



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Máster Universitario en Psicología Positiva

Trabajo Fin de Máster

SENTIDO DEL HUMOR Y SATISFACCIÓN LABORAL: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA.

Alumno: Hernández López, Luis Pablo

Tutora: Prof. Dña. María del Pilar Berrios Martos
Dpto: Psicología Social

Enero, 2020

Índice

0. Resumen.	3
1. Introducción: El nuevo paradigma del trabajo y los nuevos modelos de organización.	5
2. El sentido del humor: Concepto y medidas.	11
3. La satisfacción laboral: Concepto y medidas.	22
4. Relación entre sentido del humor y satisfacción laboral: una revisión sistemática.	33
5. Metodología:	33
5.1.Estrategia de búsqueda y selección de trabajos.	34
5.2.Criterios de inclusión de trabajos.	34
6. Resultados.	35
7. Discusión y conclusiones.	41
8. Referencias.	44

0. Resumen.

El estudio del sentido del humor como fortaleza humana o rasgo estable de personalidad ha sido frecuentemente relacionado con efectos positivos en el ámbito laboral tanto por parte de los empleados como de los supervisores. Uno de los principales efectos positivos que se ha encontrado se refiere a su influencia en la satisfacción laboral. Sin embargo, la falta de una definición unitaria del constructo, las múltiples dimensiones del concepto, la variedad instrumentos de medidas utilizados y la cantidad mediadores que intervienen en esta relación, complican los caminos de los estudios que pretenden llegar a resultados concluyentes. Por ello, con el objetivo de resumir los principales resultados actuales de las dos últimas décadas y esbozar algunas conclusiones reveladoras sobre la cuestión, se ha llevado a cabo una revisión sistemática. Las palabras claves utilizadas han permitido identificar un total de 12 estudios que analizan la relación entre el sentido del humor y la satisfacción laboral. En su mayoría, los resultados encontrados indican una relación positiva entre estas variables y trazan futuras vías de investigación que ayuden a descubrir los mecanismos subyacentes que explican esta relación.

Palabras clave: sentido del humor, humor, satisfacción laboral, mediadores, organizaciones saludables.

Abstract.

The study of the sense of humor as a human strength or stable personality trait has been frequently related to positive effects in the workplace both by employees and supervisors. One of the main positive effects that has been found refers to its influence on job satisfaction. However, the lack of a unitary definition of the construct, the multiple dimensions of the concept, the variety of measurement instruments used and the number of mediators involved in this relationship complicate the paths of studies that aim to reach conclusive results. Therefore, looking for the objective of summarizing the main current results of the last two decades and outlining some revealing conclusions on the issue, a systematic review has been carried out. The keywords used have identified a total of 12 studies that analyze the relationship between sense of humor and job satisfaction. For the most part, the results found indicate a positive relationship between these variables and trace future ways of research that help to discover the underlying mechanisms that explain this relationship.

Keywords: sense of humor, humor, humour, job satisfaction, mediators, healthy organizations.

1. Introducción:

El nuevo paradigma del trabajo y los nuevos modelos de organización.

El cambio de paradigma laboral en este mundo, cada vez más globalizado, es un hecho innegable en nuestros días. Hoy por hoy, estamos inmersos en un mercado de trabajo de naturaleza inestable que, tremendamente marcado por la transformación digital, pone en cuestión los patrones de producción de tiempos pasados (World Bank, 2019). Estos cambios han hecho que el mundo empresarial haya ido evolucionando hacia modelos organizacionales más abiertos, descentralizados y jerárquicamente horizontales. Tras considerarse derribadas las barreras físicas y temporales de las organizaciones clásicas, que tenían como consecuencia la adhesión incondicional a la una empresa, actualmente puede decirse que en el mundo laboral prima lo que se ha llamado “trabajo líquido”. Este término fue extrapolado del concepto de “modernidad líquida” creado por Bauman (2000) para expresar la provisionalidad de la vida social en la actualidad. Por estas razones, estamos siendo testigos del surgimiento de nuevos modelos de negocio, como los de economía colaborativa “*gig-economy*” o los servicios bajo demanda, que suponen por fuerza nuevos tipos de vínculos laborales, es decir, nuevas formas de empleo que requieren mayor adaptación y flexibilidad (Molina, 2017).

Esta demanda creciente de flexibilidad hace que, por un lado, surjan condiciones laborales diferentes a las que existían hasta ahora, como el incremento de la temporalidad laboral, la reducción de las jornadas completas y la externalización de muchos de los servicios que se prestaban a los clientes, y, por otro, que cambien las competencias que buscan los empleadores en sus futuros trabajadores, ya que el nuevo paradigma exige trabajadores con alto grado de adaptabilidad, capaz de enfrentarse a tareas de gran complejidad y acostumbrados a trabajar en equipo (Artazcoz, 2019).

Además de lo anterior, también es importante destacar que la población trabajadora que se enfrenta a este nuevo mercado laboral tampoco tiene las mismas características que en otras épocas. En los países con cierto nivel de desarrollo han surgido cambios demográficos y sociales que han transformado significativamente las peculiaridades de las personas que se encuentran en edad de trabajar, como el incremento de la presencia femenina, el envejecimiento de la población activa y la inclusión cada vez mayor de trabajadores migrantes (Artazcoz, 2019; Artazcoz, Cortès-Franch & Escribà-Agüir, 2016).

Estas variaciones sociodemográficas unidas a los nuevos escenarios de trabajo, dan lugar a un nuevo perfil de trabajador que tiene que desenvolverse en un contexto altamente voluble y que comienza a hacerse cargo de su propia carrera, apostando por la formación y la mejora continua de sus aptitudes para optimizar la probabilidad de ser empleado (Raso, 2016).

Dado este nuevo paradigma laboral, y dados estos nuevos perfiles de trabajadores, se hace necesario buscar nuevos modelos de organización que respondan a los cambios que modifican la nueva realidad. Es ahí donde surge la necesidad de realizar una transición del modelo tradicional de producción, que consideraba que el empleado debía estar subordinado a los fines de la empresa, al actual, que valora el bienestar psicosocial y la calidad de vida laboral del trabajador como un activo de la propia empresa. De esta forma, surge el concepto de “organizaciones saludables” u “organizaciones positivas” (Salanova, 2008, 2009; Salanova, Llorens, Cifre & Martínez, 2012; Salanova, Martínez & Llorens, 2014) para identificar a las entidades que fomentan que sus trabajadores sean más positivos, proactivos, colaboradores, implicados, satisfechos y capaces de tomar las riendas de su propio desarrollo profesional. Concretamente, Salanova (2008) define una organización saludable como aquella que “realiza esfuerzos sistemáticos, planificados y proactivos para mejorar el bienestar y el rendimiento de los empleados mediante buenas prácticas relacionadas con la mejora de las tareas, el ambiente social y la organización” (Salanova, 2008; p. 19)

El nacimiento de la Psicología Positiva y su aplicación al mundo del trabajo ha permitido identificar el capital psicológico positivo que se relaciona con el éxito profesional, resaltando la importancia de las emociones, las fortalezas personales, y las cualidades psicológicas positivas que mejoran el desarrollo de los empleados y de las organizaciones. Las primeras investigaciones en este campo revelaron que las fortalezas que tienen una influencia relevante en la mejora del desempeño laboral son: la autoeficacia, la esperanza, el optimismo y la resiliencia (Luthans & Youssef, 2004; Stanjovik, 2006), aunque hay evidencias de que existen otras que también son importantes, como por ejemplo, el Sentido del Humor (SH) (Batoool, Zubair & Batoool, 2014; Booth-Butterfield, Booth-Butterfield & Wanzer, 2007; Hughes & Avey, 2009; Hurren, 2006; Jáuregui & Fernández, 2008; Mesmer-Magnus, Glew & Viswesvaran, 2012; Mesmer-Magnus, Guidice, Andrews & Oechslein, 2018; Robert, Dunne, & Iun, 2015; Robert & Da Motta Veiga, 2017; Sun, Chen & Jiang, 2017; Wanzer, Booth-Butterfield & Booth-Butterfield, 2005).

La Psicología Positiva es un campo de estudio relativamente joven que a lo largo de 20 años ha generado un cuerpo de conocimientos avalados por evidencias empíricas. Una de sus principales contribuciones ha sido la clasificación de las fortalezas humanas presentadas en el manual *“Character Strengths and Virtues. A handbook and classification”* (Peterson & Seligman, 2004). Estos autores afirman que se pueden fomentar los mejores rasgos del carácter condensados en 24 fortalezas que comprenden el principio fundamental de la existencia humana, lo que abriría el camino hacia una vida psicológica óptima y un bienestar sostenible. Estas fortalezas son los aspectos psicológicos que transmiten ciertas virtudes o valores universales, los cuales han sido recopilados mediante el análisis de distintas sociedades culturas y épocas históricas (ver Tabla 1).

Tabla 1. Clasificación de las virtudes y fortalezas humanas (VIA Institute on Character, 2019)

Virtudes	Fortalezas
Sabiduría y conocimiento: Virtud cognitiva que implica la utilización y la adquisición del conocimiento.	1. Creatividad (originalidad): Pensar nuevas maneras de hacer las cosas. Creación artística y de otros tipos. 2. Curiosidad (interés por las novedades, apertura a nuevas experiencias): Tener interés por lo que pasa en otros lugares, explorar el mundo, descubrir temas nuevos. 3. Apertura mental (juicio crítico): Ser capaz de razonar sobre diversos temas y explorar todos sus detalles. Valorar cada posibilidad para no apresurarse en sacar conclusiones. Tener la capacidad de cambiar de opinión habiendo evaluado las evidencias. 4. Amor por el aprendizaje. Llegar a adquirir nuevas aptitudes, ideas y conocimientos, ya sea por sí mismo o por haberlo aprendido. Ir más allá de la curiosidad, tener interés por aumentar los conocimientos permanentemente. 5. Perspectiva: Capacidad para dar buenos consejos, lograr comprender la sociedad y ser capaz de ayudar a los demás a comprenderla también.
Coraje: Virtud emocional que implica mantener firme la voluntad para conseguir objetivos con cierto grado	6. Valentía: No desanimarse por las intimidaciones, peligros o daños. Tener la voluntad para defender una opinión o forma de pensar, aunque los demás no estén de acuerdo. Valor de tipo físico y también de tipo psicológico.

de dificultad externa o interna.	7. Perseverancia (constancia, firmeza y persistencia): Acabar las propias empresas. Emplear la tenacidad suficiente como para acabar lo que se empieza. Sentirse satisfecho por finalizar lo que se ha emprendido y encontrar satisfacción en ello. 8. Integridad (honestidad, dignidad): Decir siempre la verdad. Ser lo más auténtico y coherente posible; no ser deshonesto; afrontar las consecuencias negativas de los actos propios. 9. Vitalidad (fortaleza, brío, aliento): Enfrentarse a día a día con ganas y energía; empeñar en cada actividad todo lo mejor de uno mismo; enfrentarse a la vida intensamente; ser dinámico y activo.
Humanidad: Virtud interpersonal que hacer sentirse implicado y cercano con los demás.	10. Amor (sentirse amado y ser capaz de amar): Apreciar las buenas relaciones con los demás e implicarse en las mismas verdaderamente. Sentirse próximo a los otros. 11. Amabilidad (cordialidad, bondad, simpatía, generosidad, delicadeza): Cuidar y ayudar a los demás, haciendo cosas buenas por ellos. 12. Inteligencia social (inteligencia personal y emocional): Ser capaz de entender la forma de pensar de los demás y de uno mismo; comportarse de la manera más adecuada en diferentes situaciones sociales; entender la importancia de las cosas para los demás de forma empática.
Justicia: Virtud cívica que mejora la vida en comunidad.	13. Ciudadanía: (trabajo en grupo, responsabilidad social): Ser capaz de trabajar con otras personas y en la comunidad; pensar de manera grupal; realizar las actividades correspondientes dentro de un grupo. 14. Sentido de la justicia: Tratar a las personas equitativamente teniendo en cuenta los principios de igualdad y equidad; no dejar que los sentimientos personales sesguen las opiniones sobre otros; pensar que se deben dar las mismas oportunidades a todo el mundo. 15. Liderazgo: Tener la capacidad de mantener y mejorar las relaciones de las personas del grupo al que se pertenece; saber organizar eventos con un conjunto de personas de manera exitosa y placentera para todos.
Moderación: Virtud hace que no caigamos en excesos.	16. Capacidad de perdón o misericordia: Capacidad de olvidar lo malo que te han hecho los demás; entender que los otros pueden hacer

