



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN PSICOLOGÍA

Evaluación experimental de modelos de conducta deshonestas y autoconcepto.

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

DOCTOR EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:

Diego Alejandro García Ramos.

TUTORES

Dr. José Marcos Bustos Aguayo.
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

Dra. Luz María Flores Herrera.
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

Dr. Samuel Jurado Cárdenas.
Facultad de Psicología, Ciudad Universitaria.

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR

Dra. Mirna García Méndez.
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

Dr. Jorge Raúl Palacios Delgado.
Universidad del Valle de México, Querétaro.

CIUDAD DE MÉXICO MARZO, 2019.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Resumen.....	4
Introducción.....	8
Capítulo 1. Filosofía, lógica y evolución del engaño y el autoengaño.....	11
1.1 Filosofía del engaño y el autoengaño	11
1.2 Distinciones importantes	13
1.3 Lógica del engaño y el autoengaño.....	14
1.3.1 La lógica ordinaria.....	15
1.3.2 Lógicas no-ordinarias, de la ambivalencia o del autoengaño.....	16
1.4 Transición evolutiva del engaño al autoengaño	21
1.4.1 El autoengaño es un comportamiento seleccionado por la evolución.	25
1.4.2 La percepción es un autoengaño.	26
1.4.3 La ilusión de la capacidad cognitiva.....	28
1.4.4 Autoengaños funcionales versus autoengaños disfuncionales.	32
Capítulo 2. El contexto de la deshonestidad individual.....	34
2.1 La deshonestidad de la nación.....	34
2.2 La deshonestidad en la adolescencia	39
2.2.1 Deshonestidad en la escuela.....	40
2.2.2 Deshonestidad en la familia.	43
Capítulo 3. Teorías que abordan el engaño individual.....	49
3.1 El engaño hacia los demás y hacia uno mismo	49
3.1.1 El <i>homo economicus</i> y la deshonestidad.....	50
3.1.2 El racionalismo en la psicología de la deshonestidad.....	52
3.1.2.1 <i>La teoría social-cognitiva de Bandura.</i>	53
3.1.2.2 <i>La teoría del comportamiento planeado.</i>	57
3.1.3 Economía conductual y ética conductual	63
3.1.3.1 <i>Economía conductual.</i>	64
3.1.3.1.1 <i>Los límites de la racionalidad y los alcances de la irracionalidad.</i>	67
3.1.3.1.2 <i>Ética conductual.</i>	76
3.2 Dinero y Motivación.....	82
Capítulo 4. Antecedentes directos: La teoría del mantenimiento del autoconcepto y el priming con dinero.....	92
4.1 La teoría del mantenimiento del autoconcepto.....	93
4.1.1 Hipótesis de la teoría y uso en este proyecto.....	98
4.2 La deshonestidad y la autosuficiencia inducida mediante priming con dinero.....	100
4.3 Limitantes y críticas.....	103

Capítulo 5. Investigación.....	107
5.1 Modelo teórico propuesto: Modelo de engaño y autoengaño mediados por el contexto	107
5.2 Definición conceptual y operacional de las variables	110
5.3 Pregunta de investigación.....	113
5.3.1 Objetivo General.	113
5.3.2 Objetivos Específicos.	113
5.3.3 Planteamiento de la hipótesis general.....	113
5.4 Fase 1. Construcción y validación de instrumentos.....	114
5.4.1 Análisis estadísticos.....	115
5.5 Fase2. Implementación de experimentos.....	116
5.6 Hipótesis experimentales.	117
5.7 Estrategia de investigación	118
5.8 Fase 1: Validación y creación de instrumentos	120
5.8.1 El significado psicológico del dinero como motivante para la deshonestidad.....	121
5.8.2 Escala de Intención Deshonestista en Universitarios (EIDU).....	130
5.8.3 Prueba de matrices, preguntas escalares de honestidad global y honestidad relativa	139
5.9 Fase 2: Implementación de experimentos.....	140
5.9.1 Experimento 1 Determinación del efecto de la autosuficiencia inducida sobre la intención deshonestista.....	141
5.9.2 Experimento 2. Determinación del efecto de la autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa sobre la conducta deshonestista.....	153
5.9.3 Experimento 3. Efectos de la autosuficiencia inducida sobre la conducta deshonestista abstracta	182
5.10 Discusión general.....	202
Referencias	217
Apéndices.....	221

Resumen

La deshonestidad es un problema que genera grandes costes económicos y sociales, por ello deben estudiarse los factores que favorecen la incursión en actos deshonestos desde la juventud, reduciéndola para alcanzar objetivos institucionales. Particularmente cobra importancia la deshonestidad de las que los individuos no son conscientes de estar realizando, pues precisamente por su naturaleza oculta es más difícil de reconocer y evitar. Además, se aúna el efecto que tiene el ambiente (i.e. priming) para facilitar o inhibir la conducta deshonestas. En este caso, se estudió por medio de técnicas experimentales de priming el efecto que tenían estímulos ambientales asociados con el dinero sobre el comportamiento y la intención deshonestas, así como si los participantes mantenían un autoconcepto positivo de sí mismos a pesar de haber actuado deshonestamente, confirmando si reconocieron el nivel de trampa cometida o si esta pasó desapercibida para ser evaluada por su *juez interno*, pues según la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar, Amir y Ariely, 2008), las personas son capaces de incurrir en una cantidad de trampa mínima que no alcanza a ser considerada lo suficientemente grave para poder mantener una imagen positiva de sí mismas.

Supuestamente, los evocadores de riqueza mediante técnicas de priming provocan que la gente entre en un estado de *autosuficiencia* (Vos, Mead & Goode, 2006) en el que optan por comportamientos individualistas y se sienten más capaces. Dicho estado ha sido asociado con un aumento en la intención y conducta deshonestas (Kouchaki, Smith-Crowe, Brief & Sousa, 2013). Para confirmar la robustez de los efectos anteriores, se llevaron a cabo dos fases: una primera, exploratoria y de creación de instrumentos, en

la que se realizó un estudio de redes semánticas para confirmar que una muestra de estudiantes universitarios percibía el dinero como un motivador potencialmente asociado a la deshonestidad, así como para conocer el significado psicológico que tenían acerca del mismo; En segundo lugar, se construyó una escala que medía intención deshonestas, con el objetivo de ser usada como variable dependiente en uno de los experimentos de la fase subsecuente. En la segunda fase del proyecto se desarrollaron dos experimentos de tres grupos experimentales y un experimento factorial de 3x2 en los que se puso a prueba si la manipulación de dinero afectaba la intención deshonestas, y la conducta deshonestas en una prueba concreta así como en una tarea abstracta. No se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los puntajes de intención deshonestas ($F(2,57) = 0.163, p = .850; \eta^2_p = 0.06$), ni entre los puntajes de deshonestidad concreta ($F(2,114) = 0.582, p = 0.560; \eta^2_p = 0.010$) ni en los de deshonestidad abstracta ($\chi^2(2) = 2.360, p = 0.307$). Contrariamente a lo esperado, los grupos estimulados con dinero fueron los que reportaron menor intención y conducta deshonestas. Ello podría indicar que el dinero actuó más como un evocador de honestidad o responsabilidad, más que de deshonestidad. Adicionalmente, los autoconceptos de los participantes se mostraron favorables en los dos experimentos.

Abstract

Dishonesty is a problem that generates great economic and social costs, so factors that favor the incursion in dishonest actions should be studied from early youth ages in order to reduce it to achieve institutional objectives. Of particular importance is the type of dishonesty that individuals are not aware of doing. It's precisely because of its hidden nature that its harder to recognize and avoid. In addition, the effect of the environment (i.e. priming) can facilitate or inhibit dishonest behavior. In this study, environmental effects were studied through experimental priming techniques, focusing particularly in the effect of environmental stimuli associated with money on behavior and dishonest intention. As well as whether participants maintained a positive self-concept of themselves despite having acted dishonestly, confirming if they had recognized the level of cheating committed or if it went unnoticed by their *internal judge*. According to self-concept maintenance theory (Mazar, Amir and Ariely, 2008), people are able to incur in a small quantity of cheating that is not considered serious enough, in order to maintain a positive image of themselves.

Supposedly, wealth-associated stimuli cause people to enter a state of self-sufficiency (Vos, Mead & Goode, 2006) in which they opt for individualistic behavior and feel more capable. This state has been associated with an increase in dishonest behavior and intention (Kouchaki, Smith-Crowe, Brief & Sousa, 2013). To confirm the robustness of the previous effects, two phases were carried out: a first one -exploratory and instrument creation phase-, in which a study of semantic networks was carried out to confirm that a sample of college students indeed perceived money as a motivator potentially associated with dishonesty, as well as to know the psychological meaning they had about it; Secondly, a scale was constructed that measured dishonest intention, with the

aim of being used as a dependent variable measurement in one of the experiments of the subsequent phase. In the second phase of the project, two experiments of three experimental groups and a factorial experiment of 3x2 were developed in which tested if the manipulation of money affected dishonest intention and dishonest behavior in a concrete task as well as in an abstract task. No statistically significant differences were found between the scores of dishonest intention ($F(2,57) = 0.163, p = .850, \eta^2p = 0.06$), nor between the scores of concrete dishonesty ($F(2,114) = 0.582, p = 0.560; \eta^2p = 0.010$) or in those of abstract dishonesty ($\chi^2(2) = 2.360, p = 0.307$). Contrary to expectations, the groups stimulated with money were the ones that reported less dishonest intention and behavior. This could indicate that money acted more as an evocation of honesty or responsibility, rather than dishonesty. Additionally, the self-concepts of the participants were favorable in the experiments.

Introducción

Este proyecto de doctorado surgió por el impacto tan grande que ha tenido la deshonestidad en la vida de los mexicanos. A diferencia de países desarrollados, en México todos los días se encuentran anuncios en donde algún tipo de deshonestidad es el protagonista: Robos, fraudes electorales, malversación de fondos, asesinatos, secuestros y extorsiones son parte normal del día a día en México. Sin embargo, la investigación psicológica que aborda la deshonestidad en México parece escasa, cediendo lugar a disciplinas como la criminología, la ley o la sociología como principales fuentes de prescripciones para comprender e intervenir sobre el comportamiento moral de la población.

