

El “efecto oveja negra” en jóvenes estudiantes de psicología¹

Elena Zubieta², Mercedes Fernández Liporace

Resumen

Una de las tesis de la Teoría de la Identidad Social, desarrollada por Henri Tajfel, da cuenta del denominado “favoritismo endogrupal” que postula que siempre los juicios respecto de los miembros del endogrupo serán más favorables que aquellos referidos al exogrupo en tanto sostén de una identidad social positiva. Los resultados de investigaciones realizadas en la última década (Marques y Páez; 1996, 1999) arrojan un nuevo matiz a aquél postulado encontrando que cuando la conducta o el atributo es antinormativo los sujetos emiten juicios más duros sobre el miembro del propio grupo produciéndose el “efecto oveja negra” (EON).

A partir de estos supuestos se realizó una investigación transcultural con muestras de estudiantes de psicología de diferentes países. El objetivo era analizar la tesis del favoritismo endogrupal y el “efecto oveja negra” así como estudiar la extremosidad de los juicios relativos a los miembros del endogrupo y el exogrupo.

La muestra argentina está compuesta por 140 estudiantes de Psicología de la ciudad de Buenos Aires. Los resultados obtenidos, al igual que la mayoría de las otras muestras de países, corroboran en general el “efecto oveja negra” y refutan la tesis del favoritismo endogrupal allí donde la conducta analizada es desviada o antinormativa.

Palabras Claves: identidad social, favoritismo endogrupal, conducta desviada.

Abstract

One thesis of Social Identity Theory developed by Henri Tajfel proposes the existence of in-group favoritism. Judgments related to in-group members are more favorable than those referred to out-groups subjects in order to sustain a positive social identity. Results obtained in researches carried out in last decade (Marques and Páez; 1996, 1999) throw a new shade to that proposal. When judged behavior or

1. Investigación comparativa internacional dirigida por el Dr. Darío Páez. Facultad de Psicología. Universidad del País Vasco. España. Trabajo de campo muestra argentina: Alicia Barreiro, María Laura Trol, Paula Ongarato y Carolina Buter.

2. Licenciada en Sociología (UBA); Dra. En Psicología (Universidad del País Vasco). Profesora Adjunta, Facultad de Psicología, UBA. Profesora Asociada, Facultad de Ciencias Sociales, UNLZ. Correo Electrónico: elenazubieta@hotmail.com

attribute is anti norm or deviate, subjects are more severe in their judgments with the in-group member in comparison with out-group ones revealing a “black sheep effect” (BSE).

Based on those statements, a transcultural research was carried out with psychology student’s samples from different countries. The objective was to analyze the in-group favoritism and “black sheep effect” and, go further in subjects “extremity” judgments related to in-group and out-group members.

Argentine sample is composed by 140 psychology students of Buenos Aires city. Results, similar to ones from other countries samples, corroborate in general the “black sheep effect” and refute the in-group favoritism when the behavior or attribute under judgment is negative or anti-normative.

Key Words: social identity, in-group favoritism, deviate behavior.

Introducción

Dentro del área del estudio de los procesos intergrupales, la Teoría de la Identidad Social desarrollada por Henri Tajfel es un marco de importante referencia por sus valiosas contribuciones. Surgió en los años sesenta del siglo pasado en un contexto en el que la psicología social europea intentaba devolver a la disciplina la dimensión social un poco abandonada por la desarrollada en los Estados Unidos.

Si la identidad personal hace referencia a la parte del auto-concepto o del concepto indiosincrático del yo, a las características únicas del sujeto, derivadas de su específica biografía, la identidad social es aquella parte del auto-concepto que deriva de la pertenencia a grupos y categorías sociales y del valor y significado que se otorga a esas pertenencias (Páez et. Al, 1992).

Del mismo modo, mientras que la conducta interpersonal se origina en la consideración del otro como persona individual, la conducta intergrupala aparece cuando el otro con el que se interactúa es percibido como miembro de un determinado grupo. El tipo de conducta que a este nivel se produce se basa en una categorización dicotómica del tipo “nosotros-ellos” y está determinada por la percepción que la persona tiene de sí misma y de los demás como pertenecientes a categorías sociales.

