

El efecto de autolicencia moral: cuando la conducta virtuosa facilita la conducta inmoral

Itziar ETXEBARRIA BILBAO
Susana CONEJERO LÓPEZ
Aitziber PASCUAL JIMENO

Universidad del País Vasco UPV/EHU (San Sebastián, España)

Resumen

La investigación empírica de las dos últimas décadas, realizada fundamentalmente con muestras de EEUU y de Europa occidental, revela que el hecho de actuar de forma virtuosa puede hacer que posteriormente las personas actúen de forma moralmente más dudosa. A este fenómeno se le ha denominado *efecto de autolicencia moral*. En el presente artículo se revisa la evidencia empírica sobre dicho efecto, así como las explicaciones teóricas que se han propuesto para el mismo: el modelo de las credenciales morales y el modelo de crédito, en el que se incluyen la teoría de la autorregulación y la teoría de la compleción. Asimismo, se analiza el problema de la posible contradicción entre este efecto y la tendencia a la autoconsistencia moral. Finalmente, se examina la fuerza del efecto y en qué medida este es generalizable a distintas culturas. El artículo se cierra con un apartado de conclusiones en el que se reflexiona sobre las implicaciones del fenómeno.

Palabras clave: autolicencia moral, credenciales morales, conducta moral, consistencia moral.

Abstract

Empirical research over the past two decades, conducted primarily with samples from the U.S. and Western Europe, reveals that acting virtuously can subsequently cause people to act in a morally more dubious way. This phenomenon has been called the *moral self-licensing effect*. In this article we review the empirical evidence on this effect, as well as the theoretical explanations that have been proposed for it: the model of moral credentials and the credit model, which includes the theory of self-regulation and the theory of completion. Then, we analyze the problem of the possible contradiction between this effect and the tendency to moral self-consistency. Finally, we examine the strength of the effect and to what extent it is generalizable to different cultures. The article closes with a section of conclusions in which the implications of the phenomenon are discussed.

Key words: Moral self-licensing, Moral credentials, Moral behavior, Moral consistency.

A menudo los fallos morales provocan sentimientos de culpa, con la consiguiente motivación para repararlos, de modo que tales fallos pueden, curiosamente, acabar favoreciendo la acción moral (Etxebarria, 2000, 2020). Aunque paradójico, ello resulta al mismo tiempo perfectamente lógico. Cuesta más entender el fenómeno contrario, el hecho de que la acción virtuosa pueda favorecer una peor conducta moral. Sin embargo, la investigación empírica de

las dos últimas décadas revela que el hecho de actuar de forma virtuosa puede hacer que posteriormente las personas actúen de forma moralmente más dudosa. A este fenómeno se le ha denominado *efecto de autolicencia moral* (Efron y Conway, 2015; Monin y Miller, 2001).

En este artículo analizaremos, en primer lugar, la evidencia empírica sobre el fenómeno y su relación con el establecimiento de credenciales morales, tal como definen-

den diversos autores. Antes de revisar otras explicaciones alternativas del fenómeno, nos detendremos en un aspecto concreto de gran interés para un análisis crítico del funcionamiento moral tanto de los otros como de uno mismo: las fuentes de dichas credenciales morales. Tras revisar las principales teorías explicativas, analizaremos el problema de la posible contradicción entre el efecto de autolicensia moral y la tendencia a la consistencia moral. Por último, analizaremos la fuerza del efecto y en qué medida este es generalizable a distintas culturas. Finalizaremos recapitulando las conclusiones de la presente revisión y reflexionando sobre las implicaciones del fenómeno.

Efecto de autolicensia moral y “credenciales morales”

A través de diversos estudios empíricos se ha constatado que cuando las personas pueden señalar acciones o pensamientos que reflejan su buen carácter, a menudo actúan como si tuvieran licencia para comportarse peor. Así, se ha encontrado que ayudan menos, engañan más, o muestran un comportamiento más prejuiciado (Effron y Conway, 2015).

Diversos autores plantean que la autolicensia moral se produce cuando la evidencia de su virtud hace que la persona se sienta libre para actuar de manera menos virtuosa (Effron, Cameron y Monin, 2009; Monin y Miller, 2001). Por ejemplo, en un estudio se encontró que las personas actuaban de modo menos altruista, hacían más trampas y robaban más tras comprar productos respetuosos con el medio ambiente que tras comprar productos convencionales (Mazar y Zhong, 2010). En otros estudios se constató que la oportunidad de apoyar a Barack Obama hacía que las personas posteriormente fueran más propensas a favorecer a los blancos frente a los negros (Effron *et al.*, 2009). Así, en el primero de estos estudios, los participantes, después de expresar su apoyo a Obama, se mostraron más dispuestos a describir un trabajo como más adecuado para los blancos que para los negros. El segundo estudio replicó este efecto y permitió descartar explicaciones alternativas: los participantes favorecieron a los blancos para el puesto después de respaldar a Obama, pero no después de respaldar a un político también demócrata pero blanco, ni después de ver la foto de Obama sin tener la oportunidad de respaldarlo. Estos estudios sugieren que el expresar apoyo a Obama otorgaría a las personas una especie de credenciales morales que reducirían su preocupación por parecer prejuiciosos.

Todo parece indicar que la oportunidad de establecer “credenciales morales” reduce en las personas la inhibición de los comportamientos que podrían poner en cuestión su moralidad (Monin y Miller, 2001). El término “credenciales” sugiere que las personas crean estas acreditaciones de moralidad a fin de poder mostrárselas a los demás. ¿Es así realmente?, ¿para quién se crean las credenciales morales?