	algo mal y arrepentirse; creer en las segundas oportunidades; evitar la negatividad y los deseos de venganza. 17. Modestia, humildad: Hacer que los demás vean como somos por lo que hacemos, no por lo que decimos; no creerse mejor que los demás. 18. Prudencia (cautela, medida): Ser moderado cuando hay que tomar alguna decisión; no ser una persona temeraria ni arriesgarse innecesariamente. 19. Autocontrol, autorregulación: Practicar la templanza a la hora de pesar o actuar; ser una persona contenida; saber controlar las emociones y los impulsos propios.
Trascendencia: Virtud que busca dotar de significado a la vida y crear conexiones con el universo.	20. Apreciación de la belleza y la excelencia (asombro, fascinación): Saber ver y apreciar las cosas bellas y bien hechas en múltiples áreas de la vida en la vida cotidiana o en el arte, la naturaleza o la ciencia. 21. Gratitud: Saber mostrar agradecimiento por lo bueno que te pasa o por lo que hacen por ti; saber cómo mostrarte agradecido. 22. Esperanza (ilusión por el futuro, optimismo): Creer que te pueden pasar cosas buenas y esforzarte para que sucedan; pensar que el futuro es algo en lo que se puede influir de manera positiva. 23. Sentido del humor (capacidad para divertirse): Tener tendencia a estar alegre; sonreír frecuentemente; resaltar el lado bueno de la vida. 24. Espiritualidad (religiosidad, fe): Creer que hay razones universales o propósitos trascendentes en la existencia de uno mismo; pensar que la existencia de uno mismo se engloba dentro de una totalidad superior; creer que la vida tiene un significado que nos supera a nosotros mismos como individuos.

Si aplicamos los conocimientos de la Psicología Positiva a las organizaciones, podemos incrementar el bienestar en el trabajo, contribuir al desarrollo de las personas y las organizaciones, prevenir los riesgos laborales y conseguir los mejores resultados individuales y organizacionales (Turner, Barling & Zachartos, 2002).

No son pocas las investigaciones que han contribuido a que sea comúnmente aceptada la idea de que las emociones positivas tienen beneficios en el mundo laboral tanto a nivel

individual como organizacional. Por ejemplo, se ha comprobado que las emociones positivas influyen positivamente en el funcionamiento cardiovascular y en el sistema inmunológico (Salovey, Rothman, Detweiler & Steward, 2000) y disminuye la sintomatología física y ansiosa (Wong, Pituch & Rochlen, 2006). En lo que se refiere a los resultados organizacionales, también se ha constatado que los equipos de trabajo que utilizan frecuentemente expresiones motivacionales de ánimo que favorecen emociones positivas como la ilusión y el entusiasmo obtienen mayores cotas de productividad (Fredrickson & Losada, 2005). Estos son algunos de los resultados que apoyan la hipótesis del poder de las emociones positivas para favorecer el bienestar y el rendimiento, y prevenir el malestar y el fracaso.

Tal y como puede observarse en la Tabla 1, dentro de la virtud de trascendencia se encuentra el SH como una fortaleza humana cuyos efectos han sido analizados en diferentes contextos. Por ejemplo, en el contexto educativo se ha comprobado que mejora las relaciones sociales, la motivación, favorece la creatividad y amortigua los efectos del estrés (Fernández, 2014; Martin, 2008).

En el contexto laboral, se ha demostrado que cuando se emplea el SH en la relación entre empleados y supervisores, aumenta la receptividad de los empleados hacia las demandas de los supervisores, ya que el humor contribuye a disminuir las diferencias jerárquicas entre unos y otros (Gilbert & Witherside, 1988).

Por otra parte, también se ha comprobado que el SH es una forma acertada de expresar quejas por parte de los empleados ya que facilita la comunicación (Swartz, 1996), disminuye el conflicto y acerca posiciones (Rodríguez & Collinson, 1996).

Así mismo, Morrell (1991) destaca tres efectos positivos del uso del humor en el trabajo: 1) el incremento de la flexibilidad, entendida como aumento del pensamiento divergente y la tolerancia de lo novedoso, 2) mejora de las relaciones sociales y disminuye los conflictos entre compañeros, y 3) aumenta de la salud laboral.

Por su parte, McLean (1996) concluyó que el empleo del humor en el trabajo parece tener efectos preventivos con respecto al burnout y al estrés si es usado como estrategia de afrontamiento. Estos resultados también han sido respaldados por diversos autores que también han conseguido relacionar estas dos variables en sus resultados (Kuhlman, 1993; Weaver & Wilson, 1997; Brown & Keegan, 1999; Van-Wormer & Boes, 1997).

A pesar de todas estas investigaciones, no podemos establecer explicaciones concluyentes, ya que aún no contamos con evidencias sólidas y bien fundamentadas. Por ello, es necesario revisar la literatura científica, sistematizar y organizar los hallazgos de las investigaciones más recientes para poder plantear explicaciones más claras y conclusiones definitivas.

Por lo tanto, con el fin de seguir avanzando en la investigación en un área de estudio relativamente nueva, pero relevante para el mundo laboral, como es la aplicación del SH a las organizaciones como una fortaleza que puede mejorar los resultados individuales y organizacionales, se justifica la necesidad de estructurar la literatura científica más reciente en este campo. Así que, el principal objetivo de este trabajo es realizar una revisión teórica sistemática de los resultados obtenidos desde el año 2000 hasta el 2019 sobre la relación entre el SH y la SL en cualquier ámbito profesional, independientemente del contexto geográfico.

2. El sentido del humor: Concepto y medidas.

Hoy en día nos empeñamos en buscar evidencias científicas sobre la eficacia del uso del SH en muchos ámbitos, aunque desde hace siglos tenemos certeza de que simplemente funciona (Jáuregui, 2012). Además de estas suposiciones históricas, actualmente contamos con muchos estudios empíricos que avalan los efectos positivos del SH. En este apartado haremos un breve recorrido deteniéndonos en los principales autores que han abordado la definición del concepto, sus dimensiones y los instrumentos de medida de este constructo.

Con respecto a la definición, los inicios etimológicos sobre el concepto del SH los podemos encontrar en la Antigua Grecia. Hipócrates (s. IV a.c.) pensaba que la salud física estaba relacionada con el equilibrio entre humores o fluidos que el cuerpo humano tenía en su interior. Formas de expresión que actualmente perduran, como estar de “buen humor” o de “mal humor”, provienen de esa concepción del ser humano. Al padre de la medicina no sólo le debemos el origen de término, sino que además fue pionero en describir el primer estudio sobre la risa que se basa en la observación del caso de Ticón, un herido de flecha que presentaba risa compulsiva, lo que le llevó a la conclusión que en el pecho era donde se albergaba ese mecanismo fisiológico (cit. en Martin, 2008).

Sin embargo, los estudios sobre el humor no tuvieron interés desde el punto de vista psicológico hasta que Freud en 1905 escribió su libro titulado *El chiste y su relación con lo inconsciente*, donde se planteaba el humor como un recurso que servía a las personas de mecanismo de ajuste ante el excesivo gasto de energía emocional que suponía enfrentarse a un hecho traumático (cit. en Carretero, 2005).

Una de las primeras definiciones más precisas de este constructo fue la de Ruch (1998), quien hizo una distinción entre “humor” y “sentido de humor”. El primero hace referencia a una situación concreta que se califica como graciosa (una anécdota humorística), o a un material específico que se califica como humorístico (por ejemplo, un comic), mientras que el segundo se refiere a una cualidad individual estable en la persona.

Svebak (1974) define el SH como un rasgo de personalidad referido a la capacidad para reconocer y apreciar el humor. Este autor diseñó la *Sense of Humor Questionnaire (SHQ)*; Svebak, 1974) que evalúa las diferencias individuales en tres dimensiones:

- (1) Sensibilidad a los contenidos humorísticos y meta-mensajes: grado en que los individuos reconocen/perciben el humor en determinadas situaciones.
- (2) Actitud hacia el humor: grado en que los individuos disfrutan del humor.
- (3) Permisividad emocional: grado en que las personas expresan/suprimen la alegría.

Este instrumento está formado por 21 ítems con formato tipo Likert de 4 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 4= totalmente de acuerdo), y permite obtener una puntuación global y puntuaciones específicas de cada dimensión.

Ziv (1984) define el SH como la frecuencia y la intensidad de la risa o la capacidad de divertir a los demás. Partiendo de esta definición, desarrolló la *Test of the sociometry of humor* (Ziv, 1984), que evalúan las siguientes dimensiones:

- (1) Apreciación del humor: frecuencia e intensidad de la risa o la diversión.
- (2) Creatividad del humor: se relaciona con la capacidad de entretener a los demás.

Este cuestionario está formado por 14 ítems con una escala tipo Likert de 7 puntos (1=muy raramente, y 7=muy frecuentemente) y permite obtener tanto una puntuación global como una específica para cada dimensión.

Feingold (1983) define el SH como la habilidad de absorber, conocer y razonar humorísticamente. Para evaluarlo, construye el *Humor Perceptiveness Test (HPT)*; Feingold, 1983), Este instrumento tiene 32 ítems con bromas escritas donde hay partes omitidas en cada

una de ellas. Se completa rellenando estas partes y se contabilizan los ítems completados correctamente. A través del HPT se evalúan las siguientes dimensiones:

- (1) Identificar el humor: capacidad de absorber y retener el humor del medio ambiente.
- (2) Experiencia humorística: conocimiento del humor del individuo.
- (3) Uso del humor: utilización de las dos habilidades anteriores de forma práctica.

Dicho instrumento permite obtener una puntuación global y tres puntuaciones específicas, una para cada dimensión.

Martin & Lefcourt (1983) crearon una escala construida específicamente para un estudio del uso del humor como moderador del estrés. En ella, definen el SH como herramienta de afrontamiento ante situaciones estresantes. La *Coping Humor Scale* (CHS; Martin & Lefcourt, 1983) tiene 7 ítems y se responde con una escala tipo Likert de 4 puntos (1=totalmente en desacuerdo, y 4=totalmente de acuerdo). Permite obtener tanto una puntuación global.

Martin & Lefcourt (1984) definen el SH como: "la frecuencia con la que una persona sonríe, se ríe, o muestra diversión en una variedad de situaciones" (Martin & Lefcourt, 1984; p. 147). El *Situational Humor Response Questionnaire* (SHRQ; Martin & Lefcourt, 1984) tiene 21 ítems. En 18 de ellos se presentan breves descripciones de situaciones en las que se debe indicar el grado en el que el individuo respondería de forma alegre. En 3 de ellos se evalúa la importancia de tener amigos divertidos, la frecuencia de risas o sonrisas y el grado en el que sus expresiones de alegría varían a lo largo de determinadas situaciones. La puntuación final presenta de forma global.

Duncan (1984) define el SH como un tipo específico de comunicación que establece una relación de incongruencia o significado y se presenta de una manera que provoca la risa. El *Index of cohesiveness questionnaire* (Duncan, 1984) registra qué miembros del equipo de trabajo hacen bromas con más frecuencia y cuales son foco de ellas. Posteriormente se les asigna a esas personas unos roles concretos (amigos, seguidores, líderes o intérpretes) y por último se les puntúa en función de lo cercano que piense el sujeto que está de él dentro del grupo de trabajo. Está formado por 2 ítems con una escala tipo Likert de 5 puntos (1= muy poco cercano, y 5= muy cercano). En el resultado puede obtenerse una puntuación global.

Decker (1987) realiza una adaptación de la *Coping Humor Scale* de Martin & Lefcourt (1983), y desarrolla la *Occupational Coping Humor Scale* (OCHS; Decker, 1987) usando la misma conceptualización del SH que la original. Tiene un solo ítem y se responde con una

escala tipo Likert de 4 puntos (1=totalmente en desacuerdo, y 4=totalmente de acuerdo). Permite obtener una puntuación global.