Tajfel (1984) retoma la teoría de la Comparación Social de Festinger (1954) para llevarla a un nivel interindividual y rescata de esta forma el esfuerzo que los individuos hacemos para lograr una imagen satisfactoria de nosotros mismos. Las personas pertenecemos a numerosos grupos sociales y esta pertenencia contribuye positiva o negativamente a la imagen que tenemos de nosotros mismos. El grupo se vuelve entonces una entidad cognitiva significativa para el individuo en un momento determinado.

La teoría de la identidad social postula que los sujetos se categorizan en grupos, y motivados por una búsqueda de identidad positiva, se comparan socialmente con otros grupos, de manera grupocéntrica, reforzando la diferencia entre su grupo y los otros de forma que el propio se vea favorecido.

La categorización social es el proceso mediante el cual se unifican objetos y acontecimientos sociales en grupos que resultan equivalentes con respecto a las acciones, intenciones y sistema de creencias de un individuo. Esta diferencia de valor entre los grupos propios y los otros grupos es una parte inseparable de los procesos generales de socialización y, son *ciertas consecuencias de las pertenencia grupal* las que hacen saliente el fenómeno de la identidad social (Morales y Huici, 1994).

En términos de una definición restringida, la Identidad Social (IS) es la parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (s) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Esta perspectiva intergrupala de la IS enfatiza los efectos de la naturaleza y de la importancia subjetiva de la pertenencia grupal sobre aquellos aspectos de la conducta de un individuo que son pertinentes para las relaciones intergrupales.

Uno de los postulados de la teoría de la Identidad Social (Tajfel, 1978; Tajfel y Turner, 1979) supone que siempre se manifestará un favoritismo endogrupal a la hora de

valorar a un miembro de la propia categoría cuando se compara con los de otra categoría. Garantizándose así la distintividad positiva para el propio grupo y para el miembro del grupo que emite el juicio.

Sin embargo, el rechazo hacia los miembros del propio grupo que incumplen las normas de grupo y muestran comportamientos inaceptables ha sido de interés en los trabajos que han abordado la cohesión grupal, las presiones hacia la uniformidad y las consecuencias de la desviación. La problemática ha recibido creciente atención en los últimos años, sobre todo en lo que respecta al estudio del comportamiento intra e Intergrupal.

Al observarse y ratificarse la presencia de un juicio más duro hacia el miembro del endogrupo ante un comportamiento negativo se habla del fenómeno denominado *Efecto Oveja Negra* (EON). Así, la mayor dureza respecto del miembro endogrupal que incumple la norma se debe a que éste contribuye a una identidad social negativa para el grupo. Se trata entonces de proteger las normas que proporcionan un carácter positivo a la categoría con la que el sujeto se identifica.

Para Marques y Paéz (1996) este efecto consiste en una peor consideración de un miembro del endogrupo que realiza una conducta antinormativa que de un miembro del exogrupo que lleva a cabo dicha conducta. Este “efecto” es el resultado de un juicio subjetivo que deriva directamente de la categorización y de la influencia informativa referencial.

Las creencias grupales son aquellas convicciones que los miembros del grupo son conscientes de compartir y que consideran definitorias de su grupalidad. El proceso básico subyacente es el de la categorización, uno de los procesos simplificadores más importantes que opera tanto de forma inductiva como deductiva produciendo similitud intraclase y cohesión grupal. Para codificar la conducta de los grupos ajenos, de los exogrupos, se suelen utilizar categorías bastantes generales, supraordinarias, mientras que para codificar la conducta del endogrupo se emplean categorías más diferenciadas o subordinadas. En otras palabras, los juicios se harán extremos tendiendo a enfatizar la homogeneidad exogrupal (los otros vistos como iguales) y la heterogeneidad endogrupal (enfaticando las diferencias del nosotros).