Esta falta de énfasis contrasta grandemente con las necesidades detectadas por los mexicanos, quienes reportan que la corrupción es el tercer problema más grave que los aqueja (Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental, 2017), ubicando en primer lugar a la delincuencia, y en segundo a la pobreza, aunque es importante notar que tanto la primera como la segunda son consecuencia de actos de deshonestidad directa o indirectamente.

Por lo anterior es que existe una necesidad indiscutible de dedicar recursos a la investigación de las dinámicas de la deshonestidad, no en el afán de condenar o juzgar de forma moralista un acto determinado (el cual no es el papel de la ciencia), sino para poder implementar acciones concretas y efectivas en situaciones en las que exista riesgo de que gente salga dañada.

La estructura del proyecto es la siguiente: se inicia exponiendo las principales aproximaciones filosóficas que ha abordado la dicotomía entre verdadero y falso (u

honestidad y deshonestidad), tanto en el engaño que puede llevar a cabo una persona hacia los demás o hacia sí misma (i.e. autoengaño). Posteriormente, se delimita la aproximación teórica y epistemológica que se utilizará, así como el vocabulario específico del que se hará uso. Después se hará una disertación acerca de las diferencias entre dos tipos de lógicas usadas en la ciencia (la lógica ordinaria y las lógicas no ordinarias), y se explicará por qué se optó por una de las dos en específico.

En un segundo momento se expondrán cifras nacionales asociadas a la deshonestidad y la corrupción, siguiendo con sus efectos sobre una población específica compuesta por universitarios, por lo que se expondrán teorías y hallazgos que explican algunas dinámicas deshonestas en este sector (que es con el que se trabajó durante este proyecto).

Siguiendo descendiendo por el embudo temático, se expondrán las principales teorías económicas y psicológicas modernas que han abordado el comportamiento deshonesto desde dos perspectivas: las racionalistas (que defiende que las personas se comportan honesta o deshonestamente porque así lo eligen al contrastar sus costos y beneficios de una forma objetiva e inteligente) y aquellas que cuestionan la racionalidad de las personas, reconociendo sus limitantes cognitivas, los efectos de la mente inconsciente y la facilidad para sesgar los eventos a favor de su propio *self*. Dentro de este segundo rubro se encuentran la economía conductual, la ética conductual y la teoría del *priming*, que son los principales pilares teóricos y metodológicos del presente proyecto.

Dentro de los antecedentes directos –provenientes de la economía conductual y la ética conductual- de este trabajo, se abordará exclusivamente la teoría del

mantenimiento del autoconcepto (Mazar, Amir & Ariely, 2008), así como los hallazgos del efecto de *autosuficiencia* producida por evocadores de dinero (Vohs, Mead & Goode, 2006). Así mismo, se criticarán para justificar el método usado en este proyecto así como sus aportaciones específicas a la línea de investigación.

Así, se llega a la descripción del modelo teórico que se propuso en la presente investigación, llamado *modelo de engaño y autoengaño mediados por el contexto*. Una vez explicado, se detallan las hipótesis a comprobar, las dos fases (una primera, de construcción de instrumentos y aplicación de estudios exploratorios; y la segunda fase, experimental) a seguir para cumplir los objetivos de investigación, el método, los resultados, y finalmente la discusión.

En la discusión se proponen explicaciones a los patrones de deshonestidad y autoengaño encontrados durante la fase 2 (experimental), y se contrastan estos con lo encontrado en los estudios exploratorios de la fase 1. Finalmente se destacan las implicaciones de los hallazgos.

En conjunto, este proyecto resulta novedoso al ser uno de los primeros estudios en Latinoamérica -al menos hasta 2015 (Vohs, 2015), y a nuestro entender- que aborda la deshonestidad y el autoengaño haciendo uso de diseños experimentales y metodologías provenientes de la economía conductual y el *priming*¹.

¹ Bargh y Chartrand (2010) definieron el priming como “la manera en la que experiencias recientes o en curso pasivamente (sin un acto de voluntad interviniente) crea un estado de preparación interna”(p.3).

Capítulo 1. Filosofía, lógica y evolución del engaño y el autoengaño

1.1 Filosofía del engaño y el autoengaño

Ha existido una gran discusión filosófica entre dos puntos de vista antagonistas con respecto al acto de mentir: Por una parte, Kant calificó el mentir como un acto reprobable que corrompe la propiedad del lenguaje, que debería ser usado únicamente para transmitir información verdadera, por lo que debería ser eliminada; en contraposición, se encuentran las visiones que consideran la mentira como una parte inseparable e indispensable de las relaciones humanas y de la comunicación (Nardone, 2014).

Trascendiendo la dicotomía anterior, Agustín de Hipona definió la mentira de un modo más incluyente al afirmar que el mentiroso no es aquel que dice lo falso, pues podría estar equivocado, o podría estar bromeando, o podría estar diciendo algo falso para poder inducir a creer algo verdadero. El mentiroso cumple dos criterios: tiene la *voluntad* de engañar diciendo algo diferente de aquello que él mismo cree verdadero; y tiene la *intención* de hacer pasar lo falso por verdadero. De modo más actual, se puede decir que la mentira ocurre cuando un comunicador trata voluntariamente e intencionalmente de desviar o engañar a alguien (Serota, Levene & Boster, 2010), por lo que no es suficiente que algo sea falso para que sea considerado una mentira, sino la intencionalidad.

De hecho, resulta extremadamente difícil trazar una clara distinción entre lo que es verdadero y lo que es falso. Uno puede decir la verdad mintiendo (cuando estamos convencidos de algo que después resulta ser falso), o se puede mentir diciendo la

verdad (cuando decimos algo que creemos ser falso, pero que se demuestra verdadero). De modo que no resulta viable abordar la mentira haciendo uso de perspectivas morales ideológicas (como tradicionalmente se ha hecho), en donde no se toman en cuenta factores como: la consciencia o inconsciencia del mentir, el contexto o situación en la que se da la mentira, la voluntad de mentir, si se trata de una mentira colectiva o individual, si se trata de un engaño expuesto o uno oculto, etc. (Nardone, 2014).

Debido a que gran parte de nuestras interacciones están acompañadas por mentiras (que a veces pasan desapercibidas incluso por el propio individuo), resulta simplista adoptar perspectivas extremas e ideológicas en la que la mentira-falsedad sea equivalente a maldad o vicio que deba ser combatido y eliminado, mientras que la verdad es defendida como un estándar de virtud que debe ser defendida a toda costa.

DePaulo et al. (1996) encontraron que en promedio las personas dicen en dos mentiras al día, sin embargo, ese número se refiere a la cantidad de mentiras que los participantes de su muestra reportaban, de modo que podrían estar sesgados por efectos de deseabilidad social, o incluso por la dificultad para detectar dilemas morales debido a las limitantes cognitivas a las que está sujeta nuestra capacidad moral (Chugh, Bazerman & Banaji, 2005). Por otra parte, se calcula que más del 61.5% de la comunicación entre individuos está basada en mentiras. Nardone (2014) explicó que si también se considerara en auto-engaño, la dificultad para delimitar adecuadamente la extensión de la mentira haciendo uso de métodos cuantitativos o cualitativos, o de clasificaciones morales se vuelve evidente.

En las siguientes páginas se abordarán ambos tipos de mentira: la mentira hacia los otros y la mentira hacia sí mismo (o auto-engaño) como los han explicado diversas

escuelas psicológicas. Se optó por dicho orden de presentación porque aunque ambos tipos de engaño se desarrollan interactivamente en el transcurso de la vida, la mentira hacia los demás es considerada como un proceso más *simple* de llevar a cabo, pues se ha encontrado que incluso los niños pequeños que aún no han desarrollado el lenguaje son capaces de mentir (recordando que el mentiroso debe engañar voluntariamente e intencionalmente), mientras que el auto-engaño es una elaboración más compleja que en ocasiones escapa a la consciencia del propio individuo (la persona se auto-engaña todo el tiempo sin requerir por lo regular de un esfuerzo consciente para mantener tales estructuras; Ekman, Mason & Ekman, 2010; Giannetti, 2000; Nardone, 2014; Trivers, 2002,). Sin embargo, se debe aclarar que conforme la persona se desarrolla cognitiva, emocional, física y socialmente sus engaños aumentan en complejidad.

1.2 Distinciones importantes

Antes de iniciar el abordaje del comportamiento deshonesto (dentro del cual se ubica el engaño), es importante distinguir los conceptos de los que se hará uso para evitar confusiones, pues aunque en el sentido habitual –así como en el lenguaje científico- se usan términos como *ética*, *moralidad* y *honestidad* como sinónimos, poseen diferencias necesarias de reconocimiento si se desean minimizar los malos entendidos o ambigüedades conceptuales en un tema variante.

La *ética* se refiere a la teoría de la moral, es una fundamentación científica que estudia los sistemas morales, que pueden variar en sus concepciones de bien y mal, justicia, deber, conciencia, felicidad y sentido de la vida (Blauberg, 1991).

Por su parte -y descendiendo en cuanto a nivel de abstracción-la *moral* se refiere a las normas, principios y reglas de conducta de los hombres que reflejan la regulación

normativa de las relaciones entre personas y con el entorno social. Tiene un aspecto ideológico (la consciencia moral) y uno práctico (las relaciones morales). Comprende así mismo la valoración de los fenómenos de la vida social considerados intereses de las personas (Blauberg, 1991). También se ha considerado moral aquello que sigue las buenas costumbres. De modo que lo inmoral sería aquello que rompe con las buenas costumbres (Real Academia Española, 2017)

Como característica individual, ser *honesto* se asocia a distintas virtudes según su definición de diccionario (Real Academia Española, 2017). Una persona honesta es decente, decorosa, razonable, justa, proba, recta y honrada. En contraposición, una persona *deshonesta* es aquella no conforme con la razón ni con las ideas recibidas por buenas (Real Academia Española, 2017).

Como podrá notarse, tradicionalmente la honestidad es elevada como una virtud y ejemplo a seguir pues se parte del supuesto que existe una Verdad absoluta y que las personas deben aspirar a alcanzarla, mientras que la deshonestidad es considerada un indicio de vicio y falsedad que debe ser eliminada por alejar a las personas de la Verdad.

