

Jennifer Aaker

Naomi Bagdonas

hazlo con humor

Ríete como un niño, triunfa como un adulto



Por qué el humor es un superpoder
en el trabajo y en la vida



temas de hoy

JENNIFER AAKER
Y NAOMI BAGDONAS
HAZLO CON HUMOR

Por qué el humor es un superpoder
en el trabajo y en la vida

Traducción de María Enguix Tercero

Título original: *Humour, Seriously*

© Jennifer Aaker y Naomi Bagdonas, 2020

© por la traducción, María Enguix Tercero, 2024
Corrección de estilo a cargo de Harrys Salswach

© Editorial Planeta, S. A., 2024
temas de hoy, un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)
www.planetadelibros.com

Primera edición: mayo de 2024
ISBN: 978-84-19812-56-8
Depósito legal: B. 6.818-2024
Composición: María García
Impresión y encuadernación: Egedsa
Printed in Spain - Impreso en España

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento. En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor. Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.



ÍNDICE

<i>Prólogo: El humor nos hace humanos,</i> por Ed Catmull	13
<i>Introducción: Gravedad y levedad</i>	17
Capítulo 1. El precipicio del humor	35
Capítulo 2. Tu cerebro y el humor	61
Capítulo 3. Anatomía de la diversión	93
Capítulo 4. Saca al cómico que llevas dentro	131
Capítulo 5. Lidera con humor	181
Capítulo 6. Crea una cultura de la levedad	219
Capítulo 7. Navegar por las zonas grises del humor	253
Capítulo 7,5. Por qué el humor es un arma secreta en la vida	289

<i>(A modo de) epílogo: Una conversación con Michael Lewis</i>	297
<i>Minicuestionario sobre los estilos de humor</i>	305
<i>Notas</i>	309
<i>Índice analítico</i>	319

CAPÍTULO 1

EL PRECIPICIO DEL HUMOR

El humor es la mayor bendición de la humanidad.

MARK TWAIN

Es el primer día del trimestre primaveral en la Graduate School of Business de Stanford. Cincuenta estudiantes entran entusiasmados en una sala de conferencias, algunos preguntándose todavía si el curso en el que se han matriculado no es una elaborada broma de la administración. El curso «Humor: un asunto serio» está a punto de empezar.

Las paredes están cubiertas de pizarras blancas y todas las sillas y mesas tienen ruedas, lo que facilita su despla-

zamiento. Es un entorno ideal para trabajar y muy propicio para echarse la siesta. Jennifer, en su autoproclamado papel de DJ, pone a todo volumen *Rebel Rebel*, de David Bowie. Naomi ha preparado un vídeo de *Saturday Night Live* para dar comienzo a la conferencia.

Sin embargo, la inquietud flota en el ambiente.

Antes del principio de curso, cada semestre, pedimos a nuestros estudiantes que completen una «auditoría del humor», un ejercicio de autorreflexión/cuestionario sumamente personal sobre el uso del humor en su vida.* Incluye preguntas como «¿Quién o qué te hace reír más en tu vida?», «¿Con quién te sientes más gracioso?» y «Te rogamos que presentes la documentación completa de tus ingresos, gastos y activos del último año fiscal».**

Así que es comprensible que los estudiantes se sientan asustados: el sentido del humor es como un músculo, se atrofia si no se usa con regularidad. Por desgracia, constatamos que la atrofia abunda en la mayoría de los estudiantes y ejecutivos con los que empezamos a trabajar. No hay más que ver estas respuestas a la pregunta «¿Cuándo fue la última vez que te reíste de verdad?»:

- «Sinceramente, no me acuerdo. ¿Tan malo es eso?»
- «¡He estado dándole vueltas y me he quedado en blanco! Sé que me río. O al menos eso pensaba, pero ahora empiezo a cuestionármelo...»

(*) Nota: este es el tipo de auditoría más agradable, porque se centra en lo que te parece gracioso y no en la evasión fiscal (a menos que eso te parezca gracioso).

(**) ¡Sorpresa! Se trataba de un control del fisco desde el principio.

