

CIC. Cuadernos de Información y Comunicación

Universidad Complutense de Madrid

cic@ccinf.ucm.es

ISSN (Versión impresa): 1135 7991

ISSN (Versión en línea): 1988-4001

ESPAÑA

2002

Eva Aladro

EL HUMOR COMO MEDIO COGNITIVO

CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, número 007

Universidad Complutense de Madrid

Madrid, España

pp. 317-327

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Universidad Autónoma del Estado de México

<http://redalyc.uaemex.mx>



El humor como medio cognitivo

Eva ALADRO¹

ABSTRACTS

The author of this piece treats Humour as a cognitive device, firstly by its relationship with cognitive schemata and tipifications and secondly given its cultural and social function during long times.

L'auteur de cette pièce aborde l'Humeur comme dispositif cognitif, en premier lieu par sa relation avec la cognition, les schéma et les tipifications, et en seconde instance par la function culturelle et sociale que l'Humeur a accompli pendant de longues périodes.

L'autore di questo articolo tratta l'Umore en tanto dispositivo della conoscenza, primeramente per la sua relazione diretta coi schemi cognitivi e con le tipificazioni, e poi vista la sua tradizionale funzione culturale e sociale.

PALABRAS CLAVE: Esquema cognitivo, ritualización, humor, cognición y mediación comunicativa.

KEY WORDS: Cognitive eschema, ritual, humor, cognition and mediation in communication.

¹ Profesora Universidad Complutense, Ciencias de la Información.

Una de las condiciones básicas del humor, señalada por los autores que se han ocupado de este fenómeno expresivo, es que en todo mensaje humorístico existe un doble o múltiple plano de significación. Es lo que BERGSON consideraba el carácter a la vez *animado* e *inanimado* de lo *risible*, KOESTLER llamaba bisociación de matrices, FREUD consideraba dúplice naturaleza, consciente e inconsciente, de la expresión, BERGER recordaba en tanto yuxtaposición de mundos de significado contradictorios o PIRANDELLO caracteriza en términos de sentimientos de lo contrario (BERGSON, 1984; KOESTLER, 1976; BERGER, 1999; PIRANDELLO, 1968). En el humor notan estos investigadores la comprensión de al menos dos modos de entender un mensaje, producir un sentimiento personal, de esquematizar un conjunto de señales o de construir una imagen (acústica, visual, kinestésica) de un contenido cognitivo.

Como en otras actividades creativas (STERNBERG, 1999), los planos de significado, matrices de referencia o perspectivas de un asunto o tema confluyen, se desdoblan unos de otros o se proyectan entre sí. Esto produce la sorpresa humorística o el golpe del chiste en el caso del humor. Igualmente, como en el caso de la imagen poética creada por la metáfora, los planos dobles o múltiples son el efecto buscado para permitir una visión de un asunto o tema más nueva, fresca o única.

En el humor es vital la esquematización, de acuerdo con el significado integral de esta palabra. Formar esquemas cognitivos (BARTLETT, 1932; VAN DIJK, 2001) es la actividad básica de la mente, asociando o integrando las estructuras en que los elementos sensoriales se perciben, y seleccionando un diagrama simple de fuerzas (ARNHEIM, 1998), que siempre es esquemático, simple. Todo esquema (*σχῆμα*) es etimológicamente una forma (una gestalt, de acuerdo con aquella escuela alemana). Asociada al humor está la formalización extrema, la tipificación o ritualización de un contenido, bien porque el humor la produce, bien porque parte de su existencia. Así, los chistes suelen basarse en situaciones, actividades o conductas donde se da un alto grado de esquematización o formalización ritual, como los mundos de la religión, el ejército, el matrimonio, la familia, las razas, los rituales sociales e interpersonales, etc.

Tanto porque la forma de construir el significado de una situación produce su ritualización, como porque simplemente la deja ver tal cual es, el humor permite también descubrir y observar con distancia el carácter tópico o convencional de situaciones o temas que normalmente no son puestos en esa tesitura. El humor usa el carácter tópico, formalizado, retórico de las acciones, expresiones o conceptos para percibir diversamente la realidad. No hay plano de acción humana, por serio o por espontáneo que parezca, que no podamos someterlo a la prueba de su formalización exagerada y por tanto, convertirlo en cosa de risa.