1.3 Lógica del engaño y el autoengaño

Resulta fundamental conocer los tipos de lógicas en los que se basa el engaño para abordar su estudio, pues a menudo la única lógica con la que se abordan el engaño y la deshonestidad es mediante una *lógica ordinaria*, sin embargo, el engaño –como efecto comunicacional- es un fenómeno complejo que escapa a los límites de dicha lógica.

1.3.1 La lógica ordinaria.

La polarización anterior es portada a partir de las enseñanzas de Platón y Aristóteles. El primero, estableció que son las *ideas absolutas* las que miden, definen y norman al hombre en su pensar y en su vivir. Es decir, que el hombre ya posee la verdad en su interior, y su misión consiste en encontrarla saliendo de su ignorancia (Nardone & Salvini, 2011). Por su parte, su alumno Aristóteles—pilar de la llamada *lógica ordinaria*—postuló los principios de “verdad/falsedad” (o bivalencia). y “tercero excluido” (la disyunción de una proposición y de su negación es siempre verdadera; e.g. “es de día o no es de día”), que fueron la base para los principios de “no contradicción” (i.e. una proposición y su negación no pueden ser ambas verdaderas al mismo tiempo y en el mismo sentido; e.g. A no puede ser no-A) y “consistencia interna”. Según Nardone y Balbi (2009), la lógica ordinaria es la que se utiliza para discriminar a partir de la negación (e.g. “si es esto, entonces es...; si es esto, entonces no es...”), a través del reconocimiento asociativo (e.g. “si el elemento pertenece a la categoría, debe cumplir con las características de la misma”), a través del principio de no contradicción (e.g. “una cosa no puede ser y no ser al mismo tiempo”), a través del principio de coherencia (e.g. “las cosas deben ser coherentes y conectadas linealmente”) y a través de la congruencia (e.g. “los elementos de un sistema deben estar conectados de un modo congruente y lógico”).

La lógica ordinaria funciona muy bien para analizar fenómenos lineales o de causa-efecto, sin embargo, resulta inadecuada para abordar fenómenos complejos como lo son las dinámicas mentales del individuo consigo mismo, con los demás y con

el mundo², pues como afirman Nardone y Balbi (2009) “para el ser humano el estar en contradicción es una regla, no una excepción” (p.22). Prueba de lo anterior es la cantidad de veces en las que las personas actúan de modo contrario a sus creencias o actitudes sin poder evitarlo, o cuando sus emociones van en contra de lo que su razón dicta.

1.3.2 Lógicas no-ordinarias, de la ambivalencia o del autoengaño.

En este apartado se revisarán nociones básicas de una epistemología compleja y que no es usualmente enseñada en el ámbito universitario debido al actual dominio de una perspectiva positivista y empírica de la ciencia, en la que se postula como centro la lógica ordinaria, que aunque resulta limitadora en el estudio de fenómenos complejos – como lo son los fenómenos mentales- continúa siendo la principal guía para desarrollar hipótesis, metodologías y para interpretar datos. Sin embargo, aunque posteriormente se detallará un protocolo experimental positivista, es de suma importancia conocer la perspectiva de las lógicas no-ordinarias como necesario complemento (y valioso colaborador) a los hallazgos que se han hecho con respecto a la naturaleza y dinámicas del comportamiento deshonesto.

² La relación de una persona con el mundo se refiere a la dinámica que esta tiene con su cultura, su sociedad, modelos de familia, las normas y reglas, etc. La relación de la persona con los demás se refiere a las dinámicas comunicacionales entre personas. Finalmente, la relación de la persona consigo misma es más compleja al tratarse de la comunicación interna del individuo (Nardone y Balbi, 2009).

Cuando se abordan las lógicas no-ordinarias (también llamadas lógicas de la ambivalencia o del autoengaño), no solamente se puede hacer referencia a procesos cognitivos de racionalización, pues cada persona es parte componente del sistema, por lo que no es capaz de interferir en su funcionamiento al ser incapaz de ser un observador externo de sí mismo, por lo que su objeto de investigación (sí mismo) es contaminado por sus vivencias, creencias y cultura, haciendo que, de forma inevitable las personas tiendan a alterar la realidad que perciben, construyéndola constantemente en base a sus autoengaños (experiencias, emociones, cogniciones; Keeney, 1994; Nardone, 2014; Nardone & Balbi, 2009). De ello surge la idea de que no existe una realidad posible de ser conocida en modo objetivo, claro y unívoco, pues en el intento de conocer dicha realidad las personas ya están contaminando la misma, a la vez que se contaminan con ella. De tal interacción surge la construcción que cada individuo llama *realidad*. De modo que el autoengaño consiste en creer que la realidad es aquella que es percibida por los sentidos, comprendida por la razón, o gestionada por las acciones (Nardone y Balbi, 2009).

Al optar por una visión relacional que toma en cuenta el autoengaño resulta indispensable el concepto de *interacción* entendido como el intercambio de información que se da en la dinámica entre la persona consigo misma, con los demás y con el mundo. Es mediante dicha interacción que se forman los distintos autoengaños que permean, filtran y construyen la realidad ya sea de modo funcional o disfuncional.

Al hablar de autoengaño como dinámica adaptativa, Nardone y Balbi (2009) se refieren a la “capacidad espontánea de seleccionar informaciones sobre la base de sensaciones que nos permiten gestionar mejor la realidad. La trampa estalla cuando mi autoengaño no encaja, cuando no consigo gestionarlo; es aquí cuando se entra en el

área de la disfuncionalidad del autoengaño” (p.37). Así mismo, resulta imposible no autoengañarse, del mismo modo en que es imposible no comunicar, y el autoengaño surge en el momento en el que hay un intercambio de información (comunicativo), ya sea con el entorno o entre la persona consigo misma.

La lógica ordinaria –que resulta eficiente en el estudio de fenómenos causales o lineales- resulta inadecuada en el estudio de los procesos circulares complejos. Fenómenos que sí pueden ser abordados al hacer uso de las lógicas no-ordinarias que se dividen en tres áreas principales: la paradoja, la contradicción y la creencia (Nardone y Balbi, 2009).

La paradoja es una ambivalencia expresada al unísono, es decir, en el interior de una orden hay una contradicción de modo simultáneo (e.g. “Ésta frase es falsa”, declara en el mismo momento una cosa y su opuesto). A menudo, las paradojas dejan a la persona sin poder reaccionar pues no existe una respuesta correcta ante ellas.

A diferencia de la lógica paradójica, en la lógica de la contradicción se afirma una cosa e inmediatamente después su opuesto (e.g. cuando las personas dicen que harán una cosa pero terminan haciendo otra cosa o su opuesto). La diferencia radica en la temporalidad: en la paradoja la contradicción es simultánea.

Finalmente, la lógica de la creencia es todo aquello que puede estructurarse como una convicción, pero que no necesariamente coincide con una cognición o un pensamiento.

Estas tres lógicas no se preocupan por determinar aquello que es verdadero o falso, pues quedarían limitadas del mismo modo en que ocurre a la lógica ordinaria, que tiene que elegir forzosamente entre alguna de las partes de la dicotomía, sacrificando una comprensión más abarcadora del fenómeno en aras de la autopropagación del

orden de las normas que ella misma establece (i.e. principios de no-contradicción y de tercero excluido), aunque la experiencia humana esté llena de situaciones paradójicas, contradictorias o en donde el comportamiento es guiado por una fuerte creencia que escapa a toda razón.

Sin embargo, es imposible defender una postura únicamente basada en lógicas no ordinarias, así como lo resulta mantener rígidamente una postura únicamente basada en lógicas ordinarias, pues ambos tipos mantienen una relación complementaria. La distinción entre ambas se realiza para explorar cada una de ellas y poder comprender la totalidad que forman juntas. La relación entre ambos es *autorreferencial*, de modo que cada lado de la dualidad recicla al otro (Keeney, 1994). Es decir, que hay ocasiones en la que es más útil optar por un abordaje que haga uso de la lógica ordinaria, particularmente ante fenómenos físicos o de la materia o en los que la secuencia de pensamiento o el problema a analizar efectivamente esté sujeta a aspectos concretos y lineales (e.g. la solución de un problema matemático o una deducción basada en evidencia física concreta), mientras que hay ocasiones en la que dicho abordaje resultaría constringente y sería mejor optar por un abordaje que se base (o al menos considere) a las lógicas no ordinarias.

El objetivo de este apartado fue describir a grandes rasgos dos tipos de lógica, en apariencia opuestas, pero que resultan ser parte de una complementariedad de la que a menudo solo se conoce y por lo tanto utiliza solamente una parte (la lógica ordinaria). El reconocimiento de ambas partes nos permite elegir una forma de abordaje en el presente proyecto –que fue enteramente positivista y basado en una lógica ordinaria-, reconocer las limitaciones que tiene el mismo y los resultados obtenidos, así como proponer futuras rutas alternas de estudio, ya sea dentro de la misma lógica

ordinaria o también haciendo uso de modelos y métodos basados en las lógicas de la ambivalencia (véase el capítulo dedicado a la discusión). En lo que sigue del presente trabajo, se hablará de la deshonestidad vista del modo tradicional en la literatura occidental (particularmente anglosajona), es decir, como un fenómeno estudiado a partir de la lógica ordinaria y que distingue un acto tajantemente como *bueno* o *malo*.

1.4 Transición evolutiva del engaño al autoengaño

El autoengaño es uno de los mecanismos más primitivos, y –al contrario de lo que sostienen que es un mal que se debe eliminar- es indispensable para la vida relacional de las personas. Es el mecanismo que permite a las personas adaptarse hallando tranquilidad y alivio en medio de un entorno siempre cambiante. Sin embargo, en sus excesos puede volverse disfuncional y anti-adaptativo, generando serios problemas e incluso graves enfermedades.

El engaño es un comportamiento favorecido por los procesos de selección natural para facilitar la supervivencia y adaptación de los organismos a su entorno. Ello se vuelve evidente en los múltiples mecanismos de camuflaje o engaño que presentan especies de animales y plantas para eludir a sus depredadores o para cazar a sus presas. Ejemplo de ello es la capacidad del camaleón para mimetizarse con su entorno, dicha habilidad no únicamente le permite cazar a los insectos que no lo pueden ver, sino que al mismo tiempo le permite evadir a sus depredadores. Otro ejemplo es la capacidad de algunos mamíferos pequeños para entrar en un estado de muerte aparente ante la amenaza de ser atacados, con el objetivo de engañar a su agresor haciéndole creer que ya se encuentran muertos. Así mismo, existen mecanismos que facilitan el engaño con fines de obtener beneficios dentro de la propia comunidad o grupo de pares.

