



Jornades de Foment de la  
Investigació

**SENTIDO DEL  
HUMOR Y  
SATISFACCIÓN  
LABORAL**

**Autors**

Jorge MOYA.  
Jordi LORES.  
Vanessa LUELMO.  
Silvia EDO.  
M. Ignacio IBÁÑEZ.  
M<sup>a</sup> Ángeles RUIPÉREZ.

## INTRODUCCIÓN

Eysenck (1972) apuntó que el sentido del humor se puede entender de tres formas diferentes:

- a. Definición conformista: Grado de similitud en la apreciación de humor de un material humorístico
- b. Cuantitativa: uso de risas, sonrisas o capacidad de divertirse.
- c. Productiva: frecuencia del uso del humor

El presente trabajo se rige bajo el concepto cuantitativo de humor definido por Martin y Lefcourt (1984): “frecuencia de uso de sonrisas, risas o cualquier acción que produzca sensación de diversión en un sujeto en una gama amplia de situaciones”.

El humor es una emoción que se usa cotidianamente en diversos ámbitos de la vida, teniendo diferentes funciones según la situación en el que se utilicen. Por ejemplo Polard (1994) y Chapman y Chapman (1995) proponen que el humor usado en terapia facilita la relación terapeuta-cliente. También parece facilitar la creatividad al resolver problemas (Isen, Daubman y Nowicki, 1987). Además facilita la comunicación y es una de las características fundamentales para la creación de buenas relaciones a primera vista (Swartz, 1996). Finalmente, el humor es una buena estrategia de afrontamiento ante emociones negativas y concretamente ante el estrés (Newman y Stone, 1996).

Estos beneficios también son extensibles al ámbito laboral. Así, Morreal (1991) presentó tres ventajas de utilizar el humor en el puesto de trabajo: incrementa la flexibilidad mental (favorece la tolerancia hacia la novedad, la tolerancia a la ambigüedad y al cambio, facilita el pensamiento divergente, así como la creatividad a la hora de resolver problemas), favorece las relaciones sociales entre compañeros y, en consecuencia, aumenta la salud laboral.

De acuerdo con lo anterior, la mayor parte de las investigaciones en torno al humor en el trabajo se han centrado en dos aspectos fundamentales: el humor como estrategia de afrontamiento y como facilitador de las relaciones interpersonales.

Así, diversos estudios han mostrado que el humor es una estrategia válida para afrontar el estrés en el ambiente laboral (Kuhlman, 1993, Weaver y Wilson, 1997; Brown y Keegan, 1999; Van Wormer y Boes, 1997). Además, la presencia del humor en el trabajo parece prevenir la aparición de burnout (McLean, 1996).

También se han hallado algunas ventajas del uso del humor en los procesos sociales del entorno laboral. Morreal (1991) propuso que facilita la interacción social, la construcción de equipos de trabajo y reduce los sentimientos de hostilidad en los conflictos. Además, aumenta la camaradería entre iguales (Clouse y Surgeon, 1996) y, en general, repercute en un aumento de la satisfacción laboral (Graham, West y Schaller, 1992).

En este ámbito, es de especial interés el efecto mediacional que supone el humor en la relación entre supervisores/as y empleados/as. Gilbert et al. (1988) propusieron que su uso parte de los supervisores produce que los empleados/as acepten mejor sus demandas. Ésto se puede deber a que los diferentes tipos de humor empleados en el trabajo sirven para reducir las diferencias de estatus entre el supervisor y sus empleados (Vinton, 1989). Por otra parte, el humor es una vía factible para que el empleado exprese su malestar o insatisfacción a sus superiores (Rodríguez y Collinson, 1995). Así, Swartz (1996) apuntó como explicación de este proceso que una mayor cantidad de humor usado repercute en una mayor facilitación de la comunicación. Esto produce que el humor haga de guía de acercamiento entre las actitudes hacia el trabajo del supervisor y de sus trabajadores/as (Decker, 1999). De este modo, una

consecuencia evidenciada por Decker (1987) es el hecho de que una elevada cantidad de humor usado por los supervisores se refleja en una mayor satisfacción laboral de los trabajadores/as, mientras que, además, los empleados/as que usan cotidianamente el humor en su trabajo suelen recibir más ayuda de los supervisores (Yoon y Lim, 1999).