Bizi, Keinan & Beit-Hallahmi (1988), definen el SH como una estrategia de afrontamiento que permite la ventilación de la emoción y el cambio en la percepción del medio ambiente. Las dos dimensiones que distingue son:

(1) Humor productivo versus el reactivo: el primero se refiere a contar chistes, hacer comentarios humorísticos y describir las cosas de una manera que provoca risa o sonrisa. El segundo se refiere a disfrutar de los chistes/comentarios humorísticos de otra persona y responder con una sonrisa/risa.

(2) Humor autodirigido *versus* dirigido a otros: el primero se refiere a casos en los que una persona se hace objetivo de los comentarios humorísticos, se ríe de sí mismo, o se describe a sí mismo humorísticamente de una manera que se retrata como débil o torpe. El segundo se refiere a burlarse de los demás, haciendo comentarios sarcásticos sobre ellos o describiéndolos humorísticamente.

Para evaluarlas, desarrollan el *Crew peer rating questionnaire* (Bizi et al., 1988) de estos autores tiene 80 ítems con formato de respuesta de verdadero o falso. Permite una puntuación global y dos puntuaciones específicas, una para cada dimensión.

Howell & Avolio (1988) definen el SH como la medida en la que un supervisor o un gerente, usa el humor positivo en un intercambio social, particularmente en el contexto de situaciones estresantes. El *Subordinate commitment questionnaire* (Howell & Avolio, 1988) tiene 26 preguntas con formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos (0= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). Permite obtener una puntuación global.

Booth-Butterford & Booth-Butterford (1991) definen el SH como la probabilidad de que una persona produzca mensajes humorísticos. Para evaluarlos, crearon el *Humor Orientation Scale (HOS)* (Booth-Butterford & Booth-Butterford, 1991) que tiene 17 ítems en formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos (0= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). Permite conocer una puntuación global.

Ellis (1991) define el SH una disposición, una perspectiva optimista o una tendencia a ver el lado divertido de la vida. Las dimensiones que distingue son:

(1) Humor étnico: se refiere a características de raza, etnia, regiones, profesiones, u otras subculturas.

- (2) Humor negro: es el humor relacionado con tragedias, como la guerra, la enfermedad, los campos de concentración, o países oprimidos.
- (3) Humor hostil: es el humor utilizado como queja, como expresión de ira, hostilidad y frustración.
- (4) Humor sexual: es el humor usado para abordar asuntos de una naturaleza sexual.
- (5) Humor payaso: es el humor usado como una exageración de una trama simplista como la de deslizarse en una cáscara de plátano o golpear a alguien sobre el cabeza.
- (6) Humor de juegos de palabras: es el tipo de humor de las bromas verbales, charlas graciosas que proporcionan una sensación de familiaridad sin ofender y que surge fácilmente.

El *Ellis Humor Instrument* (EHI; Ellis, 1991) tiene 16 ítems en formato de respuesta tipo Likert de 4 puntos (0= totalmente en desacuerdo, y 4= totalmente de acuerdo). Esta prueba permite obtener una puntuación global y seis específicas para cada una de sus dimensiones.

Thorson & Powell (1993) definen el SH como “una forma de mirar el mundo; es un estilo, un medio de autoprotección y de llevarse bien” (Thorson & Powell, 1993; p. 13). Las dimensiones que distingue son:

- (1) La producción y usos sociales del humor: capacidad de crear humor.
- (2) El humor de afrontamiento: humor adaptativo ante situaciones adversas.
- (3) La apreciación del humor: valorar la el humor en el entorno.
- (4) Las actitudes hacia el humor: receptividad hacia el SH.

La *Multidimensional Sense of Humor Scale* (MSHS; Thorson & Powell, 1993) está formada por 24 ítems con formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (0= totalmente en desacuerdo, y 5= totalmente de acuerdo). Permite obtener una puntuación global y cuatro específicas, una para cada dimensión.

Craik, Lampert & Nelson (1996) definen el SH como una cualidad general que alcanza a la totalidad de la persona independientemente de cualquier conjunto particular de comportamientos. Las dimensiones que distinguen son:

- (1) Socialmente cálido versus frío: tiene en cuenta a los demás o no lo tiene.
- (2) Reflexivo versus grosero: utiliza un lenguaje respetuoso o no lo utiliza.
- (3) Competente versus incompetente: el estilo humorístico es elaborado o no lo es.
- (4) Terrenal versus reprimido: el humor es más o menos cuidadoso.
- (5) Benigno versus mezquino: es estilo es más o menos agresivo.

El *Humorous Behavior Q-sort Deck* (HBQD; Craik et al., 1996) tiene 100 ítems, con formato de respuesta tipo Likert de 9 puntos (0= poco característico, y 9= muy característico). Permite obtener una puntuación global y cinco específicas, una para cada dimensión.

Morkes, Kernal & Nass (1999) definen el SH como la cualidad de ser "gracioso, ingenioso, entretenido, creativo y juguetón" (Morkes et al., 1999; p. 408). Distingue entre 9 dimensiones, las 4 primeras actitudinales y las 5 restantes comportamentales:

- (1) Humor
- (2) Simpatía
- (3) Cooperación
- (4) Similitud
- (5) Respuesta alegre
- (6) Bromas
- (7) Sociabilidad
- (8) Tiempo de tarea
- (9) Esfuerzo

El *Actitudinal and behavioral perceptions questionnaire* (Morkes et al. 1999) presenta una lista de adjetivos que permite calificar como describen a otras personas en una escala tipo Likert de 10 puntos (1=muy pobremente, y 10=muy bien). Las 3 primeras dimensiones comportamentales son evaluadas con la observación del número de apariciones de conductas como, risas y sonrisas, bromas del evaluado o número de comentarios sociales. El tiempo de tarea es evaluado con la diferencia entre el tiempo real y estimado de respuesta al cuestionario y el esfuerzo con la cantidad de argumentos descritos por el evaluado en unas respuestas escritas. Permite obtener una puntuación global y 9 específicas para cada una de sus dimensiones.

Decker & Rotondo (2001) definen el SH como "algo que incluye aspectos de un rasgo o característica (es decir, ser una persona graciosa) y en un determinado intercambio social (por lo que, algo no es gracioso hasta que la audiencia no lo percibe así)" (Decker & Rotondo, 2001; p. 452). La *Positive Supervisor Humor Scale (PSHS)*; Decker & Rotondo, 2001) tiene 5 ítems en formato de respuesta bipolar (totalmente de acuerdo o totalmente en desacuerdo). Puede obtenerse una puntuación global.

Para Hurren (2001) el SH se define como "cualquier mensaje, verbal o no verbal, que es comunicado por el [remitente] y evoca sentimientos de diversión positiva en el participante"

(Hurren, 2001; p. 443). El *Principals' frequency of humor use* (Hurren, 2001) se completa indicando el número de veces que el emisor usa el humor, de acuerdo con la definición, en diferentes situaciones durante su jornada de trabajo (en general, en reuniones de 2 personas, en reuniones de 3 a 10 personas y en situaciones cotidianas con variedad de audiencias). Puede obtenerse una puntuación global.

Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray & Weir (2003) diferencian entre dos tipos de humor: positivo/beneficioso (mejora a uno mismo o mejora las relaciones con los demás) y humor negativo/perjudicial (empeora a uno mismo o a las relaciones con los demás).

El primero está compuesto de dos dimensiones:

- (1) humor afiliativo: es el uso del humor para divertir a otros.
- (2) humor de afrontamiento: humor que sirve para la toma de perspectiva o regulación de emociones y mecanismo de defensa.

El segundo está definido por otras dos dimensiones:

- (1) humor autodestructivo: el sarcasmo, las burlas, desprecio, humor para manipular o amenazar.
- (2) humor agresivo: es el desprecio excesivo, intentos de divertir a los demás a costa de uno mismo.

Para evaluar las cuatro dimensiones del SH, Martin et al. (2003) diseñaron el *Humor Styles Questionnaire* (HSQ; Martin et al., 2003), que es una medida de autoinforme compuesta por 32 ítems con formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos (1=totalmente diferente a mí; 7=totalmente igual a mí). Dicho cuestionario permite tanto una puntuación global del SH como una puntuación específica para cada una de las dimensiones que lo definen.

Bowling, Beehr, Johnson, Semmer, Hendricks & Webster (2004) definen el SH como generación humorística que proporciona comportamientos de impacto positivo en el soporte social. Para medirlo diseñaron la *Sense of Humor Scale* (SHS; Bowling et al., 2004) que está compuesta por 5 ítems, uno de ellos proveniente de la *Multidimensional Sense of Humor Scale* (MSHS; Thorson & Powell, 1993) y los otros cuatro fueron creados por Bowling. El formato de respuesta es con escala tipo Likert de 7 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). En el resultado puede obtenerse una puntuación global.

Para terminar, Ogunalana, Niwawate, Quang & Thang (2006) definen el SH como algo divertido e incongruente, basado en la percepción de la audiencia. Para medirlo crearon el *Engineers' frequency of humor usage* (Ogunalana et al. 2006) se divide en dos versiones, la

primera para los ingenieros y el segundo para los capataces. Tiene 10 ítems que se completan indicando la frecuencia con la que el emisor usa el humor en diferentes situaciones. El formato de respuesta es tipo Likert de 5 puntos (1=nunca, y 5=muy frecuentemente) y permite conocer una puntuación global únicamente en cada una de las versiones.

En la Tabla 2 se resumen las principales definiciones del SH y sus correspondientes instrumentos de medida.

Tabla 2. Principales autores, conceptos, instrumentos de medida y dimensiones del sentido del humor.

Autor	Conceptualización	Instrumentos	Dimensionalidad
Svebak (1974)	Rasgo de personalidad: capacidad para reconocer y apreciar el SH	Sense of Humor Questionnaire (SHQ)	(1) Sensibilidad a los contenidos humorísticos y meta-mensajes (2) Actitud hacia personas y situaciones humorísticas (3) Permisividad emocional
Feingold (1983)	Habilidad de absorber, conocer y razonar humorísticamente.	Humor Perceptiveness Test (HPT)	(1) Identificar el humor (2) Experiencia humorística (3) Uso del humor
Martin & Lefcourt (1983)	El SH es una estrategia de afrontamiento ante el estrés.	Coping Humor Scale (CHS)	Concepto unidimensional
Duncan (1984)	Comunicación que establece una relación de incongruencia y se presenta de una manera que provoca la risa.	Index of cohesiveness questionnaire	Concepto unidimensional
Martin & Lefcourt (1984)	La frecuencia con la que una persona sonríe, se ríe, o muestra alegría en diversas situaciones.	Situational Humor Response Questionnaire (SHRQ)	Concepto unidimensional
Ziv (1984)	La frecuencia y la intensidad de la risa o la capacidad de divertir a los demás.	Test of the sociometry of humor	(1) Apreciación del humor (2) Creatividad del humor
Decker (1987)	El humor de afrontamiento adaptado al ámbito ocupacional es una adaptación de la estrategia de respuesta ante el estrés.	Occupational Coping Humor Scale (OCHS)	Concepto unidimensional
Bizi et al. (1988)	Estrategia de afrontamiento que permite el cambio en la percepción del medio.	Crew peer rating questionnaire	(1) Humor productivo <i>versus</i> Humor reactivo (2) Humor autodirigido <i>versus</i> Humor dirigido a otros.
Howell & Avolio (1988)	Humor positivo usado en intercambios sociales, particularmente en situaciones estresantes.	Subordinate commitment questionnaire	Concepto unidimensional