Según Tancredi (2005), el engaño evolucionó por procesos de selección natural que favorecieron el otorgamiento recompensas a quienes mentían hábilmente, proporcionando así ventajas para la evolución, tales como autoprotección y autopromoción. También destacó que el hecho de que mentir sea emocionante y

placentero también se considera evidencia a favor de la influencia de procesos de selección natural.

Así mismo, destacó cuatro fuentes de evidencia que apoyan la noción de que el mentir se encuentra enraizado en la biología cerebral. La misma proviene de cuatro fuentes: La primera se refiere al proceso de selección natural ya mencionado. La segunda consiste en los hallazgos que demuestran que el engaño no es un comportamiento exclusivo de la especie humana, llegándose a encontrar tanto en primates como en especies inferiores. La tercera se refiere a los estudios que muestran que niños en la etapa pre-lenguaje ya son capaces de mentir sin que se les haya enseñado cómo hacerlo e incluso cuando no haya riesgo de que vayan a ser castigados por alguna infracción, resultando agradable y gratificante para los niños. La cuarta fuente proviene de los hallazgos provenientes del uso de técnicas de neuroimagen, que han mostrado que el giro anterior cingulado (zona del cerebro que se involucra en toma de decisiones y reconocimiento de errores), y las cortezas premotoras y prefrontales (que se involucran en planeación, memoria de trabajo y organización) se activan en gran medida cuando una persona miente en comparación a cuando dice la verdad. El hecho de que el cerebro se adapte biológicamente y funcionalmente para mentir proporciona una fuerte evidencia a favor de bases genéticas y biológicas guiando el comportamiento.

Así mismo, Yang et al. (2005) señalaron que la mayoría de los estudios en los que se usan técnicas de neuroimagen muestran activación bilateral en el córtex prefrontal cuando las personas mienten. En su estudio encontraron un aumento de 22-26% en materia blanca, y una reducción de 36.42% en las proporciones de materia gris

y materia blanca en personas que mienten, hacen trampa o engañan, comparados con controles antisociales y controles normales.

Pareciera ser que las personas están diseñadas para mentir, pues Gazzaniga (2006) explicó que las personas tienen la capacidad de “leer la mente” de otras personas, simulando sus estados mentales al activar los mecanismos cerebrales y emocionales propios de un modo semejante a como suponen que se activaron los de la persona observada. Ello permite comprender los sentimientos de los demás, de hecho, el leer la mente de otras personas es imperativo para la vida en sociedad. Esta habilidad para leer la mente de los demás también permite usar esa información para despistarla o engañarla de modo estratégico.

Aunque las ventajas del engaño como una herramienta a favor de la supervivencia son manifiestas, ¿Cuál es el origen evolutivo del autoengaño y cuáles son sus ventajas para la supervivencia de la especie humana? ¿Por qué resultaría benéfico para una persona generarse una impresión sesgada de sí mismo o del mundo que lo rodea que no corresponde a lo que “realmente” es?

Tratando de evitar nociones ideologizadas morales o éticas de lo que es correcto o falso o correcto e incorrecto, en el presente escrito se abordará el autoengaño como una característica intrínseca e inseparable de la comunicación. Ello aplica tanto a la comunicación que tiene un individuo con el entorno que le rodea, así como a la comunicación que mantiene consigo mismo (Nardone, 2014). Como se explicará posteriormente, el autoengaño tiene implicaciones favorables y desfavorables para la existencia del humano en interacción consigo mismo y con las demás personas.

Cabe hacer una distinción importante entre el estudio del autoengaño a nivel individual y su estudio en un nivel colectivo. Tal distinción resulta importante porque en

un análisis inmediato y directo sobre el individuo, las consecuencias del autoengaño favorable (adaptativo y funcional) produce efectos benéficos para la supervivencia y bienestar de las personas; mientras que, las consecuencias desfavorables o negativas producen daños y círculos viciosos padecidos por los individuos, generando a menudo sufrimiento y problemas en diversos ámbitos de la vida (Nardone, 2014). Pero en un nivel de análisis colectivo, surge el constructo de la *responsabilidad* por lo que el autoengaño de un individuo (ya sea favorable o desfavorable para sí mismo) puede impactar negativamente a otras personas en diversos niveles de gravedad (Gazzaniga, 2006). Por ejemplo, en el ámbito de la administración pública, la decisión sesgada inconscientemente de un gobernador (que puede estar actuando con la buena voluntad de tomar la mejor decisión para su entidad) puede afectar las vidas de todos los pobladores de la región. Incluso se pueden desatar guerras o catástrofes a causa de autoengaños individuales (que afectan a los dirigentes nacionales que toman las decisiones finales) También puede ocurrir que el autoengaño negativo pueda ser colectivo, y entonces es dirigido hacia grupos considerados rivales, con consecuencias nefastas (Trivers, 2002). En el presente escrito se hará mención únicamente de los aspectos del autoengaño más relacionados al nivel individual.

En primer lugar, se expondrán las ventajas evolutivas del autoengaño; posteriormente se explicará cómo es que la percepción misma es un autoengaño; a continuación, se explicará cómo incluso los procesos mentales más complejos participan para mantener una noción sesgada de nuestras habilidades; y se finalizará con la exposición del contraste entre autoengaños funcionales y disfuncionales.

1.4.1 El autoengaño es un comportamiento seleccionado por la evolución.

Trivers (2002) definió el autoengaño como “el mentirse a sí mismo, o el flujo sesgado de información en el interior de un individuo, análogo al engaño entre individuos” o como “la mal-representación activa de la realidad a la mente consciente” (p.271). Trivers (2002) investigó las fuerzas evolutivas que favorecieron la perpetuación de los mecanismos de autoengaño en nuestra especie, encontrando que el autoengaño pudo haber surgido por distintos medios evolutivos para satisfacer necesidades de adaptación.

Para Trivers (2002), resultó fundamental teorizar a partir de la forma en la que actúan las fuerzas de selección natural sobre el individuo y sus genes para haber favorecido la presencia de autoengaño en individuos y grupos, entendiendo que la selección natural favorece la aptitud (fitness) y el éxito reproductivo de los genes de un individuo aunado a efectos del éxito reproductivo de parientes. Por lo anterior, el autoengaño entre individuos que no comparten parentesco genético pudo haber sido favorecido cuando ello resulta ventajoso para el éxito reproductivo del engañador.

Las causas del autoengaño enlistadas por Trivers (2002) interactúan entre sí, de las cuales se rescatan las siguientes dos propuestas por su cercanía a las teorías sociales: En primer lugar, el autoengaño puede funcionar para mejorar el engaño hacia otros. Aquí se incluyen la negación de engaños en curso, el enaltecimiento del self, la formulación de teorías sociales sesgadas a favor del self, narrativas falsas sobre la intención, así como una mente consciente que utiliza los mecanismos de negación y proyección para mantener una visión del mundo favorable para el self. Así mismo, el autoengaño positivo permite al organismo orientarse favorablemente hacia el futuro.

Incluso, el autoengaño (o engaño intrapsíquico) es la culminación superior de cualquier forma de engaño, pues, una vez que el engañador se engaña a sí mismo acerca de su mentira (i.e. él mismo llega a creer cierto lo que en un inicio era falso para sí mismo), la misma se vuelve aún más creíble para un tercero, a quien se vuelve más fácil manipular estratégicamente. Es decir, que el organismo capaz de autoengañarse proporciona una mayor credibilidad a sus engaños, volviéndolo un ser más apto para sobrevivir en un entorno hostil (Giannetti, 2000).

1.4.2 La percepción es un autoengaño.

Bradford Keeney (1994) explicó que los organismos experimentan el mundo a través de la dialéctica entre los sistemas abstractos (clasificaciones) creados por ellos, y la forma en la que sus órganos de los sentidos interactúan con ese mundo. Es decir, que nuestra percepción del mundo está deformada en todo momento, tanto por la propia estructura neurobiológica de nuestro organismo, como por las categorías abstractas y simbólicas con las que designamos a los elementos que nos rodean, de modo que no hay forma de conocer el mundo "Verdadero".

Al respecto Eagleman (2015) destacó que la percepción de la realidad tiene más que ver con lo que pasa adentro del cerebro, y menos con lo que ocurre afuera de él. El proceso que pasa cada persona para convertirse en quien es, es definido por un proceso de refinación de las posibilidades existentes. Es decir, que las personas se convierten en quienes son no por lo que tienen en sus cerebros, sino por lo que se mantiene después de un proceso en el que se remueve todo aquello que no es usado. De modo que las posibilidades presentes en el cerebro son editadas por el ambiente para corresponder a lo que cada individuo es expuesto. Por ello conforme las personas

se desarrollan, retienen menos conexiones, pero las mismas son más fuertes (Eagleman, 2015).

De hecho, al hacer énfasis únicamente en la percepción, se ha encontrado que la misma está siendo constantemente influenciada por factores tanto internos como externos al organismo.

Nardone (2014) expuso el ejemplo de la percepción del color y del sonido, pues como tales, los colores y los sonidos en la naturaleza no existen, solo existen distintas longitudes de ondas de luz y sonoras; es la percepción visual y auditiva transmitida mediante las estructuras neurobiológicas las que constituyen la visión del color y la sensación del sonido. Pero así como somos capaces de distinguir solamente ciertas longitudes de ondas, otras especies de animales son capaces de distinguir otras, de modo que no es posible afirmar que conocemos el mundo como es “realmente”, pues tenemos una perspectiva limitada por la propia biología de nuestro organismo.

De modo semejante, Nardone (2014) explicó que las emociones también afectan la percepción que tienen los organismos de su entorno. Ante una misma escena, una persona en un estado depresivo reaccionará de una forma muy diferente en comparación con una persona en un estado de ánimo alegre viendo la misma escena. Ambos se centrarán en aspectos diferentes y extraerán significados muy contrastantes entre sí de un mismo estímulo.

De hecho, Nardone (2014) explicó que mentirse a sí mismo es inevitable y natural, incluso en el sentido neurobiológico. Por lo que la percepción como tal es un autoengaño.