- «El martes no me reí ni una sola vez. Ni una sola vez. ¿Quién habría pensado que una clase sobre el humor podría ser tan deprimente?»

Lo bueno y lo malo de estas respuestas es que nuestros alumnos no están solos. Y no es martes.*

El precipicio del humor

La pérdida colectiva de nuestro sentido del humor es un grave problema que afecta a personas y organizaciones de todo el mundo. Todos estamos cayendo juntos por el precipicio del humor,¹ arrojándonos al abismo de la solemnidad.

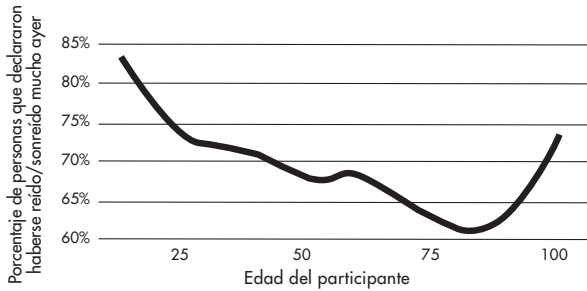
En el fondo de ese abismo nos espera la mayoría de los 1,4 millones de encuestados de 166 países que revelaron en este sondeo de Gallup que la frecuencia con la que nos reímos o sonreímos cada día empieza a caer en picado en torno a la edad de veintitrés años.

Hasta cierto punto, este patrón tiene su lógica. Cuando somos pequeños nos reímos todo el tiempo. Un niño de cuatro años se ríe hasta trescientas veces al día.² (El cuarentón medio, en comparación, se ríe trescientas veces cada dos meses y medio.) Luego crecemos, nos incorporamos al mundo laboral y de pronto nos volvemos «personas serias e importantes» que cambian la risa por la corbata y el traje de pantalón.

(*) Teníamos una oportunidad de 6 contra 7 de tener razón en este punto y tomamos la iniciativa.

Precipicio mundial del humor

(datos de Gallup 2013 n = 1,4 millones)



En poco tiempo, perdemos por completo la levedad en un mar de balances, presentaciones de diapositivas y conferencias telefónicas soporíferas. Nuestro yo más juguetón se reprime en un terreno profesional tan complejo y dinámico que da vértigo, sembrado como está de minas sociales difíciles de prever y que resulta más seguro evitar. En consecuencia, la mayoría optamos por mantener interacciones estériles, comedidas y profesionales; vamos a trabajar cada día y dejamos en la puerta nuestro sentido del humor (y mucho más de nosotros mismos).

Esta respuesta es el signo de un malentendido fundamental de la manera de trabajar: cómo resolver problemas importantes, cómo conducirnos y tener éxito.

No necesitamos más «profesionalidad» en nuestro lugar de trabajo. Al contrario, necesitamos más de nosotros mismos y más conexión humana, máxime cuando las reuniones en persona se han sustituido por videoconferencias y las relaciones se mantienen cada vez más por correo electrónico exclusivamente. A veces basta una pizca de levedad para que un momento o una rela-

ción pasen de ser transaccionales y robóticos a relacionales y auténticos.

¿Qué nos frena?

Nuestras investigaciones revelan cuatro percepciones erróneas comunes o, como nos gusta llamarlas:

*Los cuatro mitos mortales del humor**

Después de encuestar a más de setecientas personas de un amplio abanico de sectores y niveles para averiguar qué les impide utilizar el humor en el trabajo, surgieron cuatro temas, cada uno arraigado en un mito que conviene desmentir. Hablamos de *Cazadoras de mitos, edición empresarial*.

EL MITO DE LA EMPRESA SERIA

Gran parte de los encuestados **creo que el humor no tiene cabida en un empleo serio.**

Al principio de nuestra carrera, este mito suele deberse a la inseguridad ligada a nuestra falta de experien-

(*) Una vez leímos que, si incorporas la palabra *mortal* a un título, es más probable que la gente (1) lea el contenido posterior y (2) se lo tome más en serio. Además, Nelson Cowan, el autor de *The Magical Mystery Four: How Is Working Memory Capacity Limited, and Why?*, califica el número cuatro de «mágico» y «misterioso». Por eso nos alegró tanto descubrir cuatro mitos. Nota: el libro de Cowan habría sido aún más popular si no hubiera olvidado incluir la palabra *mortal* en el título.

cia. (Esto sucede antes de que tengamos la suficiente experiencia como para saber que nadie sabe realmente nada.) No queremos dañar nuestra credibilidad y que nos tomen por el pito del sereno.