La risa como señal sonora nos indica la distancia a la que nuestra mente ha quedado de una actitud o un comportamiento convencional, ritualizado y ridiculizado en una situación graciosa. Con su imagen acústica decreciente, la risa nos va mostrando poco a poco volvemos a acercarnos a esa perspectiva inicial. Elástica, la risa muestra la capacidad de distanciarnos de las limitaciones de nuestro pensamiento y cómo es un instante tan sólo de libertad que va deshaciéndose conforme la tensión cognitiva va siendo menor. Así, las escenas de humor en las que la identidad está implicada juegan básicamente con dos posiciones, exotópica y endotópica, en las que el individuo aprecia una situación en dos formas muy diferentes. El humor desdobra esas visualizaciones de la identidad, permitiendo que el individuo se ría de sí mismo, de su propia actuación, aunque vuelva rápidamente a identificarse con ella.

Esto es posible por el carácter proyectivo de percibir la realidad que caracteriza a la comunicación. Cualquier signo, gesto, o elemento que representa tiende a producir un contexto semántico, llamémosle más sencillamente un esquema de situación, o como en la teoría arnheimiana, un campo de fuerzas en equilibrio. Ninguna estructura, esquema o proyección está acabada definitivamente en nuestra actividad cognitiva, pues cambia constantemente con las circunstancias vitales y cualquier nuevo elemento reconfigura un esquema anterior. Éste es el dispositivo que permite y aprovecha el humor en sí. Por eso el golpe de humor suele estar al final de una situación o narración cómica, pues es un último elemento el que produce una proyección inesperada o impensable, que tiene inmediata influencia emocional en el individuo (PIRANDELLO, 1968).

El carácter ritualizado o altamente formalizado de esa proyección es el que garantiza a la vez su automatismo en la percepción y la súbita sorpresa que ese automatismo produce, en un plano de significado impropio como es el inicial del relato o escena cómica.

Nuestra capacidad proyectiva para construir y evocar esquemas y formalizaciones completas a partir de señales breves es tal, que podemos simultanear dos proyecciones cognitivas a la vez, hacer salir una de otra repentinamente o reformar retrospectiva y rápidamente un complejo contexto de situación. El humor utiliza esta capacidad de un múltiple pensamiento convertido en imágenes cognitivas rápidas y completas para saltar de una de ellas a la otra o para esconder tras la primera una segunda, con las consecuencias sensibles y emocionales que ambas tendrán en cada caso.

Como descubrió ARNHEIM (1998), los conceptos perceptivos, los diagramas o esquemas formalizados en la mente, interactúan con la percepción misma. Un concepto, un diagrama o esquema de elementos cognitivos, se forma a partir de muy pocos elementos. De hecho, viene elaborado en la percepción primaria y puede cambiar por uno solo de sus componentes radicalmente de

apariencia, pues el conjunto percibido es algo más que la suma de elementos: hay simplificaciones, simetrías, cierres, ritmos o completamientos. Todos estos fenómenos se producen al percibir esos pocos datos esquemáticos y que provienen de múltiples circunstancias, sean sociales, individuales, culturales, naturales. Toda percepción, y el humor por excelencia, interactúa con la proyectividad natural de la realidad, con la tendencia del ser vivo a completar esa proyectividad, y además con el carácter azaroso, incompleto o inesperado de los datos sensoriales, y con la capacidad de la representación de sorprendernos a pesar de todo.

El proceso es tan complejo que ARNHEIM indicó que pensamos con nuestros sentidos y sentimos después de haber procesado nuestros pensamientos, en una doble corriente que hace que jamás un esquema mental sea estático o rígido, al menos en situaciones de vida real. Cada conjunto de datos sensoriales forma ya desde su entrada en nuestra mente un esquema, un armazón selectivo. A través de ese esquema, sin embargo, cuando nuestra mente lo procesa sucesivamente, se hacen perceptibles elementos novedosos de la percepción. Así, que pensar es volver a percibir, o percibir de nuevas algo, y viceversa, percibir es recibir ya pensamientos o imágenes cognitivas elaboradas (vid. ARNHEIM, 1998, para la teoría completa del pensamiento perceptivo).

