No soy malo, es el clima el que me hace perverso

Descripción

Introducción

El estudio de la moralidad humana ha sido un campo de investigación vasto y dinámico en disciplinas como la psicología, la sociología y la neurociencia.

Tradicionalmente, los valores morales han sido considerados como relativamente estables, reflejando normas culturales y predisposiciones individuales. Sin embargo, investigaciones recientes han desafiado esta visión, sugiriendo que los valores morales pueden fluctuar en función de factores externos, como el clima, las estaciones del año y los niveles de ansiedad.

Estos hallazgos abren nuevas perspectivas sobre la naturaleza de la moralidad, que ya no puede considerarse un fenómeno estático o enteramente racional.

El comportamiento moral es un constructo flexible que se adapta a las condiciones del entorno, lo que tiene implicaciones profundas para entender cómo los seres humanos toman decisiones éticas en respuesta a factores ambientales.

La idea de que el clima o las estaciones del año puedan afectar el comportamiento moral puede parecer sorprendente a primera vista. Sin embargo, estudios recientes revelan que las fluctuaciones estacionales en los valores relacionados con la cohesión grupal, como la lealtad, la autoridad y la pureza, son reales y medibles.

En otras palabras, los cambios en el entorno físico pueden influir en las decisiones morales de las personas.

Este artículo se centrará en explorar la relación entre los factores ambientales, como el clima y las estaciones, y la moralidad humana. También analizaremos cómo los niveles de ansiedad y las normas sociales interactúan con estos factores externos para modular la toma de decisiones morales y los valores éticos.

Estacionalidad y moralidad

La relación entre el clima y la moralidad ha sido objeto de estudio durante varios años, pero solo recientemente ha comenzado a tomar forma como un área de investigación en la neurociencia y la psicología del comportamiento. Un estudio longitudinal realizado en Estados Unidos, Canadá y Australia, con más de 230,000 participantes a lo largo de 10 años, ha demostrado que los valores morales relacionados con la cohesión grupal, como la lealtad y la pureza, alcanzan su punto máximo durante la primavera y el otoño, mientras que disminuyen en verano e invierno. Este patrón es más pronunciado en regiones con variaciones climáticas extremas, lo que sugiere que el entorno físico tiene un papel significativo en la modulación de los valores morales.

¿Por qué el clima podría influir en la moralidad? Las investigaciones sugieren que las condiciones climáticas extremas, como el frío o el calor intenso, generan una sensación de amenaza, lo que activa respuestas psicológicas y emocionales que refuerzan la cohesión grupal y la conformidad con las normas sociales. Según la teoría de la gestión del terror, cuando las personas se enfrentan a amenazas existenciales, como un clima hostil, tienden a aferrarse a valores tradicionales y a comportamientos que promueven la estabilidad y la seguridad dentro de su grupo. Este mecanismo adaptativo puede haber evolucionado como una forma de proteger a las comunidades frente a amenazas externas.

El estudio de Berry y Welsh (2020) refuerza esta idea al señalar que en climas más fríos, las personas tienden a ser más conservadoras y conformistas, mientras que en climas cálidos muestran una mayor flexibilidad moral. Este hallazgo sugiere que el comportamiento humano es altamente adaptable y responde a las condiciones del entorno. La conformidad grupal en climas fríos puede ser una estrategia evolutiva para garantizar la supervivencia en condiciones adversas, donde la cooperación y la cohesión son esenciales.

Además, estudios como el de Berman et al. (2018) han demostrado que los días con temperaturas extremas, tanto frías como cálidas, están asociados con decisiones más rígidas y conservadoras. En estos casos, la cohesión grupal y la conformidad con las normas morales se refuerzan como una respuesta a la percepción de amenaza, lo que sugiere que el clima no solo afecta el estado de ánimo, sino también la conducta moral. En resumen, el clima extremo parece promover una mayor rigidez moral y un refuerzo de las normas grupales, probablemente como una forma de lidiar con la incertidumbre y la amenaza percibida.

Ansiedad y valores morales

Otro factor clave en la fluctuación de los valores morales es la ansiedad, particularmente la «ansiedad climática». Este término, acuñado en los últimos años, se refiere a la preocupación y el miedo derivados de los cambios climáticos extremos y sus posibles consecuencias. La ansiedad climática no solo afecta la salud mental de las personas, sino que también puede influir en sus decisiones morales. Susan Clayton (2020) señala que el cambio climático tiene efectos profundos no solo en el bienestar físico de las personas, sino también en su estabilidad emocional, lo que podría modificar la forma en que evalúan y adoptan ciertos valores morales.

La ansiedad en general ha sido identificada como un factor crucial en la modulación de los valores morales. Hohm et al. (2024) sugieren que los picos de ansiedad en primavera y otoño coinciden con un mayor respaldo a valores que promueven la conformidad grupal, como la lealtad y la autoridad. Esta correlación podría explicarse a través de la necesidad de seguridad emocional, la cual se satisface mediante el fortalecimiento de las normas grupales. En momentos de mayor ansiedad, las personas tienden a buscar estabilidad y seguridad en las tradiciones y en las figuras de autoridad, lo que refuerza la cohesión social.

La relación entre la ansiedad y los valores morales también puede ser explicada por la Teoría de la Gestión del Terror. Según esta teoría, cuando las personas se enfrentan a amenazas existenciales, como la muerte o el colapso ambiental, tienden a aferrarse a valores y normas tradicionales que les proporcionan una sensación de control y seguridad. En este contexto, el aumento de la ansiedad durante la primavera y el otoño puede llevar a un mayor apoyo a valores conservadores, ya que estos ofrecen un sentido de estabilidad en tiempos de incertidumbre.