Sin embargo, según las encuestas que Robert Half International y Hodge-Cronin & Associates realizaron a cientos de directivos, el 98 por ciento de los encuestados afirmó preferir a los empleados con sentido del humor, y el 84 por ciento pensaba que los empleados con sentido del humor son mejores en su trabajo.³ Además, el humor no solo afecta a la percepción que nuestros jefes tienen de nosotros, sino también a cómo nos perciben nuestros colegas: al mostrar nuestro sentido del humor pueden ser más proclives a atribuirnos un estatus más alto y votarnos para puestos de dirección.

Esta idea errónea evoluciona a medida que escalamos puestos en nuestra carrera profesional. Un mayor estatus conlleva un mayor escrutinio; cuando nos encontramos en escenarios cada vez más grandes, sentimos la presión de señalar aún más nuestra profesionalidad y «seriedad» delante de accionistas, clientes y colegas. Es más, los líderes aseguran que la diferencia de estatus les hace más difícil mostrarse como son en realidad al tiempo que cumplen con las responsabilidades de su rol público.

Pero, ahora más que nunca, necesitan hacer las dos cosas.

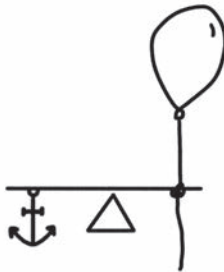
Los líderes de hoy se enfrentan a una crisis de confianza; casi la mitad de los empleados cita su falta de confianza en los líderes como el mayor problema que afecta a su rendimiento laboral.⁴

Es más, cuando se pregunta a los empleados qué características inspiran confianza en un líder, las respuestas más destacadas —como «conocer los obstáculos que el líder ha superado» y «hablar como una persona normal»— son coherentes: los empleados de hoy en día anhelan líderes más auténticos y humanos. Ambiciosos, sí, pero también imperfectos. El humor es una poderosa estrategia de liderazgo que permite humanizarse a ojos de los empleados, romper barreras y equilibrar la autoridad y la accesibilidad. (Tan poderosa que hemos escrito un capítulo entero sobre el tema.) Por ejemplo, los líderes que utilizan un humor autoirónico obtienen puntuaciones más altas en la valoración de la confianza que inspiran y sus capacidades de liderazgo.⁵ Aunque los jefes en cuestión minimizaran probablemente los beneficios ligados al humor autoirónico, son muy reales.

Más allá de las señales que enviamos a nuestros empleados, una cultura que concilie el trabajo serio con la levedad y el juego puede mejorar el rendimiento del equipo. En un estudio en el que participaron más de cincuenta equipos, los investigadores analizaron reuniones de equipo pregrabadas y evaluaciones de los supervisores sobre el rendimiento, tanto inmediatamente como dos años después.⁶ La presencia del humor en las interacciones del equipo permitió predecir una comunicación más funcional y un mayor rendimiento entre ellos, tanto en el momento como a lo largo del tiempo. Las culturas lúdicas permiten a los equipos prosperar, incluso (y especialmente) cuando hay mucho en juego y los tiempos son difíciles.

Por supuesto, no deberíamos hacernos los graciosos todo el tiempo, sería agotador (y contraproducente). Pero hemos oscilado tanto en la dirección opuesta que nuestras empresas están sedientas de levedad. El secreto del éxito de muchos ejecutivos brillantes que aparecen en este libro es su capacidad para lograr un delicado equilibrio entre la gravedad y la levedad; en la línea del postre que combina chocolate caliente y helado. Y ambas cosas hacen que algo (tus perspectivas empresariales y tu índice glucémico, respectivamente) suba como la espuma.*

LA LEVEDAD CREA EQUILIBRIO



Y si este adorable globo que equilibra heroicamente un ancla no es lo bastante convincente, pasémosle el micrófono al presidente Eisenhower, que dijo una vez: «El sentido del humor forma parte del arte del liderazgo, de llevarse bien con la gente, de hacer que las cosas avancen».