Sobre la base de lo expuesto es que se realizó un estudio empírico a fin de responder a los siguientes objetivos:

- 1- Comprobar si los miembros del endogrupo que muestran conductas indeseables son juzgados de forma más negativa que los miembros del exogrupo que muestran tales conductas.
- 2- Estudiar la extremosidad (homogeneidad-heterogeneidad) de los juicios relativos a los miembros del endogrupo y el exogrupo, en su conexión con la identidad social de los sujetos.

Según la investigación sobre el EON, se dará una mejor valoración de la conducta llevada a cabo por el miembro del endogrupo en su comparación con el exogrupo

El “efecto oveja negra” en jóvenes estudiantes de psicología

cuando se trata de una conducta deseable, debido a la tendencia al favoritismo endogrupal, pero una valoración más negativa del miembro del endogrupo que del exogrupo cuando se trata de una conducta indeseable.

Otra pauta de resultados podría ser que el miembro del endogrupo siempre sea mejor valorado que el del exogrupo, lo que estaría de acuerdo con la formulación general de la teoría de la identidad social sin la matización que introduce el EON.

Podríamos encontrar también que hubiese una mayor diferencia de la valoración de la conducta Indeseable y la Deseable del miembro del exogrupo en comparación a la encontrada entre las correspondientes valoraciones de conductas de miembros del Endogrupo. Este patrón se ajustaría a la hipótesis de la Complejidad-Extremosidad de los juicios que propone que cuanto más complejo sea un esquema de categoría, menos extremos son los juicios respecto de los miembros de esa categoría, siendo así que los esquemas correspondientes a miembros del endogrupo son más complejos que respecto a miembros del exogrupo, debido al mayor contacto e información que se tiene respecto a los miembros del propio grupo o categoría social.

Método

Participantes

La muestra, de tipo intencional, está compuesta por 140 estudiantes de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. El 36% es de sexo masculino y el 64% restante de sexo femenino. La media de edad es de 25 años (D.T: 5,86) con un rango mínimo de 19 y un máximo de 53. El 81 % de los participantes son alumnos del tercer y cuarto año de la carrera. Respecto del estado civil, el 87 % de la muestra es soltero y, de acuerdo al nivel educativo de los padres, el 33% tenían estudios medios y el 38% estudios universitarios.

Instrumentos y Procedimiento

Se utilizó la escala “El Turista” (Huici, 1999) que varía según la condición experimental: Persona del Endogrupo/Persona del Exogrupo y Comportamiento Deseable/Comportamiento indeseable. La situación que se presentaba era la siguiente:

“Un residente en que está viajando en coche por una autopista de ese país, ve cómo otro coche con un distintivo de está averiado a la orilla del camino, pero decide no detenerse para evitarse complicaciones, aunque no corre ningún peligro si lo hace / detenerse para ver si puede ayudarlo”.

Las conductas blanco de juicio se evalúan por medio de 16 preguntas con continuo de respuesta de 1 a 7 y 1 a 5.

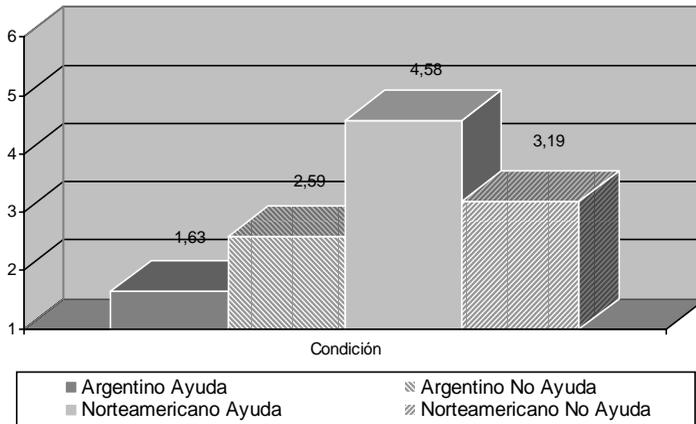
El endogrupo era Argentina y el exogrupo Estados Unidos y se distribuyeron los cuestionarios según cuatro Condiciones: C1: Endogrupo Conducta Indeseable (25%),

C2: Exogrupo Conducta Indeseable (25%), C3: Endogrupo Conducta Deseable (25%) y C4: Exogrupo Conducta Deseable (25%). Se incorporaron además datos sociodemográficos y tres preguntas sobre identificación por medio de las que se buscaba indagar si se evaluaba más negativamente al “oveja negra” desviado del propio grupo o al del otro grupo.