Durante estos periodos de mayor ansiedad, también se ha observado un aumento en el apoyo a la autoridad y a las figuras que representan el orden social. Esto puede explicarse por la necesidad de reducir la incertidumbre y el miedo ante amenazas percibidas, lo que lleva a las personas a buscar seguridad en estructuras jerárquicas y normas predecibles. En este sentido, la ansiedad climática puede actuar como un catalizador para la rigidez moral y el apoyo a normas que favorecen la cohesión grupal y el control social.

Normas sociales y valores morales

Las normas sociales juegan un papel crucial en la formación y modulación de los valores morales. Estas normas no son estáticas, sino que varían en función de factores contextuales, como el clima o las amenazas percibidas. Schaller y Murray (2008) demostraron que la percepción de amenazas ambientales, como las enfermedades infecciosas, fortalece las normas sociales relacionadas con la pureza y la autoridad. Estos valores morales refuerzan la conformidad grupal, un comportamiento adaptativo que ayuda a las sociedades a mantener la cohesión en momentos de crisis.

En situaciones de amenaza, como el cambio climático o las pandemias, las sociedades tienden a volverse más conservadoras, apoyando normas que promueven la cohesión grupal y el fortalecimiento de la autoridad. Esta tendencia tiene profundas raíces evolutivas, ya que las comunidades que lograron mantenerse unidas frente a amenazas

externas tenían mayores probabilidades de sobrevivir. La percepción de peligro lleva a las personas a priorizar la seguridad y el orden sobre la libertad y la flexibilidad moral.

En entornos laborales, las normas organizacionales también influyen en los comportamientos morales de los individuos. Bandura, en sus estudios sobre el modelado social, señaló que los empleados tienden a imitar el comportamiento de sus superiores, lo que puede llevar tanto a conductas éticas como no éticas, dependiendo de los valores promovidos por la organización. Esta dinámica subraya la importancia del liderazgo en la formación de los valores morales dentro del contexto laboral.

El contexto social también puede influir en la percepción de las amenazas. En situaciones donde el entorno es percibido como hostil o inseguro, las personas tienden a adoptar comportamientos más conformistas y conservadores. Este fenómeno es observable tanto en la política como en la cultura corporativa. Por ejemplo, en empresas donde prevalece una cultura de presión por cumplir con objetivos agresivos, los empleados pueden verse tentados a tomar decisiones que comprometan su ética personal. Esto pone de relieve cómo los factores situacionales y las normas sociales interactúan para moldear los valores morales individuales.

Neurociencia de la moralidad

Desde la neurociencia, se ha investigado cómo los procesos cerebrales influyen en la toma de decisiones morales. Las investigaciones en este campo han revelado que la corteza prefrontal, responsable del juicio y el control de impulsos, juega un papel central en la evaluación de dilemas morales. Además, la amígdala, una estructura cerebral vinculada a las emociones, también está involucrada en la respuesta a situaciones que involucran decisiones éticas.

Un enfoque interdisciplinario que combina la neurociencia con la psicología del desarrollo ha permitido entender mejor cómo los factores internos, como la estructura cerebral y el desarrollo cognitivo, interactúan con factores externos para dar forma a la moralidad. La plasticidad del cerebro humano permite que los valores morales no solo se aprendan, sino que también se adapten a las condiciones del entorno. Por ejemplo, en situaciones de estrés o amenaza, como las provocadas por el cambio climático, la amígdala puede actuar de manera más dominante, inclinando a las personas hacia decisiones más emocionales y conservadoras.

Conclusiones

Los estudios revisados sugieren que los valores morales y el comportamiento humano no son estáticos, sino que fluctúan en respuesta a factores externos como el clima, las estaciones del año y los niveles de ansiedad. Esta plasticidad moral desafía la idea tradicional de que la moralidad es un fenómeno inmutable y totalmente racional. En su lugar, la moralidad debe entenderse como un constructo flexible que se adapta a las condiciones del entorno.

Estos hallazgos tienen implicaciones importantes para la formulación de políticas públicas y el diseño de intervenciones sociales. Si los valores morales pueden fluctuar en función de factores ambientales, es posible que las políticas destinadas a promover ciertos comportamientos éticos deban tener en cuenta estas fluctuaciones. La comprensión de cómo los factores ambientales y sociales influyen en la moralidad puede ayudar a prever comportamientos colectivos y a desarrollar intervenciones más efectivas en momentos de crisis.

En última instancia, la investigación sobre la moralidad y su relación con el entorno sugiere que los seres humanos no son entidades fijas en términos de comportamiento moral. Al contrario, estamos profundamente influenciados por el contexto físico y social en el que nos encontramos, lo que resalta la importancia de un enfoque interdisciplinario para estudiar y comprender la moralidad humana.

Referencias

- Berman, M. G., Jonides, J., & Kaplan, S. (2018). The cognitive benefits of interacting with nature. *Psychological Science, 19*(12), 1207-1212.
- Berry, H. L., & Welsh, J. A. (2020). Climate change and social conformity: How weather shapes our moral compass. *Global Environmental Change, 63*, 102093.
- Clayton, S. (2020). Climate anxiety: Psychological responses to climate change. *Journal of Anxiety Disorders, 74*, 102263.
- Hohm, I., Schaller, M., & O'Shea, B. (2024). *Do moral values change with the seasons? Proceedings of the National Academy of Sciences*.
- Schaller, M., & Murray, D. R. (2008). Pathogens, personality, and culture: Disease prevalence predicts worldwide variability in sociosexuality, extraversion, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology, 95*(1), 212-221.