El humor es siempre un sistema ambivalente, que juega con la reflexión y la percepción a lo largo de un proceso, y no sólo en un orden determinado. La reflexión activa que PIRANDELLO (1968) descubrió en la creación artística va trazando esquemas, dibujos o formas que provocan a su vez la impresión sensible causante de la risa. El autor italiano insistió en el aspecto sensible del humor, y cómo, en su más profunda naturaleza, el humor es un sentimiento de lo contrario, más que una contradicción puramente cognitiva o mental. De acuerdo con esta tesis, el humor es básicamente pensamiento, pero no simplemente racionalidad cerebral, sino lo que ARNHEIM llamaba pensamiento perceptivo, el que aboca a una visión nueva, a una percepción de la realidad. Constituye propiamente un pensamiento que tiene claras consecuencias fisiológicas y sensibles. Como la metáfora, el humor es pensamiento para sentir, o racionalidad al servicio de la experiencia.

Siguiendo al autor italiano, el humor tiene pues una función cognitiva básica que el individuo puede aprovechar para un juego de sensibilidad que puede realizar con su propio corazón. La rapidez con la que cambiamos de sentimiento, la superposición de las imágenes del mundo que destilan ese sentimiento en el alma de cada persona es la raíz última de la capacidad del humor. Es como una demostración del poder sobrehumano de superar al propio corazón. De ahí el sentimiento de libertad, de alivio y de esperanza que la opinión común asocia normalmente al humor, considerándolo símbolo de la grandeza humana.

El humor pues parece construir representaciones analógicas, imágenes fundamentalmente, en su proceso de comunicación. En realidad también existe una digitalización, esquematización o simplificación absoluta de la realidad con la que juega la forma humorística, que se encuentra en muchas ocasiones ya ritualizada en las convenciones sociales humanas y que es desmontada o revisualizada a través del efecto analógico, icónico, del humor. En último término, el humor nos indica que el cerebro trabaja, para producir o comunicar, con representaciones analógicas, la base última del razonamiento. De estas imágenes el cerebro extrae elementos nuevos, que generan otras representaciones, pero cuya capacidad esquemática, estructural, aprovecha también por su rapidez, automatismo y condensación informativa.

El binomio esquema-espontaneidad, o abstracción-percepción, es clave para interpretar esta tesis sobre el humor. Dado que las esquematizaciones pueden ser análogas a las tipificaciones sintácticas en el orden del lenguaje, podemos aplicar la teoría transformacional de CHOMSKY (1971) al mundo del humor para extraer algunas ideas interesantes acerca del fenómeno.

Como en la estructura lingüística general, el uso de una forma expresiva de manera frecuente va normativizándose, convirtiéndose en regla de expresión. Tal y como CHOMSKY estudió al respecto de la construcción de las frases (CHOMSKY, 1971), las estructuras que se crean transformándose a partir de su estructura profunda se basan en unas reglas de selección. Estas se aplican en las formas habituales y comunes de expresión, y actúan simplificando y limitando los sentidos y formas posibles de comunicación de un contenido. Funcionan de modo que ante una palabra o comienzo de frase, las reglas seleccionan sólo unas alternativas posibles de expresión semántica adecuada y de formulación sintáctica apropiada, y surgen al hilo de la construcción misma de las frases. Un niño, por ejemplo, ensaya la aplicación de esas reglas de selección en su continuo juego de construir frases adecuadas a partir de significados únicos, cambiando la forma varias veces o las palabras que usa.

Estas reglas de selección sintáctica también están sujetas a modificación de acuerdo con la creación verbal, de modo que, como ocurre en la metáfora, pueden acuñarse reglas nuevas a través de un desvío semántico (TATO, 1977), de una anormalidad en la aplicación de la selección de la norma o esquema expresivo. Veámoslo con detenimiento en el caso del humor.