Por otra parte, al empresario también le interesaría que el humor se utilizara activamente en su negocio. Pelled y Xin (1999) observaron que el uso del humor en el trabajo se relacionaba con reducciones significativas en el absentismo laboral, además de estar alta y positivamente relacionado con la productividad de la empresa.

Por tanto, concluiríamos que el humor es importante en el ambiente laboral por dos razones básicas: es bueno para el individuo y es bueno para la empresa. En los empleados/as, principalmente, produce una reducción del estrés y mejora su relación con los compañeros y supervisores/as, provocando así que posean una elevada satisfacción laboral. A nivel empresarial, esta mayor satisfacción laboral repercute en una mayor productividad laboral.

De esta forma, en el presente trabajo nos planteamos dos hipótesis principales:

- a. Un elevado Sentido del Humor se relacionará con una mayor Satisfacción Laboral.
- b. Una mayor coincidencia en el tipo de humor usado entre supervisor y empleado se relacionará con una mayor Satisfacción Laboral.

## MÉTODO

### MUESTRA

Para el estudio de escalamiento del cuestionario CUEH contamos con una muestra de 59 personas. 32 (54,23 %) sujetos eran mujeres, mientras que los 27 (45,77 %) restantes eran hombres. La edad media del grupo de mujeres fue de 28,03 (DT = 9,018), la del grupo de hombres fue de 31,00 (DT = 12,241). No existían diferencias significativas en cuanto a la edad entre ambos grupos [ $t(57) = -1,071$ ,  $P = 0,289$ ]. 24 personas (40,67 %) eran estudiantes de la Universidad Jaume I de Castellón, 32 (54,53 %) eran trabajadores/as de la provincia de Castellón, y 3 (4,8 %) estaban en paro. Existían diferencias significativas en las edades de los tres grupos [ $F(2, 56) = 20,074$ ,  $P < 0,05$ ], siendo los estudiantes el grupo más joven ( $M = 21,29$ ,  $DT = 2,774$ ), seguidos por las personas en paro ( $M = 35,41$ ,  $DT = 15,620$ ) y por último los trabajadores ( $M = 35,41$ ,  $DT = 10,077$ ). No hubo diferencias significativas entre el número de hombres y mujeres que pertenecen a los diferentes ámbitos laborales ( $\chi^2(2) = 3,099$ ,  $P = 0,212$ ).

En el estudio experimental participaron 38 personas. Contamos con 23 mujeres (60,5 %) con una media de 30.7 años de edad (DT = 8.110), y con 15 hombres (39,5 %), que tenían una media de 31 años (DT = 9,047). No se encontraron diferencias significativas entre las edades de ambos sexos [ $t(36) = -0.108$ ,  $p > 0.05$ ].

Los sujetos pertenecían al entorno laboral. Contamos con la colaboración de 7 empresas, de las cuales, 3 formaban parte del sector industrial (empresas relacionadas con la cerámica), y 4 del sector servicios (una sucursal bancaria, una asesoría de internet, y dos pequeños comercios).

Las empresas del sector industrial estuvieron conformadas por 8 mujeres y 6 hombres empleados/as, 1 mujer y 2 hombres encargados/as, y 3 mujeres y 1 hombre gerentes de empresa (2 gerentes perte-

necían a la misma empresa). La media de edad de las mujeres fue 30,83 años (DT = 8,167), mientras que los hombres tenían una media de 29,78 años (DT = 8,871). No resultó significativa la diferencia de edades entre los sexos [ $t(19) = 0.283, p > 0.05$ ].

En las cuatro empresas del sector servicios trabajaban 8 mujeres y 3 hombres empleados/as, 2 hombres como encargados (2 empresas las componían únicamente los gerentes y empleados/as), y 3 mujeres y 1 hombre como gerentes. Las 11 mujeres pertenecientes a este sector tenían una media de edad de 30,55 años (DT = 8,442), mientras que los hombres presentaban una media de 32,83 años (DT = 9,827). En este caso, la diferencia de edades entre hombres y mujeres tampoco resultó significativa [ $t(15) = -0,505, p > 0,05$ ].

