



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

“EL EFECTO PYGMALIÓN Y LA FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL.”

AUTORÍA FABIOLA M. PÉREZ GARCÍA
TEMÁTICA FOL, MOTIVACIÓN
ETAPA FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA

Resumen

Artículo sobre cómo las “etiquetas positivas o negativas” con las que en ocasiones marcamos a nuestros alumnos y alumnas, pueden influir favorablemente o adversamente en su decisión de continuar con sus estudios o en la elección de una u otra salida profesional, así como en su forma de incorporarse al mundo laboral.

Palabras clave

Efecto Pygmalión

Rosenthal

Profecía Auto-cumplida

Expectativas del Profesor

Pygmalión positivo

Motivación.

1. INTRODUCCIÓN

Por **Efecto Pygmalión** (también llamado **Efecto Rosenthal**), se entiende el fenómeno por el que, cuanto mayores son las expectativas puestas sobre un individuo más alto es su rendimiento.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

En la Metamorfosis de Ovidio se relata como Pygmalión, rey de Chipre, esculpió en marfil una estatua de mujer de rasgos tan perfectos y de tal hermosura, que llegó a enamorarse de ella y suplicó fervientemente a la diosa Venus que la convirtiera en una mujer real. En respuesta a su ruego, Venus dió vida a la estatua, y no solo la convirtió en una bellísima mujer de carne y hueso (Galatea), sino que le concedió el don de la fertilidad, y de la unión de Pygmalión y su amada, nació Pafos, para culminar con la felicidad tanto tiempo deseada.

El significado atribuido a este mito es el de que, al relacionamos con las personas, si les comunicamos eficazmente las esperanzas que abrigamos acerca de ellas, estas expectativas pueden convertirse en realidad. A la confirmación de nuestras expectativas, se le conoce también por el término acuñado por **R. Merton en 1948**, de “**Profecía auto-cumplida**”

En el papel que juega este fenómeno en la vida diaria y en situaciones experimentales, pero dedicando especial atención al efecto que tienen las expectativas de los profesores sobre el rendimiento físico y académico de sus estudiantes, fueron **Robert Rosenthal y Lenore Jacobson** los que estudiaron el Efecto Pygmalión desde la teoría de la profecía auto-cumplida plasmado en el trabajo “**Pygmalión en el aula**”, (1968), donde describieron los experimentos realizados para demostrar la influencia que tiene lo que pensamos (y por tanto lo que les transmitimos) de nuestros alumnos y alumnas en su desarrollo intelectual y rendimiento escolar.

En la formación y orientación laboral que el profesorado de FOL ofrecemos a nuestro alumnado, considero que el Efecto Pygmalión se manifiesta en múltiples ocasiones. ¿Cuántas veces hemos tenido que descubrirle a un alumno o alumna que sí tiene las capacidades requeridas para determinado puesto de trabajo, a pesar de que ellos no las veían, y al final han orientado o ampliado sus miras profesionales hacia esa determinada ocupación o rama profesional, con éxito en el intento?. Por el contrario, ¿cuántas veces –equivocados o no-, hemos hecho reflexionar a un alumno sobre las posibilidades reales que tenía a la hora de presentar una auto-candidatura o responder a una demanda de empleo, para evitar la frustración de un rechazo o no respuesta a su candidatura?

Seguro que todos y todas recordamos algún Pygmalión positivo o negativo en nuestra vida.

2. EL EFECTO PYGMALIÓN

Parece ser un hecho demostrado que las expectativas pobres traen pobres resultados mientras que las expectativas elevadas conducen a resultados excepcionales. Este fenómeno conocido como el Efecto Pygmalión ha sido demostrado en numerosos experimentos en diversos ámbitos, y ha dado lugar a distintas controversias, sobre la responsabilidad que el entorno de influencia (familia, profesorado, superiores, colegas...) tiene sobre el “éxito o fracaso” de un individuo.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

Este principio se encuentra en la pieza teatral de **Bernard Shaw, *Pygmalión***, en el diálogo de la florista *Elisa Doolittle* explicando a *Freddie*

“¿Sabe usted?, en realidad, además de las cosas que cualquier persona puede aprender (como vestir y hablar correctamente, etc.), la diferencia entre una dama y una florista no está en su comportamiento, sino en la manera en que es tratada. Yo siempre seré una florista para el profesor Higgings, porque él me trata como florista y siempre me tratará así. Pero sé que para usted puedo ser una dama, porque usted me trata como una dama, y siempre me tratará así”.

