



Una emoción olvidada en los programas de educación moral: el orgullo moral, refuerzo intrínseco de la acción moral

Etxebarria, I., Conejero, S. y Pascual, A.

*Departamento de Procesos Psicológicos Básicos y su Desarrollo, Universidad del País Vasco
UPV/EHU, San Sebastián, España*

itziar.etxebarria@ehu.eus

Hasta prácticamente el nuevo siglo, tanto los estudios psicológicos como los programas de educación moral estuvieron centrados casi exclusivamente en el componente cognitivo de la moralidad: los valores y, muy especialmente, el juicio moral. Sin embargo, ya a partir de los 80, y sobre todo en las últimas décadas, son cada vez más numerosos los estudios que ponen de relieve el importante papel de las emociones en el funcionamiento moral a lo largo de todo el desarrollo.

En este sentido, hoy en día nadie duda de la relevancia de la empatía en este ámbito. Sin embargo, otras emociones que también cumplen importantes funciones en la acción moral siguen estando desatendidas. Entre estas, merecen destacarse las llamadas emociones autoconscientes (emociones que surgen de la evaluación del propio Yo y sus acciones): culpa, vergüenza y orgullo. De todas ellas, la más olvidada en la investigación psicológica y los programas de educación moral ha sido el orgullo.

En esta comunicación se presentan sucintamente los resultados de cuatro estudios recientes sobre el orgullo moral. Dos de ellos, realizados con niños y niñas, se centran en los beneficios motivacionales de esta emoción. El primero, un estudio cuasiexperimental, analiza su efecto positivo en la disposición a la conducta prosocial. El segundo, de carácter correlacional, analiza su papel en la conducta prosocial y antisocial (positivo en la primera y negativo en la segunda). Los otros dos estudios, ambos realizados con adolescentes y de carácter cuasiexperimental, se centran en algunos elementos que pueden socavar esta emoción. El primero

analiza el papel de los costes personales de la acción moral (el principal, el hecho de que esta suponga ir en contra de la opinión del grupo) en la intensidad del orgullo moral subsiguiente. El segundo analiza el efecto –a veces perverso– del elogio y la crítica en la intensidad del orgullo y la culpa por una acción.

Tras la presentación de los cuatro estudios, se desarrollan sus importantes implicaciones educativas. Teniendo en cuenta los resultados de los dos primeros, se defiende la necesidad de estimular el desarrollo de esta emoción en la educación moral. Al mismo tiempo, y atendiendo a los resultados de los dos últimos, se subraya la necesidad de que los programas de educación moral presten atención a los elementos que juegan en su contra. A este respecto, se defiende la necesidad de preparar a los niños y las niñas, y sobre todo a los adolescentes, para que sepan vencer dichos obstáculos, muy en particular, para que sepan sustraerse a la influencia, a menudo negativa, del grupo. En definitiva, para que sean capaces de preservar el orgullo moral por aquellas acciones que lo justifican y, de este modo, proteger la importante motivación moral que dicho orgullo genera.

Palabras clave: educación moral; orgullo moral; conducta prosocial; costes; influencia del grupo de pares.

ORAL COMMUNICATION

An emotion forgotten in the programs of moral education: moral pride, intrinsic reinforcement of moral action

Etxebarria, I., Conejero, S., and Pascual, A.

Department of Basic Psychological Processes and their Development, University of the Basque Country UPV/EHU, San Sebastián, Spain

itziar.etxebarria@ehu.eus

Until practically the new century, both psychological studies and moral education programs focused almost exclusively on the cognitive component of morality: values and, especially, moral judgment. However, since the 80s, and above all in the recent decades, more and more studies highlight the important role of emotions in moral functioning throughout the development.

In this sense, today no one doubts about the relevance of empathy in this area. However, other emotions that also have important functions in moral action remain unattended. Among these, the self-conscious emotions (emotions that arise from the evaluation of the self and its actions) deserve special attention: guilt, shame and pride. Of all of them, the most forgotten in psychological research and moral education programs has been pride.

In this communication, we present succinctly the results of four recent studies on moral pride. Two of them, carried out with children, focus on the motivational benefits of this emotion. The first, a quasi-experimental study, analyzes its positive effect on the disposition to prosocial behavior. The second, of a correlational nature, analyzes its role in prosocial and antisocial behavior (positive in the first one and negative in the second). The other two studies, both carried out with adolescents and of a quasi-experimental nature, focus on some elements that can undermine this emotion. The first analyzes the role of the personal costs of moral action (the main one, the fact that it supposes going against the opinion of the group) in the intensity of the subsequent moral pride. The second analyzes the influence –sometimes perverse– of praise and criticism in the intensity of pride and guilt for an action.

After the presentation of the four studies, we discuss their important educational implications. Taking into account the results of the first two ones, we defend the

need to promote this emotion in moral education. At the same time, and taking into account the results of the last two studies, we underlined the need for moral education programs to pay attention to the elements that play against it. In this regard, we defend the need to prepare children, and especially adolescents, so that they know how to overcome these obstacles -in particular, how to avoid the often negative influence of the group. In short, to prepare them to be able to preserve moral pride for those actions that justify it and, in this way, protect the important moral motivation that such pride generates.

Key words: moral education; moral pride; prosocial behavior; costs; influence of peer group.