## MATERIALES

Para medir el sentido del humor utilizamos el cuestionario SHRQ de Martín y Lefcourt (1984) en su versión española (CSRH por Moya, Luelmo, Lores, Edo, e Ibáñez, 2003). El CSRH es un cuestionario que evalúa la cantidad de humor que se puede experimentar en situaciones de distintas características. Los sujetos puntúan cada ítem en una escala likert de 5 puntos. El CSRH presenta dos factores, sentido del humor ante situaciones en las que es fácil reírse ( $\alpha = 0,69$ ), y sentido del humor ante situaciones desagradables ( $\alpha = 0,62$ ), con los que se explica el 37,43 % de la varianza. Además posee cierta validez externa.

En cuanto a la satisfacción laboral, usamos el Cuestionario de Satisfacción Laboral S21/26. Éste nos permite obtener una puntuación de la satisfacción general en el trabajo, además de diferenciar seis factores: Satisfacción con la Supervisión y Participación en la Organización, Satisfacción con la Remuneración y las Prestaciones, Satisfacción Intrínseca con el trabajo, Satisfacción con el Ambiente Físico de trabajo, Satisfacción con la Cantidad de Producción en el trabajo, y Satisfacción con la Calidad de Producción en el trabajo, explicando entre todos ellos un 60,8 % de la varianza total.

Los índices psicométricos del cuestionario son buenos. La fiabilidad de la escala total muestra un coeficiente alpha de 0'90, mientras que los factores oscilan entre 0'73 y 0'89. En este mismo sentido, también se le puede considerar bien dotado de validez aparente y criterial.

Con la intención de medir el uso que se hace de los diferentes tipos de humor, creamos un cuestionario llamado Cuestionario sobre el Uso Específico del Humor, CUEH.

Lowis y Nieuwoudt (1995) proponían la existencia de seis tipos de humor: sexual, humor simple y sin sentido, de dominancia masculina, de dominancia femenina, del lugar de trabajo y de enfermedades o desgracias.

Buscamos en dos páginas de humor de internet en castellano ([www.chistes.com](http://www.chistes.com) y [www.lopeor.com](http://www.lopeor.com)), qué categorías de las mencionadas por ambos autores parecían coincidir con los tipos de humor existentes en nuestra cultura. Así, hallamos que en castellano se pueden diferenciar siete tipos básicos de humor. Los definimos del siguiente modo basándonos en las propuestas de ambos autores y en las páginas de internet como:

Humor verde: humor que hace referencia a la conducta sexual.

Humor cruel: referido a discriminación hacia una persona por cuestión de raza, discapacidad o consumo de sustancias.

Humor sexista: usado para demostrar superioridad de género, incluyendo el humor machista y el feminista.

Humor religioso: humor relacionado con temas religiosos.

Humor político y de trabajo: su contenido versa sobre la política (tanto nacional como internacional), y la conducta a la hora de trabajar.

Humor negro: su contenido está relacionado con la muerte.

Humor blanco: el contenido del cual no está relacionado con ninguna de las categorías mencionadas.

Para la confección del cuestionario realizamos en primer lugar un pase piloto a 59 personas. Empleamos los 28 chistes más votados en ambos portales web, cuatro de cada categoría aleatoriamente distribuidos. Se presentaban también las definiciones de los siete tipos de humor. De este modo, los sujetos debían categorizar cada uno de los chistes en una única categoría.

A la hora de elegir los dos chistes más representativos de cada categoría, escogimos aquellos que fueron incluidos un 75% de las veces o más en una categoría.

Los participantes parecían confundir los chistes negros con los chistes crueles, ya que los dos chistes que surgieron más representativos de la categoría “negros” fueron juzgados como tal un 59,64% y un 52,63% de las veces, mientras que también fueron juzgados como crueles un 38,18% y un 43,64% respectivamente. Por lo tanto, decidimos que sería mejor juntar las dos categorías en una, denominada “cruel”. Al final, tan solo obtuvimos un chiste de esta categoría (96,49%).

