
HIPOCRESÍA, PONERSE EN ESCENA Y REPUTACIÓN: EL PARECER MORAL COMO MOTIVACIÓN

ANDRÉS E. MURCIA NAVARRO

ABSTRACT. TO PUT ONESELF ON STAGE:
MORAL APPEARANCE AS MORAL MOTIVATION

This article aims to critically review the social, cultural, psychological, cognitive and hermeneutic elements of moral hypocrisy, and its manifestation as moral staging. We begin with the social usage of the hypocrisy concept to explore its value as a moral strategy. We will explore the historical and conceptual symbiosis between morality and hypocrisy to show each other's tolerance. We will delve into empirical studies on moral hypocrisy, with its motives and inconsistencies, in order to discuss the social usefulness of moral staging. We will finish with an attempt to approach the moral staging like a possible moral heuristic, a cognitive schema and a tool of the justification system.

KEY WORDS. Moral hypocrisy, moral integrity, normative frameworks, personal frameworks, moral staging.

No hay nada que la gente no pueda ingeniárselas
para elogiar, reprobar o encontrar una justificación
acorde con sus inclinaciones, prejuicios y creencias.
Molière

La hipocresía es el homenaje que el vicio tributa a la virtud.
François de La Rochefoucauld

INTRODUCCIÓN

Presentarse como un sujeto moral o evitar ser catalogado como uno inmoral es una de las reglas básicas para la aceptación social. Muy pocos quisieran asumir el costo de ser rechazados y por ello el respeto de los marcos normativos se vuelve vital. Sin embargo, cuando esto sucede como un mecanismo para engañar, fingir o por pretensión, solemos encontrar-

Grupo de Salud, Conocimiento Médico y Sociedad, Laboratorio Interdisciplinar de Ciencia y Procesos Humanos, Centro de Investigación sobre Dinámica Social (CIDS), Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia. / andresmuna@gmail.com

nos ante la brecha entre el decir y el hacer, lo que plantea una tensión entre la integridad moral y la hipocresía moral.

La integridad moral podría ser considerada como el comportamiento fácil, pues es la absoluta coherencia entre lo que se dice y lo que se hace. Frente a ello, aspectos como el mal juicio, la presión situacional y las motivaciones morales, inciden en lo que se suele denominarse como el comportamiento inmoral (Batson, 2011).

Por su parte, la hipocresía moral es un comportamiento no menos complejo que busca subvertir las relaciones sociales con la estrategia de parecer lo que no se es, muy al estilo a como un actor ejecuta un papel en una obra. Lo hace valiéndose de una combinación de modelos culturales con estrategias cognitivas, que conscientes o inconscientes, afectivas o racionales, constituyen un mecanismo que afecta la vida social, desde lo más trivial de la esfera privada hasta lo más complejo de la esfera pública.

No en vano reza el refrán “del dicho al hecho hay mucho trecho”, para hacer referencia a la distancia que puede existir entre lo que se dice y lo que se hace. Esta distancia, más allá de ser una cuestión anecdótica sobre la credibilidad, la sinceridad y la coherencia, plantea el escenario ideal para aproximarnos a las dinámicas intervinientes entre los juicios y los comportamientos morales. Para ello nos concentraremos en la exploración del funcionamiento del “trecho”, en su faceta como hipocresía moral.

La hipocresía ha sido utilizada en la literatura como un engaño (Molière, 1664/2001), como un vicio (Ingenieros, 1913/2010) ha sido considerada como un epíteto por politólogos (Grant, 2008) y como una ambigüedad por algunos filósofos (Szabados y Soifer, 1999).

En el inglés se representa su uso como herramienta para la interacción social con la frase “*be polite*”, derivada de “*politeness*”, que según el *Diccionario Oxford* de inglés significa “tener o mostrar un comportamiento respetuoso y considerado con otras personas”, y que tiene un uso en la jerga popular como una puesta en escena para mantener las buenas maneras en las interacciones sociales, diciendo y haciendo según lo “políticamente y socialmente correcto”.

Posiciones novedosas presentadas por la psicología cognitiva han considerado la hipocresía como un tipo de juicio social (Alicke, et al., 2013). Un mecanismo que al ser estudiado como una brecha entre el decir y el hacer requiere ser diferenciado de los procesos cognitivos como el cambio de opinión, la debilidad de voluntad, el doble estándar, la debilidad moral y la inconsistencia (Szabados, et al., 1999; Monin y Merrit, 2010).

Desde el enfoque cognitivo, el hipócrita ha sido estudiado en dos direcciones, la de la inconsistencia moral basada en la coherencia de principios y la de la motivación moral centrada en la motivación pro-social. En ello se han presentado hipótesis sobre el actuar hipócrita como una estrategia racional (Batson, 2008; McConell y Brown, 2010) que podría

estar mediada por el poder (Rustichi y Villeval, 2012; Lammers, Stapel y Galinsky, 2010), por las emociones (Polman y Ruttan, 2012), por factores endógenos subjetivos (Alicke, Gordon y Rose, 2013), por el objetivo último (Batson, 2011) o por una disonancia cognitiva (Stone, Cooper, Wiegand, y Aronson, 1997).

Usada como mecanismo para engañar, fingir o por pretensión, la hipocresía implica la resolución de una tensión entre marcos normativos, usualmente el del hipócrita con el de sus interlocutores, o el del hipócrita con el de las convenciones sociales. Para ello, el hipócrita requiere habilidades que le permitan ejecutar su acto y convencer, en tanto que su interlocutor acoge como cierto y real lo que el hipócrita le transmite, bien por engaño o por racionalización.

Una de las expresiones más complejas de la hipocresía se presenta cuando el hipócrita responde a un marco normativo en el que la hipocresía es valorada socialmente. Eso ocurre cuando el interlocutor espera una respuesta hipócrita y cuando el hipócrita reconoce que lo adecuado socialmente es ser hipócrita para evitar la sanción social, evitar infringir un daño emocional al interlocutor o ganarse la aceptación social.

Ante este panorama, surgen preguntas como: ¿es la hipocresía un patrón cultural o un proceso cognitivo? ¿Por qué recurrimos a una puesta en escena moral para mantenernos en el grupo social? ¿Por qué hay personas que actúan en contra de lo que ellos saben que es correcto y se ponen una máscara moral para parecer morales? ¿Existe alguna diferencia en la ejecución del decir y el hacer que implique una tensión para la coherencia moral?

Inquietudes como las anteriores son las que abordaremos en el presente documento, para lo cual iniciaremos con un recorrido por la historia del valor de uso del concepto hipocresía; exploraremos las cuatro vertientes que dominan en la actualidad, y discutiremos sobre la variación cultural del concepto.

Haremos una revisión de los estudios empíricos sobre la hipocresía, enfocándonos en aquellos relacionados con la motivación moral. Daremos un vistazo a los motivos que podrían constituir el modelo cognitivo-cultural de la hipocresía y exploraremos los túneles de la integridad moral para conocer la influencia de mecanismos cognitivos en la concreción de la hipocresía moral.

Al final, veremos que ponerse en escena es común por aspectos como la presión social y la aceptación cultural, y nos sorprenderemos al detectar un fuerte valor de uso como mecanismo de interacción social basado en la manipulación cognitiva, en la racionalización moral y en la motivación pro-social.

LA HISTORIA DE UN CONCEPTO
Y EL NACIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA

La hipocresía no siempre ha sido lo que hoy conocemos, incluso, en la actualidad no significa lo mismo en distintos idiomas. Su valor de uso social ha variado a lo largo de la historia y la influencia cultural ha dejado huellas en su significado.

No es un hecho menor iniciar con la revisión etimológica de la palabra ‘hipocresía’. Su origen es de lo más revelador. Tanto la hipocresía como actitud y el hipócrita como ejecutor fueron en sus orígenes significados de lo que podría considerarse como una puesta en escena social.

El *Diccionario Oxford* en inglés y el *Diccionario* de la Real Academia de la Lengua Española, RAE, señalan que la palabra ‘hipocresía’ proviene del griego *hupokrisis*, la cual, al viajar por influencia de latín eclesiástico *hypokrisis*, hacia el francés antiguo *ypocrisie*, se movió hacia el inglés *hypocrisy* y al español *hipocresía*.

