

Mutismo moral

Este video introduce un sesgo de la ética del comportamiento conocido como el mutismo moral. El mutismo moral ocurre cuando nos comunicamos de manera que obstruye nuestras creencias morales, o simplemente no damos voz a nuestros sentimientos morales para nada.

Para enseñar la miopía moral y el mutismo moral, los instructores pueden usualmente atarlos a un evento reciente o escándalos como ejemplos de estos términos. Los ejemplos de miopía moral y mutismo moral que implican conductas ilegales, suelen ser algunos de los más dramáticos. Sin embargo, es importante destacar que la miopía moral y el mutismo moral no siempre conducen a un comportamiento criminal, y no se limita a las situaciones que implican romper la ley.

Este video es parte de un paquete de tres video titulado Trilogía moral. Los tres videos de la Trilogía Moral - [Miopía moral](#), [Mutismo moral](#) (este video), e [Imaginación moral](#) - están destinados a utilizarse juntos. La miopía moral y el mutismo moral a menudo se refuerzan mutuamente, y liberarse de la miopía moral y del mutismo moral pueden permitirle a uno desarrollar la imaginación moral.

La miopía moral y el mutismo moral refuerzan los conceptos cubiertos el filme [Aquí para ganar: La historia de Jack Abramoff](#) y sus cortos videos de acompañamiento. Estos videos tratan sobre la historia de Jack Abramoff, quien fuera condenado por varios delitos y cumplió condena en una prisión federal. En el filme, Abramoff afirmó que él no se dio cuenta de que estaba involucrado en actividades altamente ilegales e inmorales de cabildeo cuando estaba cometiendo los crímenes, lo que indica una forma grave de miopía moral. Él también dijo que él no hablaba de estas actividades con personas que podrían haberle proporcionado asesoría ética, lo que indica que tenía además, mutismo moral.

Para aprender sobre los tipos de racionalizaciones que apoyan la miopía moral y el mutismo moral, mire *Sesgo del conformismo*, *Obediencia a la autoridad*, *Sesgo del auto-servicio*, y *Tangible & Abstracto*.

Las ideas relacionadas con la mitigación de la miopía moral y el mutismo moral, así como el impulso de la imaginación moral, están muy en sintonía con el enfoque de *Dar Voz a los Valores* (DVV) creado por Mary C. Gentil. Te recomendamos ver la serie de videos de *Ética al Descubierto*, *Dar Voz a los Valores* y la página web de Gentil de los casos DVV y las lecturas. Cuatro casos de la serie DVV fueron escritos por Drumwright y algunos de sus estudiantes, para ayudar a los estudiantes de pregrado a reconocer la miopía moral y el mutismo moral, así como las racionalizaciones que pueden apoyarlos; y ayudarlos a entender cómo dar voz a sus valores y ejercer la



imaginación moral (Ver "Trabajo de medio tiempo con un desafío de tiempo completo", "La decepción en una Investigación de Mercado", "Estudiantes con Privilegios condicionados" y "Las identidades (A) y (B) en línea").

El caso de estudio en esta página, "Completa sinceridad: La manipulación de donadores," explora una instancia del mutismo moral donde una estudiante vio a un donador dar una gran contribución a un a organización sin fines de lucro bajo circunstancias engañosas. Para un caso de estudio que ilustra la miopía moral, vea "Trampa: El escándalo de las escuelas de Atlanta," donde maestros y administradores ajustaron los resultados de los exámenes de estudiantes con bajo desempeño para evitar que la escuela fuera cerrada.

Los tres conceptos de la Trilogía moral y muchos de los razonamientos que los sustentan, son descritos y documentados en un artículo del Journal of Advertising por Minette Drumwright y Patrick Murphy, "How Advertising Practitioners View Ethics: Moral Myopia, Moral Muteness and Moral Imagination" (2004, vol. 33, no. 2, pp. 7-24).

La ética del comportamiento toma de los campos de la psicología del comportamiento, ciencia cognitiva, biología evolucionaria y otras disciplinas relacionadas para determinar como y por que las personas toman decisiones éticas o poco éticas. Mucha de la investigación de la ética del comportamiento se enfoca en por que las buenas personas hacen cosas malas. Muchos de los conceptos de la ética del comportamiento son cubiertos detalladamente en [Concepts Unwrapped](#), al igual que en el video [Aquí para ganar: La historia de Jack Abramoff](#). Cualquiera que mire estos videos tendrá una introducción solida al campo de la ética del comportamiento.