Además, obtuvimos los dos chistes representativos del humor blanco, siendo categorizados como blancos un 87,27% de veces y un 78,94% (ver Anexo I). También hallamos un sólo chiste verde (96,49%, ver Anexo I). Igualmente obtuvimos un chiste de política y trabajo (84,21%, ver Anexo I). Asimismo, sólo encontramos un chiste religioso (81,22%, ver Anexo I). Sin embargo, surgieron dos chistes sexistas (94,73% y 84,21% respectivamente, ver Anexo I).

Como había categorías que sólo contaban con un chiste, decidimos usar un criterio más laxo, que incluyera a los chistes categorizados un mínimo del 55% de las veces. Así, encontramos un chiste verde (64,91%), un chiste de política y trabajo (64,91%), un chiste religioso (64,91%), y el último chiste de humor cruel (59,47%).

El cuestionario que pasaríamos a la muestra experimental presentaba las definiciones de las categorías, el nombre de cada categoría, dos chistes como ejemplo, y una escala likert de 1 a 6 (el tipo de humor más usado en el entorno laboral debía ser puntuado con un 6, y el menos usado con un 1). Debían evaluar qué tipo de humor era el más usado en el trabajo. También podía poner un 0 si consideraban que no usaban cierto tipo de humor en el trabajo.

Añadimos una última pregunta para conocer la cantidad de humor usado en el trabajo. Los participantes debían contestar en una escala de 5 puntos desde casi nunca a casi siempre.

## PROCEDIMIENTO

Se habló primeramente con los gerentes de las empresas. Así, con su permiso, mantuvimos una reunión con todos los miembros de la empresa, gerentes incluidos, para explicar cómo se debían rellenar los cuestionarios.

Se daban todos los tests a la vez. Primero se explicaba la forma de rellenar el CUEH, luego se pasaba al CRSH, y para finalizar rellenaban el S21/26.

Se pedía a los sujetos que rellenaran los cuestionarios cuando pudieran, teniendo la posibilidad de hacerlo en casa de forma individual. Para que los empleados/as y encargados/as no se vieran influidos por los gerentes y no falsearan respuestas, se debían entregar en mano.

Pasados uno o dos días acudimos a las empresas para recoger los cuestionarios.

## ANÁLISIS

Diferenciamos los análisis de sendas hipótesis según la muestra de empleados/as y encargados/as. Para los empleados/as usamos correlaciones paramétricas de Pearson. Sin embargo, utilizamos correlaciones no paramétricas de Spearman con los encargados/as debido a la poca muestra con que contábamos.

Una de las variables relevantes en la segunda hipótesis era la coincidencia de humor usado entre empleados/as y encargados/as y gerentes. Consideramos como coincidencia en el tipo de humor usado si ambas personas puntuaban el mismo tipo de humor con una puntuación entre 4 y 6 o entre 1 y 3. Por ejemplo, si el supervisor/a había puntuado el humor verde con un 5, considerábamos coincidencia que el empleado/a lo puntuara con un valor entre 4 y 6. Realizamos la prueba no paramétrica de signos con aproximación a una distribución normal, y hallamos que sí existían coincidencias significativas a este nivel [ $T = \min(30, 12)$ ,  $\alpha = 0,0028$ ]. Intentamos que la variable fuera más estricta, probando que la coincidencia entre empleados/as y encargados/as fuera de la misma puntuación, pero no resultó significativo. Al final, la variable coincidencia indicó el número de veces que coincidían empleados/as con encargados/as, empleados/as con gerentes, y encargados/as con gerentes.

Para verificar la primera hipótesis correlacionamos las puntuaciones del SHRQ con las del cuestionario S21/26. Para la segunda, correlacionamos las puntuaciones del S21/26 con las coincidencias extraídas de usar el CUEH.

Realizamos otros análisis que revelaron resultados interesantes. En la mayoría de ellos usamos correlaciones. Sin embargo, analizamos también si había diferencias en el tipo de humor usado en el sector secundario y el terciario utilizando la prueba U de Mann-Whitney, ya que permite hacer una comparación de medias con datos no paramétricos.