Booth-Butterford & Booth-Butterford (1991)	Probabilidad de que una persona produzca mensajes humorísticos como chistes y cuentos divertidos.	Humor Orientation Scale (HOS)	Concepto unidimensional
Ellis (1991)	Una disposición, perspectiva optimista o tendencia a ver el lado divertido de la vida.	Ellis Humor Instrument (EHI)	(1) Humor étnico (2) Humor negro (3) Humor hostil (4) Humor sexual (5) Humor payaso (6) Humor de juegos de palabras.
Thorson & Powell (1993)	Forma de mirar el mundo, medio de autoprotección y de llevarse bien.	Multidimensional Sense of Humor Scale (MSHS)	(1) Producción de humor y los usos sociales del humor (2) Humor de afrontamiento / humor adaptativo (3) Apreciación del humor (4) Actitudes hacia el humor.
Craik et al. (1996)	Cualidad general que alcanza a la totalidad de la persona independientemente de cualquier conjunto particular de comportamientos.	Sense of Humor Index (SHI)	(1) Humor socialmente cálido <i>versus</i> frío (2) Humor reflexivo <i>versus</i> grosero (3) Humor competente <i>versus</i> inepto (4) Humor terrenal <i>versus</i> reprimido (5) Humor benigno <i>versus</i> mezquino
Morkes et al. (1999)	Cualidad de ser gracioso, ingenioso, entretenido, creativo y juguetón.	Actitudinal and behavioral perceptions questionnaire	(1) Humor (2) Simpatía (3) Cooperación (4) Similitud (5) Respuesta alegre (6) Bromas (7) Sociabilidad (8) Tiempo de tarea (9) Esfuerzo
Decker & Rotondo (2001)	Rasgo o característica (ser una persona graciosa) e intercambio social (la audiencia no lo percibe así).	Positive Supervisor Humor Scale (PSHS)	Concepto unidimensional

Hurren (2001)	Cualquier mensaje, verbal o no verbal que evoca sentimientos de diversión.	Principals' frequency of humor use	Concepto unidimensional
Martin et al. (2003)	Rasgo de personalidad que varía a lo largo de una doble tipología: (A) positiva y (B) negativa.	Humor Styles Questionnaire (HSQ)	(1) Humor afiliativo. (2) Humor de afrontamiento. (3) Humor autodestructivo. (4) Humor agresivo.
Bowling et al. (2004)	Generación humorística que proporciona comportamientos de impacto positivo en el soporte social.	Sense of Humor Scale (SHS)	Concepto unidimensional
Ogunalana et al. (2006)	Es una incongruencia basada en la percepción de la audiencia.	Engineers' frequency of humor usage	Concepto unidimensional

3. La satisfacción laboral: Concepto y medidas.

Uno de los antecedentes más relevantes en el campo de la Satisfacción Laboral (SL) es Locke (1976). Según este autor, la SL hace referencia al resultado de la evaluación que hace un individuo de su puesto de trabajo en función de sus propios valores. Si de este proceso resulta una respuesta emocional positiva decimos que existe SL, y si la respuesta emocional es negativa, insatisfacción. Por lo tanto, estamos hablando de un sentimiento de dicha, agrado o felicidad que experimenta la persona en relación con sus tareas laborales. Este sentimiento puede ser global, incluyendo todas las particularidades de su trabajo o solo a algunas facetas del mismo. Así distinguiríamos entre SL general y/o específica. Por ejemplo, una persona puede estar satisfecha con las relaciones establecidas con sus compañeros durante de trabajo, pero no con su salario (Caballero, 2002).

Por esto, el hecho de estar más o menos satisfecho con su puesto hará que surjan en el trabajador emociones y sentimientos que darán lugar a conductas que, a su vez formarán actitudes. De esta forma, Weinert (1987) afirma:

En este caso las reacciones y sentimientos del colaborador que trabaja en la organización frente a su situación laboral se consideran, por lo general, como actitudes. Sus aspectos afectivos y cognitivos, así como sus disposiciones de conducta frente al trabajo, al entorno laboral, a los colaboradores, a los superiores y al conjunto de la organización son los que despiertan mayor interés (la satisfacción en el trabajo como reacciones, sensaciones y sentimientos de un miembro de la organización frente a su trabajo) (Weinert, 1987; p. 298)

Por su parte, Robbins (1996) también habla de actitud al referirse a los sentimientos, positivos o negativos, con respecto a las emociones que experimenta una persona por su trabajo: “Una persona con un alto nivel de satisfacción en el puesto tiene actitudes positivas hacia el mismo; una persona que está insatisfecha con su puesto tiene actitudes negativas hacia él” (Robbins, 1996; p.181).

Existen diferentes enfoques en el estudio de la SL. Podemos distinguir entre los afectivos (donde se pide al empleado que exprese su nivel de satisfacción general en su trabajo), los cognitivos (donde se le pide al empleado su grado de satisfacción en función de una serie de atributos), los situacionales (centrados en las características de la situación), y los disposicionales (centrados en las características del individuo). Sobre estos últimos hemos de decir que no miden directamente la SL, sino que miden rasgos de personalidad que, según los

presupuestos del enfoque, acaban influyendo de una manera u otra en la SL de forma indirecta, por lo que no son de nuestro interés de cara al análisis en nuestro trabajo.

Existe un número considerable de autores que han contribuido a conceptualizar y cuantificar la SL, lo que ha tenido como consecuencia múltiples definiciones e instrumentos de medida. Los instrumentos utilizados están condicionados por el enfoque o perspectiva usado en la búsqueda de los determinantes del concepto, es decir, dependiendo de los presupuestos de partida se han diseñado diferentes escalas que evalúan distintas dimensiones de la SL (en caso de adoptar una perspectiva multidimensional) y/o la SL general (en caso de adoptar una perspectiva unidimensional).

Por ejemplo, Weiss, Dawis & England (1967) definen la SL del empleado como el grado de satisfacción de los diferentes aspectos de su trabajo con respecto a la recompensa que recibe. Las dimensiones que distingue son 20:

- | | |
|----------------------------|---|
| (1) Uso de habilidades. | (12) Reconocimiento. |
| (2) Logro. | (13) Responsabilidad. |
| (3) Actividad. | (14) Seguridad. |
| (4) Avance. | (15) Estatus social. |
| (5) Autoridad. | (16) Servicio a la sociedad. |
| (6) Política empresarial. | (17) Relaciones personales con el supervisor. |
| (7) Compensación. | (18) Supervisión técnica. |
| (8) Compañeros de trabajo. | (19) Variedad. |
| (9) Creatividad. | (20) Condiciones laborales. |
| (10) Independencia | |
| (11) Valores morales. | |

Para evaluar estas 20 dimensiones del SL, estos autores diseñaron el *Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ)*; Weiss et al., 1967), que es una medida compuesta por 100 ítems, con formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1= insatisfecho, y 5= totalmente satisfecho). Dicho cuestionario permite tanto una puntuación global del SL como una puntuación específica para cada una de las dimensiones que la definen.

Smith, Kendall & Hulin (1969) definen la SL como “los sentimientos que un trabajador tiene hacia su empleo” (p. 100). Las dimensiones que distinguen son:

- (1) Satisfacción con la supervisión: grado de satisfacción con los supervisores del trabajo.

- (2) Compañeros de trabajo: actitud de los compañeros de trabajo con uno mismo.
- (3) Sueldo: relación entre salario y cantidad de trabajo.
- (4) Oportunidades de promoción: posibilidad de ser ascendido en la carrera profesional.
- (5) Trabajo en sí mismo: medida en la que el trabajo se desempeña proporciona satisfacciones al trabajador.

Para medir las dimensiones anteriores estos autores desarrollan *el Job Description Index* (JDI; Smith et al., 1969) que tiene 72 ítems con formulados en forma de frases o adjetivos que se responden con “sí”, “no” o “?”. Permite obtener una puntuación global y una específica por cada dimensión.

Gibson, Weiss, Dawis, & Lofquist, (1970) definen la SL como la satisfacción que le supone desempeñar su propio trabajo al trabajador. Las dimensiones que distinguen son:

- (1) Desempeño
- (2) Conformidad
- (3) Confianza
- (4) Ajuste personal
- (5) Satisfacción general

Para evaluar estas dimensiones de SL desarrollan el *Minnesota Satisfactoriness Scales* (MSS; Gibson et al., 1970) que está formado por 28 ítems con una escala tipo Likert de 3 puntos (1= no tan bien, y 3= mejor). En el resultado puede obtenerse una puntuación global y una puntuación específica para cada dimensión.

Lawler, Cammann, Nadler & Jenkins (1975) definen la SL como la valoración de los pensamientos y sentimientos que una persona tiene hacia su trabajo. Para evaluarla desarrollan el *Michigan Organizational Questionnaire. Job Satisfaction Subscale* (MOAQ-JSS; Lawler et al., 1975) que está formado por 3 ítems con una escala tipo Likert de 7 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). En el resultado solo puede obtenerse una puntuación global.

Weiss, Dawis & England (1977) definen la SL del empleado como el grado de satisfacción de los diferentes aspectos de su trabajo con respecto a la recompensa que recibe. Las dimensiones que distinguen son:

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| (1) Uso de habilidades | (4) Avance |
| (2) Logro | (5) Autoridad |
| (3) Actividad | (6) Política empresarial |

- | | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| (7) Compensación | (15) Servicio social |
| (8) Compañeros de trabajo | (16) Estatus social |
| (9) Creatividad | (17) Supervisión de recursos humanos |
| (10) Independencia | (18) Supervisión técnica |
| (11) Valores morales | (19) Variedad |
| (12) Reconocimiento | (20) Condiciones de trabajo |
| (13) Responsabilidad | |
| (14) Seguridad | |

Para evaluar estas nuevas dimensiones de SL desarrollan la segunda versión del *Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ)*; Weiss et al., 1977), que es una medida compuesta por 100 ítems, con formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1= muy insatisfecho, y 5= muy satisfecho). Dicho cuestionario permite tanto una puntuación global del SL como una puntuación específica para cada una de las dimensiones que la definen.

Spector (1985) en su cuestionario adaptado al sector de los Servicios Sociales, define la SL como evaluación que hace una persona de su trabajo en función del propio rendimiento y las respuestas de los clientes. Las dimensiones que distingue son:

- (1) Salario
- (2) Promoción
- (3) Supervisión
- (4) Beneficios
- (5) Recompensas contingentes
- (6) Procedimientos operativos
- (7) Compañeros de trabajo
- (8) Naturaleza del trabajo
- (9) Comunicación

Para evaluar estas dimensiones de SL desarrollan el *Job Satisfaction Survey (JSS)*; Spector, 1985) que está formado por 36 ítems con una escala tipo Likert de 6 puntos (1= en desacuerdo, y 6= muy de acuerdo). En el resultado puede obtenerse una puntuación global y puntuaciones específicas para cada dimensión.

Meliá, Peiró & Calatallud (1986) definen la SL como el Grado de satisfacción completa, global y específica, teniendo en cuenta los aspectos propios de la vida organizacional de la empresa. Las dimensiones que distingue son:

- (1) Satisfacción con la supervisión y la participación en la organización.
- (2) Satisfacción con el ambiente físico de trabajo.
- (3) Satisfacción con las prestaciones materiales y recompensas complementarias.
- (4) Satisfacción intrínseca del trabajo.
- (5) Satisfacción con la remuneración y las prestaciones básicas.
- (6) Satisfacción con las relaciones interpersonales.

Estos autores desarrollan el *Cuestionario General de Satisfacción en Organizaciones Laborales S4/82* (Meliá, Peiró & Calatallud, 1986) que está formado por 82 ítems con una escala tipo Likert de 7 puntos (1= muy satisfecho, y 7= muy insatisfecho). En el resultado puede obtenerse tanto una puntuación global del SL como una puntuación específica para cada una de las dimensiones que la definen.

Campion (1988) define la SL como la relación entre expectativas uniformes que el trabajador supone y patrones de respuesta apropiados por parte de sus supervisores. Son cuatro las dimensiones que evalúa:

- (1) Motivacional: comprende el enriquecimiento del empleo, las perspectivas del empleo, la motivación intrínseca del trabajo y los sistemas sociotécnicos
- (2) Mecanicista: especialización de tareas, la simplificación de habilidades y la repetición
- (3) Biológico: se centra en los requisitos de las tareas físicas y los factores ambientales como ruido o temperatura
- (4) Perceptual-motor: se ocupa del diseño de puestos de trabajo que se ajusten a las limitaciones mentales y físicas de los trabajadores.

En su *Multimethod Job Design Questionnaire (MJDQ)* (Campion, 1988), mide la SL con 48 ítems en formato de respuesta de sí o no y permiten obtener una puntuación global y otra específica por cada una de las categorías anteriormente mencionadas.