1.4.3 La ilusión de la capacidad cognitiva.

Durante mucho tiempo la psicología estuvo centrada exclusivamente en las cualidades positivas del cerebro humano, elevando en un pedestal al pensamiento y a la razón, considerándolas como las mejores guías del comportamiento. Sin embargo, existen una serie de ilusiones y sesgos que afectan el comportamiento humano y que fueron descritas por Chabris y Simons (2011). Los autores explicaron que la mayoría de dichas ilusiones comparten la característica de proporcionar una luz en exceso favorable sobre las capacidades mentales de las personas. Provocan que las personas creen que son más atentos y perceptivos, que recuerdan más y mejor, o que saben más en comparación con las demás personas.

Dichas ilusiones son muy persistentes en los patrones de pensamiento porque hacen que las personas se consideren mejores de lo que en realidad son. Y aunque tienen aspectos positivos (como mejorar la autoestima y autoevaluación de las personas para enfrentar retos aparentemente muy difíciles de superar sin la influencia de tales ilusiones), también pueden provocar la toma de decisiones poco óptimas e incluso perjudiciales para la propia persona o para otros.

Otra de las características que tienen en común las ilusiones es que las personas confunden lo que sus mentes hacen con facilidad con lo que está haciendo en realidad. Es decir, que toman la facilidad o fluidez con la que procesan información como un indicador confiable de estar procesando mucha información, y que lo están haciendo con profundidad, precisión y detalle. Esta fluidez juega un papel importante en la comprensión que tienen las personas acerca de su percepción, atención, confianza, conocimiento, y otros procesos mentales (Chabris y Simons, 2011).

Dos ejemplos de las ilusiones descritas por Chabris y Simons (2011) son la *ilusión de atención* y la *ilusión de memoria*. La primera se refiere a que las personas experimentan mucho menos acerca de su mundo visual de lo que creen. Las personas son capaces de experimentar algunos elementos en el entorno, particularmente los elementos que en ese momento son considerados el centro de atención. Sin embargo, tal experiencia conduce a la creencia errónea de que toda la información está siendo procesada. Es decir, que las personas son capaces de poner atención detallada únicamente en ciertos aspectos del entorno, pero desconocen por completo o en gran parte los elementos que escapan de dicho foco de atención. Además, suponen que los objetos inusuales o especiales llamarán su atención, cuando en realidad pasan desapercibidos la mayoría de las veces. La ilusión de atención provoca que las personas creen que le prestan más atención a toda su experiencia de lo que en realidad lo hacen, por lo que son más propensos a dejar escapar información importante.

Por otro lado, existen ocasiones en las que al pasar más tiempo observando el entorno, la capacidad de las personas para ver justo lo que está en frente de ellas se reduce. Lo anterior ocurre debido a un exceso de confianza acerca del conocimiento que tienen las personas acerca de cómo funciona su propia atención. Las personas en general creen que prestan más atención a los acontecimientos de su entorno de lo que en realidad lo hacen. De hecho, la atención solamente puede ser enfocada en una actividad o cosa a la vez (dependiendo del grado de dificultad y tipo la tarea) pues los recursos atencionales y de consciencia son limitados, haciendo imposible centrar la atención completamente en dos cosas a la vez. Lo importante reside en que las personas desconocen los límites de la atención y de la consciencia, confiando excesivamente en sus capacidades en dichos ámbitos.

En segundo lugar, la *ilusión de memoria* es explicada por Chabris y Simons (2011) como la falta de congruencia entre cómo las personas piensan que funciona la memoria y cómo funciona en realidad. Las personas usualmente creen que los recuerdos de todas sus experiencias se almacenan de modo permanente e inmutable en el cerebro, aunque en ocasiones no puedan acceder a ellos. Sin embargo, dicha forma de actuar del cerebro resultaría en un gran gasto de energía, por lo que en realidad no se invertiría tal gasto energético ni espacio en almacenar todos los detalles de lo que fue percibido.

De modo semejante a la ilusión de atención, la ilusión de memoria provoca las diferencias entre lo que se cree que se recuerda, y lo que en realidad se recuerda. La ilusión de atención ocurre cuando lo que se ve es diferente de lo que se espera ver; la ilusión de memoria ocurre cuando lo que se recuerda difiere de lo que se piensa que se recuerda.

La ilusión de memoria no se debe a los límites de lo que las personas pueden recordar, sino a cómo las personas recuerdan. Los autores señalaron que así como la percepción se basa en lo que se espera ver, lo que se recuerda se basa en lo que se cree que sucedió. De modo que lo recordado depende del hecho que ocurrió, pero también de la forma en que fue interpretado por la persona.

La ilusión de memoria incluso puede provocar que las personas se apropien de las vivencias de otras personas, creyendo que las vivieron ellas mismas. A dicho efecto se le conoce como *falla en la memoria fuente* (Chabris & Simons, 2011). Este efecto actúa cuando una persona tiene la impresión de que registra de forma detallada lo que se experimenta conscientemente, de modo que cuando se recuerda se puede creer por error que se está evocando algo que ocurrió a quien está evocando el recuerdo y no a

otra persona. Esto implica que como las personas creen que sus recuerdos son precisos, resulta difícil distinguir entre los aspectos retenidos en la memoria que en verdad reflejan lo que ocurrió y lo que la mente introdujo posteriormente.

Por otra parte Gazzaniga (2006) destacó que de todas las cosas que las personas recuerdan, solamente algunas son ciertas. Es decir, que la mayoría de los recuerdos que tienen son falsos, en el sentido de que se desvían considerablemente de lo que ocurrió en realidad. De hecho, explicó que las personas ligan información relacionada a un contexto y punto en el tiempo, de modo que todos los recuerdos poseen etiquetas temporales y espaciales que se modifican y deterioran, provocando que los recuerdos se vuelvan erróneos. Los errores en los recuerdos surgen porque el cerebro no está construido para recordar los elementos importantes que están presentes en el mundo moderno, más bien está diseñado para recordar cosas orgánicas y prácticas evolutivamente, como localizaciones de peligros reales en espacios físicos reales. De hecho, el cerebro tiene dificultades para procesar la información cognitiva moderna. Sin embargo, las personas tienen una buena capacidad para recordar lo esencial de una experiencia (de modo perfecto), aunque sean malos para recordar detalles.

De hecho, en lugar de que la memoria sea una grabación precisa de un momento, es un frágil estado mental de un tiempo pasado que debe ser revivido para poderse recordar. Eagleman (2015) explicó que se forma un tipo de constelación de recuerdos que se ligan formando vastas asociaciones de neuronas que el hipocampo reproduce repetidamente hasta que la asociación se hace fija. Posteriormente, las neuronas que se activan al mismo tiempo establecen conexiones más fuertes entre ellas, generando una señal única para el evento.

Si los procesos más evolucionados en nuestra especie están expuestos a tantos sesgos y engaños debidos a la propia configuración del cerebro, es factible asumir que también participan de forma natural en la formulación del autoengaño que es una constante de la relación que tenemos con nosotros mismos.

1.4.4 Autoengaños funcionales versus autoengaños disfuncionales.

Para concluir esta sección, y pasar a la revisión de las distintas teorías que han tratado de explicar el engaño y el autoengaño, es importante destacar que las percepciones, emociones, cogniciones y acciones son productos de autoengaños que son modalidades que permiten mantener la homeostasis fisiológica, psicológica y relacional de las personas, permitiéndoles protegerse y adaptarse mejor a su realidad (Nardone, 2014). Éstos últimos son los llamados *autoengaños benéficos o funcionales*. Por otro lado, los *autoengaños disfuncionales* conducir a patrones que atentan contra la homeostasis de los individuos.

La diferencia entre un autoengaño benéfico y uno maléfico lleva a consecuencias muy diferentes. Por ejemplo, ante una ruptura amorosa, alguien que se autoengañe de modo benéfico, mediante pensamientos a favor del self (e.g. “merezco a alguien que me valore” o “mi ex pareja no era tan especial como creía”) sufrirá menos tiempo en comparación con una segunda persona en cuyo caso domina un autoengaño disfuncional para sí mismo (ej. “soy un perdedor” o “nunca seré feliz porque no encontraré a alguien tan bueno como mi antigua pareja”).

Lo que resulta importante del autoengaño no es si se aproximan más o menos a la “verdad” (que como se ha visto, es imposible de conocer), sino si resultan funcionales o disfuncionales para las personas.

Una vez mostrado y reconocido que el abordaje del comportamiento moral en el nivel individual es más complejo que únicamente distinguir entre “bueno” o “malo” o “verdadero” y “falso”, así como el hecho de que es imposible escapar de los autoengaños, se torna necesario distinguir y elegir la epistemología (o forma de conocer el conocimiento) del que se hará uso durante este proyecto; para el cual, se hará uso de una aproximación positivista y de una epistemología lineal progresiva, basada en la lógica ordinaria. Esto no implica que los párrafos anteriores hayan sido desperdiciados, más bien, sirvieron para delimitar y contextualizar las limitantes (y posibilidades) a las que estará sujeta la actual investigación.

Desde el punto de vista adoptado, a continuación se abordarán algunas descripciones que se han hecho acerca del comportamiento deshonesto, yendo del nivel macro-social, hasta llegar a las teorías individuales que explican por qué las personas se comportan deshonestamente.

Capítulo 2. El contexto de la deshonestidad individual

2.1 La deshonestidad de la nación

Antes de retomar la deshonestidad en el nivel de los individuos, es importante vislumbrar el contexto socio-cultural en el que se desarrollan, pues es en éste en donde se construyen y asimilan las nociones compartidas (en mayor o menor grado) de lo que es correcto o incorrecto en una sociedad determinada. En esta sección se mostrarán cifras y consecuencias asociadas a una de las formas de deshonestidad que más afecta a la población mexicana: la corrupción. De hecho, en el apartado se considerará a la corrupción como un miembro de la clase más abarcadora *deshonestidad*, pues, recordando la definición de Detert, Treviño y Sweitzer (2008), en la que un acto deshonesto es aquel en el que se rompe una norma moral aceptada o estándar de comportamiento, la corrupción rompe con el correcto funcionamiento de un procedimiento institucional. Así mismo, es importante conocer la deshonestidad y la corrupción de modo macro-social pues se parte del supuesto que los niveles nacionales de corrupción en los países son el conglomerado de acciones llevadas a cabo por individuos, a veces de modo deliberado, a veces sin ser conscientes de ello (como se detallará en apartados posteriores).