Está claro que las personas se sienten más cómodas haciendo algo moralmente cuestionable cuando pueden apa-

recer como morales ante los demás (Lönnqvist, Irlenbusch y Walkowitz, 2014; Pillutla y Murnighan, 1995), y existe cierta evidencia de que las preocupaciones relativas a la impresión que damos a los demás pueden jugar un cierto papel en la autolicensia moral (Cornelissen, Karelaia y Soyer, 2014). Sin embargo, varios estudios sugieren que las estrategias para darse licencia moral están dirigidas principalmente a parecer morales ante uno mismo, a asegurarse a uno mismo que la conducta subsiguiente es legítima (Miller y Effron, 2010). Así, por ejemplo, en un estudio, los participantes que tuvieron la oportunidad de fabricarse credenciales de no racismo posteriormente expresaron opiniones menos sensibles sobre el racismo incluso ante un público que no tenía conocimiento alguno de tales credenciales (Monin y Miller, 2001).

Se necesita más investigación para entender cuándo lo que motiva la autolicensia moral es el deseo de *sentirse* moral y cuándo el deseo de *parecer* moral, pero la evidencia actual sugiere un papel central de la motivación por sentirse moral uno mismo.

La evidencia sobre el efecto de autolicensia moral, en cualquier caso, es amplia (véase Effron, 2016). Esta proviene principalmente de estudios de laboratorio, pero diversos estudios de campo sugieren que el mismo puede generalizarse a contextos del mundo real. Por ejemplo, en un estudio en el que los participantes tenían que anotar eventos de su vida cotidiana a intervalos aleatorios, se encontró que las personas que realizaban buenas acciones al comienzo del día posteriormente tendían a realizar menos acciones buenas y más acciones malas (Hofmann, Wisneski, Brandt y Skitka, 2014). En otro estudio se encontró que una intervención mediante la cual se consiguió la reducción del consumo de agua produjo un aumento del consumo de electricidad, lo que sugiere que sentirse virtuoso acerca de la conservación del agua puede llevar a las personas a sentirse autorizadas a no controlar o controlar menos otro tipo de consumos (Tiefenbeck, Staake, Roth y Sachs, 2013).

Las licencias también pueden darse a nivel organizativo. Así, un estudio de 49 empresas de la lista *Fortune 500* encontró que la responsabilidad social corporativa previa se asociaba positivamente con la irresponsabilidad social corporativa posterior (Ormiston y Wong, 2013). El crédito moral logrado a través de la responsabilidad social corporativa permitiría a los líderes participar en un trato menos ético con los accionistas. Además, este efecto era más fuerte cuanto mayor era la tendencia de los líderes a mostrarse al exterior, a través de acciones y comportamientos, como seres altamente morales.

Como se observa en alguno de los estudios citados, la autolicensia moral también se produce en dominios cuya relevancia moral es discutible pero que, no obstante, implican elecciones entre “virtudes” y “vicios” (o entre lo que se desea y lo que se debería hacer), como los de la salud o el consumo. Por ejemplo, se ha comprobado que

seguir “virtuosamente” una dieta puede hacer que las personas se sientan con licencia para planificar una conducta dietética “menos virtuosa” en el futuro (Effron, Monin y Miller, 2013), y aceptar ayudar a alguien puede hacer que las personas se permitan un “vicio” en sus compras, como, por ejemplo, comprar un bien de lujo en lugar de un bien práctico (Khan y Dhar, 2006).

En resumen, la investigación indica que las buenas obras pueden otorgar licencia para un comportamiento menos virtuoso en una amplia gama de situaciones. Más aún, existe evidencia de que la acción moral compensatoria no tiene por qué darse en el mismo ámbito, tal como se refleja en el estudio que acabamos de citar.

En todos los estudios revisados, hacer algo ético, pro-social o no prejuiciado parece hacer que las personas se sientan seguras de su moralidad, lo cual les permite actuar posteriormente de un modo no tan moral. En otras palabras, las buenas acciones parecen otorgar licencia moral a las personas al proporcionarles credenciales de su carácter virtuoso.

Fuentes de las credenciales morales

Las primeras investigaciones sobre el fenómeno centraron su atención en las buenas obras como fuente de la autolicensia moral. Sin embargo, las buenas acciones no son la única fuente de credenciales morales. Effron (2016) señala otras cuatro fuentes:

1. Las *transgresiones contrafactuales*, transgresiones que se podrían haber llevado a cabo pero que no tuvieron lugar.
Las personas pueden darse la licencia para actuar menos moralmente después de reflexionar sobre cosas malas o inmorales que podrían haber hecho pero no hicieron. Así, en un estudio con universitarios blancos, aquellos a quienes se les dio la oportunidad de renunciar a un comportamiento descaradamente racista, en comparación con aquellos otros a quienes no se les dio tal oportunidad, posteriormente expresaron puntos de vista menos sensibles sobre la cuestión racial (Effron, Miller y Monin, 2012).
2. Las *virtudes prefactuales*, acciones positivas que no se han realizado, pero se prevé realizar.
Las personas pueden darse la licencia de actuar menos moralmente tras reflexionar sobre acciones buenas que planean realizar en un futuro. En este sentido, se habla de una *autolicensia moral prospectiva*. Diversos estudios han constatado este fenómeno. Por ejemplo, en un estudio con estudiantes de pregrado, al darles la oportunidad de comprometerse a donar sangre en el futuro, aumentaba la probabilidad de que expresaran opiniones abiertamente racistas en el momento presente (Cascio y Plant, 2015).

