

LA PAREIDOLIA COMO RECURSO CREATIVO EN PROCESOS DE ILUSTRACIÓN

THE PAREIDOLIA AS A CREATIVE RESOURCE IN ILLUSTRATION PROCESSES

Por:

Andrés Reina Gutiérrez¹

Profesor del Departamento de Diseño
Universidad del Valle, Cali, Colombia
salomonreina@gmail.com

Resumen: La *pareidolia* es un fenómeno de percepción mediante el cual la inteligencia visual del ser humano se encarga de encontrar semejanzas entre las estimulaciones accidentales del entorno y las formas almacenadas en sus recuerdos. Junto a la *apofenia*, el mecanismo intelectual mediante el cual conectamos significados entre dos experiencias distintas, la *pareidolia* concibe la *hierofanía* como aquella derivada en la cual no sólo se encuentran semejanzas visuales sino que se establecen conexiones místicas que, por lo general, se presentan como razonables.

Pues bien, luego de revisar la noción de *pareidolia* y explicar los procesos de representación mental que la producen, el autor establece unas categorías, según la experiencia visual con entornos naturales o artificiales, la relación de sentido hacia experiencias directas o mediatizadas. Estas experiencias se clasifican en *pareidolias* evidentes o forzadas. Finalmente, se plantea un método de exploración creativa en visualización (pertinente en mayor medida a la “ilustración de autor”), basado en cuatro ejes fundamentales de trabajo: el simbólico, el narrativo, el estético y el técnico; y se presentan casos de aplicación propios de la experiencia de trabajo del autor.

Palabras clave: Pareidolia, percepción visual, representación, ilustración de autor, método.

Abstract: *Pareidolia* is a perceptual phenomenon whereby the human visual intelligence is responsible for finding similarities between accidental environmental stimulations and forms stored in their memories. Besides the *apopheny*, which is the intellectual mechanism by which meanings connect two different experiences, *pareidolia* conceives *hierophany* as that derived in which are found not only visual similarities but also mystical connections that are usually presented as reasonable ones.

Well, after reviewing the concept of *pareidolia* and explaining the mental representation processes that produce it, the author establishes categories according to the visual experience with natural or artificial environments, from the relation of sense to directed or mediated experiences, and classifying them in obvious or forced *pareidolias*. Finally, a method of creative exploration in visualization (pertaining more to the “illustration of author”), based on four key areas of work: once this array of categories is reviewed, some cases of application of own work experience of the author are presented.

Keywords: Pareidolia, visual perception, representation, copyright illustration, method.



Introducción

La capacidad mental de establecer semejanzas entre referencias visuales disímiles no obedece a la coincidencia. Así como aprendemos a ver, a construir las formas en lo percibido y a reconocerlas con base en nuestro vasto archivo de experiencias visuales, también aprendemos a ver el parecido de unas cosas con otras por un curioso criterio basado en la familiaridad. Esta sensación de familiaridad es la que muchas veces nos ha hecho creer en el archifamoso *Deja Vu*, una experiencia engañosa que no se basa en la vivencia repetida sino en la sensación de repetición de lo vivido. El cerebro, por error, produce una sensación de familiaridad en alguna experiencia determinada. Ese “corto circuito” nos produce una falsa conclusión: ¡que esto ya lo hemos vivido! El cerebro también produce otras sensaciones por el estilo en los diversos procesos de la percepción de la forma y el movimiento. Por ejemplo, la familiaridad que sentimos cuando reconocemos a alguien. Donald Hoffman (2000) entre varios casos curiosos, presenta el de un hombre que no reconoce a sus propios padres personalmente, pero sí por medio de fotografías o vía telefónica (p. 277). Es de suponerse que la versión en vivo sería el máximo orden de presentación multisensorial para garantizar el reconocimiento, pero así no funciona nuestra mente... Además de una óptima percepción de los rasgos morfológicos de la pareja en plena presencialidad, el cerebro debe dar su visto bueno con aquella conocida sensación de familiaridad; un accidente ocasionó este lamentable desperfecto neuronal: el paciente cree firmemente que no está delante de sus padres sino frente a una pareja de impostores.