Meliá & Peiró (1989a) en su nueva versión de su instrumento, definen la SL como el grado de satisfacción completa, global y específica, teniendo en cuenta los aspectos propios de la vida organizacional de la empresa. Las dimensiones que distinguen son:

- (1) Satisfacción con la supervisión: grado de satisfacción con el estilo de supervisión por parte de los superiores
- (2) Satisfacción con el ambiente físico: grado de satisfacción con el lugar de trabajo y su espacio físico

(3) Satisfacción con las prestaciones recibidas: grado de satisfacción con el sueldo recibido y las prestaciones laborales

Estos autores desarrollan el *Cuestionario de Satisfacción Laboral S10/12* (Meliá & Peiró, 1989) que está formado por 12 ítems con una escala tipo Likert de 7 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). En el resultado puede obtenerse una puntuación global y tres puntuaciones específicas, una para cada dimensión.

Meliá & Peiró (1989b) en su última versión de su instrumento, definen la SL como el grado de satisfacción de un trabajador con cada uno de los siguientes aspectos de su trabajo. Las dimensiones que distingue son:

- (1) Satisfacción con la supervisión.
- (2) Satisfacción con el ambiente físico.
- (3) Satisfacción con las prestaciones recibidas.
- (4) Satisfacción intrínseca del trabajo.
- (5) Satisfacción con la participación.

Estos autores desarrollan el *Cuestionario de Satisfacción Laboral S20/23* (Meliá & Peiró, 1989b) que está formado por 23 ítems con una escala tipo Likert de 7 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). En el resultado puede obtenerse una puntuación global y cinco puntuaciones específicas, una para cada dimensión.

Beehr, Glaser, Beehr, Beehr, Wallwey, Erofeev & Canali (2006) definen la SL como la evaluación que hace un trabajador de las diferentes facetas de su trabajo. Las dimensiones que distinguen son:

- (1) Trabajo en sí mismo
- (2) Supervisión
- (3) Compañeros de trabajo
- (4) Salario
- (5) Oportunidades de promoción

Para evaluar estas dimensiones de SL desarrollan el *Facet satisfaction Scale (FSS;* Beehr et al., 2006) que está formado por 25 ítems con una escala tipo Likert de 7 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 7= totalmente de acuerdo). En el resultado puede obtenerse una puntuación global y puntuaciones específicas para cada dimensión.

Morgeson & Humphrey (2006) definen la SL como valoración de las características intrínsecas y extrínsecas al puesto de trabajo. Distinguen entre las características del trabajo dos factores intrínsecos (1 y 2) y dos extrínsecos (3 y 4):

- (1) Tarea: se refiere a las acciones propias del puesto.
- (2) Conocimiento: son las habilidades necesarias para desempeñar las tareas.
- (3) Medio social: es el entorno social externo donde se inserta el empleo.
- (4) Contexto de trabajo: tiene que ver con el tipo de ambiente laboral que se tiene en el puesto de trabajo.

El *Work Design Questionnaire (WDQ)* (Morgeson & Humphrey, 2006) tiene 77 ítems en formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 5= totalmente de acuerdo). En el resultado puede obtenerse una puntuación global y cuatro puntuaciones específicas, una para cada dimensión.

Kristensen & Westergaard-Nielsen (2007) definen la SL como bienestar general de un trabajador en su empleo. Para evaluarla desarrollan el *Cross-country job satisfaction* (Kristensen & Westergaard-Nielsen, 2007) que está formado por 75 ítems con una escala tipo Likert de 10 puntos (1= muy insatisfecho, y 10= muy satisfecho). En el resultado puede obtenerse una puntuación global únicamente.

Thompson & Phua (2012) define la SL como la estimación unitaria centrada en la sensación general que se tiene sobre el propio trabajo. Estos autores desarrollaron el *Brief Index of Affective Job Satisfaction (BIAJS)* (Thompson & Phua, 2012) que está formado por 4 ítems en formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (1= totalmente en desacuerdo, y 5= totalmente de acuerdo). Sólo permite conocer una puntuación global.

En la Tabla 3 se resumen las principales definiciones e instrumentos de medida de la SL.

Tabla 3. Principales autores, conceptos, instrumentos de medida y dimensiones de la satisfacción laboral.

Autor	Conceptualización	Instrumentos	Dimensionalidad
Weiss et al. (1967)	Grado de satisfacción de los diferentes aspectos de su trabajo con respecto a la recompensa que recibe.	Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ)	(1) Uso de habilidades (2) Logro (3) Actividad (4) Avance (5) Autoridad (6) Política empresarial (7) Compensación (8) Compañeros de trabajo (9) Creatividad (10) Independencia (11) Valores morales (12) Reconocimiento (13) Responsabilidad (14) Seguridad (15) Estatus social (16) Servicio a la sociedad (17) Relaciones personales con el supervisor (18) Supervisión técnica (19) Variedad (20) Condiciones laborales
Smith et al. (1969)	Los sentimientos que tiene un trabajador hacia su propio empleo.	Job Description Index. (JDI)	(1) Satisfacción con la supervisión (2) Compañeros de trabajo (3) Sueldo (4) Oportunidades de promoción (5) Trabajo en sí mismo
Gibson et al. (1970)	La satisfacción que le supone desempeñar su propio trabajo al trabajador.	Minnesota Satisfactoriness Scales (MSS)	(1) Desempeño (2) Conformidad (3) Confianza (4) Ajuste personal (5) Satisfacción general

Lawler et al. (1979)	Valoración de los pensamientos y sentimientos que una persona tiene hacia su trabajo.	Michigan Organizational Questionnaire. Job Satisfaction Subscale (MOAQ-JSS)	Concepto unidimensional
Weiss et al. (1977)	Grado de satisfacción de los diferentes aspectos de su trabajo con respecto a la recompensa que recibe.	Segunda versión del Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ)	(1) Uso de habilidades (2) Logro (3) Actividad (4) Avance (5) Autoridad (6) Política empresarial (7) Compensación (8) Compañeros de trabajo (9) Creatividad (10) Independencia (11) Valores morales (12) Reconocimiento (13) Responsabilidad (14) Seguridad (15) Servicio social (16) Estatus social (17) Supervisión de recursos humanos (18) Supervisión técnica (19) Variedad (20) Condiciones de trabajo
Spector (1985)	Evaluación que hace una persona de su trabajo en función del propio rendimiento y las respuestas de los clientes.	Job Satisfaction Survey (JSS)	(1) Salario (2) Promoción (3) Supervisión (4) Beneficios (5) Recompensas contingentes (6) Procedimientos operativos (7) Compañeros de trabajo (8) Naturaleza del trabajo (9) Comunicación

Meliá et al. (1986)	Grado de satisfacción completa, global y específica, teniendo en cuenta los aspectos propios de la vida organizacional de la empresa.	Cuestionario General de Satisfacción en Organizaciones Laborales S4/82	(1) Satisfacción con la supervisión y la participación en la organización (2) Satisfacción con el ambiente físico de trabajo (3) Satisfacción con las prestaciones materiales y recompensas complementarias (4) Satisfacción intrínseca del trabajo (5) Satisfacción con la remuneración y las prestaciones básicas (6) Satisfacción con las relaciones interpersonales.
Campion (1988)	Relación entre expectativas uniformes que el trabajador supone y patrones de respuesta apropiados por parte de sus supervisores.	Multimethod Job Design Questionnaire	(1) Motivacional (2) Mecanicista (3) Biológico (4) Perceptual-motor
Meliá & Peiró (1989a)	Grado de satisfacción completa, global y específica, teniendo en cuenta los aspectos propios de la vida organizacional de la empresa.	Cuestionario de Satisfacción Laboral S10/12	(1) Satisfacción con la supervisión (2) Satisfacción con el ambiente físico (3) Satisfacción con las prestaciones recibidas
Meliá & Peiró (1989b)	Grado de satisfacción completa, global y específica, teniendo en cuenta los aspectos propios de la vida organizacional de la empresa.	Cuestionario de Satisfacción Laboral S20/23	(1) Satisfacción con la supervisión (2) Satisfacción con el ambiente físico (3) Satisfacción con las prestaciones recibidas (4) Satisfacción intrínseca del trabajo (5) Satisfacción con la participación
Beehr et al. (2006)	Evaluación que hace un trabajador de las diferentes facetas de su trabajo.	Facet Satisfaction Scale (FSS)	(1) Trabajo de uno mismo (2) Supervisión (3) Compañeros de trabajo (4) Salario (5) Oportunidades de promoción

Morgeson & Humphrey (2006)	Valoración de las características intrínsecas y extrínsecas al puesto de trabajo.	Work Design Questionnaire (WDQ)	(1) De la tarea (2) Del conocimiento (3) Del medio social (4) Del contexto de trabajo
Kristensen & Westergaard-Nielsen (2007)	Bienestar general de un trabajador en su empleo.	Cross-country job satisfaction	Concepto unidimensional
Thompson & Phua (2012)	Estimación unitaria centrada en la sensación general que se tiene sobre el propio trabajo.	Brief Index of Affective Job Satisfaction.	Concepto unidimensional

4. Relación entre sentido del humor y satisfacción laboral: una revisión sistemática.

A pesar de la escasez de estudios encontrados antes de esta revisión sobre la relación entre el SH y la SL, ha de decirse que los resultados encontrados son esperanzadores.

En el trabajo de Graham, West & Schaller (1992) sobre los comportamientos de competencia, inmediatez y SH en profesores se constató una relación positiva significativa entre la SL y SH, y una influencia directa del segundo en la primera.

Si nos centramos en los estudios con muestras de trabajadores, las investigaciones se basan en los efectos del humor en cuatro resultados individuales: agotamiento, estrés, SL y estados de salud. Los efectos del humor en tales resultados fueron calificados positivamente en dos de esas variables ya que los sujetos proporcionaban mejores resultados en SL y salud general, por la mejora de la calidad de las redes de apoyo social (Martin, 2001).

En otros estudios con muestras similares, los resultados mostraron que los trabajadores que puntuaban alto en SH de afrontamiento ante situaciones estresantes, lo hacían a la vez en SL con su puesto de trabajo (Moya, Lores, Luelmo, Edo, Ibáñez & Ruipérez, 2002)

Por otro lado, en los estudios relacionados con los supervisores o jefes de empresas, el SH del líder se correlaciona con muchos de los resultados del desempeño de los empleados. Por ejemplo, el humor de los supervisores fue relacionado positivamente con la reducción del absentismo, el aumento de la SL y el compromiso organizacional (Mesmer-Magnus et al. 2012).

Por todo ello, parecen existir dos razones fundamentales por las que podemos decir que el humor es importante en el entorno laboral y aumenta la SL: es positivo para el empleado y es positivo para la empresa. En los trabajadores amortigua el estrés y eleva la SL porque mejora las relaciones con compañeros y jefes. En las empresas aumenta la productividad ya que la SL en el trabajo es mayor.

5. Metodología.

Con la intención de evitar sesgos y errores en el proceso de selección, estimación y resumen de los estudios verdaderamente significativos sobre el asunto en cuestión, en la elaboración del presente trabajo se ha utilizado la metodología de la revisión sistemática de información (Goodman, 1996). Por otro lado, ya que nuestro objetivo es presentar de forma concisa las investigaciones más recientes sobre la relación entre el uso del SH en el trabajo y la

SL, analizando si dicha relación es directa y/o indirecta. Para orientarnos durante el proceso de elección y exploración de estudios partimos de las siguientes preguntas: según la literatura científica reciente, ¿qué relación existe entre el SH, como cualidad humana, y la satisfacción de las personas en sus entornos del trabajo? ¿existen variables mediadoras en esta relación?

5.1. Estrategias de búsqueda y selección de trabajos

Las búsquedas se realizaron durante los meses de marzo y abril de 2019, en bases de datos bibliográficas de Psicología, Ciencias biomédicas y multidisciplinarias, así como en la plataforma de búsqueda ProQuest y el metabuscador de SCOPUS. Las bases de datos electrónicas utilizadas fueron MEDLINE, ProQuest Dissertations & Theses A&I, Psychology Database, PsycARTICLES, PsycINFO y SCOPUS.

Los criterios utilizados para seleccionar los trabajos a tener en cuenta fueron: que estuviesen disponibles a texto completo, que hubiesen sido revisados por expertos y que hubieran sido publicados entre el 1 de enero de 2000 y el 1 de mayo de 2019.

