BÁSICOS Y TÉCNICAS SUBLIMINALES DE ESTIMULACIÓN

La idea de un procesamiento perceptual inconsciente de estímulos externos puede parecer un poco desconcertante ya que habitualmente se considera la percepción como un evento experimental, es decir un proceso que se lleva a cabo mediante nuestros sentidos y de manera conciente.

La comunidad Latina de estudiantes de negocios Probablemente por esta razón algunos psicólogos consideran que el término percepción subliminal era inapropiado. Así por ejemplo Klein habla de "registro subliminal". Según este autor el concepto de percepción implicaría siempre un conocimiento conciente de la identidad de un estímulo o de su significado.

Sin embargo, en la actualidad tiende a abandonarse la noción de percepción como un proceso unitario que comporta necesariamente cierto grado de conciencia, y se tiende a concebir la percepción como un proceso que abarca una serie de estadios o fases de procesamiento de la información proveniente de estímulos externos, gran parte de los cuales tiene lugar fuera de la conciencia.

La percepción subliminal se la puede definir como: *un proceso de extracción y análisis de información de estímulos de los que el sujeto nunca es conciente.*

Esta ausencia total de representación fenoménica de un estímulo se pone en evidencia cuando, por ejemplo, el sujeto es incapaz de reportar verbalmente la existencia misma del estímulo. Estos estímulos que jamás llegan a la conciencia son los mensajes subliminales. La intensidad o tiempo de exposición mínimo necesario para la detección (consciente) de la presencia de un estímulo, se conoce como *el umbral de la conciencia*. En este nivel, lo único que los sujetos pueden reportar es que vieron u oyeron "algo" sin poder identificarlo exactamente que és.

Aquellos estímulos que se encuentran por encima del umbral de la conciencia se llaman *estímulos supraliminales*.

A) TIPOS DE MENSAJES SUPRALIMINALES

- MENSAJES NO ATENDIDOS: aquellos que no resultan concientemente percibidos debido a que el sujeto no presta atención a los mismos, y se los

La comunidad Latina de estudiantes de negocios puede traer a la conciencia por el simple acto de atención, en cambio los mensajes subliminales no.

- MENSAJES DE SUB-RECONOCIMIENTO: son aquellos que se encuentran por debajo del nivel de intensidad o tiempo de exposición necesarios para la identificación correcta del estímulo.
- MENSAJES DE RECONOCIMIENTO: aquellos estímulos cuya intensidad o duración son suficientes para permitir la identificación correcta de los mismos por parte del sujeto.

B) TECNICAS DE ESTIMULACIÓN SUBLIMINAL

En los experimentos subliminales se emplean diversas técnicas de estimulación cuyo objetivo es prevenir el conocimiento consciente de los estímulos por parte de los sujetos.

- ENMASCARAMIENTO: esta técnica consiste en la presentación de un estímulo fugaz "A", inmediatamente seguido por otro de mayor duración "B". Por ejemplo, Smith, Spence y Holt, presentaron del dibujo de un rostro humano emocionalmente inexpresivo precedido por brevísimas exposiciones de las palabras "feliz" y "enojado"; el resultado fue que los sujetos tendían a percibir un "rostro feliz" cuando el rostro inexpresivo era precedido por la palabra subliminal "feliz".
- ESTIMULACIÓN EMPOBRECIDA DIRECTA: consiste en la exposición directa de un estímulo por debajo del umbral de conciencia o de reconocimiento y la ejecución posterior de una tarea específica. El tipo de respuestas del sujeto frente a esta tarea habrá de poner en evidencia si existió o no un registro no consciente del estímulo en cuestión.

Los documentos que buscas están en <http://www.gestiopolis.com/>

La comunidad Latina de estudiantes de negocios

- **EMPOTRAMIENTO:** esta consiste usualmente en insertar el estímulo crítico (como puede ser una palabra o una figura) en el contexto de un material visual mas complejo (como una fotografía) de manera tal que aquel no pueda percibirse a nivel supraliminal. Por lo que estímulo crítico se vería camuflado en el material que se presenta al sujeto. Esta técnica es muy empleada en el campo de la publicidad.
- **ESTIMULACIÓN DICÓTICA:** esta técnica consiste en la presentación simultánea de los estímulos (auditivos o visuales) subliminal y supraliminal por canales (auditivos o visuales) diferentes.