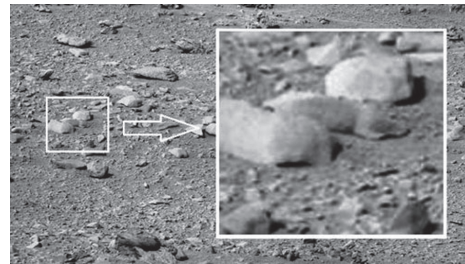
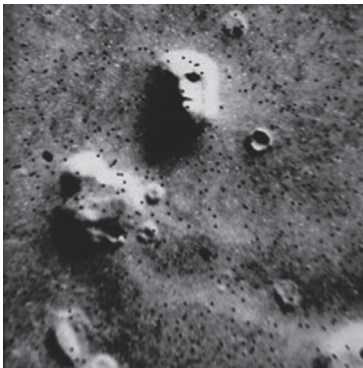
Pues bien, la capacidad de “encontrar” el parecido entre dos formas diferentes se llama *pareidolia*. Es el fenómeno psicológico mediante el cual, la percepción visual del algún aspecto del entorno accidental puede convertirse en una forma reconocible (*para*: junto a; *eidolon*: figura). Es una habilidad mental de nuestra inteligencia visual. El parecido no se produce realmente en la manifestación física del objeto, sino en nuestra experiencia subjetiva. Casos muy conocidos de *pareidolia* son las formas que encontramos en las nubes, en las texturas mohosas de las paredes o en cualquier superficie en la que se puedan generar millones de posibilidades accidentales. De hecho, existe una aplicación bastante formalizada desde comienzos del siglo XX, el test de *Rorschach*, un método de diagnóstico psicológico proyectivo que se sigue empleando para realizar evaluaciones de personalidad².



Rorschach, personaje de Watchmen (Alan Moore, Dave Gibbons)

De la *pareidolia* se desprende la *apofenia*, en la cual se relacionan no sólo aspectos formales sino simbólicos diferentes. La *apofenia* es, según lo expresado por Klaus Conrad (inventor del término), una “visión sin motivos de conexiones” y “distingue las alteraciones perceptivas en las que a partir de un campo de percepción escasamente estructurado, el individuo cree percibir algo distinto, mezclando lo percibido con lo fantaseado” (Martín & Bustamante; 2003, p.62). Este es un nivel más complejo en la experiencia síquica, pues compromete no sólo formas disímiles, sino acciones o funciones completamente inconexas. Podría decirse que el paranoico construye su molde de complots con base en las diversas *apofenias* que encuentra en su camino, generando toda clase de conexiones sin criterios reales de coherencia ni consecuencia.

De ambos fenómenos es hija la *hierofanía*, que consiste en la relación que genera un perceptor entre una experiencia visual no intencional, producto del azar, y una manifestación visual intencional cuyo fundamento es considerado místico y, por lo tanto, apofénico. Es decir, que el origen de la semejanza construida por criterios subjetivos es sobrenatural. Se pueden dar tres tipos de experiencia en esta modalidad: las míticas, las místicas y las religiosas. La explicación de la *hierofanía* siempre será de tipo esotérica y dará cuenta del cumplimiento de una facultad extraordinaria oculta de tipo espiritual o incluso extraterrestre, como el caso del rostro “dibujado” en Marte.



La *hierofanía*, de tipo esotérica, dará cuenta del cumplimiento de una facultad extraordinaria oculta de tipo espiritual o incluso extraterrestre.

La *pareidolia* como fenómeno fundamental en la construcción mental que hacemos respecto a “lo parecido” en superficies amorfas o entre formas disímiles, no sólo es un asunto que reviste de gran interés para el estudio de la imagen desde la psicología del arte y la percepción visual, sino que puede convertirse, de manera sistemática, en un insumo creativo altamente productivo para el ilustrador que no encuentra inspiración en su mesa de trabajo. Hoy, mediante las diversas formas de representación quirográficas o tecnográficas (Gubern; 1987, p. 46), ya no existe la hoja en blanco... Sólo existe la “hoja sin sentido”. La *pareidolia* puede llegar a ser, de manera contundente, el mecanismo de rastreo de las formas perdidas en esa “hoja sin sentido”; porque la ausencia será reemplazada por la multi-presencialidad de los pigmentos, las texturas, las fotografías y las múltiples posibilidades de las huellas digitales, y en esa búsqueda maravillosa, las figuras irán apareciendo, paulatinamente, gracias a la agudización de nuestra inteligencia visual y nuestra insaciable hambre de sentido visual.

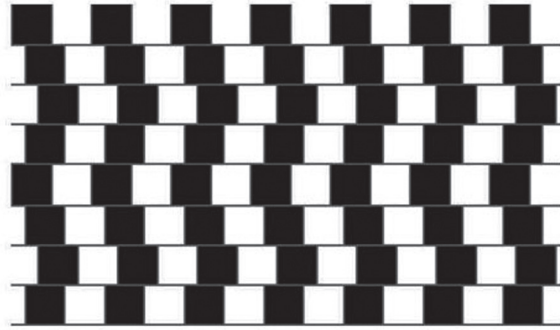
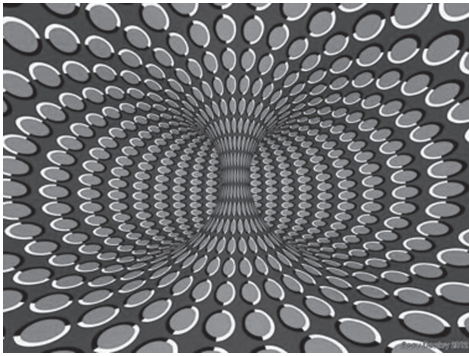
1. Representación pareidólica en los fenómenos de percepción