3. Las *virtudes contrafactuales*, buenas acciones que se podrían haber llevado a cabo.

Otra posible fuente de credenciales morales son los comportamientos virtuosos que las personas no han tenido e incluso puede que no tengan intención alguna de tener, pero creen que habrían tenido si las circunstancias hubieran sido diferentes. No tenemos conocimiento de ningún estudio empírico sobre el potencial efecto de licencia moral de las virtudes contrafactuales, pero Effron (2016) describe muchas situaciones que sugieren tal efecto. Por ejemplo, alguien que piensa que habría hecho una donación caritativa sustancial si sus inversiones hubieran ido mejor posteriormente puede sentirse autorizado para no dar dinero a una persona sin hogar.

4. Las *virtudes vicarias*, buenas acciones realizadas por otras personas.

Asimismo, las personas pueden permitirse actuar menos moralmente *cuando piensan en las buenas acciones realizadas por miembros de su grupo*, aunque ellas no las hayan llevado a cabo. Diversos estudios de Maryam Kouchaki (2011) apoyan la conclusión de que las personas son más tendentes a expresar actitudes prejuiciosas cuando la conducta pasada de los miembros de su grupo ha generado credenciales de no prejuicio. En uno de estos estudios, los participantes, cuando se les daba información sobre la conducta previa no discriminatoria de miembros de su grupo en la selección de un candidato hispano para un trabajo, posteriormente evaluaban de forma más discriminatoria a dicha persona como candidato para un puesto de trabajo estereotipadamente característico del grupo mayoritario (de blancos). Los participantes expresaban actitudes más prejuiciadas hacia el candidato hispano cuanto más se identificaban con los miembros del grupo que se comportaban de forma no prejuiciada. Parece, pues, que puede hablarse de la existencia de un efecto de *autolicensia moral vicaria*.

Podemos concluir que las personas tienen gran facilidad para concederse licencias sin necesidad de llevar a cabo ninguna buena acción. Basta con pensar en las malas acciones no realizadas en el pasado, las buenas acciones que se planea realizar, las buenas acciones que se habrían llevado a cabo de ser otras las circunstancias o las buenas acciones de los miembros del propio grupo. Obviamente, todo ello es más fácil que funcione si la conducta inmoral posterior no supone una transgresión flagrante, sino relativamente ambigua.

Otras alternativas explicativas

Como hemos visto, diversos autores explican el efecto de autolicensia moral desde el concepto de credenciales morales: el efecto de autolicensia moral se produce porque

las buenas acciones o las credenciales morales de cualquier otro tipo reaseguran frente a la posibilidad de sentirse o aparecer ante los demás como una persona inmoral (Effron *et al.*, 2009; Monin y Miller, 2001). Esta explicación resulta bastante convincente. Sin embargo, existen otras teorías explicativas, que algunos autores agrupan bajo lo que denominan un “modelo de crédito”, frente al “modelo de credenciales”.

Teoría de la autorregulación moral

Una de las alternativas explicativas más representativas del “modelo de crédito” es la *teoría de la autorregulación* de Sachdeva, Iliev y Medin (2009), que tiene su precedente en el modelo del balance moral de Nisan (1991).

Según Sonya Sachdeva y colaboradores (2009), cabe considerar la moralidad –y, en consecuencia, el comportamiento prosocial– como el equilibrio entre querer hacer el bien y no querer pagar los costes que ello normalmente conlleva. En algunos casos el deseo de actuar moralmente triunfa sobre el coste a ello asociado, pero en otros el coste puede parecer excesivo, por lo que la acción moral puede resultar poco rentable y no se lleva a cabo. Partiendo de esta idea, estos autores plantean que la *autoestima moral*, esto es, el grado en que las personas se perciben a sí mismas como morales, es uno de los elementos que indican a la persona cuándo es necesario llevar a cabo una acción moral.

El comportamiento inmoral tiene un efecto negativo en la autoestima moral y, cuando esto ocurre, las personas tienden a realizar diversos comportamientos morales para recuperar la autoestima perdida. Este conjunto de comportamientos compensatorios se designa con el término *limpieza moral*, que se refiere a las acciones que las personas realizan cuando su autoestima moral se ha visto amenazada. Muy diversos estudios apoyan la idea de que la gente utiliza conductas de limpieza para mantener sus sentimientos de autoestima moral (por ejemplo, Carlsmith y Gross, 1969; Zhong y Liljenquist, 2006). Hasta aquí, nada sorprendente. Pero Sachdeva y colaboradores (2009) van más allá y plantean que la compensación también puede producirse, en forma de comportamiento amoral o inmoral, cuando la autoestima moral está por encima de un nivel ideal. En otras palabras, si las personas se sienten ‘demasiado morales’, es posible que no tengan suficientes incentivos para implicarse en una acción moral porque el comportamiento prosocial es intrínsecamente costoso para el individuo. Las personas se permitirían abstenerse de tener un buen comportamiento cuando han acumulado un ‘excedente moral’.

Estos autores señalan que esta relación entre la autoestima y la concesión de licencia es evidente en el estudio de Khan y Dhar (2006), en el cual la decisión de comprar un artículo de lujo, en lugar de uno práctico, tras aceptar realizar una conducta de ayuda fue mediada por cambios positivos en el autoconcepto (medidos por ítems como “Soy una persona compasiva”).