Resultados

Para indagar si había diferencias significativas en las medias de respuesta por condición se realizó un Análisis de Varianza Múltiple (MANOVA). Los datos arrojan diferencias significativas en la mayoría de los ítems (12 de 16).

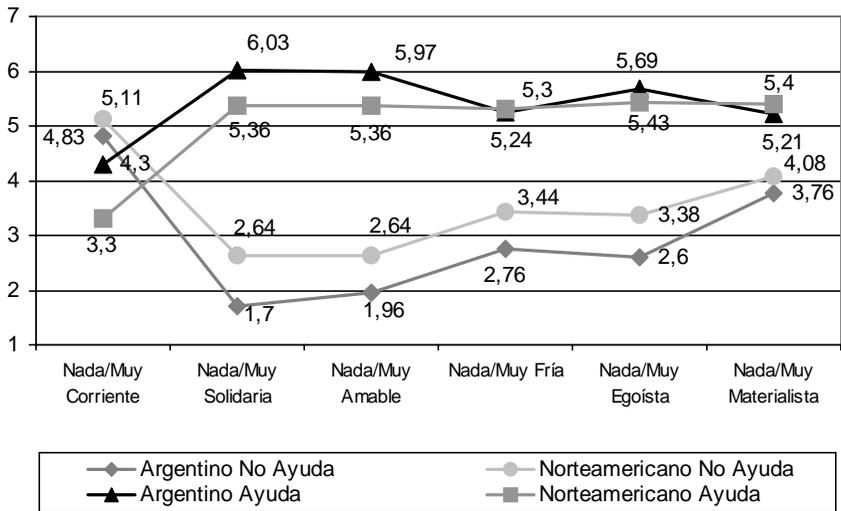
Gráfico 1: Puntuaciones medias en Grado de Acuerdo con la conducta por condición (1= Totalmente en Desacuerdo / 7= Totalmente de Acuerdo)



Como podemos observar en el Gráfico 1, cuando se pregunta a los participantes su grado de acuerdo con la conducta del sujeto, es mayor el desacuerdo cuando la conducta indeseable la realiza el argentino que el norteamericano y, a la inversa, es mayor el acuerdo cuando la conducta deseable la realiza el argentino y no el norteamericano ($F(3) 45,35 p < .000$).

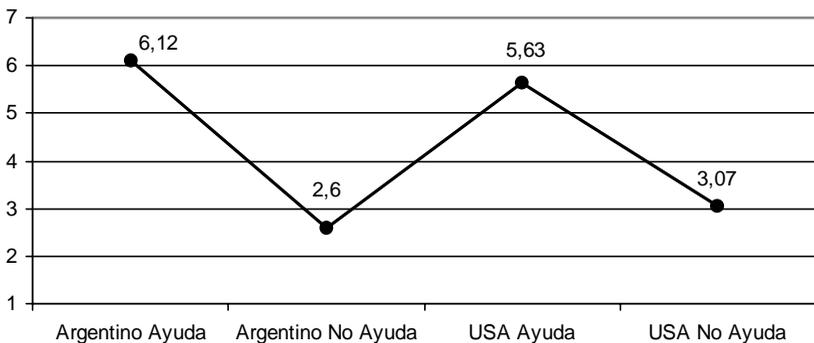
Respecto de la opinión que la persona le merece, cuando la conducta indeseable la realiza el argentino (miembro del endogrupo) es peor la evaluación, se los caracteriza menos solidarios ($F(3) 105,51 p < .001$), menos amables ($F(3) 91,78 p < .000$), más fríos ($F(3) 23,69 p < .000$), más egoístas ($F(3) 36,89 p < .000$) y más materialistas ($F(3) 12,01 p < .000$). Esta situación se revierte cuando la conducta es deseable (de ayuda) y la realiza el argentino, en este caso, el miembro endogrupal es más solidario, más amable, menos frío, egoísta y materialista que el norteamericano (ver gráfico 2).