En toda representación, la existencia de reglas previas de selección de las posibilidades sintácticas y semánticas impone restrictivamente opciones que por su uso frecuente el sujeto espera y manipula con suma facilidad. Es la lógica del lenguaje, sus reglas de construcción, con su ventaja adicional de previsibilidad y rapidez de uso.

Esa facilidad y automatismo, posible gracias a la existencia de reglas expresivas, produce proyecciones de imágenes típicas, altamente ritualizadas, y

en la lengua, produce los clichés verbales, las expresiones convencionales y los rituales de interacción rutinarios. Cada repetición de la regla dada hace más sólida la misma regla y tipifica, ritualiza o esquematiza un tipo de representación dado un poco más. Sin embargo, la persona no es del todo consciente de esta formalización de la expresión y de la conducta y actúa simplemente buscando la propiedad y corrección comunicativa.

El ser vivo usa las reglas de selección expresiva y su capacidad proyectiva para determinar fácilmente un resultado en una situación. Este orden comprensivo hace que a un determinado gesto, signo o elemento comunicativo se le adjudique normalmente un significado y una serie de posibilidades de resultado interactivo de un tipo determinado.

Como en la gramática transformacional chomskiana, la regla es en realidad resultado de la invención expresiva, cuando ésta se hace frecuente y normal y deja de ser novedosa para ser común.

Pero el uso más interesante de la *regla de selección* es precisamente el uso impropio, cuando nos vemos forzados a aplicar por analogía una regla impropia a un significado o estructura que se desvía del uso normal, que no tiene regla propia. Así surge la imagen verbal en la creación metafórica (TATO, 1977; CHOMSKY, 1971). Es la denominada *teoría del desvío semántico*. Cuando se produce este fenómeno, lógicamente se crea una regla nueva de selección y surge una experiencia nueva, comunicativamente hablando, de la realidad, es decir una creación verbal.

Se produce así el hecho de que un conjunto convencional de elementos, gracias a desvíos, rupturas de reglas y aplicaciones analógicas, permita que surja una innovación o una información. Una vez que el pensamiento acepta abandonar una regla de selección y sus resultados típicos, para hacer un uso libérmino de otra regla que se aplica por analogía, se genera un resultado anteriormente inexistente en la representación verbal. Normalmente sentimos esto como una «imagen poética» producida por una metáfora o una creación lingüística, y que produce el disfrute del arte verbal en lector o escritor.

La metáfora viola las restricciones categoriales convencionales que rigen la combinación de elementos expresivos, debido precisamente a un uso extraño de las reglas de selección de esos elementos a través del desvío semántico. Literalmente la expresión se sirve de un forzar las reglas expresivas más allá de su combinatoria corriente, y de aplicar la analogía, es decir, del juego con otra representación selectiva. La ruptura de una regla y la capacidad analógica sirve para innovar y en último término, para comunicar una experiencia.

Aplicando este mecanismo a la creación humorística, vemos que en el Humor también percibimos, a lo largo de su proceso, reglas o reglamentaciones, rituales o esquemas rígidos que la visión humorística y su particular uso de la lógica desvela. En el proceso previamente descrito, las invenciones crean re-

glas nuevas, y el uso aventurado de las reglas previas produce nuevas expresiones de lo real. Las visiones humorísticas hacen visibles las viejas reglas y la invención está al servicio de dicha visualización, de captar conscientemente una regla o ritualización que ordena nuestra conducta expresiva desde un nivel casi inconsciente.

La invención en el humor es el elemento improvisado, el golpe o realización comunicativa que ridiculiza una actuación o exagera la misma para poner de manifiesto su naturaleza arbitraria, estrambótica, ilógica. En la creación artística, por ejemplo en la creación verbal metafórica, usamos la regla tópica para producir una visión nueva, pues se fuerza un uso más amplio o impropio para ella. Este desvío termina por generar una regla nueva de selección expresiva.