## RESULTADOS

Los resultados de las correlaciones para la muestra de empleados/as se presentan en la tabla 1 (ver Anexo), y para los encargados/as en la tabla 2 (ver Anexo).

En la primera hipótesis, surgió una correlación significativa entre el sentido del humor ante situaciones desagradables de los/las empleados/as y la satisfacción con la remuneración ( $r = 0,494$ ,  $p = 0,012$ ).

Como la presente investigación contó con poca muestra, nos pareció relevante tomar en consideración las tendencias que surgieron. Así, con la muestra de empleados/as, hallamos una correlación entre el sentido del humor en situaciones en las que es fácil reírse y la satisfacción general ( $r = 0,344$ ,  $p = 0,092$ ).

En la muestra de encargados/as encontramos que la satisfacción con la cantidad de producción correlacionaba significativamente con el sentido del humor en situaciones en las que es fácil reírse ( $r = -0,889$ ,  $p = 0,044$ ) y con el sentido del humor en situaciones desagradables ( $r = -0,866$ ,  $p = 0,058$ ).

En cuanto a la segunda hipótesis, hallamos que en los empleados/as había una correlación positiva entre la coincidencia del tipo de humor usado entre empleados/as y encargados/as y la satisfacción con



la supervisión ( $r = 0,384$ ,  $p = 0,058$ ). Sin embargo, la variable coincidencia del tipo de humor usado entre encargados/as y gerentes correlacionó significativamente con la satisfacción con el ambiente físico ( $r = -0,947$ ,  $p = 0,014$ ), con la satisfacción con la calidad del producto ( $r = -0,892$ ,  $p = 0,042$ ), y con la satisfacción con la supervisión ( $r = -0,943$ ,  $p = 0,042$ ).

Además, en los empleados/as hallamos una correlación significativa entre la frecuencia de humor usado en el trabajo, el sentido del humor en situaciones desagradables ( $r = 0,419$ ,  $p = 0,037$ ), y con el sentido del humor en situaciones en las que es fácil reírse ( $r = 0,352$ ,  $p < 0,1$ ). También encontramos una correlación significativa entre las coincidencias del tipo de humor usado entre empleados/as y encargados/as con el sentido del humor en situaciones desagradables ( $r = 0,483$ ,  $p = 0,015$ ). La edad correlacionó con el sentido del humor ante situaciones en las que es fácil reírse ( $r = -0,557$ ,  $p < 0,01$ ), con el sentido del humor ante situaciones desagradables ( $r = -0,421$ ,  $p < 0,05$ ), y con la frecuencia del uso del humor en el trabajo ( $r = -0,44$ ,  $p < 0,05$ ). No apareció ningún resultado significativo para la muestra de encargados/as.

En cuanto a la diferencia de los tipos de humor usados en las empresas de los dos sectores económicos que evaluamos, descubrimos que había diferencias significativas en el humor verde ( $U = 18$ ,  $\alpha = 0,028$ ), y el laboral y político ( $U > 18$ ,  $\alpha = 0,028$ ). El humor verde fue puntuado mayoritariamente en las empresas del sector industrial con una magnitud de 6, mientras que la misma puntuación se reflejó en el sector servicios para el humor de trabajo y político (Ver tabla 3 en Anexo).

## DISCUSIÓN

El presente estudio trataba de investigar la posible relación existente entre el sentido del humor y la satisfacción laboral.

Una de las funciones del sentido del humor en el trabajo es la de servir como técnica de afrontamiento contra situaciones estresantes o desagradables (Kuhlman, 1993, Mclean, 1996, Weaver y Wilson, 1997). De hecho, nuestros resultados parecen indicar que el sentido del humor en situaciones desagradables es la faceta del sentido del humor que más se relaciona con el ambiente laboral.

Esto se desprende sobretodo de los resultados hallados en la muestra de empleados. De hecho, los que tenían un alto sentido del humor ante situaciones desagradables usaban con mayor frecuencia el humor en el trabajo. Y relacionado con la satisfacción laboral, hemos encontrado que a mayor sentido del humor tenían ante situaciones desagradables, mayor satisfacción con la remuneración presentaban.