Gráfico 2: Puntuaciones medias en Opinión sobre el Turista según condición (1= Nada / 7= Muy)



A la hora de evaluar la conducta realizada por el sujeto (ver gráfico 3), ésta es percibida más fuertemente como “muy mala” cuando es el argentino el que no ayuda que cuando el que no lo hace es el norteamericano. De manera inversa, cuando la conducta es deseable (de ayuda) y la realiza el argentino, ésta es evaluada más fuertemente como “muy buena” en comparación a cuando el que la hace es el norteamericano ($F(3) 75,78 p<.000$).

Gráfico 3: Puntuaciones medias en Evaluación Conducta por condición (1= Muy Mala / 7= Muy Buena)

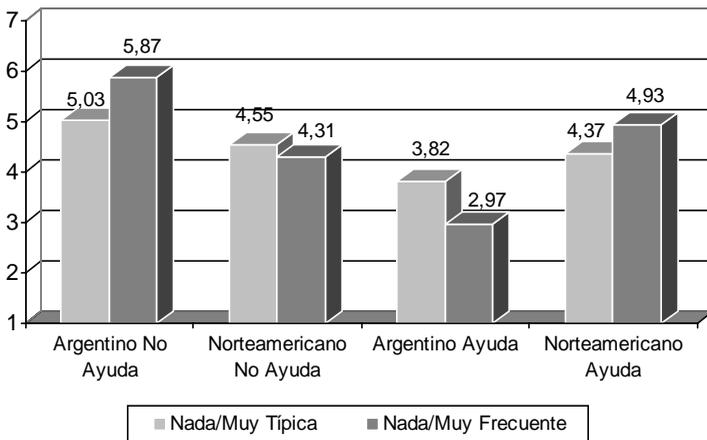


Cuando se pregunta acerca de cuán importante es esa actuación para la imagen del país, las mayores puntuaciones en términos de “muy importante” se dan en la situación de endogrupo conducta indeseable (argentino que no ayuda) y en la de exogrupo conducta deseable (norteamericano que ayuda) (F(3) 2,92 p<.05).

El ítem en el que se hace referencia a si el sujeto debe ser castigado o recompensado, el mayor peso del castigo cae para el argentino que no ayuda pero también la mayor recompensa es para el argentino que ayuda (F(3) 11,02 p<.000).

Respecto a cuán frecuente es la conducta en el país del sujeto son llamativos los resultados ya que aparecen con mayores puntuaciones medias como “muy frecuentes” la conducta del miembro del endogrupo indeseable, es decir, el argentino que no ayuda y la del miembro del exogrupo deseable, es decir, el norteamericano que ayuda (F(3) 18,82 p<.000). Asimismo, al preguntar acerca de cuán típica o representativa del país era la conducta del sujeto, vemos que es la conducta indeseable la más típica del endogrupo y la deseable la más típica del exogrupo. Es decir, es más representativa de Argentina el no ayudar y de Estados Unidos el ayudar (F(3) 3,55 <.05). Las puntuaciones se muestran en el gráfico 4.

