

EL VALOR DEL HUMOR PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ

JESÚS DAMIÁN FERNÁNDEZ SOLÍS¹

Fecha de recepción: mayo de 2013

Fecha de aceptación y versión definitiva: septiembre de 2013

RESUMEN: En el presente artículo aprenderemos lo que la ciencia sabe acerca del humor; sus funciones y beneficios para una comunicación eficaz. También analizaremos las funciones psicológicas del humor. Después de reflexionar sobre la perspectiva semiótica del humor como lenguaje, comentaremos aquellos recursos humorísticos para conseguir que los mensajes de la comunicación oral resulten más atractivos, memorables y persuasivos. Terminaremos presentando algunos «trucos» sobre cómo salir airoso ante situaciones imprevistas. Cerraremos el capítulo ofreciendo algunas pautas a modo de «hoja de ruta» para aquellas personas que deseen aplicar el humor en sus disertaciones de forma eficaz.

PALABRAS CLAVE: Beneficios del humor; Recursos humorísticos; Comunicación eficaz; Persuasión; Atracción.

The value of humor for effective communication

ABSTRACT: In this article you will learn what science knows about humor, their functions and benefits for effective communication. Also analyze the psychological functions of humor. After reflecting on the semiotic perspective as a language of humor, humorous discuss those resources to get the message of oral communication more attractive, memorable and persuasive. We end by presenting some «tricks» on how to successfully overcome unforeseen situations. We close the chapter by offering some guidelines as a «roadmap» for those

KEY WORDS: Benefits of humor; Humorous resources; Effective communication; persuasion; Attraction.

¹ Doctor en Pedagogía. E-mail: jesus@humorpositivo.com

1. LA CIENCIA DEL HUMOR

Hablar del humor no es empresa fácil ya que la mayoría de la gente cree saber de qué se habla cuando hacemos mención al sentido del humor (Fernández y García, 2010). Los acontecimientos hilarantes y divertidos que van escribiendo nuestra biografía conforman nuestro «diario» cargado de experiencias, risas y emociones positivas. Por tal motivo pensamos que conocemos en «profundidad» este tema (Martin, 2008). Craso error, como recoge la profesora García (2006) ya que si hiciéramos un sondeo a distintos profesionales sobre el concepto que tienen del humor las respuestas se dirigirían en varias direcciones. Unas ellas girarían en torno a la capacidad de crear y generar situaciones divertidas hilarantes y jocosas. Otra línea seguramente girarían alrededor de la capacidad de apreciar el humor; o lo que es lo mismo al sentido de disfrutar, reír y gozar de la vida y las personas. Otro tipo de contestaciones harían hincapié en la capacidad para tomar distancia y perspectiva entre los problemas y la vida. También encontraríamos personas que probablemente, asocian el humor al encuentro y cercanía entre las personas con objeto de estrechar los lazos, fortalecer vínculos y relajar las tensiones.

Evidentemente cuando hablamos del humor cada uno de nosotros tiene la mirada focalizada en alguna de estas perspectivas. Para el profesor Martin (2008: 35), eminente especialista en este tema, el humor «es una respuesta emocional de hilaridad dentro de un contexto social, provocada por la percepción de incongruencia lúdica, que se expresa por medio de la sonrisa o risa». Esta vivencia (subjetiva) de la risa con frecuencia se confunde y simplifica con el conocimiento profundo sobre el «humor»: ¿Qué conocemos y de dónde obtenemos la información que afirmamos acerca del humor? ¿Cuáles son los procesos cognitivos que intervienen en la creación del humor? ¿Qué funciones realiza el humor? ¿Qué beneficios desempeña el humor en la comunicación? ¿Qué herramientas y técnicas debemos conocer para una comunicación eficaz con humor? ¿Cómo responder a los contratiempos y contrariedades con humor? Estas cuestiones y muchas otras son las que trataremos de descubrir en el presente capítulo (Fernández y Limón, 2012).

Cuando investigamos sobre el humor, nos refiere el profesor Martin (2008), la realidad es bien distinta a lo puramente vivencial, ya que profundizamos para conocerlo desde distintos modelos teóricos (teoría psicoanalítica, teoría de superioridad/menosprecio, teoría de excitación, teoría de incongruencia, y teoría de inversión). Dichas Teorías han sido expuestas y presentadas por el citado profesor y no son objeto de nuestra exposición.

Para muestra encontramos que en la mayoría de los libros analizados, el humor y risa aparecen como términos equivalentes, ya que las investigaciones científicas se centran en la risa para confeccionar escalas, realizar estudios correlacionales o medir factores que inciden, directa o indirectamente, en el humor. Hay muchos tipos de humor pero del que hablaremos y del que estamos plenamente convencidos es el que denominamos «*humor positivo*» (Jáuregui y Fernández, 2008).

El *humor positivo* es para Fernández y García (2010: 24): «todo aquello que puede provocar la risa y el sentimiento que subyace». No se refieren exclusivamente a la risa externa sino también a aquella que queda instalada en el interior de la persona.

El *humor positivo* se caracteriza por ser un humor inofensivo, no dañino, no insultante, no obsceno. En definitiva, es un humor compartido que nos hace crecer y madurar como personas. Nos podemos reír del otro, claro está, pero siempre con el consentimiento y la complicidad de la otra persona. Por lo tanto, términos como la mofa, la burla, la sátira o el sarcasmo quedan alejados del humor positivo ya que tratan de dañar, perjudicar o humillar a interlocutores entre risas nocivas o malévolas.

El *sentido del humor*, nos refiere el Dr. Jáuregui (2009: 12) está diseñado para revelar una serie de estímulos del entorno. Al activarse este sentido, nos hacer sentir una emoción positiva y gozosa acompañada de un efecto sonoro que denominamos risa. El sentido del humor no sólo nos sirve para detectar estas situaciones o estímulos hilarantes y divertidos sino también para *crear* entornos cómicos o escenas graciosas y compartirlas.

El sentido del humor es para la mayoría de profesionales un motor que nos ayuda a experimentar, crear y vivir gozosamente, liberándonos de nuestros pensamientos distorsionados, canalizando nuestros sufrimientos cognitivos y haciéndonos libres para sentir una emoción positiva y gozosa (Fernández y Limón, 2012). El sentido del humor: Nos proporciona descubrir estímulos divertidos del entorno. Nos permite crear ambientes hilarantes y compartirlos. Nos invita a comunicarnos gozosamente desde una mirada divertida. Nos facilita un mayor conocimiento y aceptación de uno mismo. Nos auxilia a equilibrar nuestras emociones y estados de ánimo. Contribuye a relativizar los acontecimientos. Nos libera de nuestros pensamientos e ideas irracionales. Favorece un clima positivo de cercanía y amistad. En definitiva nos ayuda a ser unas personas «libres», sin apegos.

Para Hernández (2002: 18-20) las personas que tienen sentido del humor se caracterizan por poseer cuatro destrezas: la capacidad de distanciarse de los acontecimientos, la de relativizar, la de sorprender y la de crear.