Sachdeva y colaboradores (2009) sostienen que los efectos de limpieza moral y de autolicensia moral actúan de forma convergente como parte del proceso de autorregulación moral: cuando la autoestima moral está amenazada, la limpieza moral restaura el autoconcepto moral, y cuando la autoestima moral es demasiado alta, la licencia moral permite a la persona restringir el comportamiento moral y volver a la propia “zona de confort”. En apoyo de este planteamiento aportan los resultados de varios experimentos. Veamos dos de ellos.

En un primer experimento, se pidió a los participantes –estudiantes de una universidad norteamericana– que copiaran una lista de nueve palabras y que, mientras la copiaban, pensaran cuidadosamente acerca de lo que cada palabra significaba para ellos. Los estudiantes fueron asignados aleatoriamente a una condición diferente: palabras neutras, rasgos positivos, o rasgos negativos. Las palabras neutras hacían referencia a objetos inanimados, tales como libro, llaves o casa, la lista de rasgos positivos contenía palabras como generoso, justo o amable, y la lista de rasgos negativos, palabras como desleal, mezquino o egoísta. Tras completar la tarea, se les pidió que escribieran una breve redacción sobre sí mismos que incluyera todas las palabras que acababan de copiar. Se les dijo que les podía resultar más fácil hacerlo si visualizaban cuán relevante era en sus vidas cada una de las palabras. El experimentador explicó que, en un esfuerzo por aumentar la conciencia social, habitualmente el laboratorio preguntaba a los participantes si les gustaría hacer una pequeña donación (hasta 10 dólares) a una organización benéfica de su elección. Se les dijo que podían escribir el nombre de una organización de su elección y una cantidad que abonarían al recibir un correo confirmatorio del experimentador. Los participantes en la condición neutra donaron un promedio de 2.71 dólares. Esta cantidad aumentó a 5.30 dólares en los de la condición de rasgos negativos y cayó a 1.07 dólares en la de los rasgos positivos. Estos resultados son consistentes con la predicción de que los participantes cuya identidad moral era sobresaliente donarían significativamente menos que aquellos cuya identidad moral se veía amenazada.

Este experimento demuestra efectos separados de limpieza moral y licencia moral. Sin embargo, no analizó específicamente cómo se producen estos efectos. Por ello, los autores realizaron un segundo experimento para identificar más claramente el papel del yo en los efectos de licencia y limpieza moral.

En el segundo experimento se asignó a los participantes a dos de las tres condiciones experimentales anteriores –rasgos positivos y rasgos negativos–, pero, para analizar con más claridad el efecto de la activación del autoconcepto, a la mitad de cada grupo se le pidió escribir sobre ellos mismos y a la otra mitad, sobre algún conocido suyo. Los resultados revelaron que el efecto de la condición rasgos positivos *versus* negativos se producía sólo entre quienes escribían sobre sí mismos. Entre los participantes que escribieron

sobre un conocido, no hubo diferencia entre las donaciones de quienes habían rescrito utilizando rasgos positivos y quienes habían utilizado rasgos negativos. En cambio, entre los participantes que escribieron sobre sí mismos, los que habían escrito un relato con rasgos positivos donaban significativamente menos que los que lo habían escrito con rasgos negativos (1.11 frente a 5.56 dólares). Así pues, los efectos sólo se producían donde se activaba el autoconcepto.

Volviendo a la pregunta que nos hacíamos al comienzo de este apartado, cómo se explica el efecto de autolicensia moral, podemos responder que, para estos autores, dicho efecto “surge debido a la acumulación de ‘moneda moral’” (Sachdeva *et al.*, 2009, pág. 527).

Realmente, el término ‘autorregulación moral’ no parece el más apropiado para designar un proceso que más parece un cálculo contable que otra cosa, aunque haya individuos que, efectivamente, funcionen en el ámbito moral de este modo. Jordan, Mullen y Murnighan (2011) proponen una explicación alternativa, una explicación que guarda similitudes con la que acabamos de ver, pero que ofrece una imagen menos cínica de los humanos, aunque se la haya incluido también dentro de los “modelos de crédito”: la teoría de la autocompleción moral.

Teoría de la autocompleción moral

Jennifer Jordan y colaboradores (2011) defienden que la *teoría de la autocompleción* de Wicklund y Gollwitzer (1982) proporciona un marco adecuado para entender la dinámica de la conducta moral. Esta teoría postula que las identidades de las personas funcionan como metas definitivas que les motivan a adquirir símbolos relevantes al respecto. Cuando las personas reciben retroalimentación desfavorable o no llegan a alcanzar un umbral crítico en relación con la identidad deseada, experimentan una sensación de falta de compleción; la tensión resultante conduce a acciones compensatorias encaminadas a adquirir símbolos de la preciada identidad. Por el contrario, cuando las personas adquieren importantes símbolos relevantes en relación con dicha identidad, sienten un sentido de compleción, lo que las lleva a relajar sus esfuerzos por alcanzar dicha identidad.

Jordan y colaboradores (2011) extienden esta teoría al dominio moral, sugiriendo que el comportamiento inmoral y el comportamiento moral provocan fuerzas inductoras de tensión y fuerzas reductoras de tensión, respectivamente. La tensión resultante de una conducta inmoral motiva un aumento de los esfuerzos morales; por el contrario, la seguridad sobre la propia identidad que acompaña al comportamiento moral permite que las personas relajen sus esfuerzos morales. El comportamiento inmoral priva a las personas de símbolos de un yo moral, impeliéndolas a incrementar sus comportamientos morales (o a disminuir sus comportamientos inmorales), mientras que el comportamiento moral completa su yo moral, lo que les permite llevar a cabo

menos comportamientos morales (o más comportamientos inmorales). En ambos procesos subyace un esfuerzo por mantener la autoimagen moral.