Según la Real Academia Española, la palabra *corrupción* significa un vicio o abuso inducido en las cosas no materiales; en las organizaciones, especialmente en las públicas, práctica consistente en la utilización de las funciones y medios de aquellas en provecho, económico o de otra índole, de sus gestores. Así mismo, la persona corrupta es definida como: la que se deja o ha dejado sobornar, pervertir o viciar; y como alguien dañado, perverso y torcido.

Los efectos de la corrupción en la economía y en el bienestar de las personas se vuelven evidentes pues este tipo de deshonestidad es un problema con altos costos sociales para los países, manifestándose en una extensa gama de prácticas como la piratería, el fraude corporativo, la corrupción, la evasión de impuestos, el robo hormiga, la deshonestidad académica, etc., que dañan el correcto funcionamiento de las instituciones.

El Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (2017) presentó la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG), que recaba información, desde la percepción ciudadana, del desempeño del gobierno mexicano. Los resultados mostraron que el 69.2% de los participantes consideró a la Inseguridad y delincuencia como el principal problema que aqueja hoy en día a su entidad, seguido del Desempleo con el 54.6% y la Corrupción con el 52.5%. Es interesante señalar que tanto la inseguridad, la delincuencia y el desempleo son en gran parte consecuencia de la corrupción.

En el ámbito económico, la agencia Global Financial Integrity (2013) estimó que los países en vías de desarrollo perdieron aproximadamente \$946.7 billones de dólares en fugas financieras ilícitas como lo son la delincuencia, la corrupción y la evasión de impuestos, de los cuales, México ocupa el tercer lugar en pérdidas, con \$461.86 billones de dólares. De forma relacionada, en 2016 México ocupó el lugar 123 de los 176 países encuestados por Transparency International (2016) mediante el Índice de Percepción de Corrupción (CPI por sus siglas en inglés), calificando a México con un 30 en una escala que va de 0 (altamente corrupto) a 100 (muy limpio). El puntaje muestra que los ciudadanos del país perciben las consecuencias nocivas que tiene la corrupción sobre sus vidas. De hecho, anualmente el costo de la corrupción fluctúa entre el nueve y el 10 por ciento del PIB, esto es, de cada 100 pesos de riqueza que genera la economía, 10 se destinan a la corrupción, llegando a alcanzar –por ejemplo- en el año 2015 los 906 mil millones de pesos (El Financiero, 2017).

Ningún país está libre de corrupción, sin embargo Klitgaard (1998) distinguió entre lo que llamó corrupción normal, una condición que no se ha generalizado y que se puede controlar mediante aparatos diseñados específicamente para hacerle frente (ej. Sistema jurídico y programas de prevención y sensibilización), y la corrupción sistémica, que implica una generalización que sobrepasa la capacidad de los aparatos diseñados para hacerle frente. La corrupción sistémica parece ser la modalidad dominante en varios países de América Latina. Klitgaard (1998) señaló que la corrupción afecta de forma más grave a los países en desarrollo, que a la vez son los más vulnerables a daños producidos por corrupción gubernamental. En los países en desarrollo existe una centralización del poder económico y político, que es depositado y manejado principalmente por el sector privado, de modo que ante situaciones de corrupción hay pocos medios a los que la población puede acudir para enfrentar la situación. Particularmente cuando la corrupción ha llegado a sistematizarse.

Entre las consecuencias de la corrupción en distintos niveles, González (2005) enlistó: la deformación de actividades productivas nacionales; la ralentización de los mercados a causa de la atmósfera de inseguridad e inestabilidad; la pérdida de inversiones, competitividad y eficacia; la inhibición del crecimiento y expansión de empresas; la falta de apoyo y cooperación internacional; la distorsión del derecho y la debilitación del orden en la sociedad debido a la incertidumbre y la confusión; rebaja los derechos humanos de las personas arrebatándoles su autonomía y cosificándolos. Así mismo, Parker (2004) anotó que en la actualidad la corrupción se considera consecuencia de un gobierno débil, y causa de pobreza y subdesarrollo.

Es debido a las consecuencias descritas que resulta importante a los países y gobiernos medir la corrupción, por lo que se han destinado grandes esfuerzos a cumplir esta labor y así obtener registros sistemáticos de algunos de los rastros de la corrupción. Castillo

(2003) señaló que uno de los usos importantes de la medición de la corrupción es que permite hacer comparaciones longitudinales en un país para determinar si los niveles de corrupción han aumentado o disminuido y poder implementar las medidas más convenientes para corregir o mantener la situación, según el caso específico. Del mismo modo, los índices internacionales permiten hacer comparaciones entre países, determinando los factores que podrían influir sobre los índices de corrupción. Tal información serviría a los países con altos índices de corrupción para implementar las medidas funcionales en países poco corruptos en sus propias naciones.

Sin embargo, así como cualquier manifestación deshonestas, la corrupción ha resultado muy difícil de definir debido a la gran extensión de prácticas y nociones que abarca, y por la discrecionalidad con la que se lleva a cabo. Dependiendo del punto de vista de la disciplina que la estudie se pueden delimitar algunos de sus aspectos, pero no se ha logrado llegar a una noción que englobe todo el alcance de la corrupción. Recordando que la corrupción asume muchas formas como: el soborno, la extorsión, el nepotismo, la piratería, el contrabando, fraudes fiscales, explotación laboral, la venta o regalo de puestos laborales, el peculado, el proteccionismo, etc. Además la corrupción no tiene un referente de comparación, es decir, que lo que se entiende por corrupción en un lugar, puede ser bien visto en algún otro lugar (Castillo, 2003), de modo que no hay un criterio único o definición conceptual precisa para abordar el estudio de la corrupción. Es por ello que los distintos índices existentes hacen uso de indicadores más concretos, por ejemplo, encuestas de opinión o registros económicos, judiciales y legales para llevar rastro a la corrupción.

Conforme se avance en la lectura de este texto se hará evidente que la problemática referente a la dificultad de conceptualizar y operacionalizar la deshonestidad se mantienen tanto en niveles culturales como en niveles grupales y se extiende hasta los niveles

individuales. Así como en éste capítulo se habló del contexto nacional, en el próximo capítulo se hablará de manifestaciones de deshonestidad específicas a la muestra poblacional que se estudió en este proyecto.

2.2 La deshonestidad en la adolescencia

Una vez demostrado que vivimos en un país en el que la deshonestidad y la corrupción se encuentran sistematizados (Klitgaard, 1998) y se han vuelto parte de la vida cotidiana, afectando la forma en la que se percibe y reacciona ante el mundo, en menester acercarse aún más a los mecanismos que producen y mantienen el comportamiento deshonesto en la población objetivo que se estudió durante este proyecto, que fueron estudiantes de una universidad pública, de 18 a 22 años aproximadamente. Es importante considerar que se eligió esta población debido a la naturaleza experimental del protocolo de investigación, por lo que el trabajo con una muestra cautiva y semejante entre sí es recomendado para disminuir al máximo la variabilidad intra-grupos. De forma relacionada, para delimitar con mayor exactitud la exploración teórica del constructo se recurrirá a estudios de la línea de investigación de la *deshonestidad académica* y la *deshonestidad familiar* pues es una de las formas de deshonestidad más próximas y difundidas entre la población estudiada.

Es importante estudiar éste grupo de edad porque (como se mencionó en el capítulo anterior), se ha encontrado que en países en donde es más aceptada y tolerada la deshonestidad entre jóvenes, también aparecen los más altos niveles de corrupción social (Ayala-Gaytán & Dominguez, 2014). Presumiblemente porque los estudiantes tienden a replicar en el mundo laboral las estrategias y modos de pensar y actuar que han aprendido durante sus años académicos y que les han producido algún beneficio. Cabe mencionar que durante la exposición, se hará el mismo uso de los términos “jóvenes” y “adolescentes”, debido a la gran variedad de rangos de edad con la que distintos autores se refieren a la adolescencia. Según Arnett (1992), la adolescencia abarca desde la pubertad hasta los veintes tempranos. Nuestra muestra de estudio se ubica dentro de dicho rango de edad, por lo que se optó por adoptar esta postura.

Los jóvenes estudiantes universitarios mexicanos pasan la mayor parte de su tiempo en contextos como la escuela, sus casas y la calle. Es en ellos en los que han adquirido las nociones de lo que es correcto o incorrecto, así como de la manera en la que está organizada la sociedad en la que viven en términos económicos, políticos y sociales, mediante agentes de socialización, como lo son la escuela, la familia, los medios de comunicación, los pares, etc. Dentro de estos contextos, están expuestos a distintas formas de deshonestidad, ya sea como observadores o como actores de las mismas, por lo que cobra interés conocer el efecto que tienen dichos contextos sobre la conceptualización y práctica de actos deshonestos.

2.2.1 Deshonestidad en la escuela.

Para Diez-Martínez (2014) resultó útil definir la deshonestidad académica (DA) como: “cualquier comportamiento intencional que busque un beneficio académico, económico, afectivo o de cualquier otra índole que vaya en contra de los principios éticos de las instituciones educativas y, en consecuencia, de la sociedad; es un fenómeno que altera y afecta el aprendizaje y desempeño académico, el proceso de evaluación, las relaciones entre profesor-alumno y alumno-alumno, así como la integridad de la institución y, por lo tanto, la formación en valores personales y grupales. En este sentido, la deshonestidad académica es una conducta anómala que tiene que ver con la violación de las normas que deberían ser compartidas por alumnos y profesores” (p. 3). La definición anterior contrasta con la postulada por Jensen et al. (2001), quienes definieron la deshonestidad académica como “los intentos que hace un estudiante para presentar el trabajo académico de otros como propio” (p.210), incluyendo acciones tales como: copiar durante exámenes, plagio, y copia de tareas.