1. El sentido del humor se distancia de la situación, compara, contrasta y juega. Observa los acontecimientos desde una perspectiva más lejana. En la distancia el humor templea las emociones y facilita una visión más

clara y contrastada de la realidad. Gracias al humor se puede comparar y analizar las diferencias. El uso de la metáfora como el paralelismo o la paradoja cumplen esta función.

2. El sentido del humor relativiza. Nos abre el camino a nuevos y amplios horizontes. El humor es una herramienta que nos ayuda a desdramatizar situaciones. Suaviza, temple y desdramatiza situaciones y problemas de la vida cotidiana.
3. El sentido del humor juega con la sorpresa. Descubre lo no deseado y encuentra un evento inesperado.
4. El humor potencia la creación. Es un lenguaje artístico que fragmenta lo concreto, divide lo sólido e indaga en la incoherencia. Configura una nueva realidad a través de la imaginación creadora y lúdica. Busca lo inusual para explorar nuevas funciones y dimensiones.

2. LAS FUNCIONES PSICOLÓGICAS DEL HUMOR

El profesor Martin (2007:43-49) clasifica en tres grandes apartados las funciones psicológicas del humor:

1. BENEFICIOS COGNITIVOS Y SOCIALES DE LA EMOCIÓN POSITIVA DE LA HILARIDAD

En el pasado, los psicólogos, centraron sus estudios e investigaciones en las emociones negativas y en los comportamientos y emociones relacionadas: el miedo, la depresión o la hostilidad. No obstante, cada vez han ido surgiendo nuevas e interesantes investigaciones basadas en modelos experimentales que demuestran que las personas que perciben emociones positivas, presentan mejores resultados en lo concerniente a las habilidades cognitivas, se muestran más flexibles (hecho que repercute en la resolución de problemas de una forma más creativa), mejoran en la organización y comportamientos sociales (Isen, 2003).

Así mismo, las personas que experimentan emociones positivas, según estudios científicos, presentan una mayor capacidad mnemotécnica, resultan ser más eficientes para resolver tareas difíciles. Asimismo estas personas que perciben emociones positivas es más frecuente que desarrollen acciones y comportamientos prosociales de ayuda y colaboración.

Otro de los aspectos interesantes investigados por Shiota *et al.*, (2004) es el que hace mención al importante papel que desempeñan las emociones positivas en la regulación de las relaciones interpersonales. Estos autores sugieren que la emoción positiva relacionada con el humor es eficaz para

identificar compañeros con intereses compartidos. También es efectiva para entablar, o mantener las relaciones, así como para colaborar y organizarse conjuntamente de manera grupal. El buen humor, la risa y la jocosidad compartida puede ser una excelente manera de identificar a los miembros un grupo, que se vinculan y estrechan sus lazos.

2. COMUNICACIÓN E INFLUENCIA SOCIAL

Gracias al humor podemos transmitir y comunicar con suma eficacia infinidad de mensajes, bien sean agradables y prosociales o agresivos y coercitivos. Es en este apartado en donde encontramos la gran paradoja del humor, ya que el humor es un medio para obtener placer emocional. Pero dicho placer puede tener dos caras contrapuestas cargadas de intenciones amables u hostiles. Efectivamente, dependiendo de cual sea nuestro objetivo, podemos fortalecer la relaciones, suavizar conflictos y cohesionar a las personas o por el contrario podemos humillar, manipular o poner en evidencia a alguien. Como señala Hernández (2002: 15):

«El humor es una herramienta que, como la pala o el palustre, como los alicates o el cincel, aumenta las fuerzas de nuestras manos para edificar mundos más confortables; es un instrumento que como el pincel, la gubia o la flauta, embellece nuestras vidas; es una medicina que, como las vacunas, inmuniza; como los antibióticos, cura; y como los calmantes alivia los dolores del cuerpo y los sufrimientos del espíritu. Pero es también, un arma que, como la espada, la pistola o el fusil, destruye, causa dolor e, incluso, puede infligir la muerte».

El Dr. Martín (2008: 434) sistematiza y estos dos «estilos» de humor:

Por una parte, encontramos al humor sano que se caracteriza por ser un humor prosocial. Persigue que se establezcan unas relaciones interpersonales satisfactorias. Ayuda a consolidar el propio bienestar y fortalece la interacción positiva con otras personas. Todo ello hace que mejore tanto la comunicación intra como la interpersonal, provocando una mejor cohesión entre los miembros de un grupo. Es aquí donde se encuentra el «humor positivo».

Por otra parte, tenemos otro estilo de humor, que define como de «insano». Este se caracteriza por ser agresivo, caústico, incluso violento. El humor insano tiene como misión la de agredir, lastimar o lesionar desde la crítica ofensiva, el resentimiento o la mofa hiriente. Se produce cuando una persona se ríe del otro, a costa de ese otro.

Las siguientes clasificaciones basadas en los dos estilos mencionados (sano e insano) nos ayudarán a comprender mejor cada estilo comunicativo.

- *El humor de afiliación*: Su objetivo es promover y favorecer relaciones interpersonales positivas y alegres basadas en bromas «ligeras», chistes y risas compartidas entre los integrantes de un grupo. El humor de afiliación persigue a través de una comunicación franca, abierta y noble la diversión, el juego y la cercanía amistosa.
- *El humor de autoafirmación*: Su objetivo se centra en potenciar una actitud humorística y alegre, ante la vida, asumiendo las adversidades que se presenten. Esta actitud hace que se genere un ambiente positivo, constructivo y alegre, al tiempo que sirve como regulador de las emociones de la colectividad.

Por otra parte, el humor insano puede subdividirse en los siguientes tipologías:

- El humor coercitivo: es un humor agresivo y hostil. Se ejecuta desde una crítica hiriente para manipular en contra de otras personas. Mediante la mofa y la burla, se ríe para agredir o lastimar al otro.
- El humor despectivo: se utiliza para dejar al otro en evidencia y para ello se vale del sarcasmo. Se ríe del otro desde el desprecio y la superioridad.
- El humor autodestructivo: persigue el beneplácito y congraciarse con las personas. En este caso lo hace denigrándose y riéndose de sí mismo desde la auto-humillación.

3. ALIVIO DE TENSIÓN Y AFRONTAMIENTO DE LA ADVERSIDAD

El uso del humor también ha desempeñado otras funciones encaminadas a afrontar el estrés, aliviar las tensiones y afrontar las adversidades. Por medio del humor se gestionan eficazmente acontecimientos estresantes o amenazadores desactivándolos por medio de la risa.

Para Rojas (2010: 134-148) el sentido del humor desempeña un importante papel en los mecanismos protectores para superar la adversidad. El sentido del humor, nos refiere el autor, es una estrategia eficaz contra el miedo, la ansiedad y la desesperación.