¿Qué explicación es más adecuada?

Hoy por hoy, es difícil determinar cuál de los dos modelos, el de credenciales o el de crédito (en el que se incluyen las dos teorías que acabamos de ver, la de la autorregulación y la de la autocompleción), capta mejor la realidad del fenómeno, pues los resultados de la investigación sobre el mismo encajan en ambos (Meritt, Effron y Monin, 2010).

La hipótesis de trabajo más razonable es que los dos modelos representen vías independientes que pueden tomarse para otorgarse licencias en diferentes situaciones, aunque ambas pueden operar simultáneamente (véase Effron y Monin, 2010). Así, cabe pensar que la conducta moral de un dominio (por ejemplo, apoyar a Obama) que lleva a tomarse licencia para una conducta inmoral del mismo dominio (por ejemplo, favorecer a los blancos frente a los negros) se explique vía las credenciales morales, y en cambio que la conducta moral (por ejemplo, ayudar a alguien) que lleva a tomarse una licencia para una conducta inmoral de otro dominio (por ejemplo, comprar un bien de lujo en lugar de algo necesario o útil) se explique por el crédito moral.

Autolicensia moral versus autoconsistencia moral

El modelo de credenciales sostiene que en el efecto de autolicensia moral subyace una buena dosis de autoengaño. Por su parte, las dos alternativas explicativas del modelo de crédito que acabamos de ver comparten la idea de que pueden darse cambios de una conducta negativa a otra positiva (limpieza moral) y de una positiva a otra negativa (autolicensia moral) como resultado de una especie de tendencia homeostática a mantener un determinado nivel de moralidad en la persona. Como se acaba de decir, existe evidencia empírica que apoya estas ideas. Sin embargo, ¿todas las personas funcionan así?, ¿todas las culturas funcionan así? ¿Es así como el autoconcepto moral dirige la conducta en todas las personas?

Sin duda, en las muestras analizadas (casi exclusivamente de EEUU y de Europa occidental y, habitualmente, muestras de conveniencia) una mayoría de sujetos parece funcionar así. Sin embargo, la investigación actual en el ámbito moral sugiere que esto puede ser así con mayor probabilidad en ciertas culturas y, dentro de estas, más en unos individuos que en otros. Y es que igualmente existe evidencia de que el autoconcepto o, mejor, cierto tipo de autoconcepto, favorece la conducta moral positiva también en los casos en que se da un “excedente” de moralidad, incluso más en tales casos (Conway y Peetz, 2012; Susewind y Hoelzl, 2014). La persona que se tiene por un ser moral, en la que actuar como tal tiene una gran importancia, es

algo central de su identidad, tenderá a actuar de forma más moral, y, si bien se darán en ella procesos de limpieza moral, es dudoso que se produzca un cambio de la conducta moral a la conducta inmoral por la simple constatación de poseer un “excedente” moral, por sentirse “sobrada” de moralidad.

En esta línea, Moritz Susewind y Erik Hoelzl (2014) han mostrado, a través de dos experimentos, que cuando las personas centran su interés en el avance hacia sus metas personales, el comportamiento moral pasado conduce a un menor esfuerzo moral en el futuro; en cambio, cuando se centran en su compromiso con dichas metas, el comportamiento moral pasado conduce a un mayor esfuerzo moral posterior. Estos autores demuestran que la *autolalicencia moral* se da cuando el comportamiento virtuoso se concibe como parte de un progreso hacia metas morales; en cambio, cuando el comportamiento virtuoso se concibe como un compromiso con tales metas, lo que se produce es *autoconsistencia moral*. Cuando el compromiso con las metas es fuerte, la persona no oscila en su conducta moral, sino que tiende a mantener una misma línea de actuación.

En efecto, a veces, en lugar del efecto de autolalicencia moral, se produce el efecto contrario: la actuación virtuosa, en vez de disminuir, aumenta el comportamiento virtuoso posterior, es decir, en lugar de la autolalicencia induce autoconsistencia. ¿De qué depende que se produzca uno u otro efecto?

Para Daniel Effron y Paul Conway (2015), ello depende de cómo se concibe la conducta moral en relación con la propia identidad moral. Cuando una persona concibe su comportamiento como expresión de que, para ella, la virtud es esencial en su autoconcepto, es probable que se dé un efecto de autoconsistencia y, por tanto, que dicha persona actúe más virtuosamente tras haber actuado de un modo moral. Cuando la persona considera su conducta simplemente como un modo de evitar una identidad negativa, por ejemplo, de persona racista o corrupta, es probable que se produzca la autolalicencia moral. Este último sería el caso de los hombres a quienes, en un estudio de Monin y Miller (2001), el rechazo de declaraciones descaradamente misóginas les llevaba posteriormente a tomar decisiones de contratación más sexistas. En esos hombres el rechazo de tales declaraciones funcionaba como indicador de que ellos no eran unos sexistas acérrimos, en vez de cómo reflejo de que consideraban fundamental la igualdad de género.

En otras palabras, la autolalicencia moral es más probable que se produzca cuando las personas conciben sus conductas virtuosas más como prueba de que *no son inmorales* que como prueba de que *valoran la moralidad*.

En esta línea, son también interesantes los planteamientos de Cornelissen, Bashshur, Rode y Le Menestrel (2013). Estos autores han tratado de explicar por qué a veces se produce consistencia moral y otras equilibrio o compensación moral (*moral balancing*). Los estudios que han realizado apoyan la idea de que la mentalidad ética de los individuos

(centrada en los resultados o consecuencias *versus* centrada en las reglas o principios) modera el impacto de un acto ético o no ético inicial en la probabilidad de comportarse éticamente en una ocasión posterior: una mentalidad centrada en los resultados favorece el equilibrio moral, mientras que una mentalidad basada en reglas favorece la consistencia moral.

