

Completa sinceridad: La manipulación de donadores

Jenny, una estudiante universitaria que estudia relaciones públicas, aceptó una pasantía en el departamento de recaudación de fondos en Casa Tia Maria.* Casa Tia Maria es una organización sin fines de lucro localizada en los EU que ofrece albergue a migrantes Centroamericanos mientras estos buscan vivienda permanente y empleo. Además de albergue, Casa Tia Maria les ofrece comida, ropa, y clases de inglés. La mayoría de los migrantes se quedan en el albergue varios meses antes de encontrar vivienda permanente.

Después de que Jenny trabajó dos semanas en Casa Tia Maria, Mary, la directora de desarrollo, le pidió a Jenny que la acompañara a una cena de recaudación de fondos en un hotel lujoso localizado en el centro de la ciudad. Muchos individuos que asistieron al evento eran personas ricas e importantes. Después de que la mayoría de los invitados se fueron, Mary y Jenny fueron interceptadas por Robert, un magnate petrolero de Texas y uno de los filántropos más grandes del estado. Se sabía que Robert donaba a casi cualquier causa siempre y cuando él la considerara “moralmente sólida” y al beneficio de “Estadounidenses de clase trabajadora.”

Mary y Robert hablaron unos minutos sobre Casa Tia Maria y sus necesidades específicas. No obstante, Jenny se dio cuenta de que muchas de las respuestas que Mary daba a las preguntas Robert sobre los clientes del albergue era ambiguas. Cuando Robert dijo que le gustaría poder apoyar a cualquier ciudadano Estadounidense pobre, Jenny sabía que él claramente no entendía que la mayoría de los clientes del albergue eran migrantes, y no ciudadanos Americanos. Mary no hizo nada para corregir este error.

Robert sacó su chequera de su saco e hizo un cheque con una suma substancial. Al darle el cheque a Mary, dijo, “Me da mucho placer poder ayudar a Estadounidenses muy trabajadores.” Se dio la vuelta y se fue.

**Este caso de estudio se basa en la experiencia verdadera de un estudiante universitario. Los nombres y situaciones fueron cambiadas, pero el caso de estudio refleja dilemas éticos que el estudiante tuvo que enfrentar.*



Preguntas de discusión:

1. ¿Cuáles son las razones o justificaciones que pudieron haber influido para que Jenny se mantuviera callada en esta situación? Similarmente, ¿cuáles son las razones o justificaciones que pudieron haber influido para que Jenny *no* optara por mutismo moral? Explica.
2. ¿Quiénes son las personas implicadas, y qué intereses representan para cada partícipe? ¿Cómo pudieron influir estos a las acciones de Jenny? Explica.
3. Haz de cuenta que Jenny decide romper su mutismo moral, ejercer imaginación moral, y darle voz a sus valores. ¿Qué crees que debe hacer y por qué? Tu respuesta debe incluir, pero no limitarse a, los argumentos Jenny debe hacer, a quién, y en qué contexto. Presenta un plan de acción.
4. Como este caso demuestra, las personas en organizaciones sin fines de lucro no están exentas de consideraciones éticas. ¿Crees el contexto de estas organizaciones cambia aspectos de tu respuesta anterior? Explica.
5. ¿Crees que los empleados de organizaciones sin fines de lucro están más predispuestos a tener ciertos prejuicios o presiones? ¿Crees que generalmente tenemos mayores expectativas de personas que trabajan para estas organizaciones que de personas que trabajan para corporaciones? Explica tu razonamiento.
6. ¿Alguna vez has sido becaria o empleado en una situación similar a la de Jenny? ¿Cuál era tu situación? ¿Qué hiciste y por qué?

Recursos:

Como los de la industria de publicidad ven cuestiones éticas: Mutismo moral, miopía moral, e imaginación moral

<http://www.jstor.org/stable/4189254>

Desarrollo de liderazgo con valores: Dónde hemos estado y hacia dónde vamos

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15416518.2012.708854>

Currículo *Dando voz a los valores*

<http://www.babson.edu/Academics/teaching-research/gvv/Pages/curriculum.aspx>

Enseñanza de ética del comportamiento

<http://ethicsunwrapped.utexas.edu/wp-content/uploads/2014/09/Teaching-Behavioral-Ethics-by-Robert-A.-Prentice.pdf>

Ética del comportamiento y la enseñanza de toma de decisiones ética

<http://ethicsunwrapped.utexas.edu/wp-content/uploads/2015/05/EthicalDecisionMaking.pdf>

Autor:

Minette E. Drumwright, Ph.D.

Stan Richards School of Advertising & Public Relations

Moody College of Communication

The University of Texas at Austin