

UNIDAD DE CONOCIMIENTO

El humor en el trabajo

"Reír es la distancia más corta entre dos personas"

Anatole France

Sumario

¿Qué es? _____	1
Herramientas _____	2
El dato _____	3
Guía de Trabajo _____	3
La experiencia _____	5
Materiales _____	5
Bibliografía básica _____	5
Materiales en línea _____	6

¿Qué es?

- ✓ El **humor laboral** es la introducción en el ámbito del trabajo de elementos de diversión tradicionalmente considerados como propios del ámbito del ocio con la intención de crear un entorno laboral más distendido y saludable.
- ✓ El concepto de trabajo es fluido y ha ido cambiando en el tiempo. La concepción tradicional del trabajo lo contrapone con el ocio: el ocio es aquello que se hace después del trabajo. La propia etimología de la palabra **negocio** contiene esta negación de la esfera del ocio. Esta concepción es heredera de la **ética protestante** del trabajo.
- ✓ Últimamente se ha producido un cambio en la concepción del trabajo. Las fronteras **trabajo/vida personal** ya no son tan rígidas. Fenómenos como el trabajo flexible o las diferentes políticas de conciliación las han difuminado. La gente pide entornos laborales sanos, atractivos y divertidos.
- ✓ Los beneficios de incorporar el humor al trabajo son:

- Una mejor motivación y productividad.
- Disminución del estrés y el absentismo.
- Mayor capacidad de atracción y retención de trabajadores.
- Mayor fidelización de los clientes.
- Refuerza la integración entre trabajadores.
- Crea un clima muy propicio a la resolución de conflictos.
- Refuerza el sentimiento de pertenencia y de equipo.
- Estimula la creatividad.

Herramientas

Hay diversas herramientas que pueden servir para aplicar el humor en el trabajo. Evidentemente, en un ámbito como el humor no sirve de mucho aplicar reglas rígidas ni recetas. La espontaneidad y la adecuación a las posibilidades de nuestro entorno laboral son la mejor herramienta. A continuación presentamos algunas de las muchas posibilidades que han adoptado diversas organizaciones:

- ✓ **Espectáculo:** la introducción de elementos propios del mundo del espectáculo puede ser muy atractiva para organizaciones de servicios y de atención continuada al público. El caso más famoso es el de la pescadería *Pike Place Fish* de Seattle. Sus trabajadores se pasan los pescados lanzándolos por el aire, entre bromas y canciones. El espectáculo atrae una multitud de espectadores cada día y la pescadería se ha hecho mundialmente famosa con este simple cambio de actitud.
- ✓ **Política de comunicación:** los elementos de humor en una acción de comunicación interna pueden reforzar la difusión y la penetración del mensaje. Los rutinarios comunicados internos no consiguen captar la atención. El cerebro tiene tendencia a prejuizar y descartar los patrones recurrentes como **poco informativos**. La novedad, la sorpresa y el humor son buenos vehículos para la transmisión de un mensaje. Este principio, bien conocido por los responsables de comunicación externa y marketing, tiene que trasladarse a la comunicación interna.
- ✓ **Instalaciones de ocio:** la habilitación de ciertos espacios de la organización para actividades de ocio puede ser positiva. Los espacios comunes no tienen porqué ser simplemente taquillas y comedores. Son conocidas las salas de fútbolín y de videojuegos de Google.
- ✓ **Reuniones periódicas informales:** las reuniones informales son una buena manera de tratar temas de trabajo de manera distendida. Un discurso

del director general o una conferencia son a menudo sinónimo de aburrimiento garantizado. Son interacciones de estructura vertical y previsible. La empresa de servicios para *RH Employease*, celebra una reunión de todos los trabajadores el primer viernes de cada mes. La estructura se parece más a una fiesta que a una reunión de trabajo. Se empieza por un buffet y a continuación se presentan a todo el mundo las nuevas incorporaciones. A continuación se trata algún tema de trabajo de manera participativa. Se exponen a todos los trabajadores las líneas estratégicas de futuro de manera transparente y se escucha su opinión.

- ✓ **Institucionalización:** a veces generar espontaneidad requiere mucha planificación previa. Algunas organizaciones que reconocen el valor del humor en el trabajo han institucionalizado la figura del responsable de que la gente se lo pase bien. La empresa de recursos educativos *online Blackboard*, cuenta con una responsable de ferias, conferencias y celebraciones internas. Entre otras cosas, organiza la *fiesta del burrito* semanal, en la cual todo el mundo come y baila.
- ✓ **Ambientación:** la disposición de un espacio para propiciar un tipo determinado de interacción. Los espacios que facilitan la comunicación entre trabajadores, sin compartimentos estancos, son propicios a la interacción. Las superficies diáfanos, ordenadas e iluminadas con luz natural mejoran el estado de ánimo. La música ambiental se debe considerar con cuidado porque tanto puede ser motivo de estrés como de relajación.