(*) Nota: cuidado con la diferencia entre analogía y equivalencia. Que algo se parezca al chocolate caliente y al helado no significa que sea un sustituto. Prueba a decirles a tus hijos que pueden tomarse de postre un equilibrio entre la gravedad y la levedad, a ver cómo reaccionan.

Si Dwight David Eisenhower, el presidente menos chistoso por naturaleza después de Franklin Pierce, pensaba que el humor era necesario para ganar guerras, construir autopistas y prevenir contra el peligro del complejo militar-industrial, en ese caso será mejor que tú también aprendas a usarlo.

EL MITO DEL FRACASO

Nos gustaría tener un dólar por cada vez que hemos oído a un estudiante o a un cliente expresar **un miedo profundo y paralizante a que su humor fracase**.^{*} Les aterroriza el silencio incómodo que sigue a un chiste que no cuaja o, peor aún, la revelación posterior de que han ofendido a alguien sin querer.

Pero los estudios muestran que nos equivocamos con los fracasos. No todos los «fracasos» en el humor son iguales, y arrancar una risa tampoco implica necesariamente una «victoria».

Durante los últimos años, tres de nuestros compañeros del retiro de Second City —Brad Bitterly, Maurice Schweitzer y Alison Wood Brooks— han realizado una serie de experimentos en Wharton y Harvard para estudiar el impacto del humor en la percepción del estatus, la competencia y la confianza en uno mismo⁷ y, lo que es

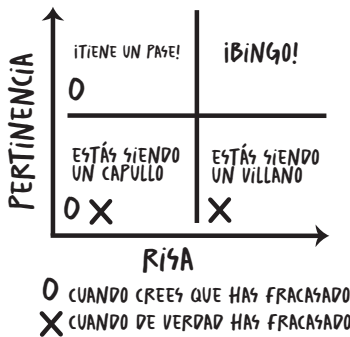
(*) Técnicamente, recibimos al menos un dólar cada vez que un alumno expresa este temor, puesto que nos pagan más de un dólar por alumno, aunque no les dejamos expresar este temor más de una vez.

igual de importante, el impacto del humor fallido en cada uno de estos aspectos.

En un experimento se pidió a los sujetos que leyeran la transcripción de las respuestas de los candidatos a una entrevista de trabajo cuando les preguntaron: «¿Dónde se ve dentro de cinco años?». Algunas de las respuestas eran serias, mientras que otras eran irónicas (por ejemplo, «me veo celebrando el quinto aniversario de la pregunta que acaba de hacerme»). A continuación se pidió a los sujetos que evaluaran a los entrevistados en función de su competencia, confianza y estatus.

Los resultados no estuvieron a la altura de lo que se esperaba. Resultó que el factor más determinante para que un entrevistado fuera percibido más positivamente o negativamente no fue si su respuesta había provocado risa, sino si se percibía como *pertinente*. En otras palabras, lo que indica estatus y competencia no es tanto el ser gracioso como el tener las agallas de gastar una broma (lo que indica confianza) y que esa broma sea pertinente en el contexto.

Este gráfico lo resume bastante bien:



El cuadrante superior derecho corresponde siempre al punto óptimo de lo que cabía esperar; es decir, un aumento de las percepciones en los tres factores: confianza, competencia y estatus. **¡Bingo!**

La mitad izquierda de la tabla, según nuestro fiel barómetro de la risa, es lo que solemos considerar un fracaso: es decir, nadie se ha reído. Pero si te encuentras en el cuadrante superior izquierdo, ¡todavía tienes un pase! Incluso el humor que a la gente no le hace reír a carcajadas nos deja en mejor situación si se considera pertinente: aumenta la percepción que los demás tienen de nuestra confianza y no tiene un impacto significativo en nuestro estatus o competencia.*

La mitad inferior del gráfico es cómo definimos el fracaso; el humor que la gente considera inapropiado, haga reír o no. Caer en estos cuadrantes (la zona de los capullos y los villanos) tiende a reducir las percepciones del estatus y la competencia.