El sentido del humor ante situaciones en las que es fácil reírse también resultó ser una variable importante en nuestro estudio. Los/las empleados/as que puntuaban alto en esta faceta tendían a puntuar más alto en la satisfacción general en el trabajo. Por otro lado, también encontramos una relación proporcional entre esta variable y la frecuencia del uso del humor en el trabajo.

En la muestra de encargados/as hallamos resultados de difícil interpretación. Así, a mayor sentido del humor ante situaciones en las que es fácil reírse, menor satisfacción en la cantidad de trabajo producido presentaban. Igualmente, un mayor sentido del humor en situaciones desagradables se relacionaba con una menor satisfacción en la cantidad de trabajo.

La segunda hipótesis planteaba la posible relación existente entre la coincidencia del tipo de humor usado entre empleados/as, encargados/as y gerentes y la satisfacción laboral. De este modo, los/las empleados/as mostraron que si coincidían en el tipo de humor con sus encargados/as, tenían mayor satisfacción con la supervisión. Este resultado puede indicar, tal y como apuntaba Swartz (1996), que

el uso del humor en el trabajo facilitaría la comunicación con los superiores/as, haciendo que estos sean mejor vistos por los/las empleados/as.

Por otro lado, en la muestra de encargados/as volvimos a encontrar resultados de difícil interpretación. Así, y al contrario que en los/las empleados/as, una mayor coincidencia en el tipo de humor usado entre supervisor/a y gerente se relacionaba con una menor satisfacción con la supervisión. Además, a mayor coincidencia entre ambos menor satisfacción con el ambiente y también menor satisfacción con la calidad del producto.

La edad también parece una variable a tener en cuenta, ya que correlacionó negativamente con casi todos los índices de humor que usamos. Así, las personas más jóvenes fueron las que mostraron mayor sentido del humor ante situaciones desagradables y ante las que es fácil reírse. A su vez, las personas más mayores fueron las que presentaron una menor frecuencia de uso del humor en el trabajo.

También parece haber diferencias en el tipo de humor usado entre diferentes sectores económicos. En este sentido, en las empresas del sector industrial se usó mayoritariamente el humor verde, mientras que en las empresas del sector servicios el humor más usado fue el de política y trabajo. Puede que estas diferencias se deban a que los trabajos implican ambientes y demandas distintos entre sí. De hecho, en el sector servicios prima el trato con el cliente y la apariencia que de el negocio en su conjunto. Esto nos lleva a pensar que en este sector se deben comedir en mayor cantidad los comentarios que puedan ser mayoritariamente ofensivos para cualquier cliente que pueda estar escuchando.

Los resultados hallados en este trabajo sugieren que el humor es una variable a tener en cuenta dentro del mundo laboral. De hecho, crear un ambiente laboral en el que se facilite el uso cotidiano del humor puede ser beneficioso trabajador/a, beneficiando a su vez a la propia empresa. Sobre todo, toma importancia el papel del humor como mediador en la relación de los trabajadores/as con sus superiores. No obstante, son necesarios estudios que repliquen algunos de los resultados obtenidos en el presente trabajo, en especial los resultados contradictorios obtenidos en la muestra de supervisores.

Para finalizar, apuntaríamos algunas propuestas para mejorar el presente trabajo. Así, sería conveniente el uso de muestras adecuadas para poder realizar análisis cuantitativos. Además, sugeriríamos el uso de análisis de regresión multinivel, que facilitaría la explicación de la varianza de las variables teniendo en cuenta al sector industrial al que pertenecen, y a la empresa en la que trabajan.

## BIBLIOGRAFÍA

- BROWN, R.B., & KEEGAN, D. (1999). *Humor in the hotel kitchen*. *Humor: international journal of humor research*. 12 (1): 47-70.
- CHAPMAN, A., H. & CHAPMAN-SANTANA, M. (1995). *The use of humor in psychotherapy*. *Archivos de neuro-psiquiatría*. 53(1): 153-156.
- CLOUSE, R.W., & SURGEON, K.L. (1995). *Corporate analysis of humor*. *Psychology: a journal of human behavior*. 32 (3-4): 1-24.
- DECKER, W.H. (1987). *Managerial humor and subordinate satisfaction*. *Social behavior and personality*. 15 (2): 225-232.
- DECKER, W.H. (1999). *Use of humor at work: predictors and implications*. *Psychological reports*. 84(3-Pt1): 961-968.