Desde el punto de vista de la resiliencia, nos matiza Rojas Marcos, el humor desempeña una serie de funciones, como son:

- Nos separa y distancia emocionalmente de la situación estresante o desencadenante de ansiedad o desesperación.
- Facilita la descarga de tensión emocional y nos hace resistentes al estrés.

- Nos ofrece una «mirada» más desenfadada que nos ayuda a afrontar la vida de otra forma lúdica y divertida.

Forés y Grané (2008) afirma que los pilares sobre los que se asienta la resiliencia son: la autoconfianza, la autoestima, la congruencia, la independencia, la capacidad de relacionarse y establecer vínculos saludables y *el sentido del humor*. Mediante el humor, podemos encontrar el equilibrio entre la tragedia y la comedia. El humor nos permite reírnos de todo, incluso de uno mismo.

3. PERSPECTIVAS DESDE LA SEMIÓTICA: EL HUMOR COMO LENGUAJE

El humor es, según refiere Hernández (2002: 16-18), el resultado natural de la facultad humana del lenguaje. El lenguaje es una herramienta extraordinaria que posibilita la creación, el arte, la literatura, la broma, el chiste y por consiguiente la risa. El lenguaje precisamente posibilita construir, y recrear la realidad. Este lenguaje le concede al ser humano el «poder» de transferir mediante este instrumento mágico, y hacer que todos los objetos, animales o plantas «hablen» y se comuniquen y promuevan un diálogo creativo, original y humorístico alejado de la realidad.

De igual forma, en la construcción de monólogos divertidos, diálogos cómicos, o chistes, los actores se valen de todos los recursos fonéticos, morfosintácticos y semánticos para conseguir el efecto de la risa. Los recursos que debidamente armados conforman un conjunto de técnicas dispuestas para el goce y disfrute del público asistente a sus comunicaciones.

A modo de «guía-recordatorio» recogemos en el siguiente cuadro, los recursos de los que hacemos mención y que pensamos pueden servirle de ayuda en la elaboración de sus discursos o exposiciones orales o escritas. (Red, 1999: 45-53).

RECURSOS FONÉTICOS	<i>Onomatopeya</i>	Dar nombre a un objeto animal imitando el sonido que produce.
	<i>Aliteración</i>	Repetición de ciertos sonidos dentro de una misma frase o párrafo.
	<i>Anáfora</i>	Repetición de palabras dentro de las frases.
	<i>Reduplicación</i>	Repetición de una palabra al principio de la frase para subrayar algún estado de ánimo (nerviosismo, enfado...).
	<i>Conversión</i>	Consiste en repetir una palabra al final de varias frases.
	<i>Paronomasia</i>	Semejanza fónica parcial entre algunas palabras.
	<i>Concatenación</i>	Se trata de hacer una cadena.
	<i>Retruécano</i>	Se invierten los elementos de una frase, aunque en realidad no hay un contraste de sentido.
	<i>Asonancias y Consonancias</i>	Consiste en hablar en verso asonante con el fin de hacer reír.
RECURSOS MORFOSINTÁCTICOS	<i>Vulgarismos</i>	Aprovechar los errores que se cometen en el habla cotidiana para conseguir el efecto cómico.
	<i>Entonación</i>	Para caracterizar a personajes.
	<i>Derivación</i>	Formación de palabras a partir de otras que ya existían
	<i>Composición</i>	Dos o más palabras se unen para formar otra cuyo significado es distinto de las anteriores.
	<i>Prestamos Lingüísticos</i>	Tomar prestadas palabras de otro idioma y desfigurarlas.
RECURSOS SEMÁNTICOS	<i>Acrónimos</i>	Son palabras formadas por iniciales (ejemplo: AVE).
	<i>Apócope</i>	Es el acortamiento de una palabra por el final (ejemplo: uni).
	<i>Juego de Palabras</i>	Utilizar las palabras para expresar varios significados.
	<i>Equívoco</i>	Juego de palabras basado en la homonimia, es decir, en la igualdad entre dos palabras con un significado distinto.
	<i>Paradoja</i>	Unir ideas aparentemente contradictorias e irreconciliables.
	<i>Enumeración</i>	Referir de una manera rápida y ágil, generalmente mediante sustantivos o adjetivos, varias ideas o distintas partes de un concepto.
	<i>Prosopopeya</i>	Atribuir cualidades humanas a seres inanimados o a animales.
	<i>Apóstrofe</i>	Invocación emocionada a una persona o cosa personificada.
	<i>Hipérbole</i>	Afirmación desmesurada o exageración (ejemplo: era tan feo...).
	<i>Perífrasis</i>	Se dice con una frase amplia lo que podría decirse con menos palabras.
	<i>Comparación</i>	Se establece la unión de dos cosas que existen por separado.
	<i>Ironía</i>	Burla fina y disimulada. Decir lo contrario de lo que se quiere dar a entender realmente.
	<i>Metáfora</i>	Establecer una identidad entre dos términos y emplear uno con el significado del otro.
	<i>Metonimia</i>	Designar una cosa con el nombre de otra con la que guarda una relación de causa-efecto, de autor a obra.
	<i>Eufemismo</i>	Nombrar mediante un circunloquio cosas «desagradables», como las necesidades fisiológicas o algunas partes del cuerpo.
<i>Absurdo o Incongruencia</i>	Expresiones sin sentido que se deben al nerviosismo del personaje o a su necesidad de explicarlo todo, simplemente, a la dejadez.	

4. BENEFICIOS DEL HUMOR EN LA COMUNICACIÓN ORAL

Como nos dicta nuestra experiencia, cualquier comunicador que se precie de tal, sabe del «tesoro» que supone utilizar el humor correctamente aplicado en los procesos de comunicación. Seguidamente trataremos de sintetizar los beneficios del humor en la comunicación oral (Idígoras, 2002):

DE CARA AL ORADOR

El humor le sirve de apoyo y confianza. Reduce las defensas y los miedos del ponente. La espontaneidad «desenfadada» e hilarante le hace que adopte naturalidad y credibilidad en su exposición. El humor le ayuda a aceptar riesgos y asumir nuevos retos ante cualquier oportunidad que se le presente... Lubrica los canales de comunicación y genera un estilo propio y peculiar. Le ofrece seguridad para afrontar dificultades. Le sirve de estímulo frente a la monotonía y la «seriedad» distante, fría. Le ayuda a buscar nuevos e imaginativos recursos para que el discurso motivador e impactante.

DE CARA AL PROCESO DE COMUNICACIÓN ORADOR-PÚBLICO

Cuando el orador sintoniza con el público por medio del humor se potencia un vínculo «muy especial» entre el comunicador y público. Se estrecha la relación generando una «común-uniión» cómplice y participe de la comunicación. Se proporciona a los asistentes sentimientos de alegría y encanto compartido. Conduce hacia la generosidad y benevolencia de un público cautivado por el hilarante discurso.