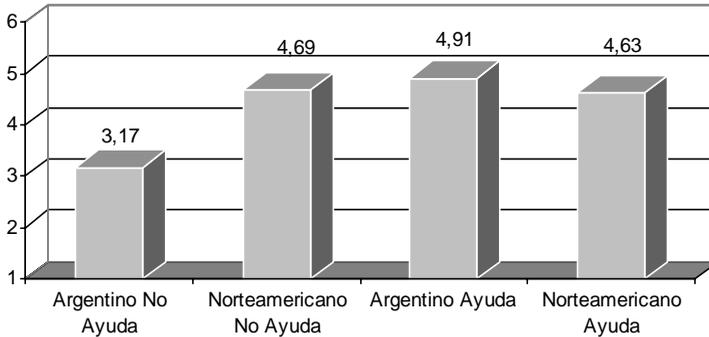
Gráfico 4: Tipicidad y Frecuencia de conducta. Puntuaciones medias según condición (1= Nada Típica- Frecuente / 7= Muy típica- Frecuente)



Al indagar si la conducta realizada por el sujeto podía ser explicada por las circunstancias, por el contexto, es el argentino que no ayuda la de menor puntuación media indicando que es “nada explicable por el contexto”. Esta media de 3,16 mientras que la del norteamericano que no ayuda es de 4,69, notándose la fuerte dureza con que se juzga al miembro del grupo de pertenencia. En relación a las situaciones deseable, de ayuda, se explica más fuertemente por el contexto la actitud del argentino que la del norteamericano (F(3) 12,82 p<.000).

Gráfico 5: Puntuaciones medias en cuánto el contexto explica la conducta del sujeto por condición

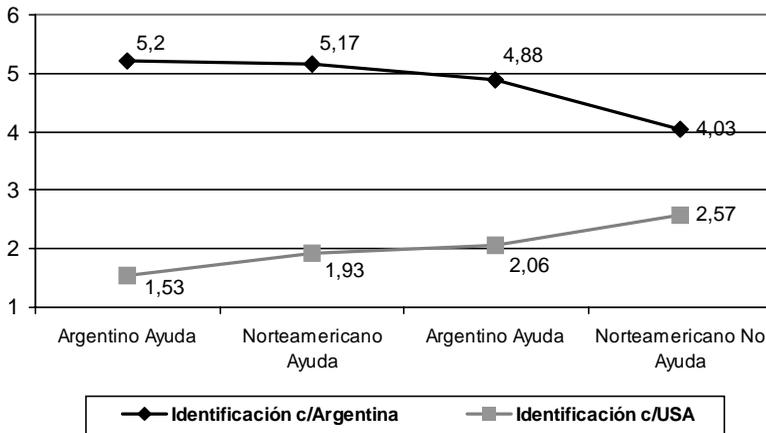
(1= Nada / 7= Totalmente, explicable por contexto)



Ante la pregunta cuanto más conozco a los argentinos / norteamericanos, más parecidos entre ellos me parecen, en general las puntuaciones medias se acercan al extremo “muy parecidos” aunque son mayores en el caso endogrupal, tanto en la conducta indeseable como deseable ($F(3) 2,95 p<.05$). A la hora de caracterizar a la gente del endogrupo (Argentina) o del exogrupo (Estados Unidos) como conformistas tanto en la conducta deseable como indeseable la gente de argentina aparece como más conformista que la gente norteamericana ($F(3) 5,63 p<.001$). Asimismo, aunque sólo tendencialmente significativa, en las respuestas sobre si los argentinos o los norteamericanos varían poco o mucho en su forma de vestir vemos que hay menor variación o mayor semejanza en la situación endogrupal, tanto para la condición de conducta deseable como indeseable ($F(3) 2,31 <.08$),

En cuanto al grado de identificación con el endogrupo, es decir, la Argentina, las puntuaciones más altas están dentro de la conducta indeseable, tanto cuando ésta la realiza un argentino o un norteamericano ($F(3) 3,66 p<.05$). En cuanto a la identificación con el exogrupo, los Estados Unidos, prevalecen puntuaciones muy bajas, similar a lo anterior, las menores puntuaciones se dan en las conductas indeseables tanto del argentino como del norteamericano ($F(3) 2,76 p<.05$).