- EYSENCK, H.J. (1972). *Foreword*. Goldstein, J.H., & McGhee, P.E. (Eds.). The psychology of humor. New York: Academic Press.
- GILBERT, G.R., & WHITESIDE, C.W. (1988). *Performance appraisal and followership: an analysis of the officer on the boss/subordinate team*. Journal of police science and administration. 16(1): 39-43.
- GRAHAM, E.E., WEST, R., & SCHALLER, K.A. (1992). *The association between the relational teaching approach and teacher job satisfaction*. Communication reports. 5(1): 11-22.
- ISEN, A.M., DAUBMAN, K.A., & NOWICKI, G.P. (1987). *Positive affect facilitates creative problem solving*. Journal of personality and social psychology. 52(6): 1122-1131.
- KUHLMAN, T.L. (1993). *Humor in stressful milieus*. Fry, W.F.Jr., & Salameh, W.A. (Eds.). Advances in humor and psychotherapy. (pp. 19-45). Sarasota, FL, US: Professional Resource Press/Professional Resource Exchange, Inc. XXXIII, 295pp.
- LOWIS, M.J., & Nieuwoudt, J.M. (1995). The use of a cartoon rating scale as a measure for the humor construct. Journal of psychology. 129 (2): 133-144.
- MARTIN, R.A., & Lefcourt, H.M. (1984). *Situational humor response questionnaire: quantitative measure of sense of humor*. Journal of personality and social psychology. 47(1): 145-155.
- McLEAN, L.H. (1996). *Burnout among annual fund directors: organizational, professional and personal factors*. Dissertation abstracts international section A: humanities and social sciences. 57(2-A): 0537.
- MORREALL, J. (1991). *Humor and work*. Humor: international journal of humor research. 4(3-4): 359-373.
- MOYA, J, LUELMO, V., LORES, J., EDO, S., y IBÁÑEZ., M.I. (In press.). Estudio psicométrico de la versión española del cuestionario situacional de respuestas de humor (SHRQ).
- NEWMAN, M.G., & STONE, A.A. (1996). *Does humor moderate the effects of experimentally induced stress?*. Annals of behavioral medicine. 18(2): 101-109.
- PELLED, L.H., & XIN, K.R. (1999). *Down and out: an investigation of the relationship between mood and employee withdrawal behavior*. Journal of management. 25(6): 875-895.
- POLARD, W.S. (1994). *The place of humor in psychotherapy*. The use of humor in psychotherapy. (pp. 173-177). Northvale, NJ, US: Jason Aronson, Inc. XV, 232 pp.
- RODRIGUES, S.B., & COLLINSON, D.L. (1995). *"Having fun?": humor as resistance in Brazil*. Organization studies. 16(5): 739-768.
- SWARTZ, L. (1996). *Building relationships through humor*. Dissertation abstracts international section B: the sciences and engineering. 56(10-B): 5840.
- VAN-WORMER, K., & BOES, M. (1997). *Humor in the emergency room. A social work perspective*. Health and social work. 22(2): 87-92.

- VINTON, K.L. (1989). *Humor in the workplace: is it more than telling jokes*. Small group behavior. 20(2): 151-166.
- WEAVER, S.T., & WILSON, C.N. (1997). *Addiction counserlors can benefit from appropriate humor in the work setting*. Journal of employment counseling. 34(3): 108-114.
- YOON, J., & LIM, J.C. (1999). *Organizational support in the workplace: the case of korean hospital employees*. Human relations. 52 (7): 923-945.

## ANEXO

Tabla 1: correlaciones bivariadas de Pearson entre las dimensiones de la satisfacción laboral según el S21/26, los factores del sentido del humor del CSRH, el número de coincidencias entre empleados/as y encargados/as, la frecuencia del uso del humor y la edad, en la muestra de empleados/as.