Así, en nuestro continuo proceso de comunicación, no podemos evitar influir en el comportamiento – positivo o negativo- de los demás.

El efecto Pygmalión viene a significar que toda persona tiene una imagen (inducida por otros o no) de los distintos sujetos sobre las que puede tener influencia (hijos, padres, colaboradores, empleados...) y les trata según ella. Lo más importante de este efecto, es que esa imagen es percibida por el individuo aunque el padre, madre, profesorado, jefes, no sea consciente de que la está transmitiendo. Así, cuando la imagen, prejuicio, expectativas del sujeto son positivas, el comportamiento y los logros del sujeto serán acordes a las mismas y en el caso contrario, el fracaso está servido.

Es tal la importancia concedida a este fenómeno largamente estudiado en el ámbito educativo, que en la actualidad ha venido a formar parte de los programas de entrenamiento personal (*coaching*) de responsables y ejecutivos de empresas, para obtener el máximo de sus empleados y subordinados, inspirando en ellos y ellas creencias y expectativas elevadas.

Así, son numerosos los cursos para directivos sobre como mejorar la productividad y buen hacer en la empresa, desarrollando el Efecto Pygmalión positivo con sus empleados, cambiando completamente los resultados de cualquier proyecto, y trabajando sobre como los individuos se transforman mediante las expectativas (positivas o negativas) de otros.

De mi participación en diversos seminarios sobre habilidades pedagógicas y metodologías de enseñanza aprendizaje y posterior aplicación de las técnicas, he podido constatar esta realidad del Efecto Pygmalión, Rosenthal o Profecía Auto cumplida. Así, al tratar al alumnado como futuros profesionales de sus respectivas disciplinas durante todo el curso, la seguridad en sí mismos de muchos de ellos se ha acrecentado, y la integración conductual y verbal de sus *saber hacer*, es decir, el que se crean y sepan expresar sus propias capacidades, les han hecho más capaces de enfrentarse a entrevistas y procesos de selección, consiguiendo en muchos casos los objetivos buscados.

2.1. El Efecto Pygmalión Positivo y Negativo

Cómo lo resumió *James Rhem* (1992) "*Expresado de forma simple, cuando el profesorado espera que los alumnos lo hagan bien y muestren un crecimiento intelectual, lo hacen (efecto positivo), cuando los*



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

profesores no tienen esas expectativas, no se fomentan el rendimiento o el crecimiento, y de hecho pueden ser desalentadores en una serie de formas (efecto negativo)”

También en las siguientes dos citas se resume perfectamente lo que significa un Pygmalión positivo y negativo:

«Si tomamos a los hombres tal y como son, los haremos peores de lo que son. Pero, si los tratamos como si fueran lo que deberían ser, los llevaremos a donde tienen que ser llevados». *Goethe*

«Soy de la opinión de que, cuando se trata a alguien como si fuera un idiota, es muy probable que, si no lo es, llegue muy pronto a serlo». F. Savater.

El conocer la doble vertiente de este efecto, hace que sean muchos los programas de formación y entrenamiento en los que el objetivo es trabajar sobre el fomento del Pygmalión positivo, enseñando a todos aquellos que en nuestra profesión día a día tenemos una capacidad de influencia sobre un determinado grupo de sujetos (en mi caso como profesora, el alumnado) a:

- Entender como las expectativas positivas y negativas generan profecías auto-realizadas – auto-cumplidas-
- Desarrollar las capacidades para influenciar positivamente a los miembros de nuestro grupo de influencia.
- Elevar las expectativas de los miembros de nuestra familia, alumnado, colaboradores, subordinados...
- Creer más en sus capacidades para que ellos y ellas influyeran positivamente y lideren en el futuro a otros individuos.

Ser un Pygmalión positivo, NO es generar fabulosas expectativas en nuestro alumnado, ni crear tensiones destructivas que los conduzcan a la frustración. NO consiste en imponer, SÍ consiste en proponer.

No podemos convertirnos en Pygmaliones positivos, sin generar y tener un sincero interés y aprecio por nuestro alumnado y ayudarles a descubrir sus propios recursos.