Podemos ampliar el concepto chomskiano de regla se selección, utilizando las tres operaciones selectivas de la creatividad que STERNBERG (1999) aísla dentro de su teoría triádica de la inteligencia. Para el autor norteamericano, la creatividad implica codificación selectiva (selección de elementos de la realidad), combinación selectiva (ordenación de dichos elementos) y comparación selectiva (aplicación de la analogía estructural con otras selecciones) (1999). En el humor, existiría la visualización de reglas de selección y reglas de combinación y comparación que normalmente no son visibles.

La creación propia de este mecanismo sirve en el humor para poner de manifiesto la formalización y rígida estereotipia de las reglas conductuales, semánticas, representacionales. La capacidad de analogía, la capacidad proyectiva, es un instrumento que se utiliza antes, durante y después del proceso del humor. Es clave para desencadenarlo, pues es lo que nos desvela la existencia de las reglas, permite observarlas desde un contexto exterior a ellas o también oculta hasta el momento adecuado la visualización de las mismas.

La visión que el humor favorece, de la realidad o de los asuntos traídos a colación en su significado, es siempre innovadora, aunque, pensamos, lo importante en el humor no es la innovación misma de que se sirve, sino a menudo la visión de estas reglas implícitas de selección comunicativa y expresiva. A diferencia de ese proceso, en la creación lingüística lo importante es la posibilidad infinita de innovar y ampliar las posibilidades expresivas, las experiencias de comunicación. Ambos procesos son en cualquier caso paralelos, si bien se sitúan uno frente al otro. En el continuo que va, según A. Espina (1968), de la crítica a la innovación, el humor está más cerca de la primera, mientras que la creación verbal está más cerca de la segunda.

Se trata en ambos casos de procesos muy similares. Para captar el golpe de humor es preciso habitualmente una actitud específica, que en primer término reside en una atención especial a la proyección cognitiva que la representación humorística va favoreciendo. Los chistes malos, por ejemplo, son extre-

madamente previsibles y sus proyecciones de significado son obvias desde un comienzo. Sin embargo el receptor procurará atender a la selección cognitiva que el chiste va indicando para poder luego entender la gracia final, que suele ser un desvío de esa selección, y ver si su resolución expresiva es ágil, sorprendente o intelectualmente rápida. Esta actitud de recepción del humor es muy similar a la actitud de la atención artística. En ambos casos hay una aceptación absoluta, inicial, de los presupuestos de la situación comunicativa e incluso una cooperación para realizar la representación, sea humorística o estética. Quizás la similitud de esa actitud, y los elementos comunes a creación verbal y humorística que estamos viendo, sea lo que ha llevado a autores de la talla de Hegel a identificar el humor como un tipo de fenómeno dentro de la Estética.

La recepción de un chiste o de un juego humorístico implica una capacidad para detectar pautas o modelos, esquematizaciones cognitivas, asociadas a la interacción comunicativa en un caso determinado. En un segundo término, implica la agilidad intelectual precisa para captar las proyecciones inesperadas o abruptas, implícitas en todo el relato, que surgen en un momento dado y constituyen el segundo sentido o el gancho del chiste. Pero lejos de constituir un desafío constante a esa capacidad humana de captación de significados potenciales, el humor más conseguido introduce esa actividad cognitiva de una manera suave y cómoda, sin forzarla en absoluto. La creatividad radica en saber indicar la vía más rápida y cómoda hacia el descubrir una ritualización expresiva desconocida como tal hasta ese instante.

Podemos entender que el humor implica el abandono de un significado inicial y el distanciamiento de las convenciones que lo sostenían. Muy a menudo, una situación es más humorística cuanta mayor distancia existe hacia ella por parte de su receptor, y más autonomía parece tener del punto de vista de ese receptor o espectador. También, cuanto más rígidamente formalizada y ritualizada se va viendo. De ahí que situaciones graves muy ritualizadas socialmente (funerales, fusilamientos, ceremonias, protocolos) sean una fuente constante de claves cómicas.

El humor es generativo. Posee la capacidad de establecer múltiples asociaciones semánticas, crear proyecciones analógicas completas y convertirse en un auténtico universo o clave total interpretativa de la realidad (lo que nos permite seguir la broma indefinidamente). Al igual que las reglas de selección en la estructura chomskiana del lenguaje, que igualmente son generativas y pueden surtir a las estructuras de opciones de consecución de significados adecuados, las realizaciones humorísticas, una vez desarrolladas, pueden continuarse indefinidamente. El humor no solamente es bisociativo, conteniendo dos planos de referencia simultáneos, sino que puede ser múltiple en su capacidad de desdoblamiento.