¿Es un efecto fuerte?, ¿es generalizable a todas las culturas?

Se han realizado diversos meta-análisis sobre el fenómeno. En uno de ellos (Blanken, van de Ven y Zeelenberg, 2015), el tamaño medio del efecto encontrado fue modesto ($d = 0'31$), un resultado similar obtuvieron Simbrunner y Schlegelmilch (2017) ($d = 0'319$). Sin embargo, en un tercero, Kuper y Bott (2019) se plantearon que quizás estas estimaciones podrían estar infladas por un sesgo de publicación, por la tendencia a publicar los estudios con resultados confirmatorios. En su meta-análisis, estos autores encontraron cierta evidencia de dicho sesgo. Al tomarlo en cuenta, los tamaños del efecto de los meta-análisis anteriores se redujeron a $d = -0'05$, $p = 0'64$, en el primer caso, y a $d = 0'18$, $p = 0'002$, en el segundo. Los autores concluyeron que tanto la evidencia como el tamaño del efecto de autolalicencia moral se hallaban sobreestimados por el sesgo de publicación.

Por otra parte, en el segundo meta-análisis citado, Simbrunner y Schlegelmilch (2017) encontraron varias diferencias culturales que merecen atención: por un lado, el efecto de autolalicencia moral era más fuerte en Norteamérica que en Europa occidental y, por otro, en el sudeste asiático dicho efecto no se producía, sino que ocurría justamente lo contrario. En los asiáticos, llevar a cabo una conducta moral no conducía posteriormente a una conducta inmoral, sino que, al contrario, aumentaba la probabilidad de actuar de un modo moral.

En su meta-análisis, Kuper y Bott (2019) encontraron igualmente una diferencia significativa entre Norteamérica y Europa, incluso una vez controlado el sesgo de publicación. Sin embargo, respecto a la comparación con los asiáticos, la diferencia sólo fue significativa en el caso de los norteamericanos. La ausencia de una diferencia significativa entre los europeos y los asiáticos se explicaría por el tipo de análisis realizado, algo diferente al del meta-análisis anterior. En cualquier caso, los autores comentan que el hecho de que solo contaran con un estudio del Sudeste Asiático y que el sesgo de publicación probablemente exagerara el tamaño del efecto de la autolalicencia moral en otras culturas debilita la conclusión de un efecto atenuado o invertido en Asia sudoriental.

Sea como fuere, parece claro que el efecto tiende a ser más fuerte en los norteamericanos que en los europeos, y Simbrunner y Schlegelmilch (2017), en su estudio, tratan de explicar esta diferencia. A la hora de hacerlo, señalan

que, aunque norteamericanos y europeos comparten toda una serie de creencias y valores fundamentales, difieren enormemente en algunos aspectos relacionados con la moralidad. Así, los norteamericanos otorgan un papel mucho más importante a la religión en sus vidas; además, valoran más la generosidad como rasgo clave de la estructura de la personalidad. Por tanto, “ser buena persona” sería más importante para ellos que para los europeos. Esta diferencia en la importancia global atribuida a la moral podría explicar el hecho de que el efecto sea más fuerte en América del Norte. Al percibir las cuestiones morales como más cruciales, probablemente los norteamericanos perciben la fluctuación de la propia conducta respecto a las dimensiones morales como menos aceptable que los europeos occidentales. Y, al contrario, en la medida en que los europeos occidentales tienden más a permitirse ser inmorales [sic], para ellos la autolicensia moral, que capacita para actuar inmoralmente, tendría menor valor que el que le conceden los norteamericanos (Simbrunner y Schlegelmilch, 2017, pág. 219).

Esta explicación chirría un poco a oídos europeos. ¿Los europeos occidentales se permiten ser más inmorales que los norteamericanos?, ¿no será más bien que tienen otra forma, una forma *diferente*, de entender y vivir la moralidad, en cuanto mucho menos marcada por la religión? Atendiendo a lo dicho anteriormente sobre por qué a veces no se produce el efecto de autolicensia moral sino un efecto de autoconsistencia, ¿no cabría pensar que en los europeos la moralidad tiene que ver más con la fidelidad a unos cuantos principios básicos que con el juicio de una serie de conductas concretas como pecaminosas o virtuosas (una especie de cómputo debe/haber)? Probablemente las cosas son algo más complejas que todo esto, pero no parece que pueda aceptarse sin más la explicación de Simbrunner y Schlegelmilch (2017).

Por lo que se refiere a la presencia del fenómeno inverso en los asiáticos, es decir, al hecho de que la realización de una conducta moral aumente la probabilidad de actuar de un modo moral posteriormente, ya se ha dicho que no está tan clara. En cualquier caso, Simbrunner y Schlegelmilch (2017) señalan que en los asiáticos tendría una mayor importancia el mantenimiento de la consistencia en su conducta. Sin embargo, reconocen que esta explicación no cuadra con la teoría de la autorregulación moral (Sachdeva *et al.*, 2009), que ellos consideran una explicación teórica adecuada de la autolicensia moral.