2) EVIDENCIAS EXPERIMENTALES:

a) Groeger (1984) con el fin de averiguar si la identificación de un estímulo es un prerequisite para su análisis semántico, presentó individualmente a un grupo de sujetos experimentales una serie de palabras, palabras críticas, por debajo del umbral de conciencia y, a continuación de cada palabra, durante dos segundos, una matriz con palabras colocadas al azar en cada una de sus 24 celdas. Estas palabras eran semánticas o estructuralmente semejante a la palabra crítica. Por ejemplo, para la palabra crítica TOWN (pueblo), una alternativa semántica sería CITY (ciudad), y una alternativa estructural sería FLOWN (exaltado). Luego se repitió el procedimiento exponiendo las palabras críticas a un nivel de subreconocimiento. El mismo procedimiento se aplicó a un grupo de control excepto que en lugar de palabra crítica se presentó un campo blanco. Los sujetos fueron avisados que se presentaría una palabra en forma muy rápida y que su tarea consistiría en seleccionar de la matriz aquella palabra que ellos pensaban había sido expuesta previamente.

Los resultados de este experimento indican que los sujetos eligen frecuentemente la alternativa semántica en la condición subliminal, las

La comunidad Latina de estudiantes de negocios alternativas estructurales en la condición de sub-reconocimiento y ambas alternativas por igual en la condición de control. Esto sugiere que los estímulos subliminales reciben un procesamiento predominantemente semántico, que no afectaría la alternativa de una elección estructural y, de igual modo, de existir un procesamiento estructural a nivel subliminal, el mismo no influiría en la elección de una alternativa semántica.

Esta cuestión del procesamiento diferencial de los estímulos en función del nivel de conciencia de los mismos se puso en evidencia den el trabajo de Somekh y Wilding. Estos autores observaron que a nivel supraliminal, las palabras "happy" (feliz) y "sad" (triste) al igual que sus equivalentes estructurales "harpa" (arpía) y "sap" (bobo) afectaron las impresiones concientes de un rostro emocionalmente inexpresivo. A nivel subliminal, ocurrió exactamente lo mismo pero sólo en las palabras "happy" y "sad". Es decir, en el primer caso, los sujetos responden a "harpy" y "sap" como si fueran las palabras "happy" y "sad".

Aparentemente estos estímulos fenoménicamente no presentes en la conciencia, pueden influir sobre algunos aspectos de nuestro comportamiento.

Potzl fue el primero en demostrar la influencia de estímulos subliminales sobre el contenido de los sueños. Este investigados presentó a un sujeto por fracciones de segundo, un paisaje y le pidió que describiera y dibujara lo que había visto. Aquellas partes del material estímulo que el no representó en ese momento, aparecieron luego en los dibujos y descripciones que hizo de su propio sueño al día siguiente.

En síntesis el significado de un estímulo puede registrarse fuera de la conciencia y consecuentemente afectar procesos cognoscitivos concientes.

En el área de la memoria Holland y Spence observaron que la exposición subliminal de la palabra "queso" tendía a sesgar el recuerdo de los sujetos

La comunidad Latina de estudiantes de negocios hacía aquellas palabras semánticamente asociadas con "queso". Este predominio se debe a que el estímulo subliminal produce una activación de un conjunto de significados relacionados con el mismo la cual facilitaría el recuerdo de los asociados semánticos de una lista de palabras.

3) MENSAJE SUBLIMINAL EN LA PUBLICIDAD

La problemática de la percepción subliminal alcanzó una enorme repercusión pública en los años cincuenta debido a que una empresa comercial dio a conocer en aquella fecha un estudio en el que supuestamente la exposición subliminal de las palabras "coma pocholo" y "tome coca-cola" en el curso de un programa de cine tuvo por efecto incrementar las ventas de esos productos.

La efectividad de la estimulación subliminal en publicidad es una cuestión muy discutida y aún no suficientemente demostrada. Así por ejemplo, Key sostiene que los mensajes subliminales insertados en ciertos avisos publicitarios inciden sobre la preferencia del consumidor hacia determinados productos. Por el contrario, George y Jennings observaron que la exposición subliminal de una marca de chocolate no alteraba las pautas de consumo de los sujetos experimentales.

Estos efectos subliminales pueden potenciarse o bien desaparecer completamente por acción de un cierto número de factores: estructura de personalidad, necesidades biológicas, predisposición cognitiva, estado de conciencia, etc.

Dinámica de la personalidad y proceso perceptual

La comunidad Latina de estudiantes de negocios
Nuestro propósito es mostrar la independencia que existe entre la dinámica de la personalidad y la dinámica de la percepción, una teoría de la personalidad no puede ser completada sin una teoría de la percepción que la complete.