Por supuesto, rara vez quieres ser un villano o un capullo: los cuadrantes inferiores del gráfico no son lugares hacia los que navegamos a propósito. Pero pasarse de la raya sin querer es algo que puede ocurrirle a cualquiera, y un riesgo real, sobre todo para quienes ocupan cargos muy visibles o públicos. A lo largo del libro ofreceremos herramientas para atenuar estos riesgos, evitar

(*) En los casos en los que la pertinencia de un chiste es ambigua, la falta de risas puede hacer que la gente considere la broma menos apropiada, lo que puede provocar una pérdida de estatus. Por eso siempre incluimos una pista de risas para las bromas de padre más profundas.

los errores más comunes y recuperarse (y aprender) de los fallos cuando se produzcan.

De momento nos limitaremos a redefinir el término *fracaso* en materia de humor. Y, al final del libro, se te dará mejor crear victorias humorísticas reales y evitar fracasos que son importantes.

EL MITO DE SER GRACIOSO

Ahora llegamos a uno de los mitos más espinosos: **que para utilizar el humor y la levedad en el trabajo hay que «ser gracioso»**. Parece lógico, ¿verdad? Pero, lo creas o no, hay algo mucho más importante que «ser gracioso» y es sencillamente indicar que tienes sentido del humor.

Aunque no te sientas cómodo con el humor, podrás beneficiarte de él si comprendes su valor en el trabajo. El mero hecho de indicar que tu sentido del humor late con fuerza es suficiente para marcar una gran diferencia, en particular si ocupas un cargo directivo. Un estudio realizado por el investigador Wayne Decker reveló que los subordinados valoraban a los jefes con sentido del humor (con independencia de si eran graciosos o no) como un 23 por ciento más respetados, un 25 por ciento más agradables para trabajar con ellos y un 17 por ciento más amigables.⁸

Entonces veamos, ¿cómo podemos indicar que tenemos sentido del humor? A veces es tan sencillo como reírse de las bromas de los demás o aprovechar las oportu-

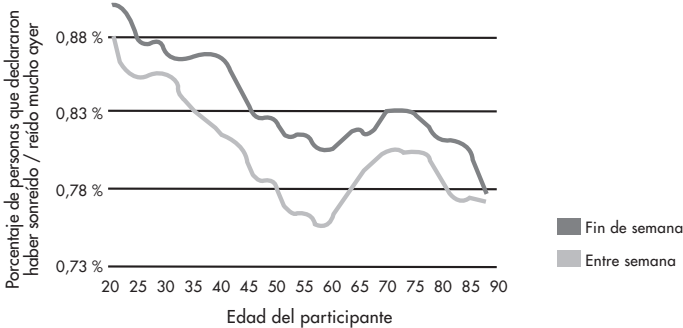
tunidades para distender el ambiente. Incluso una sonrisa amistosa puede funcionar a las mil maravillas. En palabras de Dick Costolo, antiguo CEO de Twitter: «No hace falta ser el más ingenioso de la sala. La forma más fácil de tener más humor en el trabajo no es intentar ser gracioso, sino, más bien, buscar momentos para reírse».

La buena noticia es que si eres como los 174.000 encuestados de Gallup, es probable que ya lo hagas mucho más fuera de la oficina.⁹ Los datos revelan que, de media, solemos sonreír y reír mucho más los fines de semana que entre semana.

Así que has estado practicando:

Precipicio del humor, edición del fin de semana

(Datos de Gallup de 2013 n = 174.000)



Hay que tener en cuenta que la inmensa mayoría de las culturas empresariales van del aburrimiento más soporífero a la seriedad más tediosa. Y un rato divertido casi siempre vale más que un chiste en toda regla: un momento de placer que arranque una sonrisa, o un «ajá»

en lugar de un «jaja» (o, si trabajas para un supervillano, un «muajajá»).