Estos autores consideran que la diferente vivencia del tiempo en unas y otras regiones ofrece una posible explicación que permitiría encajar los resultados obtenidos en asiáticos en el marco de teoría de la autorregulación. Dado que los asiáticos basan su conducta en las circunstancias presentes en menor grado que los norteamericanos y los europeos, y que, en comparación con estos, se guían mucho más por las experiencias del pasado y/o las expectativas de

futuro, la necesidad de mantener la consistencia de la propia autoimagen moral es para ellos mayor. En consecuencia, tras haber actuado de un modo moral tenderán a mostrar posteriormente conductas aún más morales.

Esta es una explicación plausible, pero es dudoso que encaje en la teoría de la autorregulación moral, como pretenden los autores. El contraste entre lo que ocurre en los norteamericanos y lo que ocurre en los asiáticos del sur encaja mejor en los planteamientos de Effron y Conway (2015), quienes, como hemos visto, plantean que, según cómo se conciba la conducta moral en relación con la propia identidad moral, se producirá autolicensia moral o consistencia moral.

Sea como fuere, los resultados de las comparaciones entre culturas ponen de manifiesto que el efecto no es tan generalizable como algunos trabajos han podido dar a entender. Todo indica que es un fenómeno más fuerte en Norteamérica que en otras regiones del mundo.

Conclusión

Hemos visto que algunos individuos –y organizaciones– pueden utilizar la propia conducta moral para, después, permitirse actuar de un modo moralmente dudoso (Monin y Miler, 2001). Sin embargo, no puede hablarse de un efecto de autolicensia moral en todas las personas y en todas las culturas. El efecto es más probable en quienes conciben sus conductas virtuosas más como prueba de que no son inmorales que como reflejo de la importancia que otorgan a la moralidad. Asimismo, el efecto es más claro en Norteamérica, lo que no significa que las personas de otros países seamos inmunes a él, o que dicho efecto no pueda extenderse a otras áreas culturales en el futuro. Además, cabe pensar que sea también más marcado en unas clases sociales que en otras y en un tipo de organizaciones que en otras (parece poco probable que se dé en una pequeña ONG en la misma medida que en una gran empresa multinacional), aunque esto es algo que de momento no ha sido analizado empíricamente.

El efecto de autolicensia moral tiene importantes implicaciones tanto en el plano personal como, especialmente, en el social. Mientras que en el terreno personal puede resultar desconcertante y, sin duda frustrante, encontrarse con personas que se dejan arrastrar por dicho efecto, que se conducen moralmente de un modo errático, en el terreno social la autolicensia moral puede tener efectos fuertemente negativos en las políticas de lucha contra la discriminación por razones de sexo, raza u origen, contra la degradación del medio ambiente, contra el consumo desmedido, etc. La presencia de este fenómeno puede producir en quienes lo observan no solo un fuerte descreimiento y una fuerte desconfianza respecto a los otros y a las organizaciones, sino también la expansión de un modo de funcionamiento moral que raya el cinismo. Esperemos que el presente trabajo

sirva para ayudar a desenmascararlo, frenarlo y evitar que produzca tan dañinos frutos.

Frente a la autolicensing moral, muchas personas –obviamente, no siempre– buscan la autoconsistencia moral. ¿Qué podemos hacer para que sean menos quienes opten por la primera vía y más quienes lo hagan por la segunda? Para empezar, convendría esforzarse por desenmascarar y deshacer, tanto en otros como en uno mismo, las múltiples estrategias para fabricarse credenciales morales. Pero, sobre todo, atendiendo a los estudios aquí revisados, lo esencial es atender a la identidad moral y educar en una vivencia de la moralidad como compromiso con una serie de principios y no como mero cómputo contable de malas y buenas acciones.