En este punto es útil detenerse a observar como aun en este nivel permea y se mantiene la falta de un consenso en la definición y operacionalización de la deshonestidad, de modo que cada autor retoma y utiliza el concepto que más se ajuste a sus objetivos de investigación. Es aquí en donde (de modo semejante a lo ocurrido en el estudio de la corrupción en países) empieza a volverse más obvia la relatividad y las variaciones subjetivas entre los participantes estudiados, de modo que es más evidente que lo que es deshonesto para un estudiante puede no serlo para otro. Sin embargo, aunque no se ha llegado a una definición clara del constructo de la DA, Vaamonde y Omar, (2008) explicaron que la mayoría de los autores han coincidido en cuatro tipos de actos fraudulentos que destacan por su alta frecuencia: deshonestidad durante exámenes (principalmente al uso de “acordeones” o cualquier artefacto que permita copiar, y al acto de copiar o de dejarse copiar), plagiar (presentar como propio un trabajo completo o parcial de otra persona, como producción propia y sin el reconocimiento apropiado de la fuente), dar excusas falsas (inventar inconvenientes para eludir responsabilidades escolares) y la DA digital (uso de la tecnología (celulares, computadoras e internet) para copiar durante exámenes o para plagiar trabajos).

Aunque se ha registrado un incremento en la incidencia de actos de DA, este dato es engañoso pues surgen dificultades para evaluar su presencia y su frecuencia debido a la naturaleza difusa de su conceptualización y su operacionalización. Tomando esto en consideración, Jensen et al. (2001) afirmaron que en general, los hallazgos muestran un incremento que llega incluso al 90% de los participantes de las muestras de distintos estudios admitiendo haber cometido actos de deshonestidad académica (Jensen et al., 2001).

En cuanto a la variedad de métodos usados para estudiar la DA, Vaamonde y Omar (2008) criticaron que la mayoría de los estudios únicamente enlistan una serie de conductas consideradas deshonestas por los autores, y solicitando auto reportes a los estudiantes acerca de la incidencia en dichos comportamientos. De modo que frecuentemente dichos comportamientos o circunstancias son propuestos según la base teórica o moral de los investigadores, sin consultar o conocer las concepciones que la población de estudio 'pudiera tener acerca de los mismos.

También se ha recurrido a auto reportes (cuestionarios o escalas) acerca de las conductas deshonestas. Así mismo, se exploran los factores de prevalencia, los factores que la promueven, medidas para disminuir la deshonestidad y los factores que les impiden actuar en contra de la deshonestidad. Sin embargo, las metodologías basadas en auto reportes pueden arrojar resultados influenciados por la deseabilidad social, a menos que se tomen las precauciones necesarias para garantizar el anonimato de las respuestas de los participantes; Aun así, no se garantiza la eliminación de los efectos de la deseabilidad social. En contraste, existen una serie de estudios que se fundamenten en situaciones experimentales, en los que se presentan escenarios o historias inconclusas (Vaamonde y Omar, 2008). Algunas de las escalas utilizadas internacionalmente para estudiar la deshonestidad académica son las propuestas por Mc Cabe y Treviño (1997), Wajda-Johnston, et al. (2001) y la utilizada por Chun-Hua y Ling-Yu (2006). Cada una haciendo énfasis en diversos aspectos del constructo de la deshonestidad académica. Por otra parte, en México han destacado instrumentos como los realizados por Ayala-Gaytán y Quintanilla-Dominguez (2014) y Diez-Martinez (2014).

Para finalizar concluir este apartado referente a la DA se exponen algunas de las explicaciones de por qué surge dicho comportamiento. Vaamonde y Omar (2008) englobaron en dos grupos los posibles antecedentes de la DA: variables individuales (ej. edad, bajo

promedio académico, actitudes y creencias favorables hacia los comportamientos deshonestos; el compañerismo y la amistad también se han considerado variables asociadas a la DA, pues ambas ayudan a justificar la incursión en actos deshonestos) y variables contextuales y socio-institucionales (ej. percepción de los comportamientos y las actitudes de los compañeros, la presencia o la ausencia de códigos de honor, la percepción de la severidad de las sanciones impuestas, la pertenencia a grupos de estudiantes, presiones para tener éxito en la escuela. el aumento en tamaño de las instituciones educativas). Por su parte, Jensen et al. (2001) enumeraron como factores correlacionados a la deshonestidad académica en jóvenes: bajas calificaciones, bajos puntajes de IQ, pertenencia a zonas rurales, ser miembros de fraternidades, altos niveles de alienación, alta necesidad de aprobación social, así como pertenecer a familias en donde los padres pagan por su educación.

2.2.2Deshonestidad en la familia.

Otro de los contextos en los que los jóvenes estudiantes universitarios se desenvuelven la mayor parte del tiempo es el familiar. Dentro del cual también se dan actos deshonestos, que van usualmente desde la mentira hasta el robo.

De modo similar al estudio de la deshonestidad académica, usualmente se ha estudiado la deshonestidad del adolescente en la familia por medio de auto-reportes, preguntándoles principalmente cuántas veces mienten y en qué contextos (DePaulo et al., 1996; Kashy y DePaulo, 1996). Otra estrategia usada consiste en preguntar a padres o a profesores acerca de la deshonestidad de los adolescentes. De modo relacionado, Engels et al. (2001) sintetizaron una escala de medición de distintos factores asociados a la

deshonestidad en diadas de adolescentes y sus padres. Dichos métodos están expuestos a los efectos de la deseabilidad social, de modo que es muy probable que el reporte que dan los participantes no corresponda a su incidencia real en actos deshonestos. Además, continúa el debate referente a los resultados de dichos estudios debido a la gran variedad de conceptualizaciones y operacionalizaciones de la deshonestidad.

La adolescencia representa un tiempo muy delicado para la relación entre padres e hijos, debido a los cambios psicológicos, relacionales y fisiológicos por los que pasan los jóvenes. La relación que tienen los adolescentes con sus familias resulta crucial debido a la importante influencia socializante que tiene esta sobre los jóvenes, pues es en éste núcleo en donde se adquieren primordialmente las concepciones acerca las normas sociales, la vida sexual, la vida en pareja y la vida laboral entre otras.

Es en ésta época en la que inician los las primeras experiencias sexuales y se vive la construcción de la identidad personal, en la que los jóvenes empiezan a diferenciarse de los modelos paternos, o al contrario, a adoptarlos como parte de su propia identidad (Nardone, 2015). Durante la adolescencia existe el fuerte potencial para el surgimiento de conductas problemáticas en comparación con otros periodos de la vida, de hecho, existe una mayor frecuencia de comportamientos problemáticos en este sector poblacional, como: el consumo de drogas, conducir a exceso de velocidad, tener relaciones sexuales sin preservativos, llevar a cabo actos de criminalidad y delincuencia, etc. (Arnett, 1992)

Particularmente refiriéndonos a la mentira (por ser uno de los comportamientos deshonestos más extendidos entre los jóvenes, así como por su frecuente asociación con el robo y otras conductas deshonestas y/o pertenecientes al ámbito privado del adolescente), esta ocurre cuando alguien trata intencionalmente de despistar o engañar a otro individuo (DePaulo, 2004). Como se mencionó en el apartado referente a la evolución del engaño a lo

largo del desarrollo de las personas, la mentira es un concepto que cambia según la edad, creciendo en complejidad desde la infancia, por lo que en el adolescente ya posee un mejor entendimiento de las mentiras y sobre su uso estratégico (Engels, Finkernauer & van Kooten, 2001).

Las mentiras pueden dañar la relación que tienen los adolescentes con su familia, así como ser utilizadas para llevar a cabo conductas de riesgo. De hecho, Engels et al. (2001) destacaron que cierto grado de mentiras es parte del desarrollo normal del adolescente, observándose una menor incidencia en mentiras en familias con una buena calidad relacional (en la que existe intimidad, calidez y satisfacción relacional), mientras que, de modo inverso, en familias frías y en las que no se favorece la apertura el mentir se vuelve una opción no solo viable, sino incluso necesaria. Aunque el descubrimiento de la mentira por los padres, indudablemente afecta y deteriora la confianza de estos hacia el adolescente.

Al respecto, Jensen et al. (2007) explicaron que el mentir es una forma en la que los adolescentes tratan de llevar a cabo una variedad de pensamientos y actos a los que sus padres no tienen acceso. Sin embargo, conforme llegan a la adultez temprana, el mentir a sus padres disminuye, presumiblemente porque los jóvenes han adquirido una mayor autonomía y porque sus padres ejercen menos control sobre ellos. Así mismo, señalaron como predictores de la mentira a la edad, el sexo, el motivo, características de personalidad y algunas características familiares.

Así mismo, en un estudio realizado por Gómez Cobos (2008) con adolescentes mexicanos, el autor aisló como factores de riesgo: a) la falta de comunicación y alejamiento afectivo (que aísla al adolescente de las actividades familiares, haciéndolo sentir ajeno a la misma); b) los dobles mensajes acerca de la sexualidad y el consumo de alcohol y drogas debido (a través del ocultamiento de información o la transmisión de la misma de un modo

que resulta intimidante para el joven, haciendo que la sexualidad no se vincule con el placer y la afectividad); y c) el temor de los adolescentes para comunicarse con sus padres (lo que en ocasiones los hace sentir orillados a mentir).

Al tratar de explicar por qué los adolescentes mienten de forma cotidiana, DePaulo et al. (1996) destacaron que el self público que se presenta a otras personas es usualmente editado por el individuo para enaltecer aspectos deseables que son importantes en un determinado momento y circunstancia, de modo que la mentira serviría para generar una impresión favorable (aunque falsa) ante las demás personas, así mismo, destacaron que frecuentemente el mentir no es visto como algo extraordinario sino como un acto en el que las personas incurren de modo cotidiano y de modo más o menos normal.

De forma contraria a la opinión popular acerca de que el mentiroso es una persona egoísta que únicamente busca su bienestar en términos económicos o materiales, DePaulo et al. (1996) explicaron que dicho tipo de mentiras –aunque frecuentes- son menos extendidas en uso que las que se utilizan para adquirir una recompensa psicológica como lo es el prestigio o el respeto. Así mismo, la mayoría de las mentiras que las personas dicen de modo cotidiano no buscan dañar a un tercero, sino que usualmente se utilizan para evadir conflictos o para proteger los sentimientos de alguna otra persona.