1.1 La percepción visual

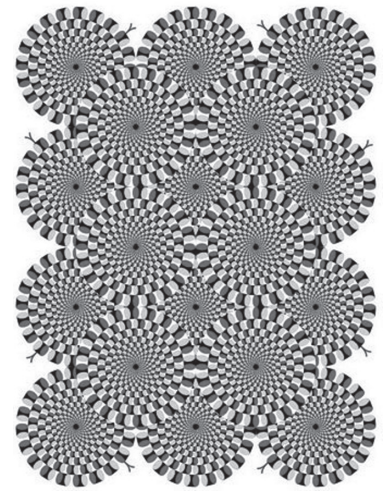
Por mucho tiempo, los filósofos de la mente se han preguntado: ¿De qué manera corresponde lo percibido con lo existente en el mundo físico?... ¿Por qué existen semejanzas y diferencias entre lo percibido y el mundo real? Una larga tradición de pensadores ha concluido que: “No percibimos los objetos mismos, sino las representaciones de los objetos” (Searle; 2004, p.329). El sistema visual (canales ópticos y córtex visual) no da cuenta de los objetos de la realidad como tal, sino de los “datos de los sentidos”. Considerar que las formas que vemos son las formas de la realidad tal como es, sería lo que ha sido denominado “realismo ingenuo”. Así pues, vemos lo que la mente representa de los estímulos recibidos por medio de los sentidos.

“Algunos filósofos -el más importante tal vez sea Locke- trazaron una discusión entre los rasgos de los datos de los sentidos que tienen elementos semejantes correspondientes en el mundo real y los que no los tienen” (Searle; 2004, p.329). Locke, dentro de su *Teoría representativa de la percepción*, distinguió dos categorías de cualidades de los objetos: primarias y secundarias. Las primarias son evidencias de las cualidades de los objetos reales, como forma, tamaño, número, movimiento y solidez. Las secundarias, son color, olor, sabor y sonido.

Pero, si en vez de ver las cosas, percibimos los sense-data de las cosas, ¿cuál es la referencia de lo representado y cuál es el referente de una semejanza? Si no vemos las cosas como son, ¿cómo podemos tener referencias de lo presentado y lo parecido?... ¿Algo sería parecido a qué? Existen, evidentemente, cosas del mundo físico, con las que se interactúa en la percepción directa, pero está absolutamente demostrado que algunas cualidades primarias (como la forma), y plenamente, las secundarias, son determinadas por la mente.



Como lo percibido es una configuración natural-cultural, la refutación que hace John Searle de la *Teoría representativa de la percepción* es simple: “Ver la apariencia de un objeto es simplemente ver su aspecto. Y no hay modo de ver el aspecto de algo sin ver ese algo”. Por otra parte, la experiencia de ver las cosas reales del mundo como son; ese tan criticado “realismo ingenuo”, es algo que compartimos, por ejemplo, un grupo de personas que vemos una silla. Cada uno ve un aspecto de la silla, pero todos, definitivamente, la vemos y podemos decir que la vemos. El objeto percibido no es una experiencia sensorial individual, es una experiencia social, comprobada como tal en el lenguaje público. Su forma, está finalmente constituida por la suma de nuestras diversas experiencias visuales con ella (los diversos aspectos o puntos de vista, nos permiten producir la forma que nos permite discernir su tridimensionalidad).



Compartimos nuestro concepto del mundo basado en imágenes con otros seres humanos, e incluso con algunos animales. Existe una notable regularidad en las construcciones que individuos diferentes hacen de los aspectos esenciales del ambiente (texturas, sonidos, formas, colores, espacio). Si nuestros organismos estuvieran diseñados de manera distinta, las construcciones que hacemos del mundo que nos rodea también serían diferentes. No sabemos, y es improbable que lo lleguemos a saber nunca, a qué se parece la realidad «absoluta» (Damasio, 2001, p.120).

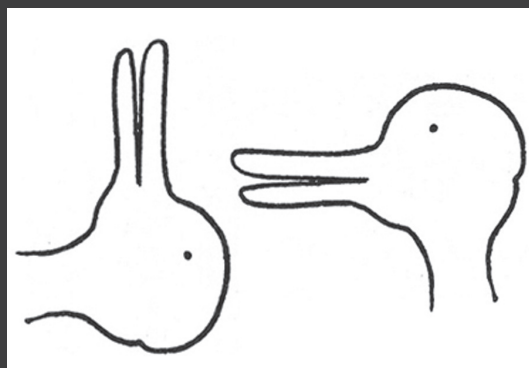
Nuestro cerebro tiene la capacidad de percibir y concebir las relaciones formales con base en la profundidad y el movimiento; incluso cuando lo visto no es tridimensional ni está en movimiento.

La cuestión fundamental no es “a qué se parece la realidad absoluta”, si no: ¿cómo es la realidad absoluta?... Lo único que podemos saber es si las *representaciones expresivas* (pictóricas, fotográficas o cinematográficas, por ejemplo) se parecen o no a las *representaciones mentales percibidas*, y en qué medida. Las *representaciones expresivas*, siempre mediadas sobre algún soporte, se evalúan en un primer paso, por su nivel de iconicidad; es decir, su grado de semejanza con otras representaciones, pero de tipo mental, permitiéndonos interpretar e identificar el sentido referencial de la imagen. El parecido es, pues, una cualidad importante en la asignación del sentido referencial, pero no la única.