La palabra ha evolucionado desde la raíz *hupokrinesthai*, de origen griego, utilizada para hacer referencia al acto de desempeñar un papel. Para Barclay (1977) en el griego temprano el *hupokrites* hacía referencia tanto a un “intérprete de sueños”, como a un “orador” o un “declamador de poesías”, que evolucionó durante el periodo del griego tardío para referirse “al que actúa”. Esta última referencia es la que definió el significado como “fingidor” o “comediante”.

En griego, el uso de la palabra era peyorativo y fue sólo hasta la influencia eclesiástica que se complementó con un contenido moral (Barclay, 1977), para asociarla con un juicio y un comportamiento moral. El significado fue migrando hacia un comportamiento relacionado con una moral escenificada, plasmada en el Nuevo Testamento en varios tipos de conductas:

El hombre dedicado a representar la bondad, de tal manera que ha merecido ser llamada “bondad teatral” ...El hombre que quebranta la ley de Dios en el nombre mismo de la religión ... El hombre que oculta sus auténticos móviles bajo una capa de ficción ... El hombre que oculta un corazón perverso bajo un disfraz de piedad ... El hombre que al final se ciega, ha engañado tan a menudo a los demás, que, al final, se engaña a sí mismo (Barclay, 1977: 108).

Bajo esta influencia, la hipocresía se constituye en una forma de actuar para aparentar moralidad, sin tenerla, y adquirió con ello la connotación de un comportamiento inmoral. La hipocresía sigue así el rumbo que la define como un marco normativo en contraste con la coherencia moral, al combinar características tanto de una actitud como de un principio moral, sin preestablecer un orden jerárquico entre el hacer y el decir, al definir en la brecha entre éstos el contenido del acto inmoral.

La aplicación del concepto hipocresía en contextos históricos y culturales también ha implicado una influencia sobre su valor social. De ello nos hablan los significados contemporáneos, que a modo de ejemplo podemos evidenciar en una rápida revisión a las definiciones de diccionario, resaltando que la exploración que presentamos hace referencia a culturas occidentales.

Si indagamos sobre los significados formales consignados en diccionarios, se pueden ver al menos cuatro tendencias normativas. Referencias que son útiles para comprender la relación entre la interpretación de experiencias y la reconstrucción de memorias, y para entender la aplicación en la vida social de valores culturales.

Iniciemos por conocer la connotación moral de la hipocresía expresada en definiciones como la del *Diccionario Oxford* de inglés:

The practice of claiming to have higher standards or more noble beliefs than is the case.
(Traducción del autor: La práctica de pretender tener normas más estrictas o creencias más nobles que las que se tienen realmente.)

Para las definiciones de este tipo, la apariencia moral pareciera ser lo fundamental. La brecha entre la realidad moral subjetiva y la apariencia moral, mostraría que el hipócrita es un sujeto con un umbral moral bajo y la necesidad de mostrarse con un umbral moral más alto, fungiendo como el actor de una moral socialmente considerada como superior.

El agente de la hipocresía en este caso se centra en el *yo*, plasmado en la referencia "pretender". El decir es exterior en tanto se relaciona con otras normas diferentes a las que se tienen. El hacer se concreta en la ejecución de la pretensión, a modo de aparentar el marco normativo que no se tiene. Es importante resaltar que la pretensión requiere de conocimiento, es decir, el sujeto elige un marco normativo que acoge y otro que simula.

Una segunda vertiente sobre la hipocresía es la histriónica, presentada en definiciones como la del *Diccionario* de la RAE:

Fingimiento de cualidades o sentimientos contrarios a los que verdaderamente se tienen o experimentan.

Este enfoque hace referencia a la actuación como estrategia para mostrar lo opuesto a lo que se está sintiendo. Su contenido pone de relieve el componente de la inconsistencia entre la subjetividad con las expresiones hacia el exterior (juicios y comportamientos).

Para este tipo de significados, el agente de la hipocresía se centra en el *nosotros*, al hacer referencia a la expresión exterior de cualidades o sentimientos distintos a los que se tienen, para lo cual es necesaria la relación de intersubjetividad entre quien expresa y quien recibe. El decir se centra

en el engaño, en tanto el hacer pareciera centrarse en la actuación de cualidades y sentimientos.

La tercera es la vertiente emocional de la hipocresía, plasmada en ejemplos como el del *Diccionario Larousse del Francés*:

Attitude consistant à dissimuler son caractère ou ses intentions véritables, à affecter des sentiments, des opinions, des vertus qu'on n'a pas, pour se présenter sous un jour favorable et inspirer confiance. (Traducción del autor: Actitud consistente en disimular el carácter y las verdaderas intenciones, para afectar los sentimientos, las opiniones, y las virtudes que no se tienen, y presentarse como una persona favorable e inspirar confianza.)

Generar empatía pareciera ser el objetivo en este tipo de definición, en la que la simulación de credenciales morales personales se convierte en un objetivo. La afectación de la percepción que los otros tengan implica en este sentido procesos de valoración de la situación personal, validación de convenciones sociales y el objetivo de la aceptación social.

El agente de esta modalidad de hipocresía se enfoca en los otros, y de allí la importancia de enviar mensajes que alteren su percepción. El decir se basa en el encubrimiento, y el hacer en la generación de confianza.

La cuarta vertiente que pudimos detectar es la de la incoherencia, representada en casos como el del *Diccionario Merriam-Webster* de inglés, en el que se define la hipocresía como:

The behavior of people who do things that they tell other people not to do: behavior that does not agree with what someone claims to believe or feel. (Traducción del autor: el comportamiento de aquel que hace cosas que le dice a otros que no se deben hacer: un comportamiento que no corresponde con lo que alguien dice creer o sentir.)

Este significado recoge la tradicional contradicción entre el predicar pero no aplicar. Representa un nivel en el que ocurre una brecha entre el comportamiento que se considera deben tener otros en contraste con el que se considera apropiado para sí mismo, así como un segundo nivel en el que se presenta la incoherencia entre el juicio y el comportamiento en el mismo sujeto.

Esta versión de la hipocresía supone el elemento de atribuir comportamientos a otros. Para ello se requiere de una valoración de los propios frente a los de los demás, lo cual, como veremos más adelante, puede estar mediado por mecanismos subjetivos como la atribución de superioridad moral y la autoindulgencia moral.

El agente en este tipo de definición se centra en el *nosotros* y los *otros*, al contrastar la valoración de los marcos normativos aplicables al *yo* y los *otros*. El decir se relaciona con la incoherencia moral y la segmentación

moral, de tal modo que se constituye un marco moral aplicable a los otros y otro a sí mismo, con lo cual el hacer se fragmenta entre el juicio moral y el comportamiento moral. Esta es la única acepción que pareciera no implicar una actuación, pues se relaciona más con la inconsistencia moral.

Este breve recorrido por la progresión histórica de la hipocresía nos deja como conclusión la polisemia de su significado. Sin embargo, encontramos elementos comunes como la actuación, la presencia de variables morales y emocionales, la tensión entre comportamientos pro-egoístas/pro-sociales y la influencia de las convenciones sociales y los marcos normativos en la brecha moral entre el decir y el hacer.

Vista de su valor social, lo que podríamos concluir es que la hipocresía es una estrategia moral que se basa en seis elementos constitutivos: los actores participantes (intrapersonal o interpersonal); el decir plasmado en la expresión de un juicio; el hacer en la concreción de un comportamiento; la tensión entre el decir/hacer y el pensar/sentir; la motivación como elemento de intención para ponerse en escena, y la validación social.

Este transitar de la hipocresía desde un gesto social hacia un comportamiento moral logró penetrar la estructura de la moral occidental hasta convertirse tanto en una actitud social, como en una estrategia moral. Ponerse en escena moral tuvo así que pasar por la discusión de la moral, para lo cual haremos un breve recorrido por la dinámica conceptual de la moral.