	SH EN SITUACIONES EN LAS QUE ES FÁCIL REÍRSE	SH EN SITUACIONES DESAGRADABLES	COINCIDENCIAS ENTRE EMPLEADOS/AS Y ENCARGADOS/AS	EDAD
SATISFACCIÓN GENERAL	0,344*	0,43	0,195	-0,184
SATISFACCIÓN SUPERVISIÓN	0,281	0,162	0,384*	-0,158
SATISFACCIÓN REMUNERACIÓN	0,294	0,494**	0,213	-0,263
SATISFACCIÓN INTRÍNSECA	0,147	-0,082	-0,073	-0,70
SATISFACCIÓN AMBIENTE	-0,099	-0,163	-0,14	-0,001
SATISFACCIÓN CALIDAD DE TRABAJO	-0,54	-0,135	0,024	-0,184
SATISFACCIÓN CANTIDAD DE TRABAJO	0,3	-0,156	-0,095	0,1
FRECUENCIA DE USO DEL HUMOR	0,352*	0,419**	0,252	-0,440**
EDAD	-0,557***	-0,421**	-0,139	
COINCIDENCIAS EMPLEADOS/AS Y ENCARGADOS/AS	0,263	0,483**		

\* P < 0,1

\*\* P < 0,05

\*\*\* P < 0,01

Tabla 2: correlaciones bivariadas no paramétricas de Spearman entre las dimensiones de la satisfacción laboral según el S21/26, los factores del sentido del humor del CSRH, el número de coincidencias entre empleados/as y encargados/as, la frecuencia del uso del humor y la edad, en la muestra de empleados/as.

	SH EN SITUACIONES EN LAS QUE ES FÁCIL REÍRSE	SH EN SITUACIONES DESAGRADABLES	COINCIDENCIAS ENTRE ENCARGADOS/AS Y GERENTES	EDAD
SATISFACCIÓN GENERAL	0,389	0,632	-0,99	0,354
SATISFACCIÓN SUPERVISIÓN	0,236	0,447	-0,943*	-0,211
SATISFACCIÓN REMUNERACIÓN	0,158	0,359	-0,789	-0,447
SATISFACCIÓN INTRÍNSECA	0,287	0,447	-0,803	0,103
SATISFACCIÓN AMBIENTE	0,026	-0,154	-0,947**	0,447
SATISFACCIÓN CALIDAD DE TRABAJO	0,135	-0,053	-0,892**	-0,41
SATISFACCIÓN CANTIDAD DE TRABAJO	-0,889**	-0,866*	-0,148	-0,58
FRECUENCIA DE USO DEL HUMOR	-0,564	-0,5	-0,544	0,289
EDAD	-0,544	-0,354	-0,41	
COINCIDENCIAS EMPLEADOS/AS Y ENCARGADOS/AS	-0,026	-0,154		

\* P < 0,1

\*\* P < 0,05

Tabla 3: ordenación de los tipos de humor tomando como muestra a toda la empresa, diferenciando las empresas según al sector económico al que pertenecen.

SECTOR	EMPRESA	VERDE	CRUEL	SEXISTA	RELIG.	TRAB.	BLANCO
INDUS TRIAL	<u>1</u>	6	1	5	2	3	4
		85.7%	28.6%	57.1 %	42.9%	28.6%	57.1%
	<u>3</u>	6	2	4/3	4/3	4/3	5
		50%	16.7%	33%/16.7%	33%/16.7%	33%/16.7%	50%
	<u>4</u>	6/5	1	6	2	5/4	3
		37.5%/25%	37.5%	37.5%	37.5%	25%/50%	50%
SERVI CIOS	<u>2</u>	3	1	6/4/5	2	6/5/4	6/5/4
		75%	25%	25%	50%	25%	25%
	<u>5</u>	0	2	3	5	6	4
		75%	50%	75%	75%	75%	50%
	<u>6</u>	2	3	4	5	6	0
		33%	66%	66%	66%	66%	0%
	<u>7</u>	6/3	1	4/2	2	6	5/4
		33%/33%	33%	33%/33%	33%	33%	33%/33%

La primera fila de cada empresa indica el valor ordinal con el que mayoritariamente se relacionó el tipo de humor.

La segunda fila es el máximo porcentaje de gente que decidió el valor ordinal reflejado en la primera fila.