En sus *Investigaciones filosóficas*, Ludwig Wittgenstein plantea un problema del lenguaje que se extrapola a la percepción en las nociones de las *estructuras-como*:

Dos usos de la palabra «ver». Uno: «¿Qué ves allí?» — «Veo esto» (a lo cual sigue una descripción, un dibujo, una copia). El otro: «Veo una semejanza entre estos dos rostros» — aquel a quien se lo comunico puede ver los rostros tan claramente como yo mismo. Lo importante: La diferencia de categoría entre ambos *objetos* del ver. Uno podría dibujar exactamente ambos rostros; el otro, ver en ese dibujo la semejanza que no vio el primero. Contemplo un rostro, y de repente me percato de su semejanza con otro. Veo que no ha cambiado; y sin embargo, lo veo distinto. A esta experiencia la llamo *observar un aspecto* (Wittgenstein; 1953, p.160).

El parecido es, pues, una sensación basada en una comparación de aspectos, por lo tanto se puede concluir que la imagen percibida y los atributos valorados como semejantes son interpretaciones de los objetos de la realidad: «Pero también podemos ver la ilustración unas veces como una cosa, otras veces como otra. —O sea que la interpretamos, y la vemos como la *interpretamos*» (Wittgenstein; 1953, p.161).



Las nociones de representación y semejanza se vuelven resbaladizas para una comprensión uniforme (como la silla en el centro de las miradas de un grupo de personas), pero indudablemente son términos que logramos aprobar como fundamentales y validarlos dentro de un cierto marco de sentido común (su univocidad social, colectiva).

La *pareidolia* es una clase de experiencia perceptiva visual... Cuando sucede, la imagen perceptual evoca las imágenes rememoradas que se actualizan en ese instante. Es producto de un acople entre la imagen perceptual (que es inmediata) y un conjunto de recuerdos parciales. Las imágenes que se forman en nuestra mente, cuando recordamos, se basan en percepciones almacenadas, que a su vez son nuevas interpretaciones de los recuerdos, pues el cerebro no puede guardar las imágenes como si las escribiera en un “disco duro”. Cada rememoración implica un proceso neuronal de creación constituido por recuerdos difusos; un intento de réplica de la imagen perceptual original (o suma de imágenes perceptuales originales).

Cuando recordamos un objeto dado, o cara, o escena, no obtenemos una reproducción exacta sino más bien una interpretación, una versión acabada de reconstruir del original. (...) A medida que nuestra edad y experiencia cambian, las versiones de la misma cosa evolucionan (Damasio; 2001, p.124).

Construimos visualmente gracias a una compleja maquinaria neuronal compuesta de percepción, memoria y razonamiento. La representación mental en la percepción, en el recuerdo o en la imaginación, es un acto de creación e interpretación. Es representación en la medida en que establece un vínculo de sentido referencial (como dirección del significado visual –intencionalidad³-, basado en el reconocimiento), pero, como ya había sido anunciado, no siempre determinado por el parecido. Una imagen mental (perceptual o recordada) adquiere sentido dependiendo de su grado de identificación. Curiosamente, el parecido es un asunto secundario; no es la razón fundamental de la identificación, porque dos cosas pueden parecerse y no ser la una representante de la otra, pero, en cambio es decisivo el grado de reconocimiento que establece el cerebro cuando ve algo. La relación representacional se basa en sensaciones de familiaridad entre lo visto y el recuerdo. El caso, ya mencionado al inicio, del hombre que luego de haber sufrido un daño cerebral, no era capaz de reconocer a sus propios padres estando con ellos, pero sí “sentía” que los conocía cuando los veía en fotografías o cuando los escuchaba por teléfono, es la prueba de que la mente no se basa simplemente en la coincidencia de datos; el parecido no es la causa fundamental del reconocimiento.

Cuando una imagen se parece a aquello que representa, debe haber factores diferentes del parecido que entran en la representación y la hacen posible. (...) vemos la imagen a la luz de ciertos supuestos que hacemos al respecto, a los que podríamos vagamente llamar el ‘contexto’ de la imagen (Crane; 1995, p.44).