LA CONNIVENCIA DE LA MORAL CON LA HIPOCRESÍA

Cuando la mujer de la gala benéfica dijo "estoy muy orgullosa de ti, debe ser tan difícil enseñar a esos niños tontos" me mordí el labio porque al parecer necesitábamos su dinero, más de lo que mis estudiantes necesitaban su dignidad.

Clint Smith

El estudio de la hipocresía tradicionalmente ha sido abordado en su relación con los principios morales por la filosofía, la literatura y más recientemente por la psicología. Es decir, en su calidad de estructura racional y consciente presente como brecha de la coherencia entre juicios y comportamientos morales. Razón de más para una exploración a la moral en su relación con la hipocresía.

Intelectuales del siglo XVIII como Helvecio, Montesquieu, Rousseau, Diderot, D'Alembert y Holbach, influyeron en el tránsito de la moral religiosa hacia la moral social, incluyéndole conceptos políticos y sociales como la libertad, la justicia, la igualdad y el interés personal, lo que constituye lo que hoy conocemos como la ética empírica.

Uno de los autores más influyentes en el estudio, la definición y la conformación de la moral occidental fue Kant (1797/1999), quien planteó que la conducta moral se constituye tanto de una ética racional como de

unas leyes fundamentales de la moral definidas a partir del pensamiento abstracto. Para Kant (1797/1999) es en la “conciencia social”, entendida como imperativos categóricos, en la que se definen los postulados morales y la conciencia del deber moral. En la moral kantiana la diferencia entre el imperativo categórico, basado en la razón, y los imperativos hipotéticos, basados en condiciones, es lo que define la reflexividad o irracionalidad de la conducta moral, lo cual se debería reflejar en la coherencia del ser con el deber ser (Kant, 1797/1999).

En contraste con Kant, para Hume (1751/2006) el sentimiento es el fundamento de la determinación moral y de los principios morales, al considerar a la razón como una herramienta para valorar la utilidad de una conducta moral expresada por las facultades del razonamiento en las decisiones morales. Hume (1751/2006) considera que un hombre que delibera sobre su conducta se ve ante la necesidad de considerar (razonar) las circunstancias y situaciones, así como de determinar (sentir) el deber y su utilidad, lo cual pone a consideración con un ejemplo:

Examínese el crimen de la ingratitud, por ejemplo; ocurre éste siempre que observamos, por una parte, buena voluntad expresada y conocida, junto con la prestación de buenos oficios y, por otra, y a cambio, mala voluntad o indiferencia, y malos oficios o descuido. Anatomizada todas esas circunstancias y examinada, sólo con la razón, en qué consiste el demérito o censura. Nunca llegaréis a una conclusión (Hume, 1751/2006: Ap.1 104-I).

La tensión entre el deber ser y el ser moral se presenta para Hume (1751/2006) en un ámbito semántico al considerar con ello que la moral se expresa en oraciones descriptivas y oraciones normativas, lo cual genera que tanto los deberes como los hechos tengan relación con proposiciones morales en su capacidad comunicativa. La inflexión moral se presenta cuando en el sistema moral subjetivo lo racional y lo irracional (moralmente correcto e incorrecto) entran en contradicción.

Por su parte, Searle (1964) plantea que en la tensión semántica entre el deber ser y el ser, propuesta por Hume, se presenta una interacción entre los hechos morales, las obligaciones morales y las promesas morales. De tal forma incluye las intenciones y los motivos en la dinámica entre el ser y el deber ser, lo que da mayor relevancia a los factores endógenos y exógenos que inciden en el cumplimiento del deber moral.

Más allá de la primacía de la razón presente en los enfoques lógico racionales, los sentimientos, la subjetividad y el contexto tuvieron que empezar a ser tomados en cuenta como piezas constitutivas del ecosistema que define la moral y los nichos en los que emerge. Para intentar comprender la complejidad de las dinámicas que desencadenan la integridad, la

inconsistencia y la hipocresía, se requirió trascender su comprensión como formulaciones lógicas.

Una mirada a Bounge (2007) y su planteamiento sobre el “realismo integral”, nos permite aproximarnos a lo que denomina como “realismo moral” para representar con ello los escenarios en los que conviven tanto hechos como afirmaciones morales. Nichos morales en los que la relación que tiene un hecho moral con los problemas morales puede ser representada de diversas formas con relación al contexto cultural en el que se producen.

Para Bounge (2007) los hechos morales relativos a culturas específicas hacen que las verdades morales sean relativas al ecosistema cultural en el que se producen. Es así que la relación entre las premisas morales de una cultura (principios morales superiores) con el actuar moralmente efectivo (práxis) es lo que Bounge considera que define la moral verdadera.

Desde un enfoque social-cognitivo Maturana y Romessin (2003) se aproximan a la hipocresía en su relación con la cultura y la moral, al plantear que “la palabra hipocresía demuestra que nosotros usamos nuestra incapacidad para distinguir en la experiencia entre percepción e ilusión para la manipulación de nuestras relaciones interpersonales” (Maturana, et al.: 2). Aparece así en esta ruta de exploración sobre la hipocresía su definición como un mecanismo que “permite a algunos individuos participar en las acciones que constituyen un sistema social determinado, mientras actúan con una emoción oculta que lo niega” (Maturana y Romessin, 1996: 71). En ello las dinámicas pro-sociales interactúan con las dinámicas pro-egoístas para establecer un comportamiento moral a modo muy similar como en economía se plantea el concepto de “pasajero gratuito”.

Llegamos así de nuevo al punto de partida, para concluir que la puesta en escena moral sigue siendo pieza clave de la motivación hipócrita. La tensión que plantea la hipocresía está en la forma en que se manifiesta, bien sea en el extremo del engaño como motivo egoísta de características inmorales o en sus facetas de fingimiento y pretensión, las cuales se mueven en una línea muy delgada entre los motivos pro-egoístas y pro-sociales.

Elementos valorativos como los anteriores nos permiten ubicar a la hipocresía como un juicio social y como una estrategia para subvertir las relaciones sociales. La brecha entre el ser y el deber ser mantiene una lógica racional relacionada con principios morales en la que la incoherencia plantea una forma de inmoralidad. Por su parte, la aproximación de inserción social mediante la puesta en escena moral implica no una incoherencia, sino más bien una estrategia moral.

Llegamos así a un punto de reflexión en el que la exploración hermenéutica, filosófica y cultural puede ser complementada con los avances en

la investigación empírica sobre la hipocresía. Para ello, nos aproximaremos a la corriente de estudios cognitivos sobre la hipocresía basada en una aproximación centrada en los motivos morales.

LA HIPOCRESÍA COMO MOTIVACIÓN MORAL

La motivación moral es para Batson (1999) la que desencadena los comportamientos morales. La cuestión es conocer si la naturaleza de ésta responde a la integridad moral, a la hipocresía moral, a ambas o a ninguna.

A este problema llegan Batson, Kobrynowicz, Dinnerstein, Kampf y Wilson (1997) luego de que Batson (1994) identificara cuatro formas de motivación pro-social: a) egoísmo: búsqueda del bienestar propio; b) altruismo: búsqueda del bienestar de otros; c) colectivismo: búsqueda del beneficio del grupo, y d) principialismo: sostenimiento de principios o estándares morales.

Estos motivos pro-sociales producen efectos distintos en los juicios y comportamientos, y su praxis puede generar conflicto entre ellos, así como establecer interacciones basadas en combinaciones motivacionales (Batson, 1994). Por ejemplo, el egoísmo pareciera ser un elemento emergente a la motivación pro-social, en tanto las otras tres formas de motivación podrían contener incentivos para que un egoísta tome parte en ellas, y también para que haya comportamientos con motivaciones auténticas. La prevalencia del egoísmo en las dinámicas pro-sociales será uno de los factores fundamentales en la aproximación a la hipocresía moral desde la mirada de los motivos morales.