DE CARA A LOS MENSAJES Y CONTENIDOS QUE SE TRANSMITEN

Se refuerzan los mensajes y contenidos de las presentaciones. Aumenta la persuasión y mejoran los procesos mnemotécnicos de los asistentes. Nos hace estar atentos, motivados y «presentes». Consigue que el grupo aprenda y se divierta. Facilita los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Ayuda a defenderse de ataques o actitudes hostiles. Por medio del humor se reducen tensiones y se templan las emociones negativas. Se evitan o reducen conductas agresivas y hostiles. Se desdramatiza situaciones con-

flictivas. Ayuda a escuchar activamente. Reduce las situaciones de tirantez presentando fórmulas adecuadas jocosas y divertidas que distiendan la tensión generada.

DE CARA AL AMBIENTE QUE SE CREA EN LA SALA

Origina un ambiente positivo, constructivo, relajado, lúdico y divertido. Crea interés y fomenta la buena disposición. Genera un entorno de tranquilidad que posibilita un clima cálido y cercano. Produce momentos distendidos de encuentro, diálogo compartido y generosidad

En definitiva, podemos afirmar que la aplicación correcta del humor en los procesos de comunicación consigue, como coloquialmente se dice, «meterse el público en el bolsillo», y lo que es más importante, que los mensajes lleguen de una forma nítida, correcta y emotiva.

Podemos afirmar y sintetizar que el humor aplicado a los procesos de comunicación son de suma importancia ya que: Fortalece los lazos y vínculos entre las personas. Ayuda romper barreras y bloqueos. Suaviza los mensajes difíciles y complicados. Potencia la identidad grupal. Reduce tensiones (funciona como un amortiguador). Provoca emociones positivas. Se potencia el recuerdo y la memoria. Contiene un impacto persuasivo y motivador.

Una vez comprobados los beneficios y si usted está convencido, la tarea requiere por su parte ganas y tiempo para realizarla con ciertas garantías de éxito. No se demore y empiece ¡ya!. Seguidamente le ofrecemos una serie de técnicas y recursos humorísticos que le serán de gran ayuda.

5. TÉCNICAS Y RECURSOS PARA COMUNICAR CON HUMOR

Es evidente que usted no es un cómico, ni un profesional que se dedique al noble arte de hacer reír (desde aquí nuestro más sentido reconocimiento a todos esos humoristas, cómicos, clowns y artistas de todos los géneros que generosamente derrocharon su arte e imaginación humorística para que gozáramos entre risas francas, abiertas y sinceras).

Pretendemos que este apartado le ofrezca tanto a profesores como a estudiantes y demás profesionales que se ven obligados a realizar presentaciones, conferencias o charlas, un repertorio de recursos humorísticos con el objeto de contribuir a elaborar unos mensajes que resulten más atractivos, memorables, persuasivos, cautivadores y eficaces.

Siguiendo a Jáuregui y Fernández (2010: 133-136) le presentamos un glosario de recursos y técnicas que usted deberá armar, ajustar a su propio estilo y forma de comunicarse ante su público.

1. *Los chistes*

Red (1999: 11) nos indica que el chiste es una «habilidad para reunir con rapidez varias representaciones que, por su contenido interno y por su nexo, son recíprocamente extrañas».

Entre las distintas clases de chistes encontramos aquellos que están apoyados en el juego de sonidos. Otros exploran tópicos para luego recomponerlos. También tenemos chistes de respuestas cortas y cortantes. O aquellos malentendidos graves que contienen consecuencias divertidas. Otra clase de chistes giran entorno a las groserías o cortes mayúsculos. Chistes de comparaciones, exageraciones o superlativos. Por último encontramos chistes donde la fuerza reside en la frase lapidaria.

En el mercado existen cientos de libros (Red, 2005; VV.AA., 2007; Nacach, 2004) y ¡no digamos por internet!, que, al margen de hacernos pasar unos buenos momentos, nos sugerirán ideas para implementar en las presentaciones. Si usted desea hacer uso de algún chiste le sugerimos dos ideas.

La primera, básica y elemental: «aprenda a contarlos» (le sugerimos que no empiece por el final). Tanto Torrabadella, y Corrales (2002), como Red (2005), le enseñarán a descubrir las claves de la narración oral y les ayudarán a conocer todos los resortes del humor y a emplearlos en el lugar y momento adecuados. Con estos trabajos podrá mejorar su capacidad para entender, contar e incluso inventar chistes y anécdotas.

En segundo lugar procure que el chiste sea relevante y oportuno con el tema que esté tratando. Recuerde también que, si no tiene en cuenta el «auditorio», el chiste puede resultar desafortunado y puede incluso herir la sensibilidad de algunos «espectadores».

Por último, Catchcart y Klein (2009) licenciados en Filosofía por la Universidad de Harvard, bien lo confirman, ya que entienden que la filosofía y los chistes tienen mucho en común y esto lo demuestran con sendos libros donde con su estilo habitual nos invitan a aprender divirtiéndonos. De muestra bien vale un chiste:

«-Mi abuelo sabía la hora exacta, del día exacto, del año exacto en el que iba a morir.

-¡Caramba! ¡Qué alma tan evolucionada! ¿Cómo lo logró?

-Se lo dijo el juez» (Catchcart y Klein, 2009: 127).

2. *La anécdotas*

No requieren ensayarlas tanto como los chistes y por lo tanto son más fáciles de contar. Encontramos libros de anécdotas del mundo empresarial (Amat, y Puig 2004: 147), por ejemplo, cuando nos previene Kettering «si quieres matar una idea, crea una comisión para desarrollarla»; otros hacen alusión a situaciones bélicas (Pernau, 2007: 22), que bajo el título *Humor de combate* recoge infinidad de historias que han servido de desahogo a multitud de personas en épocas de opresión:

«Detienen a un estudiante que ha insultado a gritos, en plena calle, al estalinista húngaro Rakosi:

–¡Rakosi es un imbécil!

El juez dicta sentencia: “un mes de cárcel por atentar contra el honor del camarada Rakopsi y veinte años de trabajos forzados, por divulgar un secreto de Estado”».

Encontramos también anécdotas de policías (Muñoz y Pérez, 2008), de médicos (De Arana, 2000), de enfermeras (Iborra, 2008), de emergencias (Iborra, 2008), de veterinarios (Adan, 2009), de farmacéuticos (García, 2009), de secretarías (Gil, 2008), de pediatras (Escamilla, 2009), de funcionarios (Martínez, 2008), incluso de putas (Trujillo, 2009).

Pero como pedagogo, no me resisto a contar un par de ejemplos encontramos en anécdotas sucedidas a maestros como escribe Rodríguez (1991: 23), que ha recopilado cientos de respuestas «divertidas» que sus estudiantes respondían en los exámenes en su *Enciclopedia del disparate* del tipo:

«–Clases de pecados: el barbo la trucha y el salmón.

–El pan nuestro de cada día dánoslo de hoy».

En fin, ya puede comprobar que puede contar con las que hay o en su defecto empezar a recopilar aquellas que dentro de su entorno laboral más «chispa» despierten.