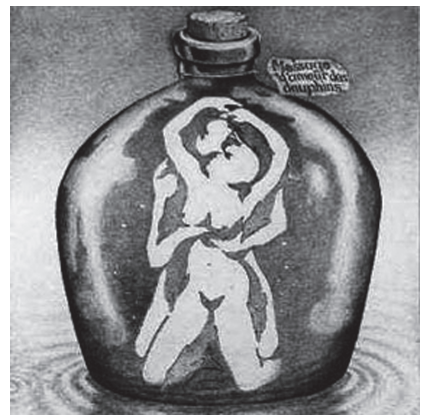
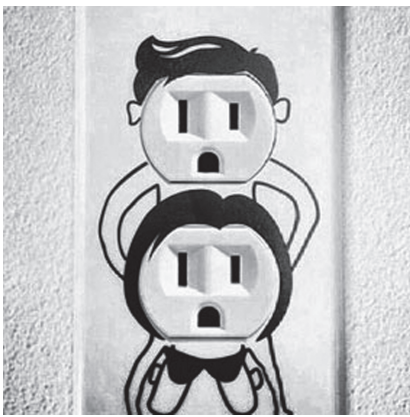
Ese contexto, que no es algo plenamente contenido en la imagen, se basa en indicios que se conectan con nuestra cotidianidad vivencial. Interpretamos la imagen según contextos de experiencias familiares directas o mediadas.



El esfuerzo por dar sentido a lo representado se resuelve como una anomalía perceptiva.

1.2 Pareidolia en la percepción de la realidad directa

Hemos visto que la *pareidolia* es un fenómeno de percepción en el que no hay una relación propiamente entre lo visto y su apariencia, sino entre la percepción y nuestro bagaje experiencial. A diferencia de las percepciones engañosas como las distorsiones por el punto de vista, la visión estereostópica o la *acromatopsia* (como el *daltonismo*), entre otras, la experiencia de encontrar un parecido a algo de manera accidental, responde a una indagación “nutritiva” para saciar nuestra “hambre” de sentido referencial, estimulado y promovido por nuestra inteligencia visual. Es una función compleja del cerebro en sus procesos cognitivos por satisfacer las necesidades de identificar... La identificación se revela, entonces, como una inagotable función de nuestra mente por establecer sentidos referenciales.

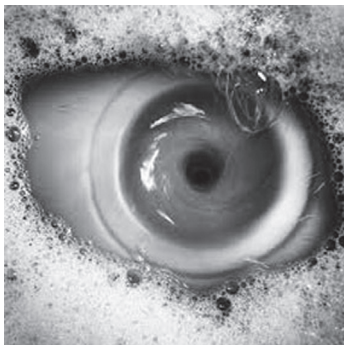


Ernst Gombrich, brillante historiador y sociólogo del arte, lo ha expresado así en su exquisito ensayo *Meditaciones sobre un caballo de juguete*:

El artista que se dispone a representar el mundo visible no se encuentra delante de una mezcla neutral de formas que él trata de “imitar”. Nuestro universo es un universo estructurado, cuyas principales líneas de fuerza siempre se pliegan y adaptan a nuestras necesidades biológicas y psicológicas, por más que las cubran las influencias culturales. (...)

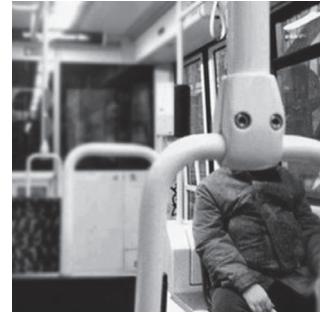
Por instinto o por habernos acostumbrado desde muy pronto, siempre estamos dispuestos, con toda certidumbre, a extraer los rasgos expresivos de una cara, sacándolos de entre el caos de sensaciones que la rodean, y a responder con temor o alegría a sus más leves variaciones. Todo nuestro mecanismo perceptivo está hipersensibilizado, no se sabe cómo, en esta dirección de la visión fisiognómica, y la más leve sugestión nos basta para una fisiognomía expresiva que nos “mira” con sorprendente intensidad. En un estado de emoción recargada, en la oscuridad, o en un acceso febril, la facilidad de este gatillo para dispararse puede asumir formas patológicas.

Podemos ver caras en el dibujo de un papel de pared, y tres manzanas ordenadas en un plato pueden mirarnos como dos ojos y una nariz de payaso. (...) Cuanto mayor importancia biológica tiene un objeto para nosotros, más nos sintonizaremos para reconocerlo, y, por tanto, más tolerantes serán nuestros cánones de correspondencia formal. En una atmósfera cargada de erotismo, la más leve sugerencia de semejanza formal con las funciones sexuales crea la respuesta deseada, y lo mismo es cierto de los símbolos en los sueños, investigados por Freud. Análogamente, el hombre hambriento estará sintonizado para descubrir alimento: escudriñará el mundo en busca de la más leve promesa de alimento (Gombrich, 1998, p.6).