Las explicaciones tradicionales sobre la acción moral fundamentadas en la coherencia moral consideran que el comportamiento inmoral es resultado de deficiencias en el aprendizaje social resultantes de un mal juicio, o de influencias sociales relacionadas con presiones situacionales (Batson, et al., 1999). Para este autor (2002) la motivación moral, a diferencia del mal juicio o de la presión situacional, no se basa en el cumplimiento de los principios morales como fin último para encajar en la integridad moral, sino que tiene que ver con intereses egoístas.

A la luz de discusiones como las anteriores, los pioneros en el estudio empírico de la hipocresía moral (Batson, et al., 1997; Batson, Thompson, Seufferling, Whitney y Strongman, 1999; Batson, Thompson y Chen, 2002) realizaron una serie de experimentos bajo la premisa de que los principios morales no son suficientes para comprender las dinámicas de la integridad moral y la inmoralidad, y así constituyeron una línea de investigación en hipocresía moral.

La investigación empírica sobre la hipocresía moral inició con la exploración de la naturaleza de las motivaciones morales. El diseño experimental se basó en lo que Batson, et al. (1997) consideraron un dilema “mundano,

sencillo, no moralmente estereotípico, ni dramático” (p. 1337). El dilema moral fue diseñado para que permitiera introducir ambigüedad moral con el objetivo de motivar la acción moral y la indagación de los objetivos que la subyacen.

Se propuso a los participantes que eligieran la asignación de ciertas tareas a ellos mismos y a otros participantes. Las tareas se dividen en unas con consecuencias positivas (un premio) y otras con consecuencias neutrales (no hay premio y la tarea es aburrida). Cada participante asigna las tareas, con lo cual los experimentadores pretenden generar una situación de poder con base en una posición privilegiada. Como mecanismo para reducir la ambigüedad moral, existe la opción no obligatoria de tirar una moneda al aire para resolver al azar el dilema o permitir que el experimentador decida la asignación. En los experimentos posteriores la ambigüedad es reducida o inducida con estrategias diversas.

En todos los estudios realizados se aplican escalas de responsabilidad moral, cuestionarios antes-después de percepción sobre el comportamiento moralmente correcto y cuestionarios previos de perspectiva de cuidado y responsabilidad social.

El supuesto sobre el que se diseñaron los experimentos se basa en que el “asignarse la tarea con consecuencias positivas a sí mismo valiéndose de la posición de poder, podría ser considerado menos moral que asignar la tarea de consecuencias positivas a la otra persona o recurrir al azar”. En los experimentos posteriores se añadieron variables como sentirse observado, marcar las monedas con la asignación que debe darse (yo-otro) y establecer condicionantes sociales basados en acciones públicas y privadas.

En total se realizaron ocho estudios, y los resultados arrojaron contrastes que presentan indicios sobre las dinámicas de la motivación moral. “Un primer nivel perceptual en el que se valora una decisión u opción como moral y un segundo nivel motivacional en el que se busca maximizar la ganancia personal aparentando ser moral en lo posible evadiendo los costos de serlo” (Batson, et al., 2008).

En un primer estudio sin inducciones sobre el uso de estrategias morales, tan solo el 5 por ciento de los participantes consideró que asignarse la tarea positiva a sí mismo era lo moralmente correcto. Sin embargo, el 80 por ciento de ellos se asignaron la tarea positiva a sí mismos. Aquellos que asignaron la tarea positiva a otros, reportaron sentir más orgullo y menos culpa que quienes se asignaron la tarea a sí mismos (Batson, et al., 1997). La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue más baja entre quienes se asignaron la tarea positiva (4.38), que entre quienes asignaron la tarea al positiva al otro (8.25).

En el segundo estudio en el que se sugiere el uso de estrategias morales, el 50 por ciento del grupo decidió tirar la moneda al aire. Entre ellos, ninguno consideró que asignarse la tarea a sí mismo era lo moralmente

correcto. Sin embargo, el 90 por ciento se asignaron la tarea a sí mismos. La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral para quienes se asignaron la tarea positiva fue de 7.11, y la de quienes asignaron la tarea positiva al otro fue de 9.00. El otro 50 por ciento de los participantes asignó tareas, de ellos el 10 por ciento consideró que asignarse la tarea positiva a sí mismos era lo moralmente correcto. Sin embargo, el 90 por ciento se asignó la tarea positiva a sí mismo. En el cuestionario posterior se volvió a preguntar qué era lo moralmente correcto y el 100 por ciento de quienes arrojaron la moneda dijeron que dejarlo al azar. La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue más baja entre quienes se asignaron la tarea positiva (3.56), que entre quienes asignaron la tarea al positiva al otro (8.00).

Los primeros hallazgos permitieron evidenciar que la acción moral pareciera estar correlacionada con la responsabilidad moral aludida en el momento previo de la tarea (Batson, et al., 1997). Para los investigadores, la acción moral presentó contradicciones entre el juicio y el comportamiento que en momentos posteriores fueron justificadas por los participantes para validar el comportamiento.

En el tercer estudio se sugirió el uso de estrategias morales, lo que permitió que el experimentador decidiera, si así lo consideraba el participante. La mayoría aceptó la asignación por parte del experimentador y no se generó ambigüedad moral (Batson, et al., 1997).

Estos primeros estudios permitieron identificar que cuando se propone una estrategia moral, el comportamiento moral opera de forma diferente a cuando la brecha de ambigüedad moral es más amplia. "La acción moral aumenta cuando las dimensiones morales de las decisión asignada se resaltan", lo que promueve que cuando la ambigüedad está presente, la acción produzca una consecuencia basada en el interés personal (Batson, et al., 1997). Una de las hipótesis de los investigadores para explicar este proceso es que la ambigüedad en el dilema permite que los sujetos busquen satisfacer su interés personal maximizando las ventajas de su posición.

Cuando el interés personal (marco personal) y la moralidad (marco normativo) entran en conflicto, Batson, et al. (1997) consideran que lo que el sujeto hace es "engañarse a sí mismo para servir al interés personal y aún así obtener recompensas aparentando ser moral" (p. 1346). En este contexto surge la propuesta conceptual de considerar la hipocresía moral como una "forma de motivación moral cuyo objetivo es el de parecer moral, ante sí mismo y los demás, si es posible sirviendo al interés propio y evadiendo los costos de ser moral" (Batson, et al., 1997).

El cuarto estudio realizado por Batson, et al. (1999) añadió una ambigüedad basada en marcar la moneda para que en un cara estuviera la asignación a sí mismo y en la otra la asignación al otro. Entre quienes no

lanzaron la moneda, el 17 por ciento había expresado que lo moralmente correcto era asignarse la tarea positiva a sí mismo. Sin embargo, el 83 por ciento se asignó la tarea positiva a sí mismo. La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue más baja entre quienes se asignaron la tarea positiva (3.90), que entre quienes asignaron la tarea positiva al otro (8.50).

Entre quienes optaron por lanzar la moneda, ninguno consideró que lo moralmente correcto era asignarse la tarea positiva a sí mismo. Aun así, el 86 por ciento se asignó la tarea positiva a sí mismo. Este estudio fue realizado con un grupo mixto de mujeres y hombres, en lo cual no se detectaron diferencias marcadas por el género. La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral para quienes se asignaron la tarea positiva fue de 7.42, y la de quienes asignaron la tarea al positiva al otro fue de 9.00.

El quinto estudio añadió una manipulación de conciencia de sí mismo, mediante la ubicación de un espejo que crea la sensación de estar siendo observado. Se estableció una condición baja para la situación de espaldas al espejo y otra alta para la situación en la que se mira de frente al espejo. No se usaron marcas en las monedas, ni alusiones a estrategias morales (Batson, et al., 1999).

De aquellos que daban la espalda al espejo y no lanzaron la moneda, el 8 por ciento consideró que asignarse la tarea a sí mismo era lo moralmente correcto. No obstante, el 85 por ciento se asignó la tarea positiva. Entre aquellos que lanzaron la moneda, ninguno consideró inicialmente que asignarse la tarea positiva era lo moralmente correcto, sin embargo, el 85 por ciento se asignó la tarea.

