



Prólogo

FRANCISCO MISIEGO

Experto en Neurociencias. Director de Prospectiva y Neuromarketing de la Escuela Europea de Negocios

El libro que tienes en tus manos, que ahora estás hojeando, ya te ha llamado la atención. Ha hecho que esboques una sonrisa, y te recuerde cosas que vives a diario o que te han pasado; por lo que, en primer lugar, enhorabuena por comprarlo. Te aseguro que es un acierto y lo vas a tener a mano siempre a partir de ahora y, desde luego, lo regalarás, pero no lo prestarás.

Pero no sólo es una cuestión de humor lo que te ha llevado a leer de un vistazo el contenido, sino, además, que el autor sea alguien de reconocido prestigio por su seriedad y riqueza conceptual a través de sus muchas publicaciones y estudios de eso llamado Management y, sobretudo, del comportamiento humano dentro y fuera de la empresa. Esta obra habla sobre la empresa y sobre las personas que, en definitiva, son las que hacen los productos y los servicios, las que piensan en implementar las estrategias y las tácticas, las que se autolideran o lideran a otros. Será útil para personas con una larga experiencia y para las que acaban de empezar. A los primeros les hará recordar y reflexionar, y a los otros seguramente quitarse el estrés y el miedo escénico y comprender que no dejamos de ser un poco primates con corbata o con cuello Mao y chaqueta de diseño. Por cierto, primates significa en latín, en mi versión libre, los primeros, y eso es lo que son las personas en la empresa, aunque a veces, y no pocas, se nos olvida.

Una de las características del ser humano, respecto de los animales, no es sólo la práctica de la cópula frente a frente o su poder de abstracción y elaboración de ideas, sino también el sentido del humor, algo que va bastante más



allá de la risa y la sonrisa.

El humor nos permite restar dramatismo a las situaciones más complejas y delicadas, a conocernos a nosotros mismos, y a aprender a relacionarnos con los demás. Es una buena endorfina (hormona de la felicidad) que elimina el estrés, es fuente de motivación y su correspondiente productividad, reduciendo los miedos humanos, los racionales que vienen de las cuentas de resultados y los irracionales de nuestro cerebro más primitivo.

Fíjate si será importante que los americanos, los del norte hacia arriba, pasado Río Grande, en algunas empresas utilizan para los perfiles de sus empleados el FQ (Fun Quotient) que mide el sentido del humor o capacidades de reír.

Este peculiar diccionario que estás a punto de devorar alberga más de 1.200 términos en clave de humor. Además de estas definiciones humorísticas, el autor ha seleccionado veinte conceptos muy sesudos e importantes. Unos más afines a la gestión empresarial, y otros más relacionados con nuestra vida, digamos, existencia. Son conceptos que, en un par de páginas, y entre risas y “cargas de profundidad”, te harán reflexionar.

Enrique lo califica como un diccionario juguetón, a veces un poco exagerado, distorsionado y con ironía, pero la verdad es que es más que eso, porque la “risoterapia” es un forma de aprender y fijar conceptos en nuestra memoria a largo plazo y, por tanto, sobre nuestra conducta y percepción actual y futura.

Como decía Marx, el del bigote: “Humor es posiblemente una palabra; la uso constantemente. Estoy loco por ella y algún día averiguaré su significado”.

Creo que ahora tú vas a poder averiguar el significado aplicándolo a ti mismo con una visión práctica a tu vida personal y profesional desde algo tan importante como es la introspección.

Una sonrisa, por favor... Así está mejor... Gracias