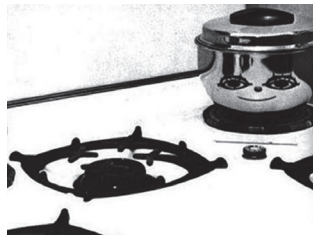


1.3 Pareidolia en la percepción de la realidad mediada

No dibujamos lo que “vemos”, sino lo que “sabemos” (Gombrich, 1998, p.8), porque establecemos un marco comparativo con nuestro vasto archivo de recuerdos producidos en nuestras experiencias individuales, pero comprendidos en nuestra vivencias sociales. No sólo encontramos un parecido (una producción individual de sentido icónico) con las cosas vistas de la realidad directa, sino de la realidad mediada. Así, las fascinantes experiencias de *pareidolia*, superan, por supuesto, la pregunta por la verdad o la certeza de lo visto; la coherencia entre lo que es o lo que se cree que es, e instituyen su validez con base en los procesos de ilusión (intencionales o no). Las referencias de parecido... la familiaridad de la forma evocada, no corresponderá exclusivamente a los recuerdos de nuestros encuentros directos del mundo físico como el rostro de un amigo, una fruta predilecta o la vieja lámpara, sino con las diversas configuraciones en los medios de representación. Vemos así el parecido con ciertas técnicas de representación de un rostro (fotográfico, serigráfico, dibujado, etc.) y las formas de representación estética, entre las cuales, encontramos categorías como el color, la textura o la composición.

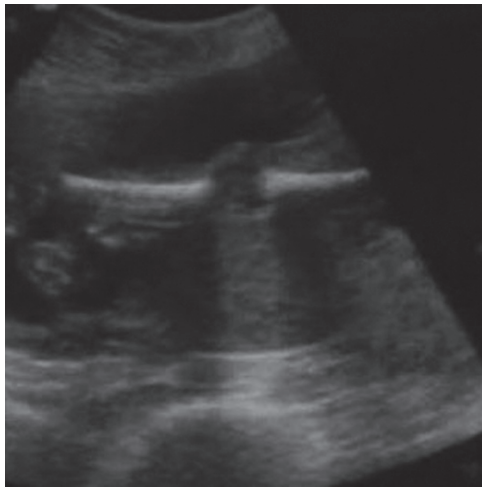


198



Las formas percibidas no refieren la realidad directa, sino mediatizada: imágenes que hemos aprendido a ver en diversos contenidos visuales de los medios masivos.

Las referencias visuales de lo conocido, la familiaridad de una imagen accidental, va más allá de la iconicidad formal... de la concordancia con aspectos cualitativos primarios o secundarios de las cosas como se presentan en la realidad (forma, tamaño, número, movimiento, solidez, color o textura). La relación se establece con otras cualidades de la existencia como el contexto narrativo, simbólico, estético, técnico o retórico⁴, por ejemplo. Es el caso de un cristo que se “encuentra” en una imagen de ultrasonido, alusivo a las tendencias estilísticas bajo las cuales la imagen de Jesús ha sido representada en innumerables pinturas. Otros cristos establecerán una referencia a acciones o composiciones tradicionales asociadas con él (codificación narrativa), como los brazos extendidos hacia los lados o hacia delante. Otros cristos establecerán una referencia a las tendencias de producción técnica de la representación, como técnicas de dibujo a lápiz, tinta, acuarela, óleo, aerógrafo, serigrafía o exploraciones mixtas.



2. La representación pareidólica en los procesos de producción gráfica

La *pareidolia* es un fenómeno de asignación de sentido referencial subjetiva y condicionada por los accidentes de la sustancia... es propia del azar. La forma del rostro en la textura mohosa de un muro no será así para todos los espectadores de la pared, pero una vez que se comparte el sentido y se presenta mediante el lenguaje, de manera pública, es una forma unívoca. Existe una trayectoria ancestral de casos de pareidolias no intencionadas en las que el ser humano ha identificado formas en las nubes, en las rocas, en las plantas, en otros planetas. También, sin evidencia de intencionalidad, el hombre ha identificado formas en los objetos: automóviles, trapeadores, edificaciones, equipos de sonido, chaquetas. Estos son procesos de percepción sin autoría; sin premeditación de sentido icónico por parte de un ingenioso productor anónimo. Sin embargo, de manera más reciente, especialmente en la publicidad y el “street art”, se ha trabajado la pareidolia de manera intencional. Son producciones manipuladas en las que se ha completado un sentido referencial aprovechando los accidentes parciales de las semejanzas perceptibles.

Estas manipulaciones son de dos clases: aquellas en las que las formas son resaltadas y aquellas en las que las formas son forzadas.



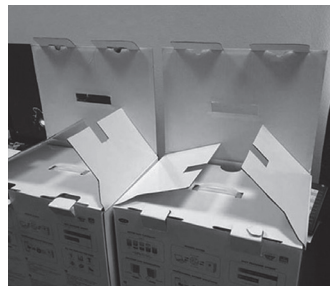
2.1 Aplicación práctica de la *pareidolia* como recurso creativo en ilustración

Pues bien, con base en el concepto de *pareidolia*, he considerado que se puede establecer un método de desarrollo creativo para el oficio del ilustrador. Esta alternativa puede ser apropiada para explorar más a fondo los indicios del azar... para conspirar junto a la inspiración o en ausencia de ella, y sumergirse profundamente en la exploración de las técnicas de expresión, de los aspectos estilísticos y de los elementos narrativos que actúan como catalizadores de nuestra creatividad; los múltiples aspectos de la realidad mediada superan ampliamente la forma y el movimiento de las cosas tal cual ellas son. La *pareidolia* es detonante de situaciones, condiciones, contextos de vivencia, modos y símbolos de nuestras infinitas percepciones y concepciones.

