

## ¿Quién puede envidiarnos más, un amigo o un extraño? La UNED investiga la influencia del grupo en ese sentimiento desde la infancia

original

**Las conclusiones de la investigación, llevada a cabo por las profesoras Elena Gaviria, Laura Quintanilla y María José Navas, de la Facultad de Psicología de la UNED se ha publicado en el artículo 'Influence of Group Identification on Malicious and Benign Envy: A Cross-Sectional Developmental Study', y permiten comprobar que nuestro comportamiento y emociones están fuertemente vinculadas al modo en que nos clasificamos como parte de un grupo, o como un individuo frente a otro.**

Los puntos centrales de la investigación demuestran, según nos explica Laura Quintanilla, unas de sus autoras, que la identificación con el grupo es un factor que influye poderosamente en el sentimiento de envidia. “Cuando la persona que me supera forma parte de mi grupo, con el cual yo me identifico, pero a su vez, esta persona a la que envidio se enfrenta a otro grupo y me representa, la envidia maliciosa desaparece. Aunque sí se manifiesta la envidia benigna. En cambio si mi grupo se compara con otro grupo aventajado, la envidia maliciosa aumenta”.

La investigación define a la envidia maliciosa como la que promueve la hostilidad y los malos deseos hacia el envidiado, mientras que la benigna promueve, que el envidioso se esfuerce y mejore para obtener el objeto o el resultado envidiado. “Ambas envidias coinciden en que son emociones que implican malestar por el éxito o la ventaja que tiene otra persona sobre mí en algo que yo deseo”, explica Quintanilla.



Como explican las autoras, la envidia es una emoción que hunde sus raíces en nuestro comportamiento relacionado con la distribución de los recursos. “Si concebimos que los recursos son ilimitados, probablemente no tendríamos motivos para sentir envidia por algo que está al alcance de cualquiera. Pero si percibimos que los bienes en el mundo son escasos, la aparición de la envidia es más probable. Así el sentimiento de envidia puede estar presente

en nuestro comportamiento tanto de consumo como de reparto de los bienes”, apunta Laura Quintanilla.

Para estudiar el efecto que tiene la identificación grupal en el sentimiento de envidia, se compararon cuatro condiciones experimentales, tres de las cuales implicaban situaciones grupales y una cuarta en la que no se mencionaba ningún grupo, sino que el contexto de comparación era puramente interpersonal.

En todos los casos los participantes, niños de 6 a 11 años, se ponían ante situaciones de comparación ascendente. Es decir, desventajosa para ellos, y en las tres condiciones grupales se promovía, además, la identificación de los niños con un grupo. En la condición intragrupal, el niño se comparaba con otro compañero (ficticio) dentro del grupo, en la intergrupala su grupo se comparaba con otro grupo (ficticio), y en una condición mixta el participante se comparaba con un miembro de su grupo, pero el envidiado competía con el representante de un grupo externo que le superaba. Los participantes debían responder a dos tipos de cuestiones: una verbal sobre cómo se sentían (el otro gana y él pierde) y otra conductual sobre el reparto de recursos.



“Queríamos explorar si los niños que decían no tener envidia mostraban también un comportamiento no envidioso. Para ello les propusimos que repartieran tres bolsas de chucherías, de tres tamaños diferentes, a tres personas: uno era el propio participante o un miembro de su grupo, otro era el envidiado o un miembro del otro grupo, y la tercera persona era un desconocido. Dependiendo de la distribución se codificó si el reparto era envidioso -malicioso o benigno- o no envidioso”.

El estudio partía de la hipótesis de que la condición intergrupala favorecería la envidia maliciosa, tanto en la respuesta verbal como en la conductual. Es decir, la identificación con el grupo aumenta la envidia maliciosa hacia un exogrupo que nos supera y, al mismo tiempo, reduce ese sentimiento hacia los miembros del propio grupo en contextos intergrupales competitivos. Con respecto a la envidia benigna no existía una hipótesis clara porque es el primer estudio que se plantea cómo evaluarla en niños.

“Los resultados, explica la profesora, confirmaron nuestras hipótesis relativas a la envidia maliciosa. En cuanto a la envidia benigna, aparece en todas las condiciones, pero con mayor frecuencia en la condición mixta, tanto en la respuesta verbal como en el reparto. Los repartos no envidiosos fueron los más frecuentes, aunque se produjeron en menor medida en la condición intergrupala. En definitiva, los niños mostraron más envidia benigna que maliciosa, pero más repartos no envidiosos que envidiosos. En términos de edad, a medida que se hacen mayores hay menos emoción de envidia y más repartos no envidiosos”.

Las autoras comprobaron que cuando nuestra identidad social destaca sobre nuestra identidad personal, como ocurre cuando nos identificamos con un grupo en un contexto intergrupala, la expresión de envidia maliciosa aumenta si el envidiado está en un grupo externo, pero disminuye cuando nos comparamos con un miembro de nuestro propio grupo que nos supera pero que nos representa en una competición intergrupala.

“La expresión de envidia benigna ha superado en frecuencia a la envidia maliciosa, y también a las respuestas no envidiosas en la medida verbal. Hasta ahora no había información sobre este tipo de emoción en muestras infantiles, sino que cualquier expresión de malestar ante la desventaja que no tuviera carácter malicioso se consideraba no envidiosa. Este estudio

contribuye a distinguir la envidia benigna de la maliciosa y de las respuestas no envidiosas, al tiempo que sugiere que esta variante está probablemente sustituyendo en estas edades a la envidia maliciosa, socialmente menos aceptada. No obstante, habría que afinar aún más el análisis de este tipo de emoción”, opina Quintanilla.

Para las autoras el valor de este estudio es proporcionar un conocimiento más profundo de las emociones para vincularlas con una identidad social o personal, y fomentar un tipo de emociones u otras. “Quedarse en el conocimiento superficial de las emociones no permitirá comprender las normas sociales sobre las expresiones que acompañan nuestra experiencia emocional (sea de envidia o de cualquier otra emoción). En concreto, conocer qué tipo de identidad fomenta unas emociones u otras, qué condiciones protegen contra una autoimagen frustrante, qué tipo de emoción favorece la cooperación o el reparto justo, es esencial si queremos promover la competencia emocional y social. Los programas de intervención podrían proponer actividades que incentiven la identificación grupal, los vínculos y metas comunes entre los niños, de manera que les permitan experimentar todo tipo de emociones, aprender a gestionarlas para mejorar su competencia social y favorecer un desarrollo sano”.

C/ Bravo Murillo, 38, 3ª planta. 28015 Madrid  
[comunicacion@adm.uned.es](mailto:comunicacion@adm.uned.es)  
[uned.es](http://uned.es)