

GPS para usar al humor como estrategia

1. CUATRO MARCOS DE HUMOR



Por simple que sea cualquier organización humana creada para cumplir objetivos preestablecidos, donde coexisten derechos y obligaciones, un cuerpo de normas que regulan su actividad, creencias y mitos, etcétera... puede ser planificada, interpretada y gestionada desde los cuatro marcos que ayudan a definir su cultura:

1.1 EL MARCO POLÍTICO

El humor tiene que originarse arriba. El líder formal necesita ser **aceptado** por la gente para que se cumplan sus directivas, pero si además posee un buen sentido del humor será **adoptado** como un referente y verán en ella o él la fuente que inspira buenas condiciones para convivir y conseguir los objetivos.

Algunos creen que hay que nacer con *sentido del humor*; ésta no es una declaración precisa. No hay tal cosa como que una persona no puede crear buen ánimo colectivo sino tiene el don de los humoristas para contar chistes. Sólo quienes no están dispuestos a desarrollar su sentido del humor no resultan graciosos por nada ni para nadie.

1.2 EL MARCO DE LOS RECURSOS HUMANOS

El humor florece con bastante facilidad donde se permite que florezca. No se trata de contratar humoristas o personas que sólo sepan contar chistes mientras trabajan para que la cultura organizacional se vea favorecida por un clima positivo. Pero no estaría de más comprobar cuánto tardan en reírse cuando se le muestra o cuenta algo humorístico a los nuevos candidatos.

El afloramiento del buen humor en los ambientes profesionales viene inspirado “desde arriba” acompañado de “incentivos” y “políticas activas” para que la gente se involucre en su sostenimiento y retroalimentación.

1.3 EL MARCO ESTRUCTURAL:

Deje que el humor fluya adentro de su organización. Promueva el uso de humor durante unos minutos en las reuniones y las actividades cotidianas. Organice regularmente días del mes o del trimestre dedicados a celebrar eventos humorísticos (concursos de chistes, disfraces, dibujos, canciones, videos...). El tiempo dedicado a estas actividades divertidas ayudan a construir un ambiente de trabajo más productivo.

1.4 EL MARCO SIMBÓLICO:

- a. Deje a los individuos decorar con humor sus oficinas como quieran, cuidando no alterar la imagen corporativa y dentro de líneas del sentido común de lo que es admisible y lo que resulta incómodo. Ya no llama mucho la atención que se encuentre una mesa de ping-pong o pantallas para videojuegos en alguna sala de las empresas modernas. Imagine escritorios que parecen a automóviles, objetos con etiquetas con precios “raros”, fotos del personal cuando eran bebés o en situaciones insólitas.... Son recursos simples que arrancan sonrisas, predisponen para “sentirse bien” y sobre todo provoca el *empoderamiento transversal del humor* en todos los miembros de la organización.
- b. Ponga signos humorísticos en las puertas. Pueden ser caricaturas de personajes famosos que aludan a lo que se realiza del otro lado de la puerta.
- c. Inicie las reuniones con un chiste relacionado con el tema central de la reunión. Delege por turnos que cada uno sea responsable de traer un chiste relacionado con el “tema del día” para iniciar una clase o una reunión de trabajo.

2. CAUTELAS

Los recursos humorísticos en las organizaciones son útiles y también pueden resultar inútiles y hasta peligrosos. Atención:

1. El humor no debería ser evitado, ni restringido; simplemente: debería acercarse a él con respeto y con algunos cuidados.
2. Minimice la naturaleza ofensiva del *chacoteo* evitando chistes que discriminen a personas o colectivos (con excepción de los abogados, los médicos proctólogos y los coach).
3. El humor agresivo debería ser evitado.
4. Un clima de humor recíproco debería ser promovido.
5. Mantenga el humor pertinente con la situación y el contexto donde lo utilice.
6. Asegúrese de que el humor refleja los intereses y el lenguaje del público.
7. Haga humor breve y conversacional; a nadie le gusta quedar perdido en un chiste o en historias donde es difícil descubrir la línea final.
8. El humor debe ser adaptado a modos conversacionales, escritos y/o gráficos; no todos los chistes causan el mismo efecto cuando se los utiliza con/por distintos canales aunque se trate del mismo público.
9. Use recursos humorísticos simples.
10. Tómese en serio sus mensajes, pero también no se tome excesivamente en serio a usted

mismo.

