El lenguaje de la moral

Julian Blanco, Bautista Kugler, Sarah Solivella Lamas y Luz Alba Posse

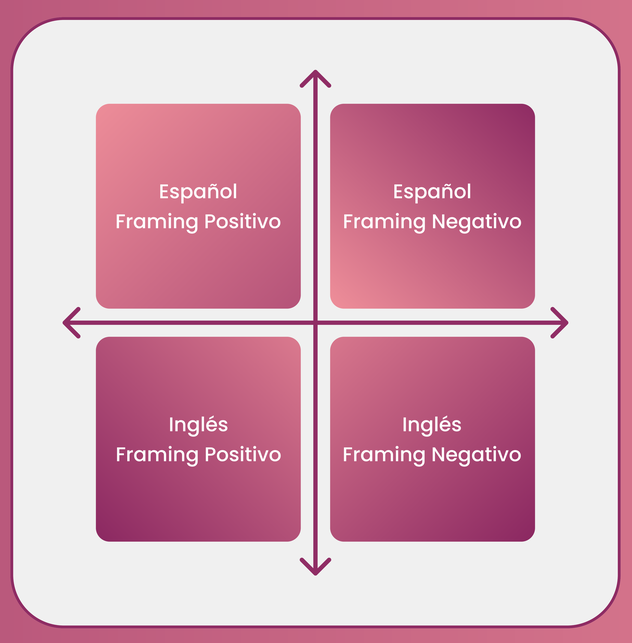
Introducción 🖖

¿Sacrificarías a una persona para salvar a otras cinco? Tu respuesta no debería depender del idioma o el *framing* en el que se plantea este dilema... o sí?

Vamos a evaluar las respuestas con dos variables, en primer lugar con tu lengua materna o tu segunda lengua y en segundo si el framing es positivo o negativo, ambos casos con un dilema personal. **¿Quienes serán deontológicos y quienes utilitarios?**

Metodología 🤓

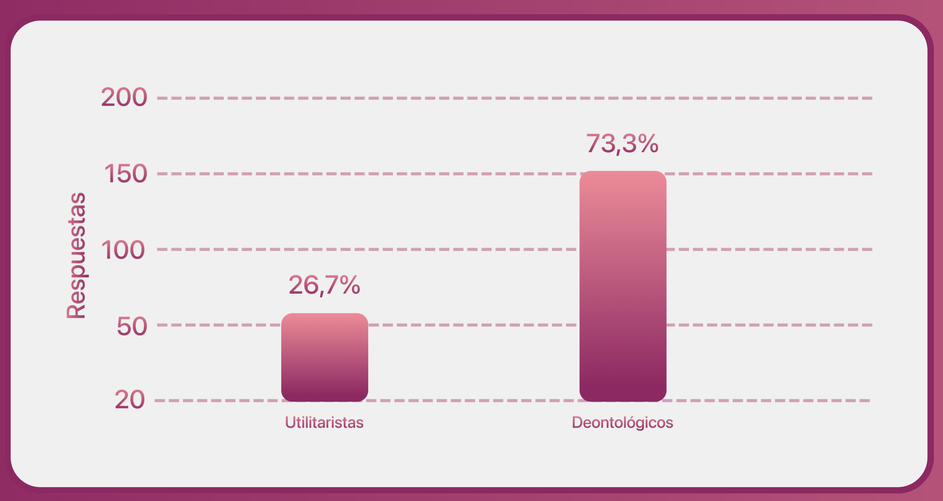
Procedimiento:
Utilizamos el **dilema moral del tranvía** en su versión personal. En la encuesta se les presentaron filtros a los sujetos para chequear que se cumplan las condiciones base y luego respondieron el dilema. **A cada participante se le asignó aleatoriamente un dilema que enmarcado en la siguiente matriz:**



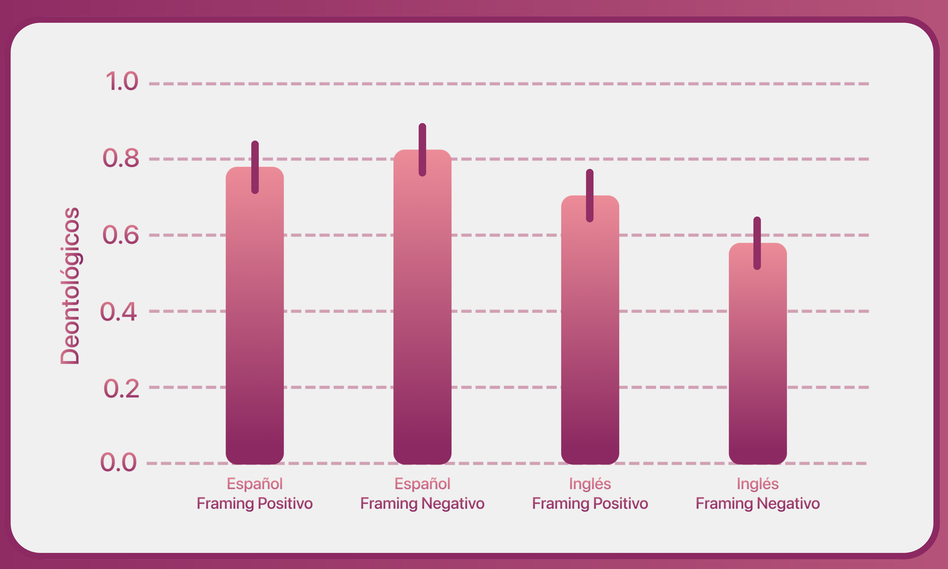
Participantes:
La muestra fue conveniente. Se los convocó a través de nuestras redes sociales, donde quienes deseaban participar eran redirigidos primero a nuestra página web con las condiciones, el único requisito era que sean bilingûes, y segundo a la encuesta experimental.
Recopilamos un total de **227 respuestas.**

Resultados 📊

En general, no importa cuál sea el cuadrante de la matriz que se le haya asignado al participante, las respuestas tendieron a ser más deontológicas:



En cuanto a respuestas deontológicas:



En cuanto a respuestas utilitaristas:

Conclusión y discusión 🤔

Los resultados en gral no son significativos, dado que solo un p valor cumplió la condición de **p < 0.05**. Además, la mayoría de los participantes dieron respuestas deontológicas.

Debido a la falta de siginficancia estadística de los resultados, plantearemos algunas cuestiones a tener en cuenta que pueden haber afectado y las discutiremos:

- El impacto del dilema en los participantes. Esto se debe a que era personal, creemos que podría evaluarse también a que resultados llegaríamos si fuera impersonal.
- La dimensión y variedad de la muestra: al tratarse de una convocatoria hecha por redes sociales, incluso podría tratarse de un efecto de *echo chamber*, ya que el alcance está limitado a los círculos que interactúan con nosotros. Por lo tanto, pensamos que la muestra no fue lo suficientemente amplia ni variada en cuanto a puntos de vista, ideologías y valores morales.
- Crisis de replicabilidad: al no haber logrado replicar al 100% los resultados de "Your morals depends on your language" creemos que el experimento podría verse expuesto a una crisis de replicabilidad.

Bibliografía 📚

Costa A, Foucart A, Hayakawa S, Aparici M, Apesteguia J, et al. (2014) Your Morals Depend on Language. PLoS ONE 9(4): e94842. doi:10.1371/journal. pone.0094842
Opitz B, Degner J (2012) Emotionality in a second language: it's a matter of time. Neuropsychologia 50: 1961–1967. doi:10.1016/j.neuropsychologia.2012.04.021.

UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA