

EL EFECTO PIGMALIÓN EN LA ACTIVIDAD DOCENTE Y ADMINISTRATIVA

THE PYGMALION EFFECT IN TEACHING ACTIVITIES AND ADMINISTRATIVE

ANA MARÍA GUTIÉRREZ HUBY*

Docente Principal de la Facultad de Ciencias Contables, UNMSM

ELSA VIOLETA RAFAEL DÍAZ**

Colaboradora

[Recepción: Marzo de 2010 / Conformidad: Abril de 2010]

RESUMEN

Es intención del presente artículo abordar el tema de la importancia de mostrar confianza y expectativas de éxito tanto a un alumno en sus tareas académicas y rendimiento escolar como a un trabajador administrativo en sus actividades funcionales y su productividad, profundizando las consecuencias tan positivas que se dan al poner en práctica el “efecto Pigmalión” en el aula y las oficinas administrativas de la institución educativa, así mismo los efectos nocivos que provoca ignorar o menospreciar sus respectivas capacidades. Palabras clave: Efecto pigmalión, instituciones universitarias, estudiantes, docentes.

Palbras clave: Efecto Pigmalión, instituciones universitarias, estudiantes, docentes.

ABSTRACT

The intention of this article takes of showing confidence and success expectations even from a student in their academic work and achievements to a worker in their administrative functional activities and productivity, deepening in the positive consequences obtained when the “Pygmalion effect” is applied in the classroom and in the offices of the educational institution, as the negative consequences that causes to ignore or underestimate their respective capacities.

Keywords: Pygmalion effect, academic institutions, students, teachers.

* Magíster en Administración y Licenciada en Administración, UNMSM. Jefe de la Oficina de la Calidad Académica y Acreditación. E-mail: anamaria_0105@hotmail.com

** Colaboradora. E-mail: evrd107@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Aunque, probablemente, muchos habrán leído y/o escuchado acerca de la existencia de la teoría de la realización personal o Efecto Pigmalión en las instituciones u organizaciones, nos resulta interesante su puesta en práctica en la realidad de una institución universitaria en la cual se desarrollan dos aspectos fundamentales, los procesos académicos o procesos de enseñanza-aprendizaje y los procesos administrativos, dualidad que solo presenta la institución educativa.

Esta teoría que es aceptada universalmente como un efecto real que se da en la sociedad y que influye profundamente sobre la calidad y la productividad en todos los ámbitos parte del principio de confianza plena que tiene una persona respecto de otra haciendo más probable que esta última logre resultados positivos, ello también fue denominado “Profesía de autocumplimiento” por Robert R. Merton, sociólogo estadounidense (1968).

Lo referido es la base del llamado efecto Pigmalión y al respecto existen un sin fin de investigaciones que respaldan las afirmaciones de muchos autores acerca de esta temática, la cual tiene que ver y mucho con la psicología que la encuadra más bien como un principio de actuación a partir de las expectativas ajenas.

Aunque este fenómeno se estudiara inicialmente en el área educativa, su aplicación en el caso especial de la institución universitaria presenta un cierto vacío, de hecho la mayoría de las investigaciones realizadas corresponden al ámbito escolar y se centran en la influencia de las expectativas de los docentes sobre los estudiantes, es así que muchos de los resultados de estos estudios se reflejan en la educación universitaria.

En los procesos de enseñanza, son los docentes los que ejercen influencia con sus

expectativas en los estudiantes o grupos estudiantiles pues cuanto mayores son estas expectativas respecto a su rendimiento, éstos efectivamente logran desempeñarse mejor ya que se sienten más estimulados. En los procesos administrativos son los directivos y jefes los que influyen sobre el personal técnico administrativo y de servicio a su cargo, pues lo que los directivos y jefes esperan de su equipo y la forma que tengan de tratar a las personas que lo integran, determina en gran medida el progreso y el rendimiento profesional del mismo.

En síntesis, la confianza puesta en estos actores dependientes o adjuntos mencionados constituye el motor que les impulsa a alcanzar los objetivos más difíciles.

OBJETIVOS

El objetivo del presente artículo es generar el interés de los docentes y directivos de la Facultad de Ciencias Contables por este tema de las expectativas buscando quizás respuestas que refuercen o que cuestionen el enfoque, de cualquier manera la pretensión final es propiciar un debate académico al interior del claustro con el fin de encontrar aspectos positivos que mejoren la práctica educativa, así como también la toma de conciencia por parte de los docentes respecto a la enorme responsabilidad que tienen con sus estudiantes especialmente con los jóvenes que recién se incorporan a la vida universitaria.

¿QUÉ ES EL EFECTO PIGMALIÓN?

El Efecto Pigmalión es un modelo de relaciones interpersonales que figurativamente responde al hecho de que las expectativas que tenemos sobre las personas, las cosas y

las situaciones con las que nos relacionamos tienden a realizarse.

ORIGEN DEL EFECTO PIGMALIÓN

El origen del efecto Pigmalión tiene asidero en la leyenda mitológica greco-romana, difundida por el poeta latino Ovidio en su obra "La metamorfosis" en la que refiere a Pigmalión rey de la Isla de Chipre que tenía entre sus mejores talentos el de la escultura.

Se cuenta que este personaje había buscado durante mucho tiempo a la mujer perfecta, cuya belleza correspondiera a la mujer que él idealizaba, al no encontrarla se dedicó a la creación de las más hermosas estatuas femeninas. Sus amigos y criados le decían que a sus estatuas solo les faltaba cobrar vida, más él decidió crear una estatua femenina de una singular perfección y belleza como nunca antes había realizado. Mientras más trabajaba en ella, más era su entusiasmo que aún cuando la terminó le fue dando más toques que fueron resaltando aún más su belleza hasta el punto que acabó perplejo enamorándose de su obra maestra, la cual llamó Galatea a la que vistió con las mejores galas y cubrió con las más hermosas flores. Su fervor a la diosa Afrodita animó al soberano suplicarle le conceda la gracia de derramar sus dones sobre Galatea para poder adorarla como un ser humano. La diosa conmovida la transformó en una mujer real y Pigmalión la hizo su esposa viviendo felices por mil años.

Este es el resumen del mito Pigmalión, de allí que cuando alguien cultiva o hace triunfar a otra persona se le dice que es su Pigmalión, el cual muchos escritores han adaptado con sus respectivas varianzas en sus obras literarias una de las más sobresalientes es la del inglés George Bernard Shaw (premio nobel de literatura en 1925), que dio a conocer mun-

dialmente el nombre con su libro *Pigmalión*, quien en una original versión adaptada, narra la historia de un profesor que transforma a una humilde florista en una dama, historia que más tarde en los años sesenta fue llevada al cine.

ANÁLISIS DE ALGUNAS INVESTIGACIONES RESPECTO AL EFECTO PIGMALIÓN

El Efecto Pigmalión ha sido corroborado a través de muchos estudios, no obstante el sorprendente efecto Pigmalión en la educación se confirmó por primera vez en 1964, con el famoso experimento del Dr. Robert Rosenthal, docente de psicología social, investigador de la Universidad de Harvard, el cual reveló el enorme impacto ejercido por los conceptos y las expectativas que tienen los docentes sobre la capacidad y el desempeño de sus alumnos.

El experimento educativo planteó la siguiente cuestión: las expectativas favorables del educador, ¿inducen por sí mismas un aumento significativo en el rendimiento escolar de sus alumnos? Para resolver esta pregunta, aplicó en primer término una prueba de inteligencia general a un grupo de estudiantes, seguidamente dividió al grupo en dos subgrupos al azar. A los profesores del primer grupo les dijo que tenían a cargo a estudiantes con un coeficiente intelectual normal y a los profesores del segundo grupo les indicó que sus estudiantes tenían una inteligencia realmente superior situada por encima del promedio con una capacidad extraordinaria para el aprendizaje y la creatividad de los cuales se podía esperar progresos notables. Se les advirtió que no se engañaran con la apariencia de los estudiantes porque detrás de una notoria torpeza e ignorancia se ocultaban

auténticos genios, claro está que la diferencia entre ambos grupos era un engaño puesto que los alumnos mencionados eran muchachos normales.

Aunque los autores que referencian el tema señalen diferentes tiempos a la hora de afirmar cuándo es que el Dr. Rosenthal vuelve a aplicar la prueba de inteligencia a los estudiantes, unos afirman que en seis meses, otros que en ocho, otros que luego de un año, e incluso lo repite por segunda vez al cabo de dos años, lo cierto es que al final del ciclo escolar el profesor Rosenthal volvió a aplicar la prueba a todos los estudiantes. El resultado obtenido fue que los alumnos del grupo experimental –los descritos como genios ante sus profesores– habían mejorado mucho más que el grupo en comparación. Se comprobó entonces que aunque los dos grupos eran igualmente competentes, se evidenciaba una ventaja estadísticamente significativa en los alumnos “especiales” con respecto al resto, resultados que significaron para Rosenthal y sus colaboradores una constatación inicial muy alentadora del enorme impacto del efecto Pigmalión en el aula.

A través de este experimento se descubrió que el factor “expectativa” era clave pues las de los profesores responsables de cada grupo eran muy distintas. Se descubrió, por ejemplo, que los profesores inconscientemente prestaron más atención a los supuestos genios, manifestándose esta preferencia con actitudes de sonreírles con más frecuencia, dándoles más retroalimentación ignorando si sus respuestas eran correctas o no, haciendo con ello que el éxito de estos estudiantes se viera facilitado logrando que mostraran inusitados avances, aprendizajes significativos y relevantes, alegría en el estudio, autoestima y asertividad notoriamente fortalecidas, tornándose abiertos y propositivos.

El estudio se tituló “Pigmalión en el aula” y fue publicado en 1968 dando lugar al efec-

to Rosenthal. Según este, las personas que tienen expectativas positivas de sus hijos, alumnos o colaboradores (otras personas, en general), generan un clima socioemocional más cálido en ese grupo. Además, entregan más información, dan mejor retroalimentación sobre los resultados alcanzados y ofrecen las mejores oportunidades a este grupo.

Otras investigaciones respecto al efecto Pigmalión

De acuerdo a los autores del libro *Psicología Social de las Américas* (Charles E. Kimble y Díaz-Loving, Harmon M. Hosh, Michael A. Zárate), el efecto pigmalión fue objeto de investigación tanto por Rosenthal como por Rubín (1978), ellos revisaron más de 300 trabajos de investigación dedicados a los efectos que las expectativas de una persona tienen en el desempeño de otra. Refieren también que Feldman y Prohaska (1979), así como Feldman y Theiss (1982) demostraron que las expectativas de los alumnos inciden en el desempeño de los profesores.

Por otra parte, el doctor J. Sterling Livingston, profesor de la administración de la universidad de Harvard, investigó en 1969 (reimpreso en 2003) acerca de cómo las expectativas de los gerentes pueden afectar el desempeño de sus subalternos, King (1971); por su parte, demostró en su investigación el efecto Pigmalión en la industria; en su experimento, influyó en el desempeño de los aprendices de soldadura y mecánica, manipulando las expectativas de los instructores. Eden (1984) analizó el fenómeno en varias situaciones organizacionales y de entrenamiento militar. Un estudio de Snyder, Tanke y Bersheid (1977) demostró el efecto Pigmalión mediante un estereotipo social, a través de un experimento basado en el estereotipo del atractivo físico.

CRÍTICAS AL EFECTO PIGMALIÓN

Algunos críticos consideran ambiguo el efecto Pigmalión por tener este un efecto negativo y positivo el cual aseguran puede entenderse de varias maneras o admitir distintas interpretaciones, dando lugar por consiguiente, motivo a dudas, incertidumbre o confusión.

Así mismo, generalmente, siempre se le ha atribuido a los docentes como quienes influyen con sus expectativas en los estudiantes, sin considerar que también existe influencia de los segundos sobre los primeros; al respecto, si bien es cierto son pocos los estudios habidos sobre el tema, ciertamente los estudios más recientes apoyan este enfoque, en especial dentro de las instituciones universitarias. Javier Burón (1995), por ejemplo, asegura que la profecía del autocumplimiento como también se le llama al efecto Pigmalión, puede darse igualmente desde el alumnado al docente, más señala también que en todo caso la influencia de los profesores siempre es más fuerte que la de los alumnos.

Por su parte, Justicia F. (1996) en su libro *El profesor: los procesos de pensamiento*, expresa la existencia de una influencia desde el estudiante hacia el docente. Cuando explica las creencias del profesorado y las atribuciones de este sobre el alumnado, afirma que “a los profesores les preocupa su imagen personal, la percepción que tienen otros (colegas, padres y alumnos) respecto de su competencia profesional y, por tanto actúan en la dirección de crearse una opinión favorable.

En este sentido, hay un creciente interés por las expectativas del alumnado universitario que se deriva de las acciones que las universidades están realizando para establecer un sistema de evaluación de la calidad del servicio que brindan. El desempeño de los docentes es uno de los aspectos evaluados y en ella, una de las fuentes de información de

más peso son los estudiantes. Considerando ello podría justificarse que el docente está más condicionado a lo que el alumnado percibe de él y su actuación, y considera más las percepciones y expectativas de él.

Lo anterior constituye un nuevo marco teórico fuertemente influenciado por las investigaciones realizadas en el ámbito de los negocios; en este caso, el objetivo de los autores se ha centrado en la importancia que las expectativas poseen en la satisfacción de los clientes o consumidores. En esta línea han propuesto el modelo conceptual de las expectativas del servicio del cliente con el cual pretenden mostrar la distinción entre la satisfacción del cliente y la evaluación de la calidad del servicio.

En definitiva, docentes y alumnos son copartícipes del proceso de aprendizaje. Para poder desarrollar esta nueva concepción, el alumnado debe tener los medios adecuados y ser capaces de utilizarlos para manifestar al profesorado las modificaciones o correcciones que considere oportunas. De ahí la importancia de las percepciones, expectativas y opiniones del alumnado durante todo el proceso de enseñanza aprendizaje.

LAS EXPECTATIVAS COMO FACTOR DETERMINANTE

Todo lo antes referido apunta a la conclusión de que las “expectativas”, es decir, las esperanzas de realizar o conseguir algo, supone –por parte de docentes, miembros directivos de una entidad y padres de familia– uno de los factores más poderosos en el rendimiento de alumnos, personal subordinado e hijos. Referenciados estos últimos, puesto que en el ámbito familiar puede suceder el mismo efecto, es decir, tratar como mejores, más capaces e inteligentes a los hijos, dedicándo-

les más tiempo, diciéndoles en público y en privado cuánto se les quiere y se les valora. Si esto se hace con pleno convencimiento se logrará que lo que se diga se haga realidad, ya que cualquiera puede potenciar que alguien cercano sea mejor y más capaz.

LA AUTOESTIMA

La autoestima es la percepción y valoración que uno hace de sí mismo, como conjunto, como visión del “yo”. Esta percepción se basa en la experiencia que uno tiene de su relación con el entorno, personas, ambiente que le rodea. Del entorno, uno recibe ecos positivos o negativos, la alabanza o la censura, el afecto, la aceptación o el rechazo, la sensación del éxito, de seguridad o de fracaso; y uno realiza la atribución de esa experiencia y la interpreta diciéndose “yo soy así”.

En el Efecto Pigmalión, la clave es la autoestima, pues las expectativas positivas o negativas del Pigmalión emisor se comunican al receptor, el cual, si las acepta, puede y suele experimentar un refuerzo positivo o negativo de su autoconcepto o autoestima, que, a su vez, constituye una poderosa fuerza en el desarrollo de la persona.

Aunque hay una percepción general del autoconcepto, este puede subdividirse en varios aspectos: el autoconcepto académico o profesional (y este, a su vez, en autoconcepto para cada una de las diversas materias o competencias intelectuales), el autoconcepto social (con los compañeros que es el más importante para un niño o adolescente, o con las otras personas), el autoconcepto emocional físico (las habilidades y la apariencia física).

Se dice que para cambiar el autoconcepto es mejor acudir a los niveles concretos,

actuando positivamente a ese nivel particular –sea académico, social, físico, etc.- pero la autoestima general es importante. Puede ser positiva o negativa. Es positiva si en el conjunto una persona se acepta a sí misma, está globalmente satisfecha de ser como es. Es negativa si no se acepta y se siente más o menos insatisfecha de ser como es.

La autoestima positiva no impide ver y aceptar las limitaciones y errores de uno mismo, sino que supone una aceptación con energía y ánimo de dichas deficiencias; supone una visión de las cualidades positivas que uno tiene sin arrogancia; y supone una sana actitud de superación desde el realismo de la aceptación de uno mismo.

Las investigaciones correlacionan la autoestima negativa y el rendimiento académico de un modo que no admite discusión. Es decir el autoconcepto global de la persona en un niño y adolescente depende muchísimo del autoconcepto académico; si la autoestima académica es positiva, la autoestima global suele serlo también. En la práctica, el mundo académico es el ámbito público del niño y adolescente donde es familiar y socialmente evaluado. En realidad, se sobreestima la importancia del éxito académico como si fuera el éxito total de la persona. Los padres deberían tener cuidado de no sobrevalorar la importancia de los logros académicos. Muchos niños y adolescentes llegan a creer que sus padres no tienen ilusión por ellos porque sus notas no son brillantes.

PRINCIPIOS BÁSICOS QUE SUBYACEN AL TEMA DE LA AUTOESTIMA

- La persona crece no aislada, sino en presencia y con la colaboración de otros, en un clima de mutuo respeto.

- Todo ser humano merece respeto, aceptación y estima, con independencia de sus cualidades o limitaciones.
- Todo ser humano posee recursos para potenciar sus talentos y superar dificultades, así como para corregir fallos.
- La autoestima no es congénita, sino que se aprende y puede fluctuar según las experiencias.
- La autoestima positiva se desarrolla a fuerza de afirmación, aprecio y aceptación recibida de los demás, especialmente de padres y educadores.

CARACTERÍSTICAS QUE IDENTIFICAN A UN PIGMALIÓN ACADÉMICO POSITIVO

- Tiene una actitud de aprecio e interés por el alumno.
- Se preocupa por su bien, por su felicidad y por su desarrollo.
- Está atento a cualquier signo de bondad, de capacidad y de talento del alumno.
- Sabe describir y adivinar los valores latentes y ocultos del alumno y los manifiesta y saca a la luz, incluso en público.
- Mantiene una actitud que inspira palabras, gestos y acciones que ayudan al alumno a descubrir y utilizar sus propios recursos, a descubrirse a sí mismo, a buscar y seguir su propio camino y a actuar con libertad.
- Valora en el alumno las mínimas aportaciones que haga: le da libertad, alienta y anima, confirma y apoya.
- Actúa con paciencia y benevolencia, a la vez que con rigor y disciplina, corrigiendo y sancionando cuando es oportuno.
- El Pigmalión positivo no abrumba al alumno con fabulosas e ilusorias expectativas.

- No propone metas que no estén al alcance del alumno, creando situaciones destructivas y que llevan al fracaso.
- No impone, sino que acompaña.

COMPORTAMIENTOS QUE IDENTIFICAN A UN PIGMALIÓN ACADÉMICO NEGATIVO

En el caso de un docente en clase

Generalmente, las conductas que los docentes –de modo inconsciente– manifiestan hacia aquellos alumnos en quienes tienen pocas expectativas, generalmente son:

Dan menos tiempo a esos alumnos para responder a las preguntas, o responden ellos mismos mostrando impaciencia, o rápidamente pasan a preguntar a otros alumnos; les critican más sus fallos y les alaban menos sus éxitos; les prestan menos atención, interactúan menos con ellos, se colocan a mayor distancia de ellos; les dan menos explicaciones, les responden más brevemente y de manera menos informativa, con expresión más seca y con menos calor y contacto visual; se acercan a ellos de modo diferente, tienen relaciones menos amistosas con ellos, y ante la duda, optan por bajarles las puntuaciones.

En el caso de un directivo o jefe

En el ámbito gerencial, es muy común oír a empresarios, directivos encasillar a sus trabajadores en determinados roles y conductas. Por ejemplo: “Mi personal es incompetente”, “no sé qué hacer con esta gente”, “¿por qué no le pones más fuerza al trabajo?”, etc.

Existen enormes diferencias al impartir una misma directiva: Un jefe podría decir a su subordinado, casi sin mirarlo, “Mira qué puedes hacer” o, en tono irónico, “Por lo menos haz algo, ¿quieres?”

CONCLUSIONES

- Las expectativas positivas y realistas del educador influyen positivamente en el alumno (Pigmalión positivo) y las negativas lo hacen negativamente (Pigmalión negativo). Tanto es así que los educadores más eficaces se suelen distinguir por su actitud de “Pigmaliónes positivos” y los menos eficaces por el contrario.
- Los alumnos tienden a realizar lo que sus “pigmaliónes positivos” o “negativos” esperan de ellos. En términos generales las expectativas negativas parecen comunicarse más fácilmente que las positivas. También el comportamiento no verbal del “Pigmalión” es más influyente que el puramente verbal.
- Las expectativas positivas y realistas del “Pigmalión positivo” no hacen sino potenciar lo que ya está de modo latente en el alumno, creando en el aula un ambiente más proclive al crecimiento y aprovechamiento de éste, proporcionándole más información, respondiendo con más frecuencia e interés a sus esfuerzos, dando más oportunidades para ser preguntado y dar respuestas.
- Finalmente, la efectividad del “Efecto Pigmalión” depende en gran medida de la autoestima del propio “Pigmalión”. Generalizando, podríamos decir que el mejor Pigmalión positivo de sí mismo es el mejor Pigmalión positivo de sus alumnos. Esto es, el educador que posee una alta autoestima, con frecuencia es el más efectivo a la hora de inspirar una autoestima más elevada en sus alumnos.

RECOMENDACIONES

Lo primero que podría sugerírsele a un profesor interesado en la autoestima de sus

alumnos sería que fortaleciese su propia autoestima como persona y como docente pues, como ya se ha dicho, los estudios sobre este tema revelan que los educadores que poseen actitudes positivas hacia sí mismos, esto es, que se aceptan, respetan y aprecian, están mucho mejor preparados para infundir autoconceptos positivos en sus alumnos que aquellos que tienen una baja autoestima.

En segundo lugar, había que advertirle que la modificación de la autoestima del alumno es un proceso posible, gradual y lento, en algunos casos más que en otros, por lo que se requiere una gran paciencia.

En tercer lugar, se le instaría al docente a tener cuidado al comunicar sus actitudes positivas o negativas hacia el alumno. De forma directa o indirecta, con palabras, con gestos, con lo que hace o deja de hacer, consciente o inconscientemente, el profesor no puede dejar de comunicar su actitud hacia el alumno, el cual suele percibirla, aunque a veces sea incapaz de conceptualizarla. Es por ello que el educador, debe tomar conciencia con cierta frecuencia de su actitud hacia todos y cada uno de sus alumnos.

Para finalizar, recomendar a los docentes que, siguiendo normas de reconocidos psicopedagogos pongan todo de su parte para crear en sus aulas un ambiente caracterizado por los siguientes factores:

RETO, esto es que propongan metas altas pero alcanzables para que su alumno pueda descubrir su capacidad de rendimiento.

LIBERTAD de equivocarse para que el alumno aprenda a tomar decisiones propias sin temer a equivocarse, a ser rechazado o humillado y que se sienta libre de amenazas y chantajes.

RESPECTO pleno a la persona del alumno porque si se le trata con verdadero respeto, su auto respeto aumentará y aprenderá a respetar a los demás.

CORDIALIDAD, pues se ha comprobado que existe una correlación positiva entre la cordialidad del educador en el aula y la autoestima del alumno.

DISCIPLINA, porque se ha demostrado que los jóvenes educados en un entorno excesivamente permisivo suelen tener menos autoestima que los formados en un entorno razonablemente estructurado, firme, exigente y a la vez cordial, esto es, una disciplina que brote del interés cordial del educador por el alumno.

ÉXITO, es decir, un estilo educativo más orientado a fomentar y facilitar el éxito que a subrayar y corregir el fracaso, ya que generalmente, nos percatamos más de nuestros recursos a través del éxito que del fracaso. El elogio adecuado es más conducente al rendimiento académico satisfactorio que la crítica y la corrección punitiva.

En resumen, se ha comprobado en estudios plenamente confiables que la concurrencia en el aula del **reto, libertad, respeto, cordialidad, disciplina y éxito** contribuye poderosamente a desarrollar la autoestima del alumno y a propiciar su rendimiento académico. Por el contrario, cuando no se da alguno de estos factores la autoestima se resiente.

En el ámbito directivo laboral, debiera quedar el compromiso de mejorar nuestro trato para con todos los empleados, sin excepción y no prejuzgarlos. Así mismo, debiera mostrarse actitudes equitativas hacia todos. La confianza que ellos perciban de los directivos generará significativos resultados en su actuación, en síntesis, mostrar fe en la capacidad de las personas para poder cambiarlas y hacerlas mejores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Charles E. Kimble y Díaz-Loving, Harmon M. Hosh, Michael A. Zárate. Psicología social de las Américas. Recuperado de:
http://books.google.com.pe/books?id=gMNR2ib9BIYC&pg=PA89&lpg=PA89&dq=Rubin%2B1978%2Bpigmali%C3%B3n&source=bl&ots=hXvaUHiHzC&sig=T_vvWfx8sZqrEAUiBYfDz6X6gFQ&hl=es&ei=w7UfTKLTDYL68AaDvvSLDA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5&ved=0CCIQ6AEwBDgU#v=onepage&q=Rubin%2B1978%2Bpigmali%C3%B3n&f=false.
2. Livingstone, S. L. Harvard Business Review (en español). Vol. 841, N.º 1, ene. 2003, pp. 77-84.
3. Navas, L. y Sampascual, G. Universidad Nacional de Educación a Distancia - UNED. Las expectativas de profesores y alumnos como predictores del rendimiento académico. Revista de Psicología General y Aplicada, 1991. 44 (2): 231-239.
4. Rosenthal R. y Jacobson, L. (1968). Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development. Irvington Publishers, New York, 1992.
5. Vega Rodríguez, María Teresa e Isidro de Pedro, Ana Isabel. Las creencias académico-sociales del profesor y sus efectos. Recuperado:
<http://www.uva.es/aufop/publica/actas/viii/orienta.htm>