Si, según la máxima de ROOT-BERNSTEIN (2000), la creatividad humana es nuestra capacidad para utilizar lo conocido de un modo que arroje nueva luz sobre lo desconocido, el humor invierte esa operación y se sirve de la invención y creatividad para arrojar luz sobre lo común y cotidiano. Si la metáfora y la creación verbal pura se sirven de comparaciones instantáneas con un término desconocido, en el humor lo desconocido o nuevo es la comparación que se usa, y los términos de ese cambio de campo son siempre convencionales o conocidos.

Todo cuanto no es creativo es sujeto de la risa. El humor se ríe de todo aquello que está desprovisto de vitalidad y de frescura, todo aquello que resulta tonto: las costumbres y convenciones comunes, la religión, la política. Esta función del humor es una función de revitalización que se ha perdido en cierta medida. El humor ha servido histórica y culturalmente como mediador o medio cognitivo, para percibir más de cerca o más vivamente objetos o situaciones.

Durante la Antigüedad, en la Edad Media y en otras culturas y civilizaciones no occidentales, el cultivo del humor ha servido, dada su naturaleza, para acercar a los colectivos humanos a prácticas y realidades cuya rígida formalización impide el desarrollo de su verdadero significado experiencial. Así, ciertas ceremonias de la religión eleusina, las risas pascuales y las comedias medievales, toda la estética icónica románica o la lirica provenzal, el esperpento valleinclanesco o la greguería de GÓMEZ DE LA SERNA, utilizan el humor y la comicidad para rescatar de la ritualización excesiva territorios de significación vitales para el mundo social, cultural y religioso de esas distintas épocas.

El humor, en esas prácticas culturales, actúa como un espejo. Es un dispositivo para revelar realidades por exclusión, es decir, una vez que el humor saca a la luz las formalizaciones, esquematizaciones y rituales que se han incrustado sobre ese mundo de significaciones, es posible también ver sin errores el mundo originario de experiencias y significaciones sobre los que han operado esas reglas expresivas.

Así el humor ha llegado a ser, en el sufismo medieval por ejemplo, un modo de expresar contenidos metafísicos que acompañan a la idea cómica (SHAH, 1985), lo que pudo llevar a la similitud etimológica entre las palabras «chiste» y «gesto/gesta», pues las narraciones memorables eran, en la Edad Media europea y oriental, narraciones cómicas.

Este uso del humor se basa en el carácter mediador que el proceso cognitivo de lo cómico tiene. El humor permite distanciarse de un significado y contemplarlo desde un punto de vista externo. Permite el juego con las perspectivas y el cambio de la matriz de referencia (KOESTLER, 1978). Como si dispusiéramos de dos anteojos diversos, dos miradas distintas, para conocer

mejor las cosas, e incluso, siguiendo al gran Pirandello, como si pudiéramos, como Tirante el Blanco, tener dos corazones para sentir mejor la realidad.

En ciertas épocas esa capacidad ha sido utilizada con gran eficacia para producir un conocimiento más profundo de las realidades que están detrás del humor. Pero precisamente utilizando el humor como un medio, es decir, un dispositivo indirecto que refleja o por refracción deja ver una realidad trascendente, una realidad inaccesible a través de un sistema no mediado.

Este uso del humor se basa en el principio de contrariedad (GONZÁLEZ CORTÉS, 2000), principio al que se rindió culto en las edades de oro de la cultura griega y en el mundo medieval: de acuerdo con el principio de contrariedad los elementos opuestos se unen o actúan causalmente uno sobre otro, y su fuerza de oposición sirve para romper las limitaciones en toda una gama de contextos diversos. El humor, bajo este prisma de pensamiento, se convierte en un mecanismo instrumental eficaz para dejar ver lo contrario a él mismo, y ciertas significaciones solemnes, sagradas o inefables, se expresan únicamente a través de la comedia, el espíritu humorístico o la risa. Éste es el sentido que tiene la difusión de lo cómico en muy vastas áreas culturales.