Como resume *Anthony A. D'Souza* (1997), las características comunes del Pygmalión Positivo aplicados al liderazgo y que hacen que la profecía trabaje a su favor son:

- A. La fe en sí mismos y en lo que están haciendo.
- B. La fe en su capacidad de desarrollar a sus subordinados.
- C. Capacidad de comunicar expectativas realistas.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

Según este autor, y sobre la base de los estudios de *Rosenthal*, los líderes pueden determinar hasta qué punto pueden comunicar sus expectativas a sus empleados, midiendo las siguientes interacciones entre ellos:

- **CONFIANZA** (la cantidad de libertad de acción y de movimiento concedida),
- **RESPONSABILIDAD** (la naturaleza de las tareas y atribuciones dadas),
- **ATENCIÓN** (el *feedback* sobre el rendimiento y el interés que ha mostrado),
- **RECONOCIMIENTO** (el aprecio demostrado), y
- **COMPARTIR** (la expresión de los sentimientos y pensamientos demostrados por el líder hacia el sujeto)

De esta forma, dominando estas actitudes y comportamiento nos podemos convertir en esa figura del *Pygmalión* positivo, que tan deseados efectos puede tener sobre nuestro grupo de influencia.

3. EL EFECTO *ROSENTHAL*

La denominación Efecto *Rosenthal* se debe al psicólogo *Robert Rosenthal* (1933-). UC.

Este profesor de la Universidad de California llevó a cabo una exhaustiva investigación sobre la forma en la que las propias creencias, prejuicios y expectativas de los experimentadores y observadores pueden tener una influencia sobre el fenómeno investigado. Su trabajo ha revestido una gran importancia al alertar a los psicólogos de la tendencia a que los resultados se ajusten a las expectativas de los experimentadores, al menos que se establezcan rigurosas medidas de salvaguarda que minimicen la predisposición, prejuicio o tendencia humana.

Fue una investigación en 1911 la que dió lugar al estudio de *Rosenthal-Jacobson*, y fue llevada a cabo por psicólogos en relación al denominado caso *Clever Hans*, un caballo que obtuvo fama por decirse de él que era capaz de leer, deletrear, y resolver problemas aritméticos usando la pezuña para responder. Los escépticos a las capacidades del animal sugirieron que los encuestadores y observadores le señalaban inintencionadamente la respuesta al caballo. Por ejemplo, cuando a *Clever Hans* se le hacía una pregunta, el comportamiento de los observadores provocaba usualmente una conducta del sujeto que, sucesivamente, confirmaba sus expectativas. Así, cuando los observadores no conocían, o dudaban sobre la respuesta, *Clever Hans* erraba.

En los experimentos de *Rosenthal-Jacobson* (1968), se informó a unos profesores de primaria de la capacidad intelectual de unos niños a los que se les habían realizado tests de inteligencia. A pesar de



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

que todos los alumnos y alumnas tenían un nivel similar, a los profesores se les informó (falsa e intencionadamente) de que un grupo de ellos tenía un potencial elevado para el trabajo escolar, y que por ello dichos alumnos aprenderían más rápidamente.

El objetivo de este experimento era demostrar la hipótesis de que la realidad puede verse alterada por las expectativas que otras personas tienen sobre los individuos. Esta influencia puede ser beneficiosa o perniciosa dependiendo de la etiqueta que le asignemos a cada persona. El efecto “sesgo del experimentador-observador” referido al hecho de que la predisposición del experimentador-observador afecta al resultado de las pruebas realizadas, se ha comprobado en múltiples situaciones reales, y es tenido en cuenta en el estudio de la efectividad de pruebas psicológicas. *Rosenthal* defendió que las expectativas previas pueden afectar la realidad sustancialmente, generando el fenómeno de la profecía auto-cumplida.

Como resultado del experimento se obtuvo el hecho de que la información provista a los profesores de que unos alumnos eran más brillantes que otros, hizo que los profesores se comportaran inconscientemente de una forma que facilitaba y fomentaba el éxito de los alumnos y así se confirmó que los niños a los que falsamente se consideró con más potencial, obtenían mayor puntuación en estos nuevos tests de inteligencia.

La interpretación que dio *Rosenthal* a los resultados de este experimento, fue que los profesores esperaban más de esos niños de los que se les informó que eran más capaces, es decir tenían mayores expectativas, y esos alumnos intentaron llegar al nivel que el profesor esperaba de ellos. De ahí que hasta hoy en día se considere que **las expectativas del docente sobre el alumnado es uno de los factores más poderosos en el rendimiento del alumno/a** (*Rosenthal* 1964).