El dato

Algunos datos recogidos en el libro *Risas y humor* de diferentes estudios científicos ponen de manifiesto las virtudes terapéuticas del humor:

- ✓ Cinco minutos de risas corresponden a 45 minutos de ejercicio físico.
- ✓ Una risa explosiva moviliza 400 músculos de todo el cuerpo, activa el sistema inmunológico y oxigena los tejidos.
- ✓ Además, reír libera endorfinas, facilita la digestión, mejora la hipertensión, tonifica los músculos y evita el insomnio.

Guía de Trabajo

Cómo se aplique el humor a nuestro entorno laboral dependerá en gran medida de sus características propias. El humor se alimenta de la diversidad y de las

particularidades. Sin embargo, hay momentos críticos en que la introducción del **factor humor** tiene una especial importancia para cualquier organización:

CONTRATACIÓ

El proceso de contratación es clave para identificar personas con un carácter positivo y con sentido del humor. Algunas técnicas útiles son:

- Mirar cómo reaccionan ante una broma.
- Introducir elementos que rompan con la imagen estereotipada de la entrevista laboral. En *Southwest Airlines* los entrevistadores se presentan en pijama para ver la reacción del candidato.
- Preguntar qué valora de un entorno laboral y qué espera de los compañeros.

CELEBRACIONES

- Las personas celebran sus logros individuales. ¿Por qué las organizaciones no hacen lo mismo?
- La consecución de objetivos se da a menudo por supuesto. Se ve como una obligación. La consecución merece censura, pero la consecución no merece una celebración especial.
- Algunas organizaciones celebran la consecución de objetivos con fiestas, cenas y premios a los equipos. La organización debe tener su calendario de celebraciones interno, diferente al de las celebraciones oficiales del calendario (Navidad, Semana Santa) y regido por el tiempo que marcan sus propios éxitos.

CONFLICTOS

- El humor es uno de los mejores desactivadores de conflictos que se conocen.
- En situaciones enquistadas de conflicto interpersonal o colectivo, un ambiente distendido puede desbloquear la situación: a veces puede ser bueno trasladar una mesa de negociación a una "mesa" de restaurante.

La experiencia



- ✓ La compañía aérea norteamericana *Southwest Airlines*, la tercera del mundo en número de pasajeros, considera el humor como una parte integral de la cultura corporativa y un motivo de orgullo para sus trabajadores. Su portavoz, Brandy King, defiende un modelo de contratación que prima la personalidad del candidato, acompañado posteriormente de una formación en habilidades.
- ✓ Este planteamiento ha hecho ganar a la empresa la reputación de ser un buen sitio donde trabajar. El equipo tiene libertad para cantar sus propias canciones durante los vuelos o, si los aviones se retrasan, organizar concursos de chistes en las puertas de embarque. La tripulación ameniza los vuelos con comentarios divertidos.
- ✓ Incluso el momento rutinario de las instrucciones de seguridad es amenizado por chistes. Por ejemplo, cuando se habla de las máscaras en caso de pérdida de presión de la cabina han llegado a aconsejar a los pasajeros: *"si tenéis un hijo, asegura su máscara primero. Si tenéis más de un hijo, escoge vuestro preferido"*.
- ✓ Después de los atentados del 11-S aparcaron momentáneamente esta política. Unos meses después la retomaron.
- ✓ Los edificios cuentan con espacios reservados al ocio como zonas donde hacer barbacoas los viernes.
- ✓ La creación de un ambiente distendido y relajado es un valor añadido en una compañía dedicada a una actividad susceptible de generar situaciones de tensión y estrés.

Materiales

Bibliografía básica

Yerkes, Leslie. *Con humor se trabaja mejor*. Barcelona: Gestión 2000.com, 2003.

Diversos Autores. *Risas y humor*. Lleida: Diputació de Lleida; Pallassos Sense Fronteres, 2006.

Materiales en línea

“Razones para tomarse en serio el humor en el trabajo”. Fundació per a la motivació dels recursos humans, 15/06/2006.

Sesión de benchmarking con Eduardo Jáuregui, investigador del humor, la risa y la psicología positiva y con Carles Mendieta y Ferran Castellon, autores del libro humorístico *IT en TI*.

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=5017

Humor positivo

Página de recursos y consultoría sobre la aplicación del humor en el trabajo. Cuenta con una amplia bibliografía sobre el humor y sus aplicaciones organizacionales.

<http://www.humorpositivo.com>

Loyalka, Michelle Dammon. “Laughing Your Way to Success”. *Fast Company*, 05/04/2006. (Artículo consultado *on line*: 25/05/2006)

Los investigadores del tema ya han dicho muchas veces que reír puede ayudarte a vivir más años. Ahora también, cada vez hay más compañías norteamericanas que están descubriendo el poder del humor en el lugar de trabajo.

<http://www.fastcompany.com/articles/2006/04/laugh.html>

Traducción disponible en factorhuma.org:

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=5059

Cabrerizo, Maite. “Las risas y el buen humor llegan a las empresas”. 5 Días, 06/05/2006.

Conseguir que sea divertido ir los lunes a la oficina; que trabajar sea sinónimo de buen humor y que la risa sea compatible con ocho horas de oficina y una mesa desbordada de papeles es algo más que un sueño. Es una realidad.

http://www.factorhuma.org/ficha.php?id_ficha=4985