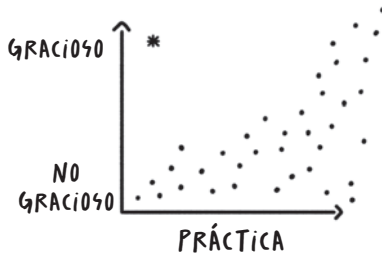
EL MITO DEL HUMOR INNATO

Los humoristas necesitan tanto talento como formación para triunfar. Pero mucha gente tiene la impresión de que el **humor es una capacidad innata, no una habilidad que se puede aprender.**

En otras palabras, tenemos tendencia a creer que o somos graciosos o no lo somos; como diría la investigadora Carol Dweck, tenemos una mentalidad fija. Sin embargo, gracias al trabajo de Dweck y sus colegas, ahora sabemos que una serie de campos que antes creíamos que formaban parte de nuestro código genético, como la inteligencia y la creatividad, no son fijos. Podemos modificarlos si adoptamos lo que ella llama una mentalidad de crecimiento.¹⁰ El humor no es una característica binaria de nuestro código genético, sino una competencia que podemos fortalecer mediante el entrenamiento y el uso, del mismo modo que fortaleceríamos los músculos de las piernas haciendo gimnasia, subiendo escaleras y caminando hacia y desde la nevera durante las videoconferencias cuando nuestra «cámara no funciona».

Si necesitas una prueba de que el humor se aprende, viaja con nosotras cinco años atrás, cuando Jennifer fue votada por unanimidad como el miembro menos gracioso de su familia. Jennifer y su familia estaban en casa, saboreando una deliciosa cena de Round Table Pizza

NADIE NACE SIENDO GRACIOSO*



* CACHORROS QUE VEN SU REFLEJO EN EL ESPEJO POR PRIMERA VEZ

(«cocina», como lo llama ella). Como acababa de empezar sus investigaciones sobre la ciencia del humor y siempre andaba buscando nuevos «datos», decidió hacer una encuesta familiar. Entre los participantes estaban su marido (Andy), sus dos hijos (Cooper y Devon) y su hija (Téa Sloane).

La pregunta que planteó en la mesa fue: «¿Quién es el miembro más gracioso de nuestra familia?».

Las palabras apenas habían salido de su boca cuando los ojos de los tres niños se clavaron en sus verduras. Andy espantó una mosca invisible. Jennifer se inclinó expectante.

Fue Téa Sloane (la más joven y valiente de la banda)* la que finalmente rompió el silencio. «¡Papá es el más gracioso de la familia! Y luego nosotros.» Se quedó

(*) Queridos Coop y Dev, esto no es verdad; todos sois igual de valientes, igual de maravillosos e igual de amados. Pero en ese momento Téa Sloane fue la más sincera, y eso a veces cuenta como valentía.

callada, mirando alrededor de la mesa para ver si olvidaba a alguien. «Mackey, nuestro perro, también. Y luego estás tú.»

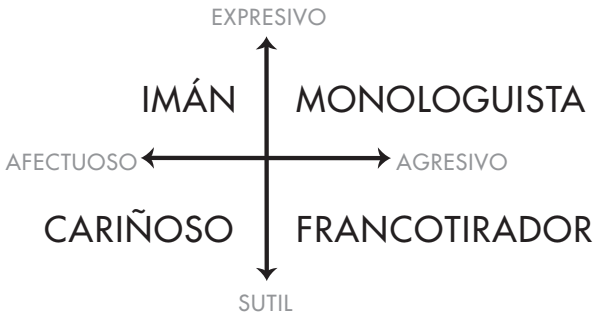
Los demás asintieron, silenciosos pero firmes, de un modo que sugería que el lugar de Jennifer en la jerarquía del humor familiar era tan inamovible como evidente.

Hoy, cinco años más tarde, animada por un profundo deseo de impacto mundial y redención familiar, Jennifer es la autora triunfal de un libro sobre el humor. Eso prueba que también hay esperanza para ti.

¿Cuál es mi tipo de humor?