Términos definidos en nuestro glosario de ética relacionados a este video y casos de estudio incluyen: sesgo del conformismo, difusión de responsabilidad, integridad, imaginación moral, mutismo moral, miopía moral, y obediencia a la autoridad.

Preguntas de discusión

1. ¿Por qué el cliente siempre tiene la razón, excepto en situaciones que implican un comportamiento ilegal?
2. Piensa en una situación en la que deberías haber hablado de algo que entraba en conflicto con tus valores, y permaneciste en silencio. ¿Qué racionalizaciones usaste para justificar tu silencio? ¿Cuáles fueron las consecuencias de no expresar lo que pensabas?
3. Piensa en una situación en la que hablaste sobre algo que entraba en conflicto con tus valores. ¿Qué te motivó a hablar? Si a menudo se necesita valor para hablar, ¿qué te dio el valor para hablar?
4. En el video, un miembro de la fraternidad describe una situación en la que él no habló para oponerse a las novatadas en su fraternidad, porque la gente que hacía las novatadas eran sus amigos, y no quería dañar a sus amigos. ¿Qué debería hacer un amigo de verdad en una situación como la que se describe? ¿Qué diría? ¿Qué argumentos debería utilizar?

5. En el video, una chica habló sobre una amiga suya que escribe ensayos para otros estudiantes, por su dinero, lo cual es fraude académico. ¿Qué debería hacer una amiga de verdad en una situación como esta? ¿Qué diría una verdadera amiga?, ¿Qué argumentos debería ella utilizar?
6. El video hace una distinción entre un asesor complaciente y un asesor empresarial de confianza. ¿Cuáles crees que son las características que debe tener un asesor empresarial de confianza? (Ten en cuenta que los componentes de la confianza son normalmente competencia, integridad y compasión).

Recursos adicionales

Artículos académicos:

Bird, Frederick B., and James A. Waters. 1989. "The Moral Muteness Of Managers." *California Management Review* 32 (1): 73-88.

Drumwright, Minette E., and Patrick E. Murphy. 2004. "How Advertising Practitioners View Ethics: Moral Muteness, Moral Myopia, and Moral Imagination." *Journal of Advertising* 33 (2): 7-24.

Gentile, Mary C. 2010. "Keeping Your Colleagues Honest: How to Challenge Unethical Behavior at Work—And Prevail." *Harvard Business Review* 88 (3): 114-117.

Gentile, Mary C. 2010. *Giving Voice to Values: How to Speak Your Mind When You Know What's Right*. New Haven, CT: Yale University Press.

Prentice, Robert. 2004. "Teaching Ethics, Heuristics And Biases." *Journal Of Business Ethics Education* 1 (1): 57-74.

Werhane, Patricia H. 1999. *Moral Imagination And Management Decision-Making*. New York: Oxford University Press.

Casos:

Vea el currículo de [Dando voz a los valores](http://www.babson.edu/Academics/Teaching-Research/Gvv/Pages/Home.aspx) (GVV) para casos que proveen evidencia sobre la Miopía moral y el Mutismo moral. Todos los materiales del currículo GVV son gratis y se pueden encontrar en este enlace: <http://www.babson.edu/Academics/Teaching-Research/Gvv/Pages/Home.aspx>

Especialmente vea los casos de GVV escritos por Minette E. Drumwright y sus estudiantes, "Part-Time Job With A Full-Time Challenge," "Market Research Deception," "Student Privileges With Strings Attached," y "Online Identities (A) & (B)." <http://www.babson.edu/Academics/Teaching-Research/Gvv/Pages/Curriculum.aspx>

Noticias sobre los escándalos:

Barrett, Paul M. 2014. "[The Scandal Bowl: Tar Heels Football, Academic Fraud, and Implicit Racism.](#)" *Businessweek*, January 2.

Belson, Ken. 2012. "[Sandusky's Trial Begins With Graphic Testimony.](#)" *New York Times*, June 11.

Boren, Cindy. 2013. "[A Brief History of Lance Armstrong Denying Doping Allegations.](#)" *Washington Post*, January 14.

