

TRIBUS MORALES Y EMOCIONES: UN ANÁLISIS CRÍTICO DE LA METAMORALIDAD UTILITARISTA DE JOSHUA GREENE

Flavio WILLIGES

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM),
Rio Grande do Sul, Brasil

flavio.williges@ufsm.br

ORCID: 0000-0002-2820-9805

DOI: 10.60940/comprendrev27n1id432834

Article rebut: 21/05/2024

Article acceptat: 26/09/2024

Resumen

Este artículo analiza la propuesta de Joshua Greene para superar el «tribalismo moral»: una «metamoralidad» utilitarista basada en valores compartidos. Sin embargo, se plantean dos desafíos. En primer lugar, se argumenta que adoptar una perspectiva utilitarista choca con el papel de la identidad social y los valores cargados de emoción en las disputas morales. La experiencia moral está situada y los agentes priorizan sus propios valores, lo que dificulta la deliberación basada en principios comunes. Además, el énfasis de Greene en procesos lentos y racionales es susceptible a trampas racionales como la racionalización o el razonamiento motivado. En segundo lugar, el artículo propone una alternativa: interactuar con la cultura política de las emociones que alimenta los conflictos morales. Propugna una «educación sentimental» para cultivar preocupaciones morales compartidas. Esto implica vincular los sentimientos de grupo con vulnerabilidades compartidas y el bien común, apelando a emociones concretas como la amistad y el amor, que promueven el reconocimiento de nuestra humanidad compartida. De este modo, se defiende el atractivo sentimental, en lugar de los universales abstractos, como una herramienta valiosa para superar las divisiones tribales y construir sociedades decentes.

Palabras clave: Greene, moralidad, racionalidad, emociones

Moral Tribes and Emotions: A Critical Analysis of Joshua Greene's Utilitarian Meta-Morality

Abstract

This paper examines and presents two challenges to the utilitarian «metamorality» based on shared values proposed by Joshua Greene. First, it argues that adopting a utilitarian perspective clashes with the role of social identity and emotionally laden values in moral disputes. Moral experience is situated, and agents prioritize their own values, making deliberation based on common principles difficult. Additionally, Greene's emphasis on slow, rational processes is susceptible to rational traps like rationalization or motivated reasoning. Secondly, the paper proposes an alternative: engaging with the political culture of emotions that fuels moral conflicts. It advocates for «éducation sentimentale» to cultivate shared moral concerns. This involves linking group sentiments to shared vulnerabilities and the common good, appealing to concrete emotions like friendship and love that promote recognition of our shared humanity. Sentimental appeal, rather than abstract universals, is thus defended as a valuable tool for overcoming tribal divisions and building decent societies.

Key words: Greene, morality, rationality, emotions

1. Introducción

En el libro *Tribus morales*, Joshua Greene comienza caracterizando dos tipos de tragedia moral: la tragedia de los comunes y la tragedia de la moralidad del sentido común. La «tragedia de los comunes» consiste en la incapacidad de los individuos de poner el «nosotros» por encima del «yo» y representa la dificultad de superar el egoísmo hacia el altruismo, hacia la comprensión de nuestros deberes y responsabilidades con respecto a los demás.¹ La solución para esta tragedia, según Greene, fue el desarrollo de la moralidad: un «conjunto de adaptaciones psicológicas que permite que individuos de otro modo egoístas cosechen los beneficios de la cooperación».² La moralidad alcanza este resultado porque su esencia es el altruismo, la abnegación, la disposición a asumir un costo personal para beneficiar a otros. En términos psicológicos, la moralidad se implementa a través de intuiciones morales emocionales, reacciones instintivas que

¹ Cfr. Joshua GREENE, *Tribos morais: a tragédia da moralidade do senso comum*. Tradução de Alessandra Bonrruquer. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record, 2018, p. 33.

² Cfr. *Ibid.*, p. 35.