Para quienes estuvieron de espaldas al espejo y no lanzaron la moneda, la tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue más baja entre quienes se asignaron la tarea positiva (4.00) que entre quienes asignaron la tarea al positiva al otro (8.00). En el caso de quienes estuvieron de espaldas al espejo y lanzaron la moneda, la tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral aumentó entre quienes se asignaron la tarea positiva (7.82) y entre quienes asignaron la tarea al positiva al otro (9.00).

Entre quienes miraban el espejo y no lanzaron la moneda, ninguno previamente consideró moralmente correcto asignarse la tarea positiva a sí mismo. Sin embargo, el 62 por ciento se asignó la tarea positiva a sí mismo. Aquellos que lanzaron la moneda tampoco consideraron inicialmente que asignarse la tarea positiva era lo moralmente correcto, y de ellos el 50 por ciento se asignó la tarea a sí mismo.

Para quienes estuvieron de frente al espejo y no lanzaron la moneda, la tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue más baja entre quienes se asignaron la tarea positiva (3.50), que entre quienes

asignaron la tarea al positiva al otro (8.00). En el caso de quienes estuvieron de frente al espejo y lanzaron la moneda, la tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral aumentó entre quienes se asignaron la tarea positiva (8.80), y entre quienes asignaron la tarea positiva al otro (8.00).

No sobra resaltar que la probabilidad de caída de una cara u otra de la moneda es de 50 por ciento y los resultados obtenidos por parte de aquellos que lanzaron la moneda están muy por encima de ese probabilidad.

El séptimo estudio Batson, et al. (2002) incluyeron una variable de evaluación social diseñada para la interacción entre los participantes, en la que se induce la creencia de: a) una condición privada (asignación anónima de tarea, el otro participante cree que la tarea se asigna por azar y los participantes no hablan), y b) una condición pública (el otro participante sabe que la tarea es asignada por el participante de al lado, la hoja de asignación se le pasa al otro participante y luego del ejercicio los participantes se encuentran para discutir sobre reacciones al estudio). Este mecanismo es presentado en una hoja previa de instrucciones a cada uno de los participantes (Batson, et al., 2002).

En la condición privada el 60 por ciento de los participantes no lanzó la moneda y, entre ellos, el 100 por ciento se asignó la tarea positiva a sí mismo. El 40 por ciento restante lanzó la moneda y de ellos el 100 por ciento se asignó la tarea a sí mismo. En la condición pública, el 10 por ciento no lanzó la moneda, y de ellos el 100 por ciento se asignó la tarea positiva a sí mismo. Del 90 por ciento que lanzó la moneda, el 80 por ciento de ellos se asignó la tarea a sí mismo y el 20 por ciento asignó la tarea con consecuencias positivas al otro.

En el octavo estudio Batson, et al. (2002) mantuvieron la condición privada e introdujeron unas monedas que fueron marcadas con colores diferentes en cada lado, que señalaban la asignación a sí mismo o al otro respectivamente para cada color y se mantiene la misma estructura del estudio dos.

Entre quienes no lanzaron la moneda, ninguno consideró moralmente correcto asignarse a sí mismo la tarea positiva, aunque el 75 por ciento de ellos se asignó la tarea a sí mismo. La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue más baja entre quienes se asignaron la tarea positiva (3.89) que entre quienes asignaron la tarea al positiva al otro (8.00).

De los participantes que lanzaron la moneda ninguno consideró previamente que asignarse la tarea a sí mismo era lo moralmente correcto. Sin embargo, el 86 por ciento se asignó la tarea a sí mismo (Batson, et al. 2002). La tasa de percepción de moralidad posterior a la acción moral fue de (6.33) entre quienes se asignaron la tarea positiva y de (8.80) entre quienes asignaron la tarea positiva al otro.

Este panorama de datos empíricos nos permite profundizar en la comprensión del propósito de la motivación moral como ponerse en escena moral. La tendencia observada en los estudios sobre la hipocresía moral podría ser considerada como un producto de una “insuficiente prominencia de estándares sociales” (Batson, et al., 2002: 338). Aun así, podríamos estar ante la presencia de estándares sociales en los que se valida la hipocresía como comportamiento para conciliar el interés personal con la actitud pro-social.

Esta dinámica del lanzamiento de la moneda permite hacer un seguimiento al comportamiento moral. Para Batson, et al., (2002) aquellos que lanzaron la moneda y honestamente se asignaron la tarea positiva al azar, califican más alto la moralidad de su acción. Entre tanto, aquellos que lanzaron la moneda y falsamente se asignaron la tarea positiva, no califican tan alto la moralidad de su acción, frente a aquellos que se asignaron a sí mismo sin usar la moneda. Este tipo de comportamientos lo atribuyen Batson, et al., (2002) a un despertar moral, pues para los investigadores las observaciones sobre los participantes evidenciaron que entre quienes ignoran el resultado de la moneda, unos amañaron el resultado para hacerlo parecer en su favor y otros alegaron haber lanzado la moneda sin haberlo hecho.

En el terreno de lo cotidiano este tipo de dilemas morales ocurren con frecuencia en las interacciones sociales. Un ejemplo sobre una expresión moral de quien no pretendió ponerse en escena pero que tuvo que asumir costos con una rectificación, nos dará mayor claridad sobre la complejidad de la hipocresía moral:

Cuando el presidente de Bayer, Marijn Dekkers, respondió a una pregunta acerca de la afectación a su modelo de negocio por la no protección en la India de la patente de un medicamento para el cáncer, dijo esto: “No, porque no desarrollamos este producto para el mercado indio, seamos honestos. Hemos desarrollado este producto para los pacientes occidentales que pueden permitirse este producto” (*Businessweek*, 2014). De seguro no contaba con que días después tuviera que hacer la siguiente aclaración:

Lamento que lo que fue una rápida respuesta en el marco de una discusión tenga el sentido contrario del que deseaba. No puede ser más contrario de lo que yo creo y hacemos en Bayer. Queremos mejorar la salud y calidad de vida de las personas, independientemente de su origen o ingresos (@Bayer, 2014).

Lo que le pudo haber ocurrido es que se encontró ante diversas dimensiones morales, entre ellas la suya, la de la empresa que representa y las que se correlacionan con la actividad de su negocio (como la vida, la salud y la pobreza). Elegir aquella dimensión relacionada con el mundo de los negocios por sobre aquella relacionada con la salud, es por lo cual tuvo

que hacer la posterior aclaración en medio de las críticas y la polémica que desató, lo que evidenció una típica tensión entre un marco normativo y un marco personal.

En este caso, la respuesta expresada al inicio pareciera ser franca y coherente desde la perspectiva financiera, según lo cual la aclaración posterior evidenciaría lo que hubiese podido ser una respuesta hipócrita que de todas formas tuvo que darse, lo cual nos ubica ante la presencia de la sinceridad y la hipocresía como mecanismos para abordar públicamente un juicio social.

Esta exploración sobre la hipocresía moral aporta insumos sobre la relación empírica entre principios morales y acciones morales. Para Batson, et al. (1997:1336) “los principios morales pueden ser usados de forma reactiva más que proactiva, como mecanismos más para condenar que para motivar”. En este sentido, la integridad tiene un objetivo en los principios morales, y cuando el objetivo se encuentra en el interés personal (motivación moral), pretendiendo parecer moral, es cuando se constituye la hipocresía moral (Batson, et al., 1997: 1337).

El parecer moral a sí mismo y ante los demás puede implicar procesos *post hoc* de racionalización y engaño valiéndose del autoengaño para lograr su objetivo de parecer lo que no es. La mejor razón para autoengañarse es, para Trivers (2000), el perfeccionamiento de la capacidad para engañar a otros, que reduce la carga cognitiva al mentir, evadiendo los mecanismos de detección de tramposos y estableciendo una defensa en caso de ser detectado (Trivers, 2010). El proceso mediante el cual esto es posible es el de racionalizar y convencerse a sí mismo de que una mentira es verdad (Von Hippel y Trivers, 2011).