De acuerdo con el principio de contrariedad, comunicar la experiencia ocurre a través de un juego de opuestos. En el lenguaje, por ejemplo, y como la teoría de la creación metafórica chomskiana parece aleantar, sólo la ruptura o contraposición de reglas categoriales semánticas y sintácticas permite renovar la capacidad evocadora del lenguaje en la poesía (el oxímoron sería la forma léxica de este principio de contrariedad). El Humor juega una parte vital en este proceso porque revela y ridiculiza las lógicas y las convenciones expresivas a muy diversos niveles, dejando ver a su trasluz un mundo referencial no marcado por ellas.

El Arte en todas sus formas y el Humor constituyen dos medios o mediaciones cognitivas que permiten acceder a experiencias y conocimientos que no pueden ser manipulados o transmitidos de otra manera. Son literalmente medios, es decir, instrumentos a cuyo través se alcanza alguna cosa, cuya función es la de dar o dejar lugar a lo que transportan. En tanto medios, su función es transparentar un contenido, trasladar una experiencia, y deshacerse en tal función. Por su esencia son indirectos, mecanismos cognitivos no directos, y quizás por ello mismo, verdaderos mecanismos cognitivos. Como sistemas de comunicación, dependen fundamentalmente de la creatividad y por ello utilizan como herramientas de base, que son manipuladas o forzadas a un uso impropio, las formalizaciones, ritualizaciones y esquematizaciones propias de las actividades no creativas o que han dejado de serlo. Como medios de conocimiento, el Arte y el Humor permiten el acceso a aquellos «teménos» o zonas sagradas de la experiencia humana, situadas más allá de la subjetividad de quien quiere conocer, que cuando son tocadas por el hombre desaparecen de

su alcance: todo código de acceso, todo mapa de orientación se convierte siempre en una limitación y un impedimento.

El Humor forma parte de una sabiduría sobre la comunicación y la expresión que se ha dado en distintas épocas y lugares, sabiduría en la que el carácter activo, vivo, del conocimiento y del traspaso de las experiencias obliga a su continua utilización. El conocimiento, el acceso al significado de las cosas, la experiencia de comunicación, la inteligencia misma y el buen uso de la lógica son cosas que no pueden almacenarse o acopiararse, no funcionan litúrgicamente ni responden a modelos, roles, rituales, reglas o manuales. Son más bien fenómenos éstos que, como la propia comunicación, resultan instantáneos, visionarios o furtivos incluso, y a los que por tanto es necesario acceder a través de un mecanismo indirecto, como es el que se produce con la risa.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, Rudolph (1998): *El pensamiento visual*. Barcelona, Paidós.
- BARTLETT, F. C. (1932): *Remembering*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BERGER, Peter (1999): *Risa redentora*. Barcelona, Kairós.
- BERGSON, Henri (1984): *La risa*. Madrid, Sarpe.
- CHOMSKY, Noam (1971): *Aspectos de una teoría de la sintaxis*. Madrid, Aguilar.
- ESPINA, Antonio (1965): *El genio cómico y otros ensayos*. Chile, Cruz del Sur.
- GONZÁLEZ CORTÉS, M.ª Teresa (2000): *Eleusis: los secretos de Occidente*. Madrid, Clásicas.
- KOESTLER, A. (1976): *The Act of Creation*. London, Hutchinson.
- PIRANDELLO, Luigi (1968): *Ensayos*. Madrid, Guadarrama.
- ROOT-BERNSTEIN, Michelle y Robert (2000): *El secreto de la creatividad*. Barcelona, Kairós.
- SHAH, Idries (1985): *Cuentos de los derviches*. Barcelona, Paidós.
- STERNBERG, Robert (1999): *Handbook of Creativity*. New York, Cambridge University Press.
- TATO, Juan Luis (1977): *Semántica de la metáfora*. Alicante, Universidad Autónoma.
- VAN DIJK, Teun (2001): *Ideología*. Barcelona, Gedisa.