3. *Cuentos y pequeñas historias*

De vez en cuando deberá adaptar algún cuento o historia leída o escuchada a las necesidades del guión. En nuestro caso, como hacemos referencia al humor y la risa se nos ocurre la siguiente:

«A un reconocido Catedrático Emérito de Pedagogía le invitaron a dar su última conferencia en el Campus de la Universidad donde había ejercido durante 50 años la docencia. Como hacía un día estupendo, dispusieron el evento en el jardín de la Facultad. Cuando iba a comenzar

su disertación un viento imprevisto se llevó los papeles del discurso a las ramas de un olivo que se hallaba en el Campus. El veterano profesor cogido sorpresa y con la experiencia de tantos años de docencia improvisó un breve y contundente discurso y dijo con aire solemne: “la risa es la distancia más corta entre dos personas” dicho esto, con tono cálido y tranquilo aseguró: “con respecto a los detalles, lo encontraréis en las ramas del olivo...” al tiempo que bajaba la tarima del orador con una dulce sonrisa».

4. *Metáforas*

En la editorial DDB y Colección Serendipity, encontramos a Nick Owen (2003: 24) con su libro *La magia de la metáfora*, una excelente obra, en la que por medio de setenta y siete relatos breves y didácticos presenta instrumentos esenciales para favorecer la transformación y el cambio. El citado autor afirma que:

«La fuerza de un relato breve constituye una de las herramientas más importantes de cara a la comunicación, a través de un marco de trabajo, que proporciona al mayor número posible de participantes la oportunidad de comprender aspectos de las enseñanzas que queremos transmitir».

Busque metáforas hilarantes y divertidas que refuercen el mensaje de su exposición.

5. *Refranes*

El refrán es una oración breve que da una enseñanza o que pretende manifestar una verdad obtenida de la experiencia. Suelen estar sustentados en los resultados observados. En nuestro caso, para darle un toque humorístico basta con cambiarlos, modificarlos para que adquieran un elemento sorpresivo y divertido. Es, al igual que la sal esa «pizca» que sutil y moderadamente rociada, da un toque especial al guiso. Pruebe usted mismo y comprobará que está a su alcance:

- A río revuelto... biodramina a raudales...
- Hay dos palabras que te abrirán muchas puertas: «Tire y Empuje»
- Si el río suena, es que se ahogaron los músicos.
- El dinero no da la felicidad, la trae incluida.
- No soy un completo inútil... Por lo menos sirvo de mal ejemplo.
- Hay un mundo mejor, pero es carísimo.
- No te tomes la vida en serio, al fin y al cabo no saldrás vivo de ella.
- Dios mío dame paciencia... ¡Pero dámela YA!

6. *Proverbios*

Según Cervantes, *un proverbio es un frase corta basada en la experiencia* que nos interpela y nos sitúa frente a nuestra realidad. Localice proverbios de diferentes culturas para reafirmar alguna idea principal de su discurso. A continuación le ofrecemos una breve selección de algunos proverbios que llamaron nuestra atención:

«-Si sus planes son a un año, planta arroz; si son a veinte años, planta un árbol; si son a más de un siglo desarrolla a las personas (proverbio chino).

-El hombre inteligente cambia a veces de idea, el loco nunca cambia (proverbio árabe).

-Sabes cómo puedes hacer que Dios se ría. Cuéntale tus proyectos. (proverbio hasídico y sufi)».

7. *Frases ingeniosas y citas*

Seguramente cada uno de nosotros lleva consigo una serie de frases y citas que nos parecen «rabiosamente» ingeniosas y divertidas. Le invitamos nuevamente a que siga rastreando y busque aquellas que sean de su interés. Encontrará las mejores citas humorísticas; que han pronunciado importantes personajes de la política, el cine, las artes y las letras en Red (2005).

Para romper el hielo le presentamos algunas, ¿las conoce?:

«A partir de una edad, cada hombre es responsable de su rostro», ALBERT CAMUS.

«Éstos son mis principios, si no les gustan, tengo otros», GROUCHO MARX

«La experiencia es el nombre que damos a nuestros errores», OSCAR WILDE.

«No es que tenga miedo de morir, pero no quiero estar presente cuando eso ocurra», W. ALLEN.

«El humor y el amor son los componentes esenciales de una vida sana», Dr. PATCH ADAMS.

«Era un señor tan optimista, tan optimista, que una vez le dio un infarto y dijo que había sido una corazonada» ANÓNIMO.

«Un santo triste no es más que un triste santo», SAN FRANCISCO DE SALES.

«Ser humorista es fácil cuando tienes a todo el gobierno trabajando para ti», WILL ROGERS.

«Cuando un maestro llama a un chico por su nombre completo es señal de problemas», MARK TWAIN.

8. *Haikus*

El Haiku, forma poética proveniente de Japón, es un pequeño poema que, generalmente, está formado por diecisiete sílabas que se dividen en tres versos, el primero de cinco sílabas, el segundo de siete y el último de cinco nuevamente; tradicionalmente habla de la naturaleza y sus fenómenos, aunque en ocasiones abarca otras temáticas de la vida. Mario Benedetti (1999) nos presenta algunos que gozan de una fina hilaridad.

«Canción protesta
después de los sesenta
canción de próstata» (pp. 151).

«Los epitafios
vienen a ser la gracia
del cementerio» (pp.88).

«Cómo reirían
los puntos cardinales
si fueran cinco» (pp. 113).

9. *Nuevas tecnologías*

Gracias a las nuevas tecnologías hoy en día podemos gozar de infinidad de productos con el objetivo de cumplir cualquiera de nuestras pretensiones comunicativas. Las viñetas de humoristas gráficos, los dibujos y fotografías manipuladas, así como las grabaciones o los efectos musicales y sonoros divertidos amén de otros elementos audiovisuales pueden resultar impactantes para reforzar nuestros mensajes o puntos fuertes de nuestro discurso o comunicación.

10. *Trucos de magia*

He de confesar que desde muy pequeño he sido un gran apasionado al mundo de la magia y del ilusionismo. Creo que este recurso es algo que usted puede guardar en su «chistera» (nunca mejor dicho). Cuando nadie se lo espere, salga con algún truco de esos que deja al público «boquiabierto». No anuncie que va a realizar un juego de magia, simplemente hágalo como *el que no quiere la cosa*. Recuerdo a un orador que en un momento de su discurso tomo un vaso con una mano y con la otra tomó una botella pequeña de agua. Mientras continuaba hablando con el público de la sala y mientras contaba el nuevo punto que iba a explicar, que versaba sobre la naturalidad y la simplicidad de las cosas. Cuál sería la sorpresa de todos los asistentes cuando soltó la mano que sujetaba el vaso y... ¡oh milagro! Seguía llenando

su vaso que permanecía levitando en el aire sin caer. Lo más llamativo fue que el ponente seguía hablando como si no se hubiera percatado de aquel «fenómeno paranormal».