Por otro lado, también se ha considerado necesario para garantizar la exhaustividad, que fueran estudios empíricos o revisiones sistemáticas publicadas en revistas científicas, o tesis doctorales.

Por último, que incluyeran las siguientes palabras clave: (humor O sentido del humor) Y (satisfacción laboral) / (*humor OR humour OR sense of humor*) AND (*job satisfaction*).

Los idiomas de búsqueda han sido inglés, español, alemán, francés e italiano, descartando los trabajos en otro idioma y se excluyeron los estudios que no estaban directamente relacionados con los términos de búsqueda anteriormente descritos, además de los que no analizaban la relación entre estos dos constructos.

5.2. Criterios de inclusión de trabajos

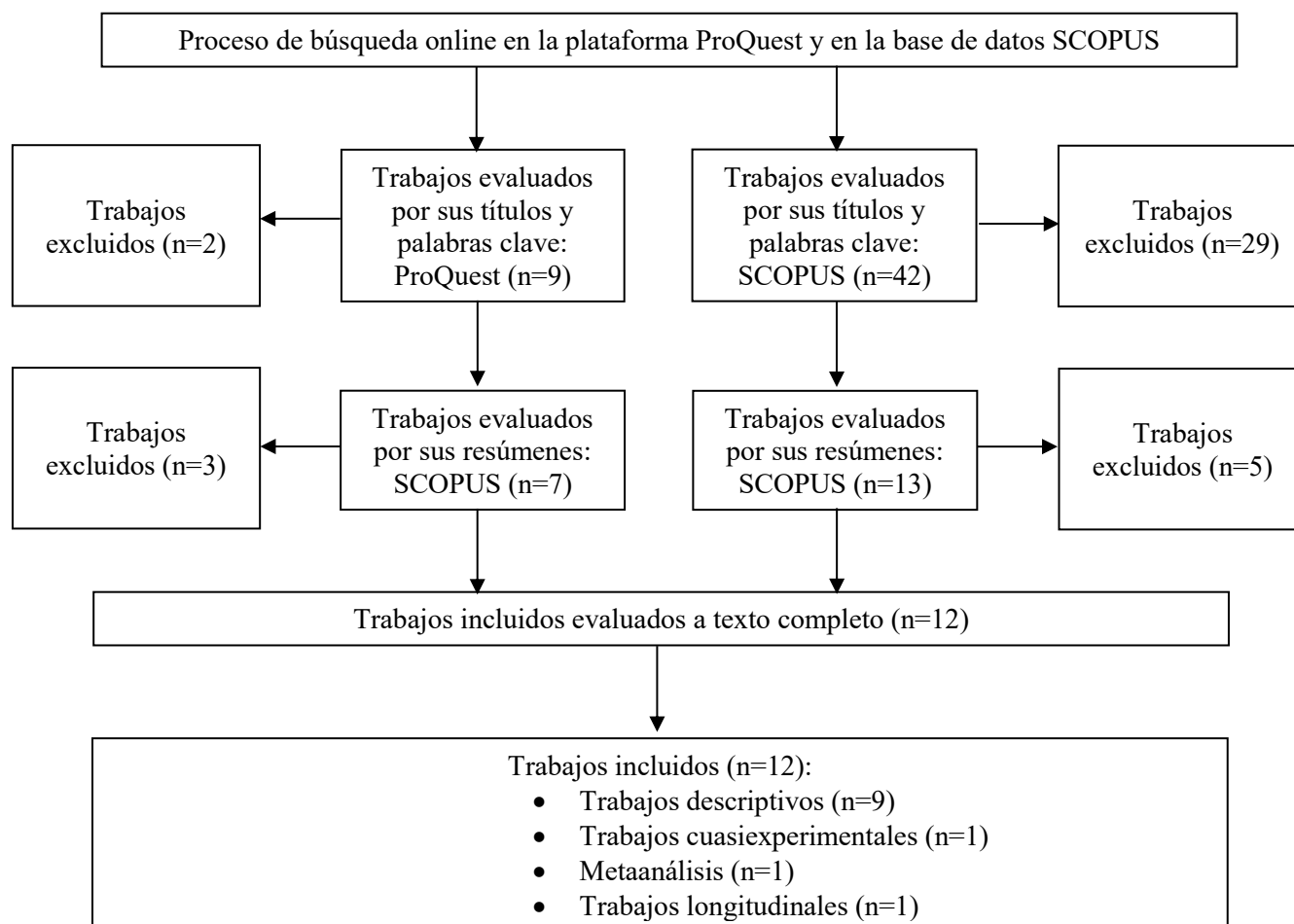
A continuación, se exponen los criterios de inclusión de las investigaciones que formaron parte de esta revisión:

- a) Debían de ser trabajos únicos y no duplicados por la realización de diferentes búsquedas.
- b) Tenían que describir o analizar la relación entre el SH y la SL.
- c) Debían cumplir las condiciones de rigor metodológico propuestas para realizar la lectura crítica de los trabajos incluidos en la revisión.

Este proceso dio lugar a la inclusión de 12 estudios.

En la Figura 1 se describe el proceso de selección de los estudios tenidos en cuenta para la revisión.

Figura 1
Diagrama de flujo del proceso de búsqueda y selección de trabajos sobre la relación entre el sentido del humor y la satisfacción laboral.



6. Resultados.

En la búsqueda realizada se seleccionaron los 12 estudios que se ajustaron a los criterios de inclusión. Entre ellos encontramos 9 investigaciones descriptivas, 1 cuasiexperimental, 1 metaanálisis y 1 investigación longitudinal con seguimientos de hasta 10 días.

En 10 de los 12 estudios seleccionados se ha encontrado relación positiva entre las variables del SH en el entorno laboral y la SL. En 4 de ellos, esta relación se ha manifestado

directamente (Hughes & Avey, 2009; Hurren, 2006; Mesmer-Magnus et al., 2012; Sun et al., 2017). En otros 6, la relación ha sido indirecta a través de alguna variable mediadora (Booth-Butterfield et al., 2007; Wanzer et al., 2005; Batool et al., 2014; Robert et al., 2015; Robert & Da Motta Veiga 2017; Mesmer-Magnus et al., 2018).

En 2 de los 12 estudios seleccionados no se encontraron evidencias que indicasen que el uso del SH en el trabajo tuviera relación con la SL (Healy & McKay, 2000; Shirley, 2013).

Si clasificamos los resultados en función de las diferentes poblaciones estudiadas, por un lado, puede decirse que la mitad de los estudios realizados con muestras de provenientes de ámbitos educativos, como los de profesores o alumnos (Booth-Butterfield et al., 2007; Mesmer-Magnus et al., 2018; Shirley, 2013; Sun et al., 2017), tuvieron influencia de mediadores. En la otra mitad no la tuvieron, y en uno de ellos no se encontró relación entre las variables.

En el caso del ámbito sanitario, los estudios realizados con muestras de enfermeras dieron resultados de relación indirecta en uno de los casos (Wanzer et al., 2005) y de falta de relación en el otro (Healy & McKay, 2000).

Por otro lado, en los estudios realizados a los líderes o supervisores de diferentes sectores empresariales se encuentran resultados positivos indirectos, siempre mediados por otras variables (Hughes & Avey, 2009; Hurren, 2009; Robert et al., 2015).

También se han seleccionado estudios con resultados positivos en otros entornos no incluidos en los anteriormente descritos, como por ejemplo en trabajadores bancarios (Batool et al., 2014) y en trabajadores de universidad no docentes (Robert & Da Motta Veiga, 2017) con relación indirecta entre las variables.

Según los resultados expuestos podemos decir que los ámbitos profesionales en los que más estudios se han realizado sobre la relación entre estas dos variables ha sido el educativo y el de los líderes o supervisores organizacionales.

Una mención especial merece los resultados del único metaanálisis incluido en la selección de estudios que comprende 49 trabajos con una muestra total de 8.532 sujetos experimentales (Mesmer-Magnus et al., 2012) donde los resultados ponen de manifiesto que el SH de los empleados fue relacionado negativamente con el burnout, el estrés, y positivamente con la salud y la eficacia de afrontamiento.

También se encontró correlación positiva entre el SH del supervisor, la SL del subordinado y la cohesión de grupo. Sin embargo, la correlación era de tipo negativo con la probabilidad de abandono del puesto de trabajo por parte del subordinado. Estos resultados

parecen ser debidos a los efectos mitigadores de las formas positivas del SH en el trabajo (humor afiliativo y de afrontamiento) que hacen que se reinterpreten las situaciones estresantes de una manera más optimista.

A continuación, en la Tabla 4 se detallan los estudios realizados sobre el SH relacionados con la SL incluidos en los criterios de inclusión descritos.

Tabla 4. Resultados de los estudios realizados sobre el sentido del humor relacionados con la satisfacción laboral según los criterios de inclusión.

Autores	Metodología y muestra	Resumen de resultados	Análisis estadístico	Parámetros estadísticos	Mediadores
Healy & McKay (2000)	Descriptivo. N=129 enfermeras (96.8% mujeres). Australia.	No se encontró relación entre el SH y la SL.	Coeficiente de correlación de Pearson.	$P = 0.13$	
Wanzer et al. (2005)	Descriptivo. N=142 enfermeras (87% mujeres). Estados Unidos.	La orientación humorística influye en la SL a través del mediador de la eficacia de afrontamiento.	Análisis de correlación y mediación.	$b = 0.162$	Eficacia de afrontamiento
Hurren (2006)	Descriptivo. N=650 profesores. Estados Unidos.	Los profesores mostraban una alta SL cuando los directores usaban el SH en las reuniones.	ANOVA con tres grupos (en reuniones del director y un profesor (1), en reuniones del director y 2-10 profesores (2) y en reuniones del director y más de 10 profesores (3)).	(1) $F = 36.82$ (2) $F = 26.08$ (3) $F = 18.18$	
Booth-Butterfield et al. (2007)	Descriptivo. N=101 estudiantes universitarios trabajadores (45.6% mujeres). Estados Unidos.	Relación positiva entre la orientación humorística y la SL a través de la eficacia de afrontamiento.	Análisis de correlación y mediación.	$b = 0.22$	Eficacia de afrontamiento.
Hughes & Avey (2009)	Descriptivo. N=369 trabajadores de diferentes sectores	Relaciones significativas entre el estilo de liderazgo transformacional, que usa el SH, y la SL.	Regresión de mínimos cuadrados parciales.	$t(177) = 5.04^{**}$	

	(48% mujeres). Estados Unidos.				
Mesmer-Magnus et al. (2012)	Metaanálisis. 49 estudios. N=8.532. Estados Unidos.	El humor del supervisor está relacionado positivamente con la SL de los subordinados.	Análisis de regresión en correlaciones metaanalíticas derivadas entre variables.	$p = 0.39$ $k = 5$	
Shirley (2013)	Cuasiexperimental. N=3.081 profesores (79% mujeres). Estados Unidos.	El visionado de videos graciosos no pareció afectar en la SL de los profesores.	ANCOVA	$F = 1.48$	
Batool et al. (2014)	Descriptivo. N=200 trabajadores bancarios. Pakistán.	El SH contribuye positivamente en la SL directa (1) e indirectamente (2) a través de la autoeficacia.	Análisis de regresión.	(1) $\beta = 0.34$ ($R^2 = 0.11$) (2) $\beta = 0.46$ ($R^2 = 0.15$)	Autoeficacia
Robert et al. (2015)	Descriptivo. 54 empresas. N=70 supervisores. N=345 trabajadores. China.	La relación positiva entre el humor del líder y la SL del empleado mediado por la calidad de la relación líder-subordinado y no por el tono positivo (1) o negativo (2) del humor del líder.	Modelo de ecuación estructural multinivel.	(1) $\gamma_{11} = 1.11$ (2) $\gamma_{12} = 0.60$	Calidad de relación del supervisor con el empleado
Robert & Da Motta Veiga (2017)	Longitudinal (10 días). N=35 trabajadores de universidad no	Relación positiva entre el SH en las conversaciones y el afecto positivo (1) y el afecto positivo y la SL (2).	Análisis de regresión. Modelo lineal jerárquico (HLM).	(1) $\beta = 0.21$ (2) $\beta = 0.30$	Afecto positivo

	docentes (66% mujeres). Estados Unidos.				
Sun et al. (2017)	Descriptivo. N=398 maestros. China.	El humor de afrontamiento medió positivamente ente la relación entre la IE y la SL sólo en las dimensiones de utilización de emociones (1) y regulación de emociones (2).	Análisis factorial confirmatorio.	(1) $\beta = 0.6^*$ (2) $\beta = 0.5^*$	
Mesmer-Magnus et al. (2018)	Descriptivo. N=216 estudiantes universitarios trabajadores. Estados Unidos.	Los resultados demuestran que las formas positivas de humor: afiliativas (1) y de afrontamiento (2) están relacionadas positivamente con la SL de los empleados.	Análisis de correlación y mediación.	(1) $b = 0.26$ (2) $b = 0.24$	Favoritismo del supervisor

7. Discusión y conclusiones.

Este trabajo ha tenido como principal objetivo llevar a cabo una revisión sistemática para resumir y ordenar los principales resultados de las dos últimas décadas y sacar algunas conclusiones sobre la relación entre el SH en el trabajo y la SL.