Es así como el autoengaño es para Trivers (2000) una herramienta resultante de la tensión coevolutiva entre los medios de detección de tramposos y la evasión de esos medios de detección. La forma que Trivers considera que esto se logró fue mediante un mecanismo dual, en el que la mente consciente almacena información falsa, mientras la mente inconsciente almacena la información verdadera. Un logro que considera posible sólo porque el lenguaje humano facilita la capacidad de generar narraciones ficticias y racionalizar las acciones, lo cual tiene un costo, que es el de la desaprensión de la realidad.

Ponerse en escena en este sentido pareciera requerir de un mecanismo similar al autoengaño para que la ejecución sea de tal fidelidad que no implique externalidades, como ser detectado y verse expuesto a una sanción social o moral. Ello cobra sentido cuando algunos de los motivos para parecer moral podrían relacionarse con lo que Batson (2011) denomina una “barra alta”, en la que se pretende parecer moral, y una barra baja en la que se busca no parecer inmoral, que incide con ello en la emergencia de mecanismos subjetivos de autoprotección y autorrealce.

Veamos a continuación qué evidencia empírica nos permite explorar las dinámicas cognitivas, sociales y emocionales inciden en la hipocresía.

LOS MOTIVOS PARA PONERSE EN ESCENA:
LOS INTENTOS POR ADENTRARSE
EN LOS TÚNELES DE LA INTEGRIDAD MORAL

Cuando Christian fue golpeado por ser gay, puse mis manos en mi bolsillo, con la cabeza abajo, como si no lo hubiera visto. No pude usar mi casillero porque su candado me recordaba al que puse en mis labios.

Clint Smith

Ponerse en escena en calidad de un hipócrita moral pasa también por la vivencia social y subjetiva en la que se encuentra el sujeto en su individualidad y en su interacción con otros. En ello, factores emocionales, racionales, sociales e individuales inciden en la configuración de la hipocresía.

1. El orden de los factores sí altera el resultado hipócrita

Barden, Rucker y Petty, (2005) realizaron experimentos para determinar si el orden en el que se expresan los juicios y los comportamientos incide en los juicios de hipocresía hechos por los otros. Se realizaron tres experimentos: el primero que puso a prueba la idea de que el orden (hecho-dicho) es un antecedente importante para percibir la hipocresía en otros; el segundo exploró la generalización hacia las declaraciones negativas y comportamientos positivos, y el tercero indagó si la menor percepción de hipocresía en el orden inverso (dicho-hecho) ocurre porque este orden aumenta la atribución de que el individuo ha cambiado sinceramente. Los temas utilizados fueron los comportamientos saludables, el sexo seguro y las dimensiones normativas pro- y anti-sexo seguro.

Los resultados permitieron identificar que el orden en que ocurre la relación juicio-comportamiento afecta los juicios sobre hipocresía que emiten los otros. "El orden en el que se atribuye mayor hipocresía se presenta cuando el juicio precede al comportamiento, y en el caso del orden inverso, comportamiento seguido de un juicio, se atenúan los juicios sobre hipocresía, porque lo que se suele atribuir es una inconsistencia asociada a un cambio disposicional" (Barden, et al., 2005: 1471).

Para los investigadores, la hipocresía aumenta cuando en una declaración se establece un criterio personal que se contrasta con un comportamiento inconsistente que viola ese estándar (Barden, et al., 2005). Tensión que evidencia la disputa vivencial entre los marcos normativos y los marcos personales en la vida social, y plantea con ello la importancia de la interacción entre las experiencias en el mundo social y la interpretación de esas experiencias en la psique humana, como dinámica constitutiva de la motivación humana (D'Andrade y Strauss, 1992).

2. Soy mejor que los otros y merezco un trato más indulgente

Valdesolo y DeSteno (2007) consideran que la hipocresía es “la discrepancia entre los juicios de equidad para la misma transgresión cometida por sí mismo o por otros” (p. 689). La hipocresía en este sentido busca la preservación de la autoimagen positiva por medio del razonamiento moral.

La tendencia detectada en los experimentos realizados por Valdesolo, et al. (2007), en los cuales se pidió a los participantes valorar la justicia de la misma acción realizada por ellos y por otros, es que los participantes perciben sus transgresiones como menos cuestionables que las mismas transgresiones cometidas por otros, lo cual se extendía a los miembros del grupo con el cual tenían una identidad. Se plantea con ello la discusión relativa a que la hipocresía es “un sesgo en el juicio moral” (Valdesolo, et al., 2007).

Este sesgo podría deberse a una tendencia dirigida a tener respuestas negativas frente a violaciones de normas de justicia realizadas por sí mismo o por otros (Valdesolo y DeSteno, 2008), así como la motivación individual para generar un sesgo positivo sobre sí mismo y evadir el sesgo negativo.

La evidencia aportada por Valdesolo, et al. (2008) incluye datos sobre la eliminación del sesgo hipócrita cuando el sujeto está ante una restricción cognitiva que limita la capacidad de tener reacciones automáticas afectivas que permitan generar juicios más indulgentes consigo mismo. Este aspecto permite concluir a Valdesolo, et al. (2008) que la hipocresía está “gobernada por el modelo de proceso-dual del juicio moral” (p. 1337) en el que las motivaciones egoístas implicarán en ocasiones el uso del engaño y el autoengaño para racionalizar la acción moral.

3. Hipócrita sin querer queriendo

Alicke, Gordon y Rose (2013) consideran que para que la hipocresía se constituya se requiere de: a) la intención de engañar y autoengañarse; b) factores psicológicos endógenos (debilidad de voluntad, grado de discrepancia), y c) factores circunstanciales exógenos (pronunciamientos públicos, resultado, valores en competencia y severidad del comportamiento).

Mediante experimentos en los que se buscaba que los participantes identificaran comportamientos hipócritas y los definieran, Alicke, et al. (2013) plantearon escenarios en los que se presentaban variables de los elementos constitutivos antes citados. La relevancia de la brecha y conexión de la actitud expresada con el comportamiento que lo contradice, fue detectada en los resultados en diversas expresiones que plantean la necesidad de abordar la hipocresía como un ecosistema de interacciones entre juicios, contextos y comportamientos.

A partir de los resultados obtenidos, Alicke, et al. (2013: 674) consideran que “las personas no son coherentes por muchas razones: se olvidan de lo que han aprobado, experimentan una debilidad de la voluntad, o se enfrentan a situaciones que evocan valores compensatorios”. Es así como la relación entre hipocresía y sanción social incide en su configuración. De esa forma un hipócrita valora la forma de evadirse ante la objeción y la exclusión, o de incluirse ante un mecanismo aceptable frente a situaciones concretas (Alicke, et al. 2012: 675).

Entre los hallazgos presentados por Alicke, et al. (2013) se destacan: la correlación positiva entre la intención de engañar y la hipocresía percibida; el efecto de reducción de hipocresía ante la brecha de control personal; la dependencia de la naturaleza de la hipocresía ante las actitudes sociales de quien produce el juicio, y la influencia de la debilidad de voluntad en la severidad del autoengaño ante valores en competencia.

Estudios realizados por Stone, Cooper, Wiegand y Aronson (1997) se enfocaron en la comprensión de la disonancia que genera el predicar un principio moral concreto frente un comportamiento moral, tanto pasado o presente, diferente al predicado. Stone, et al. (1997) realizaron un primer experimento de resolución directa sobre el SIDA, el uso de condones y la promoción del uso de condones, en el que luego de detectada la disonancia entre el juicio sobre el uso y el comportamiento de no uso, se obtuvieron indicios sobre la reducción de la disonancia directamente, afectando su comportamiento actual. En el segundo experimento de resolución indirecta, se hizo sentir a todos los participantes como hipócritas acerca de su fracaso en el pasado por no ayudar a las personas sin hogar, dejándoles la opción de reducir la disonancia donando o comprando directamente para ayudar. Los resultados evidenciaron la resolución directa de la discrepancia, lo que afectaba el comportamiento.