El profesor Jáuregui (2009: 169) nos invita a recopilar todo aquello que le llame nuestra atención, sin saber en principio cual será su destino final. Por lo tanto abra tantas capetas como necesite en su ordenador y comienza a recoger notas graciosas, citas, anécdotas, viñetas..., que sin lugar a dudas, le dispondrá en una actitud positiva para mirar la vida, las personas y los acontecimientos desde otro prisma mucho más amable simpático y divertido. Únicamente hay que abrir los ojos y contemplar los sucesos con otra actitud y emoción positiva en donde se descubra lo humorístico y jocoso que la realidad le brinda a cada paso.

Algunos profesionales ya lo han hecho y a continuación le pasamos una selecta muestra de este interesante trabajo:

- Por ejemplo Arangüena (2005) ha recopilado un divertido glosario de esquelas, anuncios, y noticias para morir de risa. En estos casos es cuando reconocemos que la realidad va mucho más allá que la imaginación. Veamos algunos ejemplos:

Esquelas:

-«D. Jaime... gerente de autoescuelas. Ha fallecido en trágico accidente en autopista A-68. D.E.P.» (p. 47).

Negocios (Anuncios):

-«Fontanero. Fugas de agua e instalaciones. Fugas de Gas. Urgencias. Teléfono... 24 horas. 356 días al año. (p. 100).

- En muchas ocasiones, los niños y niñas son los protagonistas y con sus frases y preguntas imaginativas nos dejan perplejos (Motos, 2007: 14-18):

«-Juana de 5 años. Un día Juana intentaba ponerse las zapatillas sola, y le preguntó a su madre: “¿Esta en qué pie va?”. Su madre le contestó: “En este”. Y la niña dijo: “Vale el otro no me lo digas”» (p. 14).

«-Celia, 3 años. Celia quería jugar con su primo a cuentos de princesas, pero él no quería ser príncipe, ni caballero ni nada, así que ella muy enfadada le dijo: “Vale, sé tu mismo y abúrrete”» (p. 18).

- Por otra parte el prestigioso y ya desaparecido periodista Carandel (1994) recoge en su famosa obra *Celtiberia Show* numerosos carteles y anuncios que nos sumergen en nuestras raíces «celtibéricas» más profundas.

«-Aparece una foto de un cartel escrito a mano y con faltas de ortografía en ascensor antiguo:

“No orinase en el azenso que es peligroso y puede dar la corriente. Cacia”».

- En otro de sus libros Carandel (1995: 137) recorre toda la geografía española buscando esquelas, necrología, epitafios, florestas mortuorias... que no tiene desperdicio. Por ejemplo como epitafio tenemos uno que encargó el escritor y político andaluz Abelardo López de Ayala a su amigo Arrieta que decía: «YA NO TOSE».
- Por último, me gustaría reflejar como Gabilondo, Del Val y Zumeta, (1999: 182) escriben el *Estupiadiario. Antología del disparate* en donde reflejan las anécdotas y sucesos más divertidos sucedidos en la radio:

«Luis del Olmo, cuenta que en el programa *El debate sobre el estado de la nación*, donde participaban: Tip. Coll, Chumy Chumes, Mingote, A. Ussía, A. Ozores, Forges y Summers, que sus señorías concedieron el Título de “Más bonito que un San Luis” a don Juan de Borbón, padre de su majestad el rey don Juan Carlos. Al final de la cena en la que hicimos entrega del título, y en medio de un ambiente distendido y cordial que habían logrado crear con extrema facilidad, Tip invitó a don Juan a jugar a los chinos. Tip le dijo: “Señor, si no tiene monedas a mano, yo le presto tres duros con la efigie de su niño”. Cuando acabó la partida, que ganó Tip, éste se arrodilló ante don Juan y le dijo: “Señor, no se recate. Haga lo que le apetece: ¡Béseme!”».

Ya ha podido comprobar amigo lector como... ¡¡¡Quién busca, encuentra!!!

6. DESCUBRA EN LAS ADVERSIDADES NUEVAS OPORTUNIDADES HUMORÍSTICAS PARA COMUNICARSE

Es evidente que quienes estén expuestos «diariamente» a presentaciones o comunicaciones tienen más posibilidades de que le surjan incidentes o situaciones embarazosas que tiene que resolver rápida y creativamente. Bien lo saben los docentes que día tras día conviven con la adversidad y los contratiempos de su profesión.

En este apartado le daremos algunas pistas de cómo sobrevivir ante estas adversidades de una forma airosa, incluso divertida.

Para ello hemos recurrido a los artistas profesionales del mundo de la comedia y de la magia (Fuentes, 2009: 174-176) que gracias a su pericia, experiencia y «saber actuar» tienen numerosos recursos humorísticos para cuando las cosas salen mal o surgen imprevistos.

Cuando estamos delante de una clase, grupo o auditorio puede pasar de todo. Todavía recuerdo aquella ocasión que se fueron las luces de la sala: ni corto ni perezoso improvisé una respuesta que todo el mundo sabía que era «falsa» pero siguieron mi juego en generosa complicidad cuando interpele: «No le he dicho antes pero es el cumpleaños de mi madre y me gustaría que os unierais a mi voz cantado... ¡Cumpleaños feliz...!» Se pueden imaginar las risas y el cachondeo de los asistentes que espontáneamente encendían sus mecheros y móviles.

Usted ya cuenta con ciertos imprevistos que pueden surgir en cualquier momento. Por favor no «sufra» y procure articular un repertorio de respuestas divertidas y jocosas para cada incidente que le pueda surgir.

A CONTINUACIÓN LE SUGERIMOS ALGUNOS RECURSOS

1. *Chistes para reirse de uno mismo*

– Al comienzo de la exposición:

«–Requerían para esta “comunicación” una persona conocedora del tema, experto en la materia que destacara notablemente tanto por su formación teórica como por su praxis. Un persona erudita, amena, motivante y comunicadora... ¡¡Ejem!! Bueno pues... no la han encontrado y me han llamado a mí... Soy...».

«–Me gustaría recalcar que cuando dije que soy el mejor ponente de la universidad no estoy exagerando... sencillamente “estoy mintiendo”».

«–La gente me compara con el Dr. Rojas Marcos, me dicen: “comparándote con él, eres una mierda”».

2. *Presentando juegos:*

– Tras una gloriosa y espectacular presentación del ponente por el coordinador del acto:

«–Yo mismo estoy impaciente por ver que es lo que voy a decir».

Puede hacer gestos mirando a uno y otro lado dando por supuesto que usted no es «ese» tan renombrado.

3. *Saliendo airoso de un fallo:*

– Ante un objeto que se cae de la mesa (bolígrafo, papeles...):

«Siempre se me cae el mismo objeto. Empiezo a pensar que me tiene manía».