Associated Press. 2013. "[Lance Armstrong Doping Denials Over the Years.](#)" *Huffington Post*, January 16.

Para recursos de enseñanza sobre la ética del comportamiento, un artículo escrito por los autores Minnete Drumwright, Robert Prentice y Cara Biasucci, de Ethics Unwrapped, introduce conceptos clave en la ética del comportamiento y los enfoques para la instrucción efectiva de la ética —incluyendo ejemplos de ejercicios para el aula. El artículo, publicado en el *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, puede ser descargado aquí: "[Behavioral Ethics and Teaching Ethical Decision Making.](#)"

Un artículo detallado sobre la enseñanza de la ética del comportamiento con amplios recursos para la enseñanza, publicado en el *Journal of Legal Studies Education*, puede ser descargado aquí: "[Teaching Behavioral Ethics.](#)"

Un artículo por Robert Prentice sobre cómo la ética del comportamiento puede mejorar la ética de la toma de decisiones, publicado en el *Notre Dame Journal of Law, Ethics & Public Policy*, puede ser descargado aquí: "[Behavioral Ethics: Can It Help Lawyers \(And Others\) Be their Best Selves?](#)"

Otro documento más antiguo, pero que sigue siendo útil, es el artículo de introducción a la enseñanza de la ética del comportamiento en: Robert A. Prentice (2004), "Teaching Ethics, Heuristics, and Biases," *Journal of Business Ethics Education*, 1 (1), 57-74 que es accesible a través de Google Scholar.

Transcripción de la narración

Escrito y narrado por:

Minette Drumwright, Ph.D., MBA
Department of Advertising and Public Relations
Moody College of Communication
The University of Texas at Austin

Sabemos los problemas ocurren, cuando la gente no considera las cuestiones éticas. Y también hay problemas cuando las personas saben en el fondo que algo está mal, pero lo racionalizan de tal manera, que no dicen nada al respecto. Los estudiosos, Frederick Bird y James Waters, se refieren a

esto como "*mutismo moral*" o mudez moral. El mutismo moral, es cuando la gente o bien no expresa su parecer moral o se comunica de manera que oculta sus creencias y compromisos morales.

En un estudio con personas que trabajan en agencias de publicidad, Patrick Murphy y yo encontramos que la mudez moral fue apoyada por una serie de racionalizaciones, y creemos que estos razonamientos son aplicables a las empresas en general. Por ejemplo, una racionalización común era que la ética es mala para los negocios. Como una persona dijo :

Si tomas en cuenta la ética, la gente va a pensar que no tienes conocimiento de los negocios. Ellos dicen: "Si vas a hablar así, ve a dirigir una iglesia."

El meollo del asunto es que, cuando comienza la presión, muchas personas prefieren ganar que ser éticos, pero esto es a menudo un enfoque a corto plazo que realmente puede hacer daño al individuo y a la organización en el largo plazo.

El Mutismo Moral puede ser apoyado por otro tipo de racionalización que implica una meta en competencia - algo que parece como un bien superior que le gana a las preocupaciones morales. Pero por lo general, el análisis de la otra meta es superficial. Por ejemplo, la racionalización "El cliente siempre tiene la razón". Puede dar lugar a un *síndrome de complacencia* por el que no le dices a tus clientes las cosas que no quieren oír -como las cuestiones morales del asunto. Hay una gran diferencia entre un asesor empresarial de confianza y uno complaciente. Los asesores empresariales de confianza, a veces tienen que dar consejos incómodos con el fin de hacer bien su trabajo. Los complacientes, pueden sentir que están haciendo su trabajo bien en el corto plazo, pero en el largo plazo, la investigación muestra que un tipo diferente de relación es más productiva y más rentable.

Una forma de evitar el mutismo moral, obviamente, es acostumbrarnos a hablar sobre los problemas éticos con la gente en quien confiamos. Cuando ponemos sobre la mesa nuestras preocupaciones, podemos posicionarnos como alguien que está tratando de ayudar a la organización, para protegerla de los problemas, y no como alguien que está obligado a aplaudir, o juzgar. A menudo utilizar argumentos persuasivos al ilustrar las posibles consecuencias para los individuos y para la organización, puede ser muy útil. Y es importante ver nuestro papel, como el de un asesor empresarial de confianza - un profesional indispensable en cualquier organización.