Fried (1998) ya había explorado los efectos de un comportamiento hipócrita en la incidencia de disonancias cognitivas en el sujeto. En un experimento en el cual contrastaba los discursos sobre la importancia de reciclar y los comportamientos prorreciclaje, indagó en los participantes las condiciones mentales frente a transgresiones anónimas, a la identificación con las transgresiones y a la neutralidad. El resultado más significativo fue el que evidenció que aquellos participantes que se identificaban individualmente con sus transgresiones pasadas, a pesar de tener una disonancia, no eran significativamente proclives a afectar su comportamiento actual, además de que tenían una baja proclividad a adoptar actitudes positivas sobre la importancia de reciclar (Fried, 1998).

Para autores como Fointiat, Somat y Grosbras (2011) esta dinámica sistémica de juicios, motivos y comportamientos agrega una complejidad a la comprensión de la dinámica del decir pero no del hacer. Desde su posición conceptual, plantean un experimento para comprender las diná-

micas que pueden presentarse en la resolución de esta brecha, que bien pueden ser más hipocresía, o trivialización o bien error de atribución. Cuando la disonancia ya es resultado del comportamiento hipócrita, Fointiat, et al. (2011) plantean que el error de atribución es utilizado como un mecanismo de reducción temporal de la tensión psicológica que propicia la hipocresía.

4. *El hipócrita se deja llevar*

Lammers (2011) consideró que la hipocresía es una forma de flexibilidad cognitiva que incide en el razonamiento moral. Para explorar esta hipótesis, en un primer estudio los participantes recibieron instrucciones para que tuvieran una visión más abstracta sobre un tema moral. En los experimentos dos y tres se indujo una visión abstracta de una manera indirecta, mediante la manipulación de la distancia temporal hacia el dilema. En el experimento cuatro se manipuló la abstracción como variable independiente del dilema moral, asignando otra tarea. El principal hallazgo de los estudios realizados por Lammers (2011) es que la abstracción aumenta la hipocresía mediante la producción de juicios más severos sobre el comportamiento moral de otros (valoración deontológica estricta) que sobre el de sí mismo (valoración utilitaria flexible).

Por su parte, Lammers, Stapel y Galinsky (2012) consideran que los hipócritas “suelen tener un concepto claro de lo que es bueno y lo que es malo”, y en ello variables como el poder pueden aumentar la hipocresía, “moralizando el razonamiento e inmoralizando el comportamiento”. Los hallazgos producto de cinco estudios en los que el poder se relacionó con el vínculo entre juicios y engaño, juzgar las transgresiones morales propias y de otros, y el efecto de la ilegitimidad, permitieron reconfirmar el efecto de la abstracción en la hipocresía y un vínculo hasta el momento desconocido entre la hipocresía y la inequidad social.

Lammers, et al. (2012) proponen que los poderosos tienden más a participar en la hipocresía moral que aquellos que se encuentran en una posición de menos poder al detectar lo siguiente. Los poderosos suelen juzgar sus transgresiones como más aceptables que la de los demás, a diferencia de quienes tienen menos poder. Los menos poderosos tienden a juzgar sus propias transgresiones de forma más estricta que a los demás, lo que constituye el fenómeno de la *hipercresía* (“fueron más estrictos al juzgar sus propias transgresiones que en juzgar a los de otras personas”), al igual que cuando el poder es ilegítimo, en donde suele aparecer el mismo fenómeno.

La hipercresía aparece como un fenómeno opuesto a la hipocresía y con poco recurrencia, acaso porque los estudios sobre la hipocresía se habían enfocado en situaciones de poder, superioridad moral y autoindulgencia. Esto en parte es explicable debido a que la hipocresía podría ser un modo

por defecto (Batson y Thompson, 2001) mientras la hipercrecía se puede presentar por efecto de un “poder disminuido o ilegítimo que implica juzgarse a sí mismo de forma más severa que a los demás” Lammers, et al., (2012: 743). La consideración de su impacto social radica en que los hallazgos de Lammers, et al., (2012) plantean que puede ser un fenómeno con presencia en personas impotentes ante otros, con lo cual en parte explicaría la coexistencia entre la superioridad moral manifiesta en sus ejercicios de poder y la inferioridad moral expresada en el sometimiento al opresor. La hipercrecía podría tener relación directa con el autoengaño negativo impuesto por otros (Von Hippel, et al., 2010) y el soporte del *estatus quo* inequitativo motivado por sistemas de justificación ideológicos (Jost & Hunyady, 2003).

Las emociones también juegan un rol fundamental en la hipocresía. En los estudios realizados por Polman y Rutman (2014) se detectó que la ira incrementa la hipocresía moral, la culpa elimina la hipocresía moral y la envidia incrementa la hipercrecía. Esto ocurrió en dos experimentos en los que se pidió a los participantes que respondieran a dilemas morales mencionando comportamientos no éticos y calificando qué tan aceptable es que otros o ellos mismos se involucren en ellos.

La motivación moral es quizá uno de los elementos clave en la dinámica de la hipocresía. Rustichini y Villeval (2012) realizaron un experimento que les permitió detectar cómo los participantes ajustan sus principios a las situaciones y las acciones, mucho más que sus acciones a sus principios. En una primera ronda citaron a los participantes para que sin ninguna compensación resolvieran dilemas basados en escenarios del juego del dictador, el juego del ultimátum y el juego de la confianza. A los mismos participantes se les propuso que realizaran la misma actividad pero con una compensación, después de una semana de la primera ronda. Los participantes respondieron en ambas rondas cuestionarios sobre la justicia atribuida a las acciones morales realizadas.

Las conclusiones más llamativas de este estudio hacen referencia a la brecha que hubo en las acciones realizadas entre una y otra ronda, y se encontró que se presentan comportamientos hipócritas “como herramienta para compensar entre la conveniencia inmediata de las acciones y el conflicto entre esas acciones con los principios” (Rustichini, et al., 2012) en un balance que busca equilibrar la necesidad de mantener una reputación social en el futuro y la conveniencia de la decisión presente. Los investigadores reportaron que los participantes utilizaron mecanismos para convencerse a sí mismos de que sus acciones no produjeron daño moral.

CONCLUSIÓN

Ponerse en escena moral implica diversas dimensiones en el marco de la hipocresía moral. En su complejidad, más que un mecanismo antisocial, podríamos estar ante una estrategia socio-cognitiva de inserción moral.

Si nos apartamos de la puesta en escena moral con el motivo de engañar, aparentar y pretender se convierten en retos conceptuales para la definición de su utilidad como mecanismos de articulación entre las actitudes pro-sociales y pro-egoístas. Las propuestas basadas en la coherencia del principio moral en juicios y comportamientos incurrir en el error de restringir la acción moral a la racionalidad moral. De otro lado, la propuesta de los motivos morales hecha por Batson y sus colaboradores abre la opción de analizar la hipocresía moral como una forma de motivación moral egoísta, aunque desconoce que también podría ser una forma de motivación moral altruista, por ejemplo, al presentarse en los casos en los que se quieren evitar infringir un daño emocional en el interlocutor.

El planteamiento de la hipocresía moral podría dirigirse más hacia un heurístico moral en la propuesta que hace Sunstein, (2004) o un esquema cognitivo desde la visión de los motivos humanos de (D'Andrade, et al., 1992). La propuesta de heurístico moral permitiría explorar la hipocresía moral como un sesgo o atajo para reducir la brecha existente entre los valores de decisión moral y los valores de experiencia moral, poniéndose en escena según la interpretación individual de lo socialmente deseable y lo individualmente deseado. El modelo de esquemas cognitivos, por su parte, permitiría explorar los motivos de la hipocresía, entendidos como patrones de pensamiento y acción moral aprehendidos, que median entre la interpretación de experiencias morales en marcha, la reconstrucción de experiencias morales y la proyección de expectativas morales.

Las restricciones de los estudios empíricos en laboratorio limitan la capacidad de comprensión de los nichos morales en los que la coherencia moral y la hipocresía moral compiten. De igual forma, limitan la aproximación a un análisis eco-sistémico de la moral en el que, por ejemplo, se tengan en cuenta aspectos como la influencia de la situación en el nicho ecológico en el que se presenta. Aspectos como la emergencia de respuestas rápidas (intuitivas y asociativas) y respuestas lentas (meditadas y esforzadas), parecieran ser otro factor fundamental en las dinámicas de la hipocresía moral, por ejemplo, para comprender el peso de la trivialidad o complejidad moral para la toma de acción moral.