- Cuenta un chiste y fracasa:
 - «–Pues este chiste era el mejor que tenía para la tarde».
 - «–Le tengo dicho a mi hijo que este chiste era muy malo».
4. *Hablando con un voluntario:*
- De vez en cuando se requiere el apoyo de uno de los asistentes. El ponente le puede preguntar:
 - «–Es la primera vez que sales?» Suelen contestar “–Si...” y en complicidad con el público se les indica: “–Sacarle algo más... ¡lo necesita!”».
 - El ponente lanza una pregunta abierta a la audiencia para que se animen a contestarla. El silencio se masca en la sala ya que por lo general nadie se expone a contestar lo demandado por el orador. El ponente en tono desenfadado y retador puede seguir motivando a los asistentes de la siguiente forma:
 - «Es preferible que la respuesta salga de esta sala más que nada por no salir fuera y molestar a la gente de la calle o de la cafetería preguntando la misma cuestión».
 - A veces encontramos algunas resistencias entre la gente del público a salir pero, es la mejor ocasión para soltar un discurso contundente y divertido (sacado de una espectáculo de Leo Bassi):
 - «¡Fíjate ni tan siquiera lo hagas por ti, hazlo por tus nietos! Cuando estén en el parque y otros ancianos digan a sus retoños; mirar aquel abuelo fue el que se negó a salir el 25 de mayo en la jornada sobre trabajo social, pobres niños que tendrán que cargar con esa “losa” toda su vida».
5. *Alguien llega tarde:*
- «–Para algunos es muy importante la puntualidad, para mi la acogida..., siéntate...».
 - «–Llega tarde; “¿Ha traído el justificante?”».
 - «–Todos han cantado ya, ahora le toca a usted entonar el...».
 - «–Empecemos todo de nuevo». Y durante unos segundos vuelve a comenzar su sesión tal y como empezaste.
6. *Alguien se levanta y se va:*
- No me preocupa en absoluto cuando uno se levanta y se va. Lo que me da miedo es cuando se levantan vienen y hacia mí.

- Dirigiéndose a quien se va, con un tono de voz alto e ingenioso:
 - «-!Si no estamos de acuerdo lo podemos discutir!!».
 - «-!Mañana vuelvo a repetir la conferencia a las 22:00 h. te esperamos!».

- 7. *Fomentando el aplauso:*
 - De vez en cuando el público aplaude por algún comentario o detalle que le ha parecido divertido e interesante.
 - Si aplauden poco puede decir: «Esto se puede hacer de dos formas, con aplausos o como estamos haciendo».
 - Si aplauden solo algunos: «O aplaudimos todos o si no vendrá el camarero».
 - Si solo aplaude uno o dos de la sala: «¡Gracias mamá!» o «¡Esto es más triste que un funeral de tercera!».

- 8. *Incidencias pactadas: (escuchado «gomaespuma»)*
 - A mitad de la presentación pueden que te hagan llegar una hoja y con cara contenida leerla:
 - «-¡Atención quien tenga aparcado en la puerta edificio un mercedes rojo metálico, deportivo, ocho válvulas, llantas metalizadas..., matricula 0765 DFG...! ¡QUÉ CONCHAZO TIENES, LADRÓN...!».

- 9. *Azarosas:*
 - No funciona el micro. Empezar a hablar como si la gente le escuchara... seguir... (hacerse el sueco) Comprobará que la gente se lo hará saber con gestos o gritos: “¡No se oye!”. Es el momento para sacar su saltar con sentencia ingeniosa:
 - «-No se escucha porque no estoy hablando..., estoy haciendo simplemente ejercicios bucales».

 - Una imagen sale proyectada al revés:
 - «-Siempre me gusta mostrar alguna imagen al revés para que no nos durmamos y nos retorizamos en la silla».

 - Un murmullo se escucha desde el final de la clase. En tono alto pregunte con cara de incertidumbre:
 - «-¿Se escucha bien lo que estoy explicando?».
 - A lo que se suele contestar rápidamente: «-¡Sí, sí!!».

«-Lo digo porque desde aquí también se escucha perfectamente lo que estáis hablando».

- Llegando al final del discurso la gente suele mirar al reloj por lo que el ponente entiende que ya va siendo la hora de finalizar. En este preciso momento el ponente puede romper con lo previsto y decir en alto:

«-A mí, sinceramente no me moleta que la gente mire una y otra vez su reloj. Lo que me fastidia enormemente es que la gente se lleve el reloj al oído como preguntándose con cara de asombro: ¿es que no pasa el tiempo o qué?».

- Suena un móvil: tenemos varias, utilice alguna de estas salidas airosas o busque alguna otra divertida:

«-¡Por favor diga a mi suegra que no me puedo poner ahora, gracias!».

Todavía recuerdo cómo el humorista gráfico Antonio Fraguas «FORGES», campeaba este tema en sendas charlas. En una ocasión antes de empezar su discurso invitó a todos los presentes a encender el móvil durante un minuto. La cara de sorpresa resplandecía entre los asistentes. En ese minuto no sonó ningún móvil a lo que Forges añadió: «¡Ya lo han comprobado, no son tan importantes como a veces se creen. Ahora ya pueden apagar sus móviles!».

En otra ocasión depositó un euro encima de la mesa presidencial y dijo: «Al primero que le suene su móvil subirá a recoger el euro. Todos nos fijaremos quién es y cual ha sido la razón última para no apagarlo».

7. HOJA DE RUTA PARA NAVEGANTES QUE DESEEN APLICAR EL HUMOR EN COMUNICACIÓN

Seamos honestos y reconozcamos que aplicar el humor en la comunicación no es tarea fácil. Dicha trabajo requiere, preparación, ensayo y mucho trabajo si lo deseamos hacer «dignamente». Esto me recuerda aquel dicho que atribuyen al presidente Thomas Woodrow Wilson cuando le preguntaron en cierta ocasión cuánto tiempo necesitaba para preparar sus discursos. Su respuesta fue categórica: «Si voy a hablar diez minutos necesito una semana, si voy a hablar media hora necesito tres días, si voy a hablar hora y media... ¡Estoy listo ya!».

Es cierto que cuando se dispone de poco tiempo para realizar un discurso (sobre todo cuando se participa en mesas redondas o foros similares en lo que se tiene poco tiempo de disertación) se necesita un tiempo «extra»

para preparar las claves y puntos fuertes de la comunicación. Sobre todo se quieren insertar pequeñas pinceladas de humor que seduzcan, motiven, refuercen y proporcionen dinamismo a la comunicación que hemos preparado.

El difícil arte de comunicarnos con humor requiere trabajarse personalmente, para generar el propio estilo que impregnará la comunicación. Para Garanto (1983: 50) se traduce en:

- *Conocimiento de uno mismo*: el sentido del humor penetra en nuestro yo profundo. Nos descubre como seres humanos imperfectos.
- *Conformidad con uno mismo*: el humor nos sirve para aceptamos y querernos tal y como somos. Aceptación lúdica, amable y generosa.
- *Ser dueño de sí mismo*: gracias al autocontrol y a la energía positiva podemos enfrentarnos a los acontecimientos afortunados o no, desde una distancia que nos permita vivir el presente desde una cordial sonrisa.
- *Seguridad emocional*: el sentido del humor nos transfiere la serenidad y la paz interior.
- *Relación constructiva con los demás*: El sentido del humor nos enseña a establecer relaciones positivas y constructivas con las demás personas.
- *Afrontamiento optimista de problemas*: El sentido del humor nos ayuda a superar y hacer frente a las contrariedades de la vida, afrontar fracasos, y preocupaciones con un espíritu lúdico.