Son numerosos los estudios que, desde diversas perspectivas, han trabajado con el fin de descubrir qué relación existe entre el SH y la SL, y los resultados son múltiples y diferentes. Esta revisión sistemática ha servido para sintetizar y sistematizar los hallazgos más significativos en las últimas dos décadas en este tipo de investigaciones y también nos ha sido útil para constatar y comparar las principales conclusiones encontradas, las cuales han verificado empíricamente la relación entre el SH de las personas que desempeñan sus tareas en el ámbito empresarial y la SL de las mismas.

Los resultados expuestos en el apartado anterior indican una relación positiva, directa o indirecta (mediada por otras variables) en la gran mayoría de los estudios seleccionados sobre este tema en todos los ámbitos laborales, siendo el educativo y el de los líderes o supervisores organizacionales los más investigados. Estos resultados suceden en el trabajador motivados por el SH de él mismo o por el de su supervisor, lo que trae en ambos casos la consecuentemente la mejora en la SL. Este efecto parece explicarse por las consecuencias amortiguadoras de las formas positivas del SH en el trabajo (humor afiliativo y de afrontamiento) que hacen que se confronten las situaciones estresantes de una manera más positiva.

Estos resultados nos permiten concluir que la relación positiva entre el SH y la SL es evidente y que es un hecho significativo a tener en cuenta en el entorno de trabajo.

Las principales limitaciones y o dificultades que hemos descubierto durante el desarrollo de esta revisión han sido, para empezar, la gran falta de uniformidad con respecto a la definición operacional de los términos “humor” o “sentido del humor”, por otro lado, usados indistintamente para hablar de lo mismo, lo que ha aumentado el nivel de complejidad del término desde sus primeros estudios (Allport, 1961; Foot, 1991; Freud, 1928; Kuiper & Martin, 1998; Martin, 2001; Martin et al., 2003; Maslow, 1954; Robert & Yan, 2007; Vaillant, 1977; Warnars-Kleverlaan et al., 1996). En la revisión sistemática, esta dificultad ha quedado patente por la gran cantidad de definiciones encontradas en las investigaciones seleccionados, véase: humor propio o del supervisor (Batoool et al., 2014; Mesmer-Magnus et al., 2012; Robert et al., 2015; Healy & McKay, 2000), orientación humorística (Booth-Butterfield et al., 2007; Wanzer et al., 2005), SH como característica del liderazgo transformacional (Hughes & Avey, 2009), comentarios humorísticos (Hurren, 2006), formas positivas de humor, afiliativas y de

automejora (Mesmer-Magnus et al., 2018), humor manifestado en vídeos calificados como graciosos (Shirley, 2013) o humor de afrontamiento (Sun et al., 2017).

Tampoco ha ayudado la patente ausencia de homogeneidad en las dimensiones del humor que se han establecido a lo largo del tiempo, lo que ha creado también gran disparidad en la investigación del mismo, ya que, dependiendo de la definición que cada autor usaba, daba como consecuencia un instrumento de medida y una serie de facetas o dimensiones diferentes (Thorson & Powell, 1993; Svebak, 1974; Martin & Lefcourt, 1983), como aparece detallado en el apartado 2 de este trabajo.

Por otro lado, y como tercer obstáculo añadido, nos encontramos con otro problema que se relaciona con la disparidad de opiniones en la forma de cuantificar el humor. Por citar algunos ejemplos que ilustren este hecho, Hurren (2001) cuantifica la frecuencia de aparición de respuestas humorísticas acordes con una definición previa: “cualquier mensaje, verbal o no verbal, que es comunicado por el emisor y evoca sentimientos divertidos positivos en el receptor” (p. 443) y en su caso, Morkes, Kernal, & Nass (1999) utilizan las descripciones de otras personas sobre los sujetos objeto de estudio con más o menos SH que puedan calificarse con los adjetivos: “divertido, ingenioso, entretenido, creativo, bromista” (p. 408).

Como última dificultad encontrada, y haciendo referencia en este caso a la SL, debe constatarse que en más de la mitad de los trabajos estudiados, se han encontrado gran cantidad de mediadores que actúan de intermediarios en la relación entre las dos variables; véase, la eficacia de afrontamiento (Booth-Butterfield et al., 2007; Wanzer et al., 2005), la autoeficacia (Batoool et al., 2014), la calidad de la relación entre el supervisor y el subordinado (Robert et al., 2015), el afecto positivo (Robert & Da Motta Veiga, 2017) o la del favoritismo por parte del supervisor (Mesmer-Magnus et al., 2018), cuando no, el mismo humor, en su versión de afrontamiento, es mediador en la relación entre otra variable y la SL (Sun et al., 2017), lo que complica, aún más si cabe, la ya difícil relación entre el SH y el este último constructo.

A pesar de todas estas dificultades, para terminar, ha de señalarse que en esta revisión sistemática deja al descubierto que existen múltiples investigaciones empíricas que han constatado la utilidad de seguir investigando en esta línea y la importancia de profundizar en cómo aplicar adecuadamente el SH en los entornos de trabajo para así incrementar la SL y, por ende, aumentar los efectos beneficiosos para los trabajadores y para las organizaciones ya sean estos de tipo humano o económico.

Por ello, y como sugerencias para futuras investigaciones, se recomienda seguir trabajando en esta línea teniendo en cuenta las indicaciones reveladas tras la realización de esta revisión sistemática con el objetivo de optimizar futuros resultados positivos en el tema en cuestión.

En primer lugar, los resultados de este estudio pueden suponer implicaciones prácticas de cara al diseño de ambientes empresariales de alta SL, donde se facilitaría la utilización cotidiana del humor con la intención de mejorar las relaciones entre de los trabajadores y de éstos con sus superiores, con el objetivo de obtener beneficios personales y empresariales.

En segundo lugar, y teniendo en cuenta la cantidad de mediadores que influyen en la relación entre los dos conceptos estudiados, consideramos necesario estudiarlos mejor y tenerlos en cuenta de cara a futuras investigaciones con la intención de seleccionar los más influyentes dependiendo de cada ámbito para así poder entender mejor la correspondencia entre las variables.

Para finalizar, se cree conveniente señalar que son necesarios más estudios empíricos, de revisión sistemática y metaanalíticos con muestras adecuadas para poder realizar análisis cuantitativos que repliquen, mejoren y hagan progresar lo estudiado sobre el SH en el mundo laboral y contribuyan al desarrollo de estrategias empresariales fundamentadas en evidencias empíricas que ayuden a mejorar el bienestar de las personas que desarrollan su trabajo en el cada ámbito profesional.

8. Referencias

- Allport, G.W. (1961). *Patterns and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Artazcoz, L. (2019). Hacia un nuevo paradigma de salud laboral. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 22(1), 5-6. doi: 10.12961/aprl.2019.22.01.1
- Artazcoz, L., Cortès-Franch, I. & Escribà-Agüir, V. (2016). Gender, work and health: a step forward in women's occupational health. En J. Gideon, (Ed.). *Handbook of gender and health* (pp. 165-187). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Batool, S. S., Zubair, S. Z., & Batool, S. A. (2014). Does humor predict job satisfaction? A mediational role of self-efficacy. *Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology*, 12(1), 12-16. Retrieved from <https://0-search.proquest.com.avalos.ujaen.es/docview/1789299490?accountid=14555>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Beehr, T. A., Glaser, K. M., Beehr, M. J., Beehr, D. E., Wallwey, D. A., Erofeev, D., & Canali, K. G. (2006). The nature of satisfaction with subordinates: Its predictors and importance to supervisors. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(6), 1523-1547.
- Bizi, S., Keinan, G. & Beit-Hallahmi, B. (1988). Humor and coping with stress: a test under real-life conditions. *Personality & Individual Differences*, 9(6), 951-6.
- Booth-Butterfield, M., Booth-Butterfield, S., & Wanzer, M. (2007). Funny students cope better: Patterns of humor enactment and coping effectiveness. *Communication Quarterly*, 55(3), 299-315. doi:10.1080/01463370701490232
- Booth-Butterford, M. & Booth-Butterford, S. (1991). Individual differences in the communication of humorous messages. *Southern Communication Journal*, 56(3), 32-40.
- Bowling, N.A., Beehr, T.A., Johnson, A.L., Semmer, N.K., Hendricks, E.A. & Webster, H.A. (2004). Explaining potential antecedents of workplace social support: reciprocity or attractiveness?. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(4), 339-50.
- Brief, A. P., Butcher, A. H. & Roberson, L. (1995). Cookies, disposition, and job attitudes: The effects of positive mood-inducing events and negative affectivity on job satisfaction in a field experiment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 62(1), 55-62.
- Brown, R.B., & Keegan, D. (1999). Humor in the hotel kitchen. *Humor: international journal of humor research*, 12(1), 47-70.
- Caballero, K. (2002). El concepto de “satisfacción en el trabajo” y su proyección en la enseñanza. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 6 (1-2), 1-10.
- Campion, M. A. (1988). Interdisciplinary approaches to job design: A constructive replication with extensions. *Journal of Applied Psychology*, 73(3), 467-481.
- Carretero, H. (2005). *Sentido del Humor: construcción de la Escala de Apreciación del Humor (EAHU)* (Tesis doctoral no publicada). Universidad de Granada, Andalucía.
- Craik, K.H., Lampert, M.D. & Nelson, A.J. (1996). Sense of humor and styles of everyday humorous conduct. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 9(3-4), 273-302.
- Decker, W.H. (1987). Managerial humor and subordinate satisfaction. *Social Behavior and Personality*, 15(2), 225-32.

- Decker, W.H. (1999). Use of humor at work: predictors and implications. *Psychological reports*. 84(3), 961-968.
- Decker, W.H. & Rotondo, D.M. (2001). Relationships among gender, type of humor, and perceived leader effectiveness. *Journal of Managerial Issues*. 13(4), 450-65.
- Duncan, W.J. (1984). Perceived humor and social network patterns in a sample of task-oriented groups: a reexamination of prior research. *Human Relations*. 37(11), 895-907.
- Ellis, A. (1991). The relationship between nursing education administrator's use of humor and their leadership effectiveness as perceived by faculty (Unpublished doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 9218005)
- Feingold, A. (1983). Measuring humor perception: revision and construction validation of the Humor Perceptiveness Test. *Perceptual and Motor Skills*. 56(1), 159-66.
- Fernández, J.D. (2014). El humor prosocial en la gestión de emociones positivas. *Educación y Futuro Digital*. 9, 38-46.
- Fredrickson, B.L. & Losada, M.F. (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist*, 60, 678-686.
- Freud, S. (1928). Humour. *International Journal of Psychoanalysis*. 9, 1-6.
- Freud, S. (1905). *Obras completas de Sigmund Freud. Volumen VIII - El chiste y su relación con lo inconsciente*. Buenos Aires y Madrid: Amorrortu editores.
- Foot, H. (1991). The psychology of humor and laughter in Cochrane, R. and Carroll, D. (Eds), *Psychology and Social Issues*, Falmer Press, London, pp. 1-14.
- Gibson, D. L., Weiss, D. J., Dawis, R. V., & Lofquist, L. H. (1970). Manual for the Minnesota Satisfactoriness Scales. *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation*.
- 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.
- Goodman, C. (1996). *Literature searching and evidence interpretation for assessing health. Care practices*. Stockholm: SBU.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "Description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229
- 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.
- Healy, C. M. & McKay, M. F. (2000). Nursing stress: The effects of coping strategies and job satisfaction in a sample of Australian nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 31(3), 681-688. doi:10.1046/j.1365-2648.2000.01323.x
- Howell, J.M. & B.J. Avolio (1988). *Final Report Submitted to London Life Corporation*. London. Ontario. Canada: London Life.
- Hughes, L. W. & Avey, J. B. (2009). Transforming with levity: Humor, leadership, and follower attitudes. *Leadership and Organization Development Journal*, 30(6), 540-562. doi:10.1108/01437730910981926
- Hurren, B. L. (2001). The effects of principals' humor on teachers' job satisfaction (Tesis doctoral no publicada). Universidad de Nevada, Estados Unidos.
- Hurren, B. L. (2006). The effects of principals' humor on teachers' job satisfaction. *Educational Studies*, 32(4), 373-385. doi:10.1080/03055690600850321
- Jáuregui, E. (2012). *El sentido del humor: manual de instrucciones*. Barcelona: RBA Libros.
- Jáuregui, E. y Fernández, J.D. (2008). *Alta diversion: Los beneficios del humor en el trabajo*. Barcelona: Alienta Editorial.