Desde que se publicó el estudio original, se han llevado a cabo multitud de otros estudios. Distintos investigadores (*Snow* 1969; *Thorndike* 1968; *Wineburg* 1987) han estudiado el trabajo de *Rosenthal* y *Jacobson's* poniendo de manifiesto suficientes errores como para arrojar dudas sobre la exactitud de su teoría. Algunas de las sucesivas repeticiones de sus experimentos han confirmado el efecto *Rosenthal*, mientras que otras lo han puesto en evidencia. También ha habido investigadores e investigadoras que han estudiado la forma en que se comunican a los estudiantes las expectativas del profesorado, y mientras tanto, muchas opiniones en prensa y publicaciones escritas, han venido utilizando la teoría del *Pygmalión* para argumentar la responsabilidad que tiene el profesorado en el fracaso escolar de los y las estudiantes, argumentando que las pobres expectativas de los profesores sobre su alumnado, crean y/o mantienen este problema. Ya nos inclinemos a aceptar o poner en cuestión los hallazgos del estudio *Pygmalión* y otras investigaciones a favor de los efectos de la profecía auto-cumplida, está claro que el profesorado y el público en general hemos estado y estamos todavía muy interesados en el efecto sobre el rendimiento de los estudiantes que tienen las expectativas del profesorado.

A pesar de que la teoría *Rosenthal* y el efecto del mismo nombre, en general vayan más unidos a niños y niñas de educación infantil y primaria, en mi opinión, este efecto es considerable en relación a las



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

expectativas laborales que el profesorado de FOL tenemos sobre nuestros y nuestras estudiantes, que finalizados sus Ciclos Formativos, se preparan para acceder al mundo laboral

Considero que profesores y profesoras de Secundaria y Ciclos Formativos somos conscientes de que las “etiquetas positivas o negativas” con las que a veces marcamos a nuestros alumnos y alumnas y la imagen que nos hacemos de ellos, pueden determinar resultados adversos o favorables en sus estudios y en la motivación de continuar con los mismos, pudiendo influir en su elección de una u otra salida profesional y/o en su forma de incorporarse al mundo laboral. Es en muchos casos, **la interiorización por parte del alumnado de esas etiquetas lo que puede llegar a determinar las creencias sobre sus propias capacidades y aptitudes, en momentos tan cruciales como los últimos meses antes de la incorporación del alumnado al mundo laboral.**

También he de señalar, que en muchos casos, la actitud abierta, -o la fe en uno mismo o en la capacidad de desarrollar al alumnado o de comunicar expectativas realistas como las define Anthony A. D'Souza-, hace que, al no existir imagen previa de un alumno o alumna, se contribuya con ello a convertirse en un Pygmalión positivo. Sirvan como ejemplo los casos en los que alumnos y alumnas que están cursando un Ciclo Formativo, que declaran no estar preparados para incorporarse a la vida laboral, cambian de opinión al tratar de explicarle al profesor o profesora de FOL porqué no están preparados para realizar las funciones y tareas descritas en una determinada oferta de trabajo. Si el profesorado dirige las preguntas de tal forma que el alumno o alumna se obligue a analizar que ha aprendido a hacer durante el periodo de realización de sus estudios, en bastantes ocasiones –menos de las deseadas, pero numerosas-, nos encontraremos con que la falta de categorización de las capacidades profesionales del alumno por parte del profesor, actúa como elemento de motivación en el alumno.

Por último, no olvidar que, en la relación discente-docente, el Efecto Pygmalión también tiene efecto a la inversa. Las altas o pobres expectativas que el alumnado tiene sobre un profesor o profesora también afectan a los resultados de su aprendizaje.

Feldman y Prohaska (1979) llevaron a cabo experimentos para estudiar el efecto de las expectativas que los estudiantes tenían sobre los profesores. A uno de los grupos se les dijo que su profesor era bastante eficiente mientras que a otros se les dijo que el mismo profesor era incompetente. El efecto de estas expectativas positivas y negativas fue medido en términos de las actitudes que el alumnado mantuvo frente a su profesorado, evaluadas a través de tests y observaciones del lenguaje no verbal de los estudiantes hacia los profesores. Por supuesto, el profesorado desconocía lo que sus estudiantes pensaban de ellos y ellas. Hubo claras diferencias en los tres aspectos medidos en función de que las expectativas fueran positivas o negativas. El alumnado con expectativas negativas puntuó las clases como “más difíciles, menos interesantes y menos efectivas”. El alumnado con expectativas positivas puntuó 65,8% en el test, y los de expectativas negativas, el 52,2%. En términos de comportamiento no verbal, la inclinación hacia el profesor era mayor ante los buenos profesores que ante los malos. También se constató que los estudiantes que tenían “un buen profesor” mantenían un (adecuado para



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

la atención) contacto visual, por lo que, se comprobó, que las expectativas de los estudiantes respecto a sus profesores afectaron al rendimiento general de los grupos.