Esta forma de exponer y presentar con pinceladas de humor positivo le ayudará a establecer un vínculo especial con los asistentes a su discurso. Mantener al público interesado, motivado. Destacar o ilustrar aquellos puntos del discurso que usted considera importantes. Ayudar a que la gente lo recuerde. En cualquier caso trabajar con humor no significa que convierta su discurso en un monólogo ni en un recital de chistes.

Entre los consejos y recomendaciones postulamos las siguientes:

- Autenticidad: sea usted mismo. No intente fingir, le descubrirán enseguida. Déjese guiar por su corazón y de rienda suelta a sus emociones positivas.
- Revise su biografía. Descubra sus propias anécdotas hilarantes, graciosas y divertidas que le hayan sucedido. Esté abierto a otras de distinto calado. Busque aquellas que sean pertinentes y puedan formar parte de alguno de sus discursos.
- Practique la comunicación gestual y paraverbal (tono, timbre, volumen, puntos de inflexión...).
- Incluya notas graciosas o jocosas con moderación. Piense que no fueron a ver el *Club de la comedia*. Usted les hablará de otros temas segura-

mente serios e interesantes. Eso sí, intente a toda costa que su discurso sea motivador y atrayente.

- Procure que los recursos que busca sean pertinentes, adecuados y oportunos con el tema y la audiencia a la que se dirige.
- Comunique sus ideas con un estilo sencillo y claro en donde la broma sea fácilmente identificable y suponga un guiño compartido que usted comparte con su público
- Persiga un humor positivo, cómplice, amable y generoso; el público se lo agradecerá y usted disfrutará.

Este es mi eslogan: «GOZAR COMUNICANDO para REIR ESCUCHANDO».

BIBLIOGRAFÍA

- ADAN, R. (2009), *Anécdotas de veterinarios*. Barcelona: Ed. Styria.
- AMAT, O., y PUIG, R. (2004), *Frases y anécdotas del mundo empresarial*. Barcelona: Ed. Gestión 2000.
- ARANGÜENA, R. (2005), *Señor, no te preguntamos por qué te la has llevado. Te damos las gracias*. Madrid: Temas de hoy.
- BENEDETTI, M. (1999), *Rincón de haikus*. Madrid: Visor.
- CARANDEL, L. (1994), *Celtiberia Show*. Madrid: Maeva Ediciones.
- CAROL, M. (2000), *Las anécdotas de don Juan Carlos*. Barcelona: Ed. Planeta.
- DE ARANA, J. (2000), *Diga treinta y tres*. Madrid: Espasa Calpe.
- ESCAMILLA, D. (2009), *Anécdotas de Pediatras*. Barcelona: Ed. Styria.
- FERNÁNDEZ, J. D., y GARCÍA, J. (2010), *El valor pedagógico del humor en la educación social*. Bilbao: DDB.
- FERNÁNDEZ, J. D., y LIMÓN R. (2012), *El arte de envejecer con humor*. Málaga: Aljibe.
- FORÉS, A., y GRANÉ, J. (2008), *La resiliencia*. Barcelona: Plataforma editorial.
- GABILONDO, R.; DEL VAL, L., y ZUMETA, G. (1999), *Estupidiario. Antología del disparate*. Madrid: Ed. Aguilar.
- GARANTO, J. (1983), *Psicología del humor*. Barcelona: Herder.
- GARCÍA, B. (2006), *Programa para mejorar el sentido del humor*. Madrid: Pirámide.
- GARCÍA, C. (2009), *Anécdotas de farmacéuticos*. Barcelona: Ed. Styria.
- GIL, R. (2008), *Anécdotas de secretarias*. Barcelona: Ed. Styria.
- GOSCINNY-SEMPÉ (2005), *El chiste*. Madrid: Alfaguara.
- HERNÁNDEZ, J. (2002), *El humor y la ciencias humanas*, en HERNÁNDEZ, J. (ed.) *et al.* Cádiz: Ed. Universidad de Cádiz.
- IBORRA, E. (2008), *Anécdotas de enfermeras*. Barcelona: Ed. Styria.
- (2008), *Anécdotas de emergencias*. Barcelona: Ed. Styria.
- IDÍGORAS, A. (ed.) (2002), *El valor terapéutico del humor*, Colección Serendipity. Bilbao: DDB.
- ISEN, A. (2003), «Positive affect as a source of human strengths», en L. G. ASPINWALL y U.M. STAUDINGER (eds.), *A psychology of human strengths: Fundamental ques-*

- tions and future directions for a positive psychology*. Washington, DC: American Psychological Association, pp. 179-185.
- JÁUREGUI, E., y FERNÁNDEZ, J. D. (2008), *Alta diversión. Los beneficios del humor en el trabajo*. Barcelona: Alienta.
- JÁUREGUI, E. (2009), *El sentido del humor. Manual de instrucciones*. Madrid: Integral.
- MARTÍN, R. (2008), *La Psicología del humor*. Madrid: Orión.
- MARTÍNEZ, J. (2008), *Anécdotas de funcionarios. De 8 a 3*. Barcelona: Ed. Styria.
- MOTOS, P. (2007), *Frases célebres de niños. El hormiguero*. Madrid: Ed Aguilar.
- MUÑOZ, J., y PÉREZ, F. (2008), *Poli de patrulla*. Córdoba: Ed. Almizara.
- NACACH, P. (2004), *Gran enciclopedia del humor*. Colombia: Santillana.
- OWEN, N. (2003), *La magia de la metáfora*. Bilbao: DDB.
- RED, S. (2005), *Los mejores chistes cortos*. Barcelona: Ed. Robinbook.
- (1999), *El arte de contar chistes e historias*. Barcelona: Ed. Robinbook.
- ROJAS, M. (2010), *Superar la adversidad*. Madrid: Espasa.
- SHIOTA, M. N.; CAMPOS, B.; KELTNER, D., y HERTENSTEIN, M. J. (2004), «Positive emotion and the regulation of interpersonal relationships», en P. PHILIPPOT y R. S. FELDMAN (eds.), *The regulation of emotion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 127-155.
- VV.AA. (2007), *Chistes gráficos*. Barcelona: Ed. Robinbook.
- TORRABADELLA, P., y CORRALES, J. (2002), *Cómo desarrollar el sentido del humor*. Barcelona: Ed Océano/Ámbar.
- TRUJILLO, A. (2009), *Anécdotas de putas*. Barcelona: Ed. Styria.
- WACHTEL, D. (2008), *Anécdotas de azafatas*. Barcelona: Ed. Styria.