Todo el mundo no es gracioso de la misma manera. Durante los últimos seis años hemos realizado una serie de estudios para determinar las diferencias individuales en el tema de las bromas y la forma más natural de expresar el humor. Estos estudios han permitido despejar cuatro tipos principales de humor: el monologuista, el cariñoso, el imán y el francotirador.

Comprender tu tipo de humor natural te permitirá manejarlo con precisión y presencia. La lectura de las siguientes descripciones debería darte una idea de cuál o cuáles te corresponden; para una evaluación más exhaustiva, visita humorseriously.com y responde al Cuestionario de tipos de humor o consulta el minicuestionario de la página 305.



LOS TIPOS DE HUMOR

En primer lugar, como todo buen relojero, empecemos por entender nuestros ejes. El eje horizontal se refiere al contenido del humor, desde el afectuoso (humor sano y edificante) hasta el agresivo (humor que no se anda con chiquitas y es un poco más sombrío).^{11*} El eje vertical mide la ejecución, desde expresiva (fogoso, espontáneo, que busca protagonismo) hasta sutil (discreto, premeditado y lleno de matices).

1. El monologuista (agresivo-expresivo)

Los monologuistas son animadores natos que no tienen miedo de buscarle las cosquillas a alguien para arrancar unas risas. Se crecen ante un públi-

(*) Este eje se inspira en el trabajo pionero de Rod Martin y Patricia Doris, aunque los detalles de nuestra definición del eje difieren de los suyos. Huelga decir que Martin y Doris ya realizaban investigaciones científicas y escribían artículos académicos sobre el tema del humor mucho antes de que se pusiera de moda. Como ocurre en la actualidad.

co y, en situaciones de grupo, casi siempre son ellos los que cuentan los chistes. Los monologuistas creen que hay pocos temas sobre los que no se pueda bromear, y no se arredran ante los insultos, el humor negro, las bromas pesadas y las críticas espontáneas. Su piel gruesa les permite encajar los golpes tan bien como los reparten y, de hecho, a menudo consideran que ser el blanco de una broma es una muestra de afecto.

Si el mundo es tu escenario y no te importa sacrificar algo de dignidad (o los sentimientos de alguien) para conseguir una carcajada, puede que tiendas al tipo monologuista.

2. **El cariñoso (afectuoso-sutil)**

Los cariñosos son sinceros y honestos, y suelen pasar desapercibidos. Prefieren que su humor sea planificado y discreto: una cuña divertida sutilmente integrada en un discurso o una presentación, en lugar de un chiste contado sobre la marcha. Sensibles y alegres, los cariñosos evitan las burlas por temor a herir sentimientos (además, prefieren no ser objeto de burlas ajenas) y más bien utilizan el humor como una herramienta para levantar el ánimo de quienes los rodean y acercar a la gente.

Si tu humor es optimista, no te interesa acaparar la atención y prefieres prever lo que vas a decir (y si va a sentar bien a los demás), puede que tiendas al tipo cariñoso.

3. **El imán (afectuosos-expresivo)**

Los imanes tienen la capacidad de levantar el ánimo con un buen humor inquebrantable. Mantienen una actitud positiva, cálida y edificante, evitando el humor polémico o molesto e irradiando carisma. Son muy joviales cuando hablan y, a veces, hasta un poco payasos: son muy dados a imitar a personajes. Los imanes a menudo se desterrillan cuando cuentan un chiste tonto, porque es tan gracioso que cuesta contarlos, y son igual de generosos con su risa cuando otra persona entra en escena. Si haces improvisaciones cómicas (o te han dicho que deberías hacerlas), tienes fama de hacer grandes brindis en las bodas (tan sentidos como divertidos) y vuelves a casa de una fiesta con las mejillas doloridas de tanto sonreír, es posible que tengas al tipo imán.