Referencias

- Blanken, I., van de Ven, N. y Zeelenberg, M. (2015). [A Meta-Analytic Review of Moral Licensing](#). *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(4), 540-558 [DOI: 10.1177/0146167215572134].
- Carlsmith, J.M. y Gross, A.E. (1969). Some effects of guilt on compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 11(3), 232-239 [DOI: 10.1037/h0027039].
- Cascio, J. y Plant, E.A. (2015). [Prospective moral licensing: Does anticipating doing good later allow you to be bad now?](#) *Journal of Experimental Social Psychology*, 56, 110-116 [DOI: 10.1016/j.jesp.2014.09.009].
- Conway, P. y Peetz, J. (2012). [When Does Feeling Moral Actually Make You a Better Person? Conceptual Abstraction Moderates Whether Past Moral Deeds Motivate Consistency or Compensatory Behavior](#). *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(7), 907-919 [DOI: 10.1177/0146167212442394].
- Cornelissen, G., Bashshur, M.R., Rode, J. y Le Menestrel, M. (2013). [Rules or Consequences? The Role of Ethical Mind-Sets in Moral Dynamics](#). *Psychological Science*, 24(4), 482-488 [DOI: 10.1177/0956797612457376].
- Cornelissen, G., Karelaia, N. y Soyer, E. (2014). Clicktivism or Slacktivism? Impression Management and Moral Licensing On Social Media. *Documento de trabajo no publicado*.
- Effron, D.A. (2016). [Beyond “being good frees us to be bad”: Moral self-licensing and the fabrication of moral credentials](#). En J.W. van Prooijen y P.A.M. van Lange (Eds.), *Cheating, Corruption, and Concealment: The Roots of Dishonesty* (pp. 33-54). Cambridge University Press [DOI: 10.1017/CBO9781316225608.004].
- Effron, D.A., Cameron, J.S. y Monin, B. (2009). [Endorsing Obama licenses favoring Whites](#). *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(3), 590-593 [DOI: 10.1016/j.jesp.2009.02.001].
- Effron, D.A. y Conway, P. (2015). [When virtue leads to villainy: Advances in research on moral self-licensing](#). *Current Opinion in Psychology*, 6, 32-35 [DOI: 10.1016/j.copsyc.2015.03.017].
- Effron, D.A., Miller, D.T. y Monin, B. (2012). [Inventing racist roads not taken: The licensing effect of immoral counterfactual behaviors](#). *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(6), 916-932 [DOI: 10.1037/a0030008].
- Effron, D.A. y Monin, B. (2010). [Letting People Off the Hook: When Do Good Deeds Excuse Transgressions?](#) *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(12), 1618-1634 [DOI: 10.1177/0146167210385922].
- Effron, D.A., Monin, B. y Miller, D.T. (2013). [The unhealthy road not taken: Licensing indulgence by exaggerating counterfactual sins](#). *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(3), 573-578 [DOI: 10.1016/j.jesp.2012.08.012].
- Etxebarria, I. (2000). [Guilt: An emotion under suspicion](#). *Psicothema*, 12(1), 101-108.
- Etxebarria, I. (2020). *Las emociones y el mundo moral. Más allá de la empatía*. Madrid: Síntesis.
- Hofmann, W., Wisneski, D.C., Brandt, M.J. y Skitka, L.J. (2014). [Morality in everyday life](#). *Science*, 345(6202), 1340-1343 [DOI: 10.1126/science.1251560].
- Jordan, J., Mullen, E. y Murnighan, J. K. (2011). [Striving for the Moral Self: The Effects of Recalling Past Moral Actions on Future Moral Behavior](#). *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(5), 701-713 [DOI: 10.1177/0146167211400208].
- Khan, U. y Dhar, R. (2006). [Licensing Effect in Consumer Choice](#). *Journal of Marketing Research*, 43(2), 259-266 [DOI: 10.1509/jmkr.43.2.259].
- Kouchaki, M. (2011). Vicarious moral licensing: The influence of others' past moral actions on moral behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(4), 702-715 [DOI: 10.1037/a0024552].
- Kuper, N. y Bott, A. (2019). [Has the evidence for moral licensing been inflated by publication bias?](#) *Meta-Psychology*, 3, 1-22 [DOI: 10.15626/MP.2018.878].
- Lönqvist, J.-E., Irlenbusch, B. y Walkowitz, G. (2014). [Moral hypocrisy: Impression management or self-deception?](#) *Journal of Experimental Social Psychology*, 55(1), 53-62 [DOI: 10.1016/j.jesp.2014.06.004].
- Mazar, N. y Zhong, C. B. (2010). [Do Green Products Make Us Better People?](#) *Psychological Science*, 21(4), 494-498 [DOI: 10.1177/0956797610363538].
- Merritt, A.C., Effron, D.A. y Monin, B. (2010). [Moral Self-Licensing: When Being Good Frees Us To Be Bad](#). *Social and Personality Compass*, 4/5, 344-357 [DOI: 10.1111/j.1751-9004.2010.00263.x].
- Miller, D.T. y Effron, D.A. (2010). [Psychological License: When It Is Needed and How It Functions](#). En M.P. Zanna y J.M. Olson (Eds.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 43 (pp. 115-155). San Diego: Academic Press/Elsevier [DOI: 10.1016/S0065-2601(10)43003-8].

- Monin, B. y Miller, D.T. (2001). [Moral Credentials and the Expression of Prejudice](#). *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(1), 33-43 [DOI: DOI:10.1037//0022-3514.81.1.33].
- Nisan, M. (1991). The moral balance model: Theory and research extending our understanding of moral choice and deviation. En W.M. Kurtines y J.L. Gewirtz (Eds.), *Handbook of Moral Behavior and Development* (pp. 213-249). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Ormiston, M.E. y Wong, E.M. (2013). License to Ill: The Effects of Corporate Social Responsibility and CEO Moral Identity on Corporate Social Irresponsibility. *Personnel Psychology*, 66(4), 861-893 [DOI: 10.1111/peps.12029].
- Pillutla, M.M. y Murnighan, J.K. (1995). Being Fair or Appearing Fair: Strategic Behavior in Ultimatum Bargaining. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1408-1426 [DOI: 10.5465/256863].
- Sachdeva, S., Iliev, R. y Medin, D.L. (2009). Sinning Saints and Sainly Sinners: The Paradox of Moral Self-Regulation. *Psychological Science*, 20(4), 523-528 [DOI : 10.1111/j.1467-9280.2009.02326.x].
- Simbrunner, P. y Schlegelmilch, B.B. (2017). [Moral licensing: a culture-moderated meta-analysis](#). *Management Review Quarterly*, 67(4), 201-225 [DOI: 10.1007/s11301-017-0128-0].
- Susewind, M. y Hoelzl, E. (2014). A matter of perspective: Why past moral behavior can sometimes encourage and other times discourage future moral striving. *Journal of Applied Social Psychology*, 44(3), 201-209 [DOI: 10.1111/jasp.12214].
- Tiefenbeck, V., Staake, T., Roth, K. y Sachs, O. (2013). [For better or for worse? Empirical evidence of moral licensing in a behavioral energy conservation campaign](#). *Energy Policy*, 57, 160-171 [DOI: 10.1016/j.enpol.2013.01.021].
- Wicklund, R.A. y Gollwitzer, P.M. (1982). *Symbolic self-completion theory*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Zhong, C.B. y Liljenquist, K. (2006). [Washing Away Your Sins: Threatened Morality and Physical Cleansing](#). *Science*, 313, 1451-1452 [DOI: 10.1126/science.1130726].