Los retos que quedan para los estudios posteriores se centran en el valor social de la hipocresía como mecanismo de interacción social, en su faceta de mantenimiento de las relaciones y de disminución de la tensión social. Una de las preguntas a resolver es la relativa a la interacción entre un sistema cultural hipócrita y los mecanismos cognitivos para ponerse en escena moral. Fenómenos como la hipercresía evidencian que la puesta en

escena también implica aspectos negativos de la moral, así como su relación con dinámicas tan complejas como la inequidad social. Tal como se ha podido documentar, la puesta en escena moral implica una forma de inserción moral, en tanto puede ser un mecanismo para la sumisión y exclusión moral.

Sorprenden estos hallazgos finales sobre la correlación entre hipocresía, hipercresía y equidad social. La tensión entre integridad moral e hipocresía moral podría ser entonces más que una dinámica de la acción moral, en tanto refleja la disputa por equilibrio y el balance social, en donde la inmoralidad puede tomarse las relaciones valiéndose de justificaciones pro-sociales egoístas.

Si la hipocresía llegase a ser un comportamiento social, lo sería tal como propone Zimbardo para el caso de interacciones sociales en las que “el proceso racional de búsqueda de significado está distorsionado por prejuicios y sesgos” (p. 334), sumergidos en “el poder de las situaciones y los sistemas que los crean y mantienen” (p. 347), y en los que la confusión entre lo que se quiere que los otros piense de sí mismo, y lo que se quiere pensar de sí mismo, propician la puesta en escena moral y el uso de máscaras morales para diversas situaciones sociales.

Al final de cuentas y para términos prácticos, quizá la hipocresía sea una herramienta más del sistema de justificación, tal como proponen Jost y Hunyady (2003), que tiene en su conjunto una “función paliativa, ya que reduce la ansiedad, la culpa, la disonancia, el malestar y la incertidumbre entre aquellos que son favorecidos y desfavorecidos”, y se constituye en una pauta cultural y cognitiva para mantener los factores estructurales que promueven la inequidad, la injusticia y el egoísmo.

REFERENCIAS

- Alicke, M., Gordon, E., & Rose, D. (2013), "Hypocrisy: What counts?" *Philosophical Psychology* 26 (5): 673-701.
- Barclay, W. (1977), *Palabras griegas del Nuevo Testamento*. Madrid: Editorial Mundo Hispano.
- Barden, J., Rucker, D. D., & Petty, R. E. (2005), "Saying one thing and doing another: Examining the impact of event order on hypocrisy judgments of others," *Personality and Social Psychology Bulletin* 31 (11): 1463-1474.
- Batson, C. D. (1994), "Why act for the public good? Four answers," *Personality and Social Psychology Bulletin* 20 (5): 603-610.
- Batson, C. D., Kobryniewicz, D., Dinnerstein, J. L., Kampf, H. C., & Wilson, A. D. (1997), "In a very different voice: unmasking moral hypocrisy," *Journal of Personality and Social Psychology* 72 (6): 1335.
- Batson, C. D., Thompson, E. R., Seufferling, G., Whitney, H., & Strongman, J. A. (1999), "Moral hypocrisy: appearing moral to oneself without being so," *Journal of Personality and Social Psychology* 77 (3): 525.
- Batson, C. D., Thompson, E. R., & Chen, H. (2002), "Moral hypocrisy: addressing some alternatives," *Journal of Personality and Social Psychology* 83 (2): 330.
- Batson, C. D. (2008), "Moral masquerades: Experimental exploration of the nature of moral motivation," *Phenomenology and the Cognitive Sciences* 7 (1): 51-66.
- Batson, C. D. (2011), "What's wrong with morality?" *Emotion Review* 3 (3): 230-236.
- Bunge, M., & del Solar, R. G. (2007), *A la caza de la realidad: La controversia sobre el realismo*. Barcelona: Gedisa.
- D'Andrade, R. G., & Strauss, C. (eds.) (1992), *Human Motives and Cultural Models (Vol. 1)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- D'Andrade, R. G., & Strauss, C. (eds.) (1992), *Human Motives and Cultural Models (Vol. 1)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Douglas, M. (1996), *La aceptabilidad del riesgo según las ciencias sociales*. Barcelona: Gedisa
- Fried, C. B. (1998), "Hypocrisy and identification with transgressions: A case of undetected dissonance," *Basic and Applied Social Psychology* 20 (2): 144-154.
- Fointiat, Valerie (2011), "Saying, but not doing: Induced hypocrisy, trivialization, and misattribution," *Social Behavior and Personality* 39 (4): 465-475.
- Grant, R. W. (2008). *Hypocrisy and Integrity: Machiavelli, Rousseau, and the Ethics of Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hume, D. (2006), *Investigación sobre los principios de la moral*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ingenieros, J. (2010), *El hombre mediocre (1913)*. Linkgua digital.
- Jost, J., & Hunyady, O. (2003), "The psychology of system justification and the palliative function of ideology," *European Review of Social Psychology* 13 (1): 111-153.
- Kant, I. (1999), *La metafísica de las costumbres (1797)*, trad. A.Cortina Orts y J.Conill Sancho, Madrid: Tecnos.
- Lammers, J., Stapel, D. A., & Galinsky, A. D. (2010), "Power increases hypocrisy moralizing in reasoning, immorality in behavior," *Psychological Science* 21 (5): 737-744.
- Lammers, J. (2012), "Abstraction increases hypocrisy," *Journal of Experimental Social Psychology* 48 (2): 475-480.

- McConnell, A. R., & Brown, C. M. (2010), "Dissonance averted: Self-concept organization moderates the effect of hypocrisy on attitude change," *Journal of Experimental Social Psychology* 46 (2): 361-366.
- Maturana, H. R., & Romesín, H. M. (2003), *La objetividad: Un argumento para obligar*. Santiago: Comunicaciones Noreste.
- Maturana, H. R., & Romesín, H. M. (1996), *La realidad: Objetiva o construida? Fundamentos biológicos del conocimiento*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Monin, B., & Merritt, A. (2010), "Moral hypocrisy, moral inconsistency, and the struggle for moral integrity," upcoming in M. Mikulincer & P. Shaver (eds.), *The social psychology of morality: Exploring de causes of good and evil, Herzlya Series on Personality and Social Psychology*, Vol. 3, American Psychological Association.
- Molière, J. B. P. (2001), *Tartufo (1664)*, Pehuén.
- Polman, E., & Ruttan, R. L. (2012), "Effects of anger, guilt, and envy on moral hypocrisy," *Personality and Social Psychology Bulletin* 38 (1): 129-139.
- Searle, J. R. (1964), "How to derive 'ought' from is", *The Philosophical Review* 73 (1): 43-58.
- Stone, J., Wiegand, A. W., Cooper, J., & Aronson, E. (1997), "When exemplification fails: Hypocrisy and the motive for self-integrity," *Journal of Personality and Social Psychology* 72(1): 54.
- Sunstein, C. R. (2005), "Moral heuristics," *Behavioral and Brain Sciences* 28(4): 531-541.
- Szabados, B., & Soifer, E. (1999), "Hypocrisy, change of mind, and weakness of will: How to do moral philosophy with examples," *Metaphilosophy* 30 (1,2): 60-78.
- Valdesolo, P., & DeSteno, D. (2008), "The duality of virtue: Deconstructing the moral hypocrite," *Journal of Experimental Social Psychology* 44 (5): 1334-1338.
- Valdesolo, P., & DeSteno, D. (2007), "Moral hypocrisy: Social groups and the flexibility of virtue," *Psychological Science* 18 (8): 689-690.
- Villeval, M. C., & Rustichini, A. (2012), "Moral hypocrisy, power and social preferences," in 2012 *International Economic Science Association (ESA) Conference*, New York University, New-York, 21-23 June, 2012.
- Zimbardo, P. G. (2008), *El efecto Lucifer: el porqué de la maldad*. Madrid: Paidós Ibérica.