- Kaupins, G.E. (1991). Humour in university and corporate training: a comparison of trainer perceptions. *Journal of Management Development*, 10(1), 33-41.
- Kristensen, N., & Westergaard-Nielsen, N. (2007). Reliability of job satisfaction measures. *Journal of Happiness Studies*, 8(2), 273-292.
- Krohe, J. (1987). Take my boss – please, *Across the Board*, 24(3), 31-35.
- Kuhlman, T.L. (1993). Humor in stressful milieus. Fry, W.F.Jr., & Salameh, W.A. (Eds.). *Advances in humor and psychotherapy*. (pp. 19-45). Savasitam, FL, US: Professional Resource Press/Professional Resource Exchange, Inc. XXXIII, 295pp.
- Kuiper, N. A. & Martin, R.A. (1998). Is sense of humor a positive personality characteristic?, in Ruch, W. (Ed.), *The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*, Mouton de Gruyter, New York, NY, pp. 159-78.
- Lawler, E., Cammann, C., Nadler, D., & Jenkins, D. (1975). Michigan Organizational Assessment Questionnaire. *PsycTESTS Dataset*. doi:10.1037/t01581-000
- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*. En M.D. Dunnette (ed.) *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally.
- Luthans, F. & Youssef, C. M. (2004). Human, social and now positive psychological capital management: investing in people for competitive advantage. *Organizational Dinamics*, 33, 143-160.
- Martin, R. A. (2000). Humor and laughter. En A.E. Kazdin (ed.), *Encyclopedia of Psychology*. Vol. 4. New York. Oxford University Press.
- Martin, R.A. (2001). Humor, laughter, and physical health: methodological issues and research findings. *Psychological Bulletin*, 127(4), 504-519.
- Martin, R.A. (2008). *Psicología del humor: un enfoque integrador*. Madrid: Orión.
- Martin, R.A., & Lefcourt, H.M. (1983). Sense of humor as a moderator of the relation between stressors and moods. *Journal of Personality and Social Psychology*. 45(6), 13-24.
- 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), 145-55.
- Martin, R.A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J. & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York, NY: Harper y Row.
- 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)
- McManus, T. & Delaney, D. (2007). Dave Delaney's useful advice for your development as a manager. *Journal of Management Development*, 26(5), 468-474.
- Meliá, J. L., Peiró, J. M., & Calatallud, C. (1986). El Cuestionario General de Satisfacción Laboral en contextos organizacionales laborales. Estudios factoriales, fiabilidad y validez (presentación del cuestionario S4/82). *Millars*, 9, 43-77.
- Meliá, J.L., & Peiró, J. M. (1989a). El Cuestionario de Satisfacción S10/12: Estructura factorial, fiabilidad y validez. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 4(11), 179-187.
- Meliá, J. L., & Peiró, J. M. (1989b). La medida de la satisfacción laboral en contextos organizacionales: El Cuestionario de Satisfacción S20/23. *Psicologemas*, 5(2), 59-74.
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190. doi:10.1108/02683941211199554

- Mesmer-Magnus, J., Guidice, R., Andrews, M., & Oechslin, R. (2018). The effects of supervisor humour on employee attitudes. *Journal of Management Development*, 37(9-10), 697-710. doi:10.1108/JMD-01-2018-0034
- Molina, C. (2017). *Derecho y trabajo en la era digital: ¿“revolución industrial” 4.0 o “economía sumergida 3.0”?*. Recuperado de https://www.ilo.org/madrid/fow/trabajo-y-la-produccion/WCMS_548619/lang--es/index.htm
- Morgeson, F. P., & Humphrey, S. E. (2006). The Work Design Questionnaire (WDQ): developing and validating a comprehensive measure for assessing job design and the nature of work. *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1321-1339
- Morkes, J., Kernal, H.K. & Nass, C. (1999). Effects of humor in task-oriented human-computer interaction and computer-mediated communication: a direct test of SRCT theory, *Human-Computer Interaction*, 14(4), 395-435.
- Morreall, J. (1991). Humor and work. *Humor: international journal of humor research*, 4(3-4), 359-373.
- Moya, J., Lores, J., Luelmo, V., Edo, S., Ibáñez, M.I. & Ruipérez, M.A. (2002). Sentido del humor y satisfacción laboral. En *Jornades de Foment de la Investigació*. Universitat Jaume I de Castellón.
- Ogunalana, S., Niwawate, C., Quang, T. & Thang, L.C. (2006). Effect of humor usage by engineers at construction sites. *Journal of Management in Engineering*. 22(2), 81-8.
- Peterson, C. & Seligman, M.E.P. (2004). *Character Strengths and Virtues. A handbook and classification*. New York: APA & Oxford University Press.
- Pujol-Cols, J. & Dabos, G.E. (2018). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 3-18.
- Raso, J. (2016). *Uber desembarca en América Latina*. Recuperado de <http://www.cielolaboral.com/uber-desembarca-en-america-latina/>
- Robert, C. & Da Motta Veiga, S. P. (2017). Conversational humor and job satisfaction at work: Exploring the role of humor production, appreciation, and positive affect. *Humor*, 30(4), 417-438. doi:10.1515/humor-2017-0034
- Robert, C., Dunne, T. C., & Iun, J. (2015). The impact of leader humor on subordinate job satisfaction: The crucial role of Leader-Subordinate relationship quality. *Group and Organization Management*, 41(3), 375-406. doi:10.1177/1059601115598719
- Robert, C. & Yan, W. (2007). The case for developing new research on humor and culture in organizations: toward a higher grade of manure. *Research in Personnel and Human Resource Management*, 26, 205-67.
- Robbins, S.P. & Coulter, M. (1996). *Administración*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Rodrigues, S.B., & Collinson, D.L. (1995). “Having fun?”: humor as resistance in Brazil. *Organization studies*. 16(5), 739-768.
- Ruch, W. (1998). Sense of humor: A new look and an old concept. En W. Ruch (ed.), *The sense of humor: Explorations of a personality characteristic* (pp. 3-14). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Salanova, M. (2008). Organizaciones saludables y desarrollo de recursos humanos. *Revista de trabajo y Seguridad Social*, 303, 179-214.
- Salanova, M. (2009). Organizaciones saludables, organizaciones resilientes. *Gestión Práctica de Riesgos Laborales*, 58, 18-23.
- Salanova, M., Llorens, S., Cifre, E. & Martínez, I. M. (2012). We need a hero! Towards a validation of the Healthy y Resilient Organization (HERO) Model. *Group & Organization Management*, 37, 785-822.

- Salanova, M., Martínez, I. M. & Llorens, S. (2014). Una mirada más “positiva” a la salud ocupacional desde la Psicología Organizacional Positiva en tiempos de crisis: aportaciones desde el equipo de investigación WONT. *Papeles del Psicólogo*, 35, 22-30.
- Salovey, P., Rothman, A.J., Detweiler, J.B & Steward, W.T. (2000). Emotional states and physical health. *American Psychologist*, 55(1), 110-121.
- Shirley, J. D. (2013). Effects of humor on teacher stress, affect, and job satisfaction (Order No. 3565886). Available from ProQuest Dissertations & Theses A&I; Psychology Database. (1415894061). Retrieved from <https://0-search.proquest.com/avalos.ujen.es/docview/1415894061?accountid=14555>
- Smith, P. C., Kendall, L., & Hulin, C. L. (1969). *The measurement of satisfaction in work and retirement: A strategy for the study of attitudes*. Chicago: Rand McNally.
- Spector, P. E. (1985). Measurement of human service staff satisfaction: Development of the job satisfaction survey. *American journal of community psychology*, 13(6), 693-713.
- Stanjovik, A. D. (2006). Development of a core confidence-higher order construct. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1208-1224.
- Sun, P., Chen, J. J. & Jiang, H. (2017). Coping humor as a mediator between emotional intelligence and job satisfaction: A study on chinese primary school teachers. *Journal of Personnel Psychology*, 16(3), 155-159. doi:10.1027/1866-5888/a000185
- Svebak, S. (1974). Revised questionnaire on the sense of humor. *Scandinavian Journal of Psychology*. 15, 99-107.
- Swartz, L. (1996). Building relationships through humor. *Dissertations abstracts international section B: the sciences and engineering*. 56(10-B), 5840.
- Thompson, E. R. & Phua, F. T. (2012). A brief index of affective job satisfaction. *Group y Organization Management*, 37(3), 275-307.
- Thorson, J.A., & Powell, F.C. (1993). Development and validation of a multidimensional sense of humor scale. *Journal of Clinical Psychology*. 49(1), 13-23.
- Turner, N., Barling, J., & Zacharatos, A. (2002). Positive psychology at work. En C.R Snyder y S. López. (Eds.), *The handbook of positive psychology* (pp. 715-730). Oxford: Oxford University Press.
- Vaillant, G.E. (1977). *Adaptation to Life*. Toronto: Brown, & Co.
- Van-Wormer, K., & Boes, M. (1997). Humor in the emergency room. A social work perspective. *Health and social work*, 22(2), 87-92.
- VIA Institute on Character. (2012). Clasificación de las virtudes y fortalezas personales. En Arguís, R., Bolsas, A., Hernández, S., Salvador, M. M. (2012). *Programa Aulas Felices. Psicología Positiva aplicada a la educación* (pp. 43-44). Zaragoza: SATI.
- Wanzer, M., Booth-Butterfield, M., & Booth-Butterfield, S. (2005). If we didn't use humor, we'd cry: Humorous coping communication in health care settings. *Journal of Health Communication*, 10(2), 105-125. doi:10.1080/10810730590915092
- Warnars-Kleverlaan, N., Oppenheimer, L. & Sherman, L. (1996). “To be or not to be humorous: does it make a difference?”, *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 9(2), 117-41.
- Weaver, S.T. & Wilson, C.N. (1997). Addiction counselors can benefit from appropriate humor in the work setting. *Journal of employment counseling*. 34(3), 108-114.
- Weinert, B. (1987). *Manual de Psicología de la Organización*. Barcelona: Herder.
- Weiss, D. J., Dawis, R. V., & England, G. W. (1967). Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation*, 22, 120

- Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W., & Lofquist, L. H. (1977). Minnesota Satisfaction questionnaire (short form). *Vocational Psychology Research, Manual for the Minnesota satisfaction questionnaire*, University of Minnesota.
- Wong, Y.J., Pituch, K.A. & Rochlen, A.B. (2006). Men's restrictive emotionality: An investigation of associations with other emotion-related constructs, anxiety and underlying dimensions. *Psychology of Men & Masculinity*, 7, 113-126.
- World Bank. (2019). *World Development Report 2019: The Changing Nature of Work*. Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30435>.
- Wu, C. H. & Griffin, M. A. (2012). Longitudinal relationships between core self-evaluations and job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 97(2), 331-342.
- Ziv, A., & Gadish, O. (1989). Humor and Marital Satisfaction. *The Journal of Social Psychology*, 129(6), 759–768.
- Ziv, A. (1984). *Personality and Sense of Humor*. New York: Springer.