11. Recuerde que a través del humor se pueden atacar posiciones, pero **NUNCA** debe atacar a la dignidad de las personas.
12. Evite el humor inconsistente; Es mejor que las personas piensen que usted no tiene sentido del humor que caerles con un “pésimo chiste” sobre sus estados de ánimo.
13. En el ambiente profesional, con gente con quien no tiene establecida una sólida confianza previa evite temas que giran alrededor del sexo, actividades ilegales o temas prohibidos en las organizaciones que los vinculan entre sí.
14. Prepárese. Mucho. Prepárese mucho: precisamente para parecer un “humorista espontáneo”.
15. Aunque se trate de una mínima cantidad de humor apropiado, apenas un toque de “chispa”, en los discursos formales puramente informativos se producirá una reacción más favorable desde la audiencia hacia el orador.
16. El uso del humor pertinente realza la imagen de quien lo utiliza y refuerza la empatía que provoca.
17. El humor puede hacer que un discurso “memorable”, resulte sobre todo: perdurable y transferible en el largo plazo.
18. El uso de sátira como un dispositivo persuasivo puede tener resultados imprevisibles; *“es fácil ser humorista cuando se tiene un ejército de subordinados sometidos a sus caprichos trabajando para usted durante todos los días”.*

3. EN EL PRINCIPIO SE SEPARÓ LA LUZ DE LA OSCURIDAD...

Desarrolle una base de datos con recursos humorísticos (ilustraciones, chistes, videos, historias, refranes, trucos...). Cada vez que usted participa en un evento o sea espectador de algún suceso tome notas y añada a su base de datos aquellas cosas que le parecen humorísticas. Sea “devoto” de esta actividad de recolección de recursos y clasifique en categorías la información para organizar su uso cuando resulte oportuno.

Con la tecnología disponible hay 101 formas o más para construir y gestionar una base de datos de recursos con agilidad. Usted puede crear notas en su teléfono móvil con algunas palabras claves o enlaces, o dejarse usted mismo mensajes telefónicos en su buzón de voz acerca de un chiste o historia que usted oye; más tarde, cuando tenga tiempo, puede ordenar y organizar cada registro.

Usted no tiene que reinventar la rueda: busque en Internet.

Siempre busque conexiones entre sus recursos humorísticos y la realidad cotidiana. Simplemente no recorte una caricatura graciosa porque le hace reír, ni registre un chiste porque solo es divertido. Escriba una nota pequeña para sugerir enlaces con cuestiones de su trabajo, de sus compañeros, sus estudiantes, clientes, jefes o empleados. El tiempo que dedique a esta tarea tendrá grandes recompensas a corto plazo.

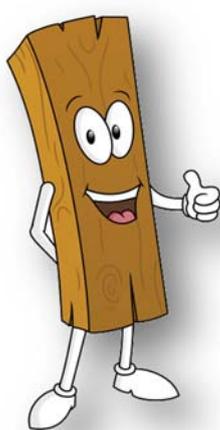
De la misma manera como usted planifica una lección, una reunión o un proceso productivo o administrativo, también considere planificar con bastante grado de detalle los chistes, historias, bromas, ilustraciones o videos humorísticos que va a utilizar: para qué, con quién y cuándo.

Para utilizar al **humor como una estrategia** de gestión, motivación, tratamiento de conflictos, para impartir lecciones o llamar la atención sobre algo que le interese destacar existe un gran detalle: la preparación previa de los recursos y sólo usarlos cuando resultan pertinentes es la garantía de su efecto.

El humor puede ser aprendido y planificado, no tiene que ser extemporáneo, improvisado o absolutamente disruptivo. Culo. Sí, tampoco tiene que ser “descontextualizado”.

El “toque cómico” en una comunicación escrita, un diálogo, un email... sólo es un pequeño complemento que puede resultar una buena forma para hacer una observación, atraer la atención de alguien y para provocar un impacto emocional de gran magnitud entre sus interlocutores/lectores/clientes/jefes/colegas/empleados/maestros...

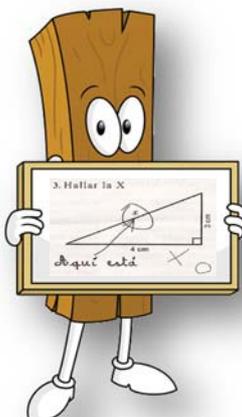
Recuerde: a la gente le debe gustar escuchar o ver su broma: *“Los músicos son terriblemente irrazonables. Siempre quieren que uno sea totalmente mudo en el preciso momento que uno desea ser completamente sordo”* (Oscar Wilde).