Por la obra de la misma Frenkel – Brunswik como también por las investigaciones de Klein en la clínica Menninger se han ocupado de las variables de la personalidad y su manifestación en el terreno perceptual. Se comienza con el concepto de personalidad rígida y se busca si se manifiesta y de que manera en áreas funcionales como el pensar, percibir, recordar, etc. Un estudio preliminar mostró que la personalidad se puede caracterizar, en términos de pautas básicas, en personalidad autoritaria y rígida (inclinadas a exhibir actitudes etnocéntricas) y en otro extremo, como personalidad flexible y tolerante.

Bosquejo de una teoría de la percepción

Buscamos una teoría adecuada para el laboratorio como para la clínica, la teoría que buscamos debe contener en si la posibilidad de manejar las diferencias en la percepción que caracteriza a las diferentes constelaciones de la personalidad. Una teoría de la percepción orientada a la hacia la personalidad, necesita precisamente las leyes para explicar las tendencias judicativas y preceptuales-sistemáticas de diferentes grupos de personas con distintas pautas de personalidad. Durante los últimos años sean inclinado hacia una teoría de la percepción como fenómeno de la expectación o de hipótesis como siendo la mas adecuada para trabajar en ambos campos, el experimento sobre percepción en el laboratorio y las observaciones clínicas.

Las líneas generales de la teoría implican un ciclo de tres etapas.

- Analíticamente podemos decir que el percibir comienza con una expectación o hipótesis, ¿Qué es lo que evoco una hipótesis? Toda hipótesis dada surge

La comunidad Latina de estudiantes de negocios de la aparición de procesos cognitivos y motivacionales centrales derivados de las situaciones ambientales precedentes.

- El segundo paso analítico en el proceso perceptivo es la entrada de información proveniente del medio (medio que incluye el complejo de estímulos que nos traen los receptores a distancia y los sentidos somáticos)
- El tercer paso en el ciclo en un procedimiento de verificación o confirmación, la información que entrante confirma, o es congruente con la hipótesis operativa. Si la confirmación no se produce, la hipótesis se modifica en una dirección determinada.

Acerca de los ciclos de información que constituyen, el proceso perceptual pueden clasificarse en tres grandes categorías.

1. Cuestiones acerca de las características y dimensiones de las hipótesis o expectativas que caracterizan el primer estado del percibir y a las condiciones que promueven hipótesis de diferentes tipos.
2. Cuestiones acerca de la naturaleza de la información que pueden confirmar o no confirmar una hipótesis dada.
3. Cuestiones acerca del proceso por el que la hipótesis es confirmada o debilitada o alterada.

La naturaleza de la hipótesis

El concepto de hipótesis se puede comparar con términos como tendencia determinante, disposición. Puede ser considerada como un estado altamente generalizado de predisposición para responder en forma selectiva a clases de hechos acaecidos en el medio ambiente.

En teoría una hipótesis se infiere, por supuesto, de la presencia de ciertos hechos precedentes y consecuentes, por ejemplo instrucción previa y consecuente reducción del umbral. Una hipótesis no esta limitada en ningún

La comunidad Latina de estudiantes de negocios sentido con respecto a la naturaleza sustantiva de su selectividad, puede estar sintonizada selectivamente para la percepción de colores de cierto tono pero mas a menudo lo esta para la percepción de atributos ambientales.

Fuerza de la hipótesis

Una propiedad básica de la hipótesis es aquella a la que nos referimos como fuerza, hay tres teoremas posibles en este concepto de fuerza.

1. Cuanto mas fuerte es una hipótesis, mayor es su probabilidad de surgir en una situación dada.
2. cuanto mayor sea la fuerza de la hipótesis, menor es la suma de información apropiada necesaria para confirmarla.
3. Cuanto mayor sea la fuerza de la hipótesis, mayor es la suma de información inapropiada o contradictoria necesaria para debilitarla.

Veamos aquello que es necesario para definir en forma mas precisa como inferimos la fuerza de una hipótesis y como sabemos que cantidad de información apropiada ha sido necesaria para confirmarla.

- **Frecuencia de confirmación pasada:** Cuanto mas frecuente una hipótesis o expectativa han sido confirmadas en el pasado, mayor será su fuerza
- **Monopolio:** Cuanto menor sea el número de hipótesis alternativas con respecto al ambiente que tiene una persona en un momento dado, será su fuerza. Una hipótesis monopolística es más fuerte que la hipótesis bipolar, cuanto mas cerca, del monopolio este una hipótesis menos información se requerirá para confirmarla.
- **Consecuencias cognitivas:** Cuanto mayor sea el número de hipótesis sustentables o mas integrado sea el sistema sustentable de hipótesis, mas fuerte será la hipótesis.