Gráfico 6: Puntuaciones medias en identificación con Argentina y USA por condición (1=Baja/7=Alta)



Conclusiones

En general, los datos van en la línea del Efecto Oveja Negra matizando así la formulación de la Teoría de la Identidad Social de que siempre será mejor valorado el miembro del endogrupo. Los datos muestran que no se cumple el favoritismo endogrupal cuando la conducta realizada por el miembro del grupo es negativa. Los argentinos son más duramente evaluados que los norteamericanos en la situación de “no ayuda” y, mejor valorados que los norteamericanos en los casos de “ayuda”. La sumatoria de ítems que aluden a la opinión sobre la actitud del sujeto confirma esta tendencia. Cuando la conducta es antinormativa se es más implacable con el miembro del endogrupo así como también se lo halaga más ante el comportamiento normativo ($F(3) 2,87; p < .05$).

La importancia que la valoración del grupo de pertenencia tiene respecto de la identidad social de los sujetos se refleja también en la pregunta sobre la imagen, es la conducta de no ayuda del miembro del grupo la que más preocupa. Dicotomizando la variable identificación a partir de la mediana se comprobó que aquellos que creían que la conducta realizada era muy importante para la imagen del país eran quienes tenían mayores niveles de identificación endogrupal ($t(138), -1,77; p < .01$).

Respecto a las preguntas que refieren a la homogeneidad-heterogeneidad, sobre “parecido”, “poca variación” y “conformistas”, tanto en la conducta deseable e como indeseable, prevalece la homogeneidad endogrupal y una mayor heterogeneidad exogrupal. Estos datos estarían en contradicción con investigaciones previas y revisiones meta-analíticas que indican que el exogrupo se percibe como menos

diferenciado y más homogéneo aunque la diferenciación con el endogrupo sea mediana-baja. Sin embargo, en ocasiones se presenta al endogrupo como más homogéneo que el exogrupo. Esto sucede si el atributo es normativo y/o si se hace saliente la pertenencia grupal frente a otro grupo o si hay conflicto entre los grupos, es decir, si nuestro grupo se ve amenazado, percibimos que somos relativamente parecidos u homogéneos (Marques y Páez, 1999).

En los ítems que evaluaban frecuencia y tipicidad de las conductas, es destacable remarcar la aparición de un “criticismo endogrupal” respecto de la Argentina ya que es la conducta indeseable de “no ayuda” la que aparece como más frecuente y representativa del país. Esto podría estar en parte explicado por la complejidad-extremosidad de los juicios y la tesis de la homogeneidad ya señalada. De manera complementaria podría pensarse en una imagen nacional idiosincrásica construida negativamente, por el contexto de crisis política y social que vivía el país a la hora del relevamiento de datos a lo largo del año 2002. En este sentido, los resultados arrojan líneas interesantes a indagar.

Referencias Bibliográficas

Biernat, M; Vescio, T y Billings, L. (1999). Black Sheep and expectancy violation: integrating two models of social judgement. *European Journal of Social Psychology*, 29, 253-542.

Huici, C. (1999). El “efecto oveja negra”. En C. Huici (Ed.). *Estructura y Procesos de Grupo*. Madrid: UNED, Vol.2.

Marques, J y Páez, D. (1999). Estereotipos. En J. Vala y M.B. Monteiro (Eds.). *Psicología Social*. Lisboa: Calouste Goulbenkian.

Marques, J. y Páez, D. (1996). Identidad Social y diferenciación intergrupal: el efecto “oveja negra” como una función y un antecedente del control social subjetivo. En J.F Morales y D. Páez, J.C. Deschamps y S. Worchel (Coord.) *Identidad Social*. Valencia: Promolibro.

Páez, D; Arróspide, J.J; Martínez-Taboada, C y Ayestarán S. (1992). Identidad social, autoesquematación y autoconciencia colectiva: investigaciones correlacionadas en la perspectiva de la Teoría de la Identidad Social. *Revista de Psicología Social*. Monográfico, pp. 3-20.

Tajfel, H y Turner, J.C. (1979), An integrative theory of intergroup conflict. En W.G Austin y S. Worchel (Eds.). *The social psychology of intergroup relations*. Monterey: Brooks/Cole.

Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity, and social comparisons. En H. Tajfel (Ed.) *Differentiation between social groups*. London: Academic Press.