Hay tres clases de preguntas que le pueden hacer cuando conversa con alguien.



Las buenas preguntas: usted no sabe la respuesta y hace cosas para sobrevivir mientras busca qué responder.



Las grandes preguntas: usted sabe la respuesta.



Las preguntas excelentes: usted sabe la respuesta y tiene un chiste para demostrarla.

Tome en cuenta y siga la pista a las reacciones que usted provoca con diferentes tipos de chistes, historias, ilustraciones y actividades. Esto requerirá algún trabajo, pero cualquier mejora lleva su tiempo.

Por supuesto, encontrará señales para seguir adelante aprovechando su sentido del humor como una estrategia para alcanzar objetivos y las que le indicarán donde o por qué está errando la táctica aun si usted piensa que sus chistes son graciosos.

A los estudiantes, los empleados, los clientes, los colegas y los jefes les gusta aprender más acerca de los aspectos prácticos del conocimiento teórico; es obvio. Ciertamente, usted podrá facilitar que todos ellos establezcan más y mejores conexiones entre el conocimiento y las situaciones de la vida real con el humor que con “el cerebro”.



No tenga miedo por alentar a sus estudiantes, colegas o empleados a desarrollar un sentido del humor en vuestra clase o lugar de trabajo.

El humor puede ser muy contagioso en un sentido positivo: ¡consienta! Incite y deje a la gente decir chistes en la clase o el trabajo. Encontrará que es algo beneficioso para todos.

Simplemente hágalo. No le dé miedo cometer errores; otórguese el derecho a no ser perfecto todo el tiempo; usted no debería estar presionado tratando de ser un “perfección 24x7”.

El humor es una actividad verbal, gestual, gráfica, sensorial, emotiva... que produce respuestas cognitivas positivas o emotivas de los oyentes; pero es condición que debe estar relacionado al contexto y las situaciones para ser verdaderamente gracioso.

4. KILÓMETRO CERO:

- Promueva reírse para construir un sentimiento de unidad.
- Los conceptos y ejemplos humorísticos ayudan a sus estudiantes, empleados, jefes y clientes a comprender y retener lo que usted tiene que indicar, enseñar, sugerir y proponer. Encontrará infinidad de artículos en la web que argumentan que “el buen humor afecta negativamente a la memoria”; por ejemplo, algunos dicen que es difícil que recordemos el número de teléfono de alguien que nos lo ha dicho en una fiesta... ¿? ... L ¿¿¿¡¡¡y por qué no lo has anotado!!!?? ... De todas maneras lo que sugiero en este punto es que una información, una instrucción o una sugerencia puede ser reforzada con un ejemplo humorístico (*realmente, ¿si te dicen un número de teléfono no lo notas en algún lugar aunque se te lo den en un velorio?*).

- El humor debería ser apropiado para la situación y debería estar relacionado con las sus propias características personales y la de sus audiencias en casa caso.
- Use humor en situaciones que producen ansiedad. Faltan 112 palabras para finalizar este apunte.
- El blanco de humor debería ser algo o alguien “impersonal”, evite hacer foco en alguien del grupo sobre todo si la broma destaca una debilidad o incapacidad; la gente vinculará al “personaje” o “situación” que protagoniza su recurso humorístico con lo que se debe resolver o superar en la realidad.
- Use muy cuidadosamente el humor que desacredita a algún colectivo de personas.
- Use con cautela los chistes sexistas; con gente que no conoce bien: evítelos.
- Conecte a la narrativa con toques humorísticos; el humor no debe ser el eje de sus narraciones sobre todo en ámbitos profesionales. Resumiendo: no abuse usando chistes y bromas.



—“Lo que algunas personas no alcanzan a comprender, Mario, es la diferencia entre "pensar afuera de la caja" y acabar comportándose como un bicho raro”.

- Los maestros pueden usar anécdotas graciosas relacionadas con el tema de la clase para mejorar las actitudes a los estudiantes en conjunto.
- Los jefes pueden usar anécdotas graciosas relacionadas con las cuestiones del trabajo cotidiano para crear una actitud positiva y reforzar el compromiso de los empleados a resolver los problemas.
- Para ser aceptado como un líder y adoptado como un referente en el grupo use recursos humorísticos que agreguen valor a los contenidos de vuestras actividades, transformen sus espacios en lugares atractivos y contribuyan al acercamiento interpersonal.