La manipulación de una *pareidolia* producida en una imagen obtenida de la realidad directa, como un entramado de manchas o texturas hechas sobre el papel, o de la fotografía de un entorno natural o artificial, puede tener cuatro vías de exploración práctica: un eje comunicativo, un eje narrativo, un eje estético y un eje técnico.

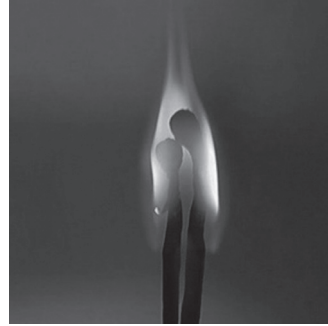
A. Eje simbólico:

Es la indagación respecto a lo que la *pareidolia* genera en un aspecto lingüístico. Es el asunto simbólico que me sugiere la imagen respecto a una sensación, una emoción, un sentimiento o un concepto cultural más complejo, como la paz, la libertad o la esperanza. En este eje, la conexión conceptual surge más como *apofenia*, pues conecta contenidos simbólicos absolutamente incongruentes y, lo más probable, de naturaleza abstracta.



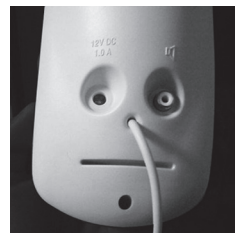
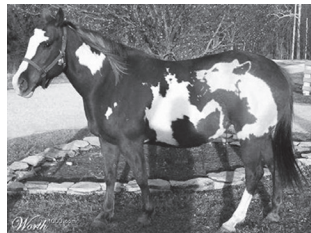
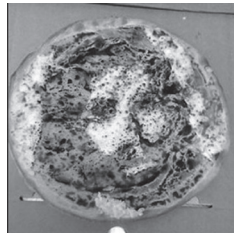
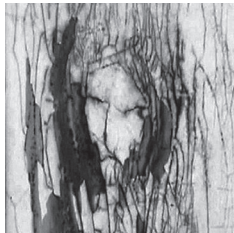
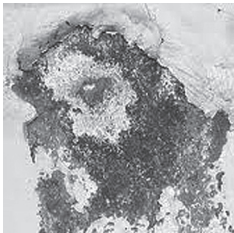
B. Eje narrativo:

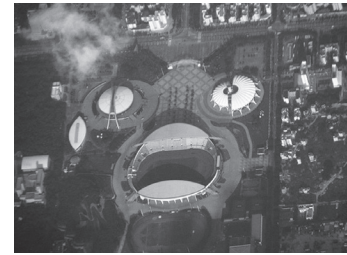
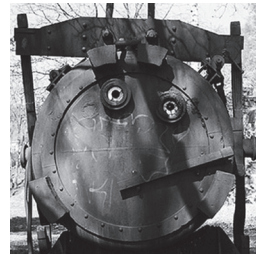
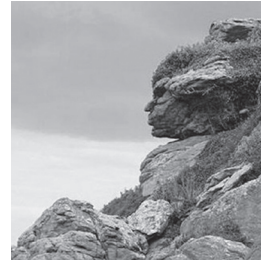
En este caso, la exploración es respecto a la acción concreta que me relata la imagen. El personaje aparecerá en alguna actitud, visto desde cierto ángulo, en una determinada postura. Seguramente, lo más complicado sea establecer un determinado contexto espacio-temporal.



C. Eje estético:

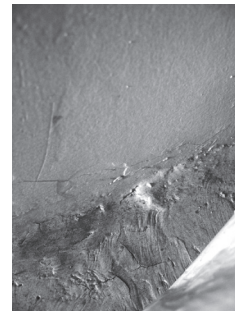
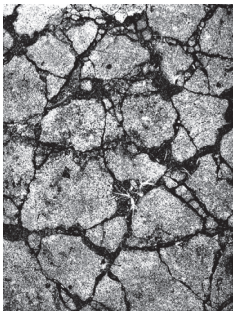
La tendencia estilística estará condicionada también por el tipo de manifestación física en la que aparezca la sustancia. Es decir, estará en clara conexión con los aspectos técnicos de la forma, pero el enlace mental con mis recuerdos será más de tipo estilístico: formas enunciadas por las clases de línea de contorno, por los tipos de gradación tonal, por los modos de configuración formal, etc.





D. Eje técnico:

Aquí el aspecto estará delimitado a los soportes, formatos y sustancias relacionadas. Mi conexión mental será hacia mi experiencia con los diversos mecanismos de producción quirográfica y tecnográfica, más que con las tendencias estilísticas vinculadas con ellos.