La comunidad Latina de estudiantes de negocios

- **Consecuencias motivacionales:** Cuanto mas básica es la confirmación de la hipótesis para conducir a una actividad que tiende a un fin, mayor será su fuerza. Surgirá más fácilmente, será confirmada más rápidamente y menos fácil debilitarla.
- **Consecuencia sociales:** Donde las condiciones estimulantes son tales que la información, ya sea para confirmarla o debilitar una hipótesis es mínima, la hipótesis puede ser fortalecida en virtud de su concordancia con las hipótesis de otro observadores hacia los que el percipiente puede volverse.

Naturaleza de la información confirmante o debilitante

Distinguimos primero entre información relevante y no relevante; información revelante o indicio revelante, se refiere a los estímulos entrantes que pueden ser usados por los sujetos para confirmar o debilitar una expectativa acerca del ambiente. El caso mas simple se da en el area de la percepción del espacio. Cierta información como líneas perspectivas son claramente relevantes como inicio para confirmar o debilitar una hipótesis que se refiere a la distancia de una parva de heno en el valle. Otros indicios, no son relevantes: el calor de ese día, sonido, etc. Entre los indicios relevantes se puede distinguir una jerarquía de confiabilidad. El aspecto del terreno, particularmente en circunstancia las que no reconocimos claramente la composición de la región, es un ítem relevante de la información estimulante, aunque no muy confiable. El tamaño aparente de una parva de heno en una zona que no conocemos los tamaños característicos de las parva de heno, en también un indicio de información relevante pero tampoco muy confiable.

Tenemos un continuo que va desde la información relevante y confiable a través de la información relevante y no confiable, hasta la información no relevante.

Debemos distinguir entre la definición de la información relevante y confiable del experimentador y la utilización de la información por parte del sujeto. Esta es la

La comunidad Latina de estudiantes de negocios esencia de todo experimento que definamos de antemano lo que nosotros como experimentadores entendemos como información relevante y no pretender que la respuesta del sujeto lo haga, es decir que fijamos el criterio de que es una percepción correcta, cuando ha usado lo que nosotros hemos definido como los indicios relevantes para llegar a la opinión final de que hay delante de él.

Lo que se estudia en la mayoría de los experimentos de percepción, es la dimensión en que el sujeto es capaz de sobrevolar los indicios relevantes (definidos por el experimentador) para confirmar y/o debilitar la hipótesis esta sobre valoración depende del tipo y fuerza de la hipótesis que el sujeto emplea en su percepción de la situación; si nuestro sujeto tiene una fuerte orientación religiosa y se inclina a enfocar su ambiente perceptual provisto de hipótesis concerniente a la conducta religiosa reconstruirá rápidamente el resto del estímulo en términos de su hipótesis religiosa.

Consecuencia para una teoría de la personalidad

Una teoría de la percepción orientada hacia la personalidad debe tener medios sistemáticos con que poder dar cuenta de las diferencias individuales en la percepción. Mencionaremos dos puntos importantes cuya articulación puede hacerse y se esta haciendo con una teoría de la personalidad y teoría de la conducta social.

1. Diferencia en los tipos de hipótesis que diferentes individuos emplean habitualmente reflejan diferencias en la historia pasada, en la estructura de la personalidad, etc.
2. Diferencia en la fuerza de la hipótesis que caracterizan a diferentes individuos, refleja otra vez historias divergentes y las tendencias mas marcadas de la personalidad.

Teniendo en cuenta estos puntos volvemos al material deducido de la obra de psicólogos sociales y teóricos de la percepción sobre el funcionamiento de la

La comunidad Latina de estudiantes de negocios personalidad. Tenemos que considerar el tema de la cultura como tema muy influyente en la personalidad.

La selección de indicios personales destacados

Hay dos guías para la selección de estímulos personalmente destacados para la investigación, uno es teórico. Varias teorías acerca de la personalidad contienen afirmaciones implícitas o explícitas concerniente a los indicios del ambiente que guían al individuo en el mantenimiento o mejora de su ajuste personal.

Otro enfoque de la selección de indicios relevantes para estudiar desde el punto de vista de la aceptación, es francamente fenomenológico. Comenzamos inquiriendo como se nos aparece el mundo. La respuesta a una pregunta tan simple seria que el mundo consiste en muchas cosas, posiblemente divisibles en nuestra percepción, como yo, objetos y gente. Podríamos proponer que las variaciones a los estímulos del yo percibido proporcionan la información estímulo mas altamente relevante para confirmar hipótesis relevantes desde el punto de vista de la adaptación, es decir, hipótesis cuya confirmación es crucial para la adaptación.

TITULO: "PERCEPCIÓN SUBLIMINAL"

AUTOR: JUAN MANUEL DE LA COLINA

juanmanueldelacolina@hotmail.com