4. **El francotirador (agresivo-sutil)**

Los francotiradores son nerviosos, sarcásticos y sutiles, y no tienen miedo a cruzar líneas para hacer reír. Describen su humor como un «gusto adquirido» —un gusto que no todo el mundo podrá adquirir— y suelen expresarse con sequedad y entre dientes. En situaciones de grupo, prefieren observar lo que ocurre desde la barrera antes de reaccionar, y eso les proporciona tiempo para elaborar en silencio su próximo comentario. No esperes que se rían fácilmente; en general, la risa del francotirador hay que ganársela, y

eso hace que conseguirlo sea un premio aún más dulce.

Si tienes facilidad para soltar una réplica letal con un tono perfectamente impasible y no te da miedo cruzar los límites y pasar por encima de la gente, puede que tiendas al tipo francotirador.

ADAPTAR TU TIPO DE HUMOR

La mayoría de nosotros se hace una idea de cuál es el tipo de humor que le sale de forma más natural, pero estas etiquetas no son absolutas en ningún caso. Nuestro tipo puede variar en función de nuestro estado de ánimo, el contexto y el público. A algunos puede encantarles ser el centro de atención y contar en voz alta chistes ofensivos cuando salen con unos pocos amigos íntimos, pero son más proclives a deslizar una pequeña observación irónica si hay mucha gente. O algunos pueden ser mordaces y sarcásticos (cariñosamente) en casa con su pareja, pero mostrar un humor ligero y positivo con su equipo de trabajo.

De hecho, no solo puedes cambiar de tipo, sino que deberías hacerlo. Como muchos humoristas nos han dicho, para usar el humor con eficacia hay que ser capaz de ajustar la puesta en escena y el discurso en función de la lectura que se haga de la sala. Por ejemplo, los monologuistas y los francotiradores bromean para expresar su afecto, pero a veces no se dan cuenta de que, si lo llevan demasiado lejos, su humor puede resultar alienante para

los imanes y los cariñosos. Para mantener al público de su lado, es importante que los monologuistas y los francotiradores sepan cuándo tienen que aflojar la cuerda. Por otro lado, los imanes y los cariñosos se rebajan para elevar a los demás, pero la autoironía a ultranza puede socavar su poder a ojos de los monologuistas y los francotiradores.

Nuestro tipo de humor no es innato. Lo importante no es solo conocer nuestro propio estilo —nuestras preferencias y tendencias sobre lo que nos hace gracia y cómo transmitimos el humor—, sino reconocer cuándo nos puede beneficiar cambiar de estilo. En los capítulos siguientes compartiremos historias de personas que abarcan todo el espectro de estilos. Al final, esperamos que tengas una perspectiva más amplia sobre el modo de adaptar tu sentido del humor en función del contexto, de una forma que te resulte auténtica.

Recuerda que el listón del humor en el mundo empresarial es extremadamente bajo. El objetivo no es provocar un ataque de risa, sino tan solo crear un momento de conexión. Con frecuencia, lo único que se necesita es un espíritu de levedad para transformar una relación o un momento.

«Suena bastante fácil», dices. «¡Aceptamos! Espera, ¿qué narices es “un espíritu de levedad”?»

LEVEDAD, HUMOR Y COMEDIA

La psicóloga de la salud y escritora Kelly McGonigal establece una importante distinción entre los conceptos

de movimiento y ejercicio. El movimiento, dice, es cada vez que utilizas tu cuerpo para participar en la vida. El ejercicio es simplemente la decisión de moverte con un propósito.

Utilizamos esta sencilla pero importante distinción con nuestros alumnos y clientes para explicar un concepto que es fundamental para lo que enseñamos: la diferencia entre la levedad y el humor; y, yendo un poco más lejos, la comedia.



La levedad es una mentalidad, un estado inherente de receptividad (y búsqueda activa) de la alegría. Tanto la levedad como el movimiento guardan relación con nuestra forma de movernos por el mundo: con naturalidad y, con frecuencia, sin reflexionar. Estos dos elementos influyen en todo lo que hacemos, e incluso los ajustes menores —algo tan sencillo como caminar con los hombros hacia atrás y no encorvados, o comprar una manzana en una tienda del aeropuerto con una sonrisa y no con el ceño fruncido— tienen un fuerte impacto en nuestro ánimo y en las interacciones de otras personas con nosotros.