Conclusiones

La noción de *pareidolia* es fascinante, en primer lugar, por la reflexión que promueve, de entrada, respecto a las viejas discusiones sobre lo que es la forma visual y sobre cómo se producen las imágenes mentales en los procesos de percepción y rememoración. La diferenciación y relación de la *pareidolia* con las nociones de *apofenia* y *hierofanía*, han permitido escudriñar las fuertes conexiones que existen entre los mecanismos mentales que procuran relacionar imágenes, hechos y significados simbólicos absolutamente disímiles en el ser humano; una clara evidencia de nuestro enorme potencial creativo. Sin embargo, nuestra creatividad, tan volátil y etérea, opera, rigurosamente, bajo la noción de *representación*. Esta consiste en la producción formal de sentido (mental y material), bajo un principio natural de identificación (dialéctica de la semejanza y la diferenciación de lo percibido) y un fuerte condicionante cultural de asignación de sentido (el aprendizaje visual). Los objetos que percibimos y producimos (materiales y simbólicos) del mundo de la vida, son de carácter híbrido; son concepciones que resultan de la combinación entre lo predispuesto biológicamente y lo dispuesto culturalmente: la natura, como constitución genética, y la nurtura, como experiencia (Harrison; 2000, p.30). Azar e intención son los opuestos que se armonizan en los procesos de percepción de las imágenes pareidólicas, de la misma manera como deben integrarse los aspectos naturales y culturales de todo proceso de representación mental y, por supuesto, de toda representación material (expresiva).

En segundo lugar, el rastreo de la noción de *pareidolia* y el propósito por categorizar sus diversas manifestaciones, nos permite concluir que el fenómeno no nos conduce exclusivamente a establecer semejanzas con objetos del mundo natural, sino con otras manifestaciones mediadas (intencionales o no) sobre diversos soportes artificiales. Son tantas las referencias que el ser humano percibe a través de los medios de comunicación, que a veces no es fácil ser conscientes de la innumerable cantidad de cosas que nunca hemos conocido presencialmente.

Finalmente, la *pareidolia* y su característica más importante, el azar, como concepto de aplicación práctica en los procesos de creación, entra en juego de manera rigurosa con las formas de trabajo más estrictas a las que está acostumbrado el ilustrador. La implementación de la *pareidolia* como método de creación y desarrollo práctico en ilustración ofrece muchas posibilidades dentro de los cuatro ejes planteados: una alternativa de concepción simbólica, un eje de desarrollo narrativo, un componente fundamental de inspiración estética y, finalmente, un detonante profuso en la exploración técnica.

Ilustraciones para revista *Entreartes* por Andrés Reina Gutiérrez.



Notas

- ¹ Miembro del grupo NOBUS: Investigación en Diseño. Estudiante de Maestría en Filosofía. Facultad de Humanidades de la Universidad del Valle.
- ² El Test de Rorschach fue publicado en 1921. Es un método proyectivo de psicodiagnóstico creado por Hermann Rorschach (1884-1922), utilizado para realizar una evaluación de la personalidad. Consiste en una serie de 10 láminas que presentan manchas de tinta, que se caracterizan por su ambigüedad y falta de estructuración. Las imágenes tienen una simetría bilateral, que proviene de la forma en que originalmente se construyeron: doblando una hoja de papel por la mitad, con una mancha de tinta en medio. Una vez identificadas las imágenes por medio de las pareidolias del paciente, el especialista puede establecer o contrastar hipótesis acerca de su funcionamiento psíquico.
- ³ La intencionalidad aquí no se refiere al deseo por realizar una acción de manera consciente y deliberada, sino a la noción de *acto intencional* en la perspectiva fenomenológica, alude al hecho de que todo lo que pensamos y expresamos tiene una dirección de sentido; está dirigido a un referente de la realidad. Cuando pienso en un caballo, por ejemplo, ese concepto mental tiene una referencia en el mundo real, que es el animal o su representación de algún tipo (pintura, escultura o fotografía de un caballo).
- ⁴ Román Gubern establece seis codificaciones de representaciones mediáticas: icónica, iconográfica, iconológica, estética, retórica y narrativa (Gubern, 1987).

Referencias

- Crane, T. (1995). *La mente mecánica*. México: Fondo de Cultura Económica
- Damasio, A. (2007). *El error de Descartes*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Gombrich, E. (1998). *Meditaciones sobre un caballo de juguete*. Barcelona: Editorial Debate.
- Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili.
- Harrison, J. (2000). *El extraño fenómeno de la sinestesia*. México: Fondo de Cultura.
- Hoffman, D. (2000). *Inteligencia visual*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Martín, A, Cristina Bustamante. (2003). *Las visiones apocalípticas del Beato de Liébana*. Ars Médica. Revista de Humanidades. Barcelona: Ediciones Doyma.
- Searle, J. R. (2004). *La mente*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Wittgenstein, L. (1953). *Investigaciones filosóficas*. México: Instituto de Investigaciones Filosóficas, Universidad Autónoma de México.

Recibido: abril 15 / **Aprobado:** junio 10 de 2014

Ilustraciones para revista Nexus por Andrés Reina Gutiérrez.