4. LA AUTOESTIMA DEL PROPIO PYGMALIÓN.

Según el profesor de Filosofía Orlando Fernández Guerra (2000), la efectividad del efecto Pygmalión depende en gran medida de la autoestima del propio Pygmalión. En otras palabras, un educador que posea una alta autoestima, suele ser más efectivo a la hora de inspirar en sus alumnos una autoestima elevada. Aquel educador que se muestra torpe, desmotivado, cansado, aburrido... no transmitirá a sus alumnos más que eso mismo.

La autoestima afecta nuestra manera de ser y estar en el mundo, y por tanto, a nuestra manera de relacionarnos con los demás, por lo que, en el ámbito de la enseñanza que es lo tratado en este artículo, la propia consideración de nuestras capacidades, logros, auto-expectativas, etcétera, tiene una directa influencia sobre nuestro alumnado.

Si bien los profesores no tenemos que ser *super-hombres* o *super-mujeres*, sí es cierto que la seguridad en nosotros mismos, y el alimentar cada día nuestros proyectos personales y docentes y el mantener altas nuestras metas y constantes los esfuerzos por conseguirlas, no rindiéndonos a la primera dificultad y perseverando, robustece nuestra propia autoestima y el alumnado, de alguna forma se esforzará en imitarnos. Este comportamiento ante la vida y ante nuestra profesión nos convierte en Pygmaliones positivos.

5. CONCLUSIÓN

Todos y todas somos y hemos sido de alguna forma y con distinta intensidad, Pygmaliones de nuestros alumnos y alumnas.

Sea mayor o menor el porcentaje que nuestras expectativas sobre el futuro académico o profesional de cada uno de los alumnos y alumnas, pueden tener en la toma de decisiones al abandonar el centro educativo, y sea cual sea el grado de eficiencia con el que les comunicamos dichas expectativas, intentemos evitar al máximo las categorizaciones y etiquetados consecuencia de información de fuentes no fidedignas, para evitar estereotipos e imágenes predefinidas, a los que esos muchos años de experiencia en algunos casos nos pueden llevar. Mejor esbozar el borrador del perfil de nuestro alumnado partiendo de un papel en blanco, que arriesgarnos a equivocarnos y establecer nuestras expectativas por tener una "foto" ya realizada y de alta resolución.

Conscientes de la influencia que nuestras expectativas como profesores pueden llegar a tener en el alumnado, intentemos actuar como Pygmaliones positivos, y concentrándonos en esa realidad (aunque



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 -ENERO DE 2010

desgraciadamente haya muchas excepciones) de que los alumnos y alumnas tienden a realizar lo que sus Pygmaliones esperan de ellos, generemos expectativas positivas, ofrezcamos libertad, disciplina y refuerzo y seguro que en alguna medida, nuestra satisfacción y autoestima y la de nuestro alumnado se verán beneficiados, puesto que el **Efecto Pygmalión, Rosenthal y/o la Profecía Auto-cumplida no son cuestiones de magia.**

BIBLIOGRAFÍA

- Rosenthal, R. y Jacobson, L. (1980). *Pygmalión en el aula: los efectos de las expectativas del profesor sobre el rendimiento de sus alumnos*. Madrid: Marova (Orig. 1968).
- D'Souza, A. (1997). *Descubre tu liderazgo. Manual del Líder-I*. Bilbao: Editorial Sal Terrae 1ª ed.
- Fernández Guerra, O. (2000). La autoestima en la educación. *Revista sociocultural del C.F.C.R. de Pinar del Río*. Nº 39 Extraído el 4 de noviembre de 2009 desde <http://www.vitral.org/vitral/vitral39/pedag.htm>.
- Learning Behavior. Extraído el 17 de noviembre de 2009 desde <http://www.youtube.com/watch?v=3YlwajUpfY>.

Autoría

- Nombre y Apellidos: Fabiola M. Pérez García
- Centro, localidad, provincia: Centro Público de FPE del SAE. Granada
- E-mail: fabiola.perez.ext@juntadeandalucia.es