Otras variables asociadas a una mayor incidencia de mentiras son la presencia de características manipulativas y maquiavélicas, la preocupación por la auto-imagen y la sociabilidad; mientras que las personas que dicen menos mentiras son más socializadas y reportan una mayor calidad en sus relaciones. Así mismo, las personas más sociables y manipulativas usualmente incurren en más mentiras egoístas, mientras que las personas que tienen relaciones más cálidas con los otros generan más mentiras orientadas hacia el bienestar de los demás (Kashy & DePaulo, 1996)

Con respecto a la edad, durante la adolescencia se empieza a ampliar el rango de autonomía de los jóvenes, pero que a menudo hay fricciones ante temas en los que los padres perciben que pueden (o deben) ejercer su influencia -a menudo con respecto a los temas del sexo y el uso de drogas- a la vez que el adolescente percibe el mismo tema como parte de sus asuntos personales y privados. Ante tal circunstancia es común que surja un conflicto, o que el adolescente perciba como justificable mentir a sus padres como una opción para evadir el conflicto parental a la vez que mantiene la autonomía sobre sus decisiones. Por lo anterior, mentir a sus padres disminuye conforme los adolescentes entran a la edad adulta, pues al haber consolidado más de su autonomía los padres ya no ejercen tanto control sobre ellos, de modo que disminuye el conflicto, y los nuevos adultos empiezan a ver de forma más negativa el acto de mentirles a sus padres (Jensen et al., 2007).

Experimentalmente, Bell y DePaulo (1996) crearon un escenario en el que se insertaba a los participantes en un dilema en el que debían elegir si mentir o no ante una circunstancia incómoda, en la que aunque no quisieran mentir, probablemente lo harían para no lastimar los sentimientos de una tercera persona presente en la habitación (que realmente era un confederado actuando como autor de una pintura que los participantes debían juzgar). Encontraron que cuando estaba en juego el lastimar los sentimientos de la persona con la que los participantes estaban hablando, aumentó la cantidad de mentiras bien intencionadas que decían, creando así una forma de ambigüedad en la que no quedaba claro si al participante le había agradado o no el trabajo del confederado. En contraste, cuando el confederado no se declaraba como autor de la pintura (y no había peligro de lastimar a nadie), los participantes declaraban con total libertad su disgusto hacia la pintura a evaluar.

Se debe tener en cuenta que aunque resulta hasta cierto punto fácil y lógico extrapolar los hallazgos descritos a la población mexicana, se debe tener cuidado al tratar de hacer

generalizaciones pues como se ha mencionado existen grandes variaciones entre lo que es honesto y deshonesto entre individuos y entre culturas. De modo que se debe ser cauteloso al asumir que los motivos y mecanismos que llevan a los jóvenes a actuar deshonestamente sean los mismos que los reportados en culturas anglosajonas. Es por ello que durante una de las fases del presente proyecto se preguntó directamente a un sector de la población a estudiar acerca de situaciones concretas que ellos consideraran deshonestas (más detalles en el estudio exploratorio de preguntas abiertas).

Una vez exploradas teóricamente las tendencias, circunstancias y motivos que tiene la población de la que se extraerá la muestra de estudio es factible pasar a la descripción de los modelos que se han ocupado de estudiar la conducta deshonestas desde el abordaje psicológico.

Capítulo 3. Teorías que abordan el engaño individual

3.1 El engaño hacia los demás y hacia uno mismo

En primer lugar, en este apartado se enlistan algunas de las teorías económicas, psicológicas, económico-conductuales y ético-conductuales que han dado cuenta del origen y funcionamiento de la deshonestidad de un individuo hacia otras personas. Se exponen dos tipos de perspectivas generales: la primera es la postura racionalista, particularmente influenciada por la economía y que se caracteriza por considerar al individuo como un agente inteligente, objetivo, consciente de sus preferencias presentes y futuras, y razonable, pues supone que ante un dilema es capaz de llevar a cabo un análisis objetivo y correcto de costos y beneficios (Becker, 1974; Le Roy, 1986; Tadelis, 2013).

Dicha perspectiva enaltece la capacidad de razonamiento como la mejor forma de resolver también un dilema moral, asumiendo que el razonamiento humano considera todas las variables internas y externas de modo desapegado y objetivo, por lo que se supone que llega a respuestas acertadas la mayor parte de las veces, y que si no logra llegar a ellas es porque hace falta seguir razonando o porque el individuo posee información incompleta, de modo que una vez actualizada o completada la información faltante la persona llegará a un mejor juicio moral y por lo tanto también actuará de un modo honesto o deshonesto según le convenga o conforme mayor utilidad obtenga. Posteriormente, algunas escuelas psicológicas adoptaron este racionalismo para explicar el comportamiento moral, pero agregando la presencia de los procesos psicológicos humanos, aunque manteniendo en un lugar privilegiado la capacidad de razonamiento.

Se podría resumir en que la secuencia de toma de decisiones y acción propuesta por las teorías racionalistas es: razonamiento moral-juicio moral-acción. Es decir, primero se

reúne información, después se le analiza racionalmente para llegar a una decisión óptima y finalmente se actúa en consecuencia con él.

En contraste, la perspectiva de la economía conductual y la ética conductual retaron a la perspectiva racionalista, mostrando evidencia de las naturales “fallas” cognitivas que tienen los humanos para procesar información, estas aparentes fallas son las responsables de hacer que el cerebro pueda responder de forma rápida y adaptativa al entorno interno y externo, pero el precio a pagar es que el cerebro no puede analizar tanta información simultáneamente, de modo que es proclive a cometer errores de razonamiento (Kahneman, 2014) así como de razonamiento ético (Chugh, Banaji & Bazerman, 2005). De modo que la secuencia general de toma de decisiones y acción propuesta por estas disciplinas sería: primero se tiene una intuición moral –irracional y emocional, y es en un segundo momento en el que se formula un razonamiento moral de la reacción que ya aconteció. Sin embargo, este tema se tratará con mayor profundidad en el capítulo siguiente.

Así mismo, las perspectivas de la economía conductual y la ética conductual permiten abordar el autoengaño. Ello debido a que son precisamente las fallas, sesgos y limitantes cognitivas las que permiten que las personas mantengan una imagen positiva acerca de sí mismas a pesar de estar actuando de forma irracional o de modo inmoral.

3.1.1 El *homo economicus* y la deshonestidad.

La ciencia económica ha propuesto un modelo de comportamiento humano perfecto, esto es un *homo economicus* como ideal para modelar elecciones humanas de un ente perfectamente racional que basa su conducta en los siguientes cuatro supuestos (Tadelis, 2013): a) La persona conoce todas las posibles acciones que puede seguir; b) Conoce todas los posibles resultados de sus acciones; c) Conoce exactamente los efectos que tienen sus

acciones en los resultados; d) Conoce exactamente sus preferencias racionales en base a los resultados que espera. De hecho, Tomer (2007) explicó que la economía se basa en tres supuestos fundamentales, que son la racionalidad, egoísmo y autocontrol ilimitados.

Así mismo, las personas racionales siguen dos axiomas fundamentales: el de la exhaustividad, y el de la transitividad (Tadelis, 2013). El primero se refiere a que una persona racional no duda en cuanto a su preferencia al elegir entre dos o más posibles consecuencias. El segundo axioma se refiere a que dada una serie de posibles elecciones, la persona racional nunca entrará en contradicción al respecto de sus preferencias, por lo que habrá en todo momento una jerarquía evaluativa entre las posibles consecuencias de sus posibles acciones. Ambos axiomas garantizan que la persona considere todas sus posibles acciones, y que además siempre tenga una jerarquía congruente de sus líneas de acción.

Recordando en este punto los dos tipos de lógica tratados en capítulos anteriores, el *homo economicus* actúa en línea con la lógica ordinaria aristotélica, es decir, además de basarse en las leyes de no-contradicción y tercero excluido no acepta ambivalencias (contradicciones, paradojas o creencias) en su bagaje de comportamientos, tampoco toma cuenta de subjetividades en el cálculo de las consecuencias que tendrá.

Particularmente enfocándose al comportamiento deshonesto, Le Roy (1986) mencionó que el análisis económico y los conceptos relacionados con la utilidad pueden ser utilizadas para analizar actividades ilícitas. Pues se pueden analizar las funciones de utilidad que podrían generar tales actividades para los infractores.

La perspectiva económica del crimen ideada por Becker (1974) es el principal parámetro y guía judicial y legal para modelar la toma de decisiones de un infractor. En dicha perspectiva sobre el análisis de elecciones se asume que una persona cometerá una ofensa cuando su utilidad esperada exceda la utilidad que obtendría al invertir su tiempo y

recursos en alguna otra actividad. Es decir, que los crímenes son llevados a cabo por las personas tras una evaluación racional y voluntaria de costos y beneficios.

En la teoría tradicional de Becker (1974) se consideró el crimen como una actividad económicamente importante, en la que para que el delincuente cometa el acto deshonesto debe considerar racionalmente: la creencia del daño que se le puede infligir a otra persona o grupo, la facilidad o dificultad de ser atrapado, la probabilidad de ser castigado, el tipo de castigo, la gravedad del castigo, la gravedad del delito, sus ganancias potenciales, su voluntad de cometer actos ilícitos, etc.

Un ejemplo de la aplicación de dicha aproximación fue el análisis que hizo, Allingham (1972) sobre la decisión del individuo que debe pagar impuestos desde una perspectiva económica. Si debe, y hasta qué extensión evadir impuestos mediante un reporte disminuido y falso de sus gastos actuales. El autor elaboró un modelo estático simple, en donde la decisión de reportar menos ingresos la única que le interesa al individuo. Explicó que la persona debe considerar la aversión al riesgo, la gravedad de la penalización, y la posibilidad de ser descubierto. Como es posible notar, el infractor considera todos los escenarios y todas las variables para decidir si le conviene o no evadir impuestos. Y adicionalmente, si actúa deshonestamente lo hace de modo consciente y voluntario.

3.1.2 El racionalismo en la psicología de la deshonestidad.

La psicología notó la artificialidad del modelo económico propuesto y postuló sus propios modelos sobre el comportamiento moral, esta vez tomando en cuenta la intervención de procesos psicológicos. Sin embargo, el efecto de los procesos psicológicos fueron considerados como parte del análisis racional de costos y beneficios que supuestamente llevan a cabo las personas. Es decir, se siguió privilegiando a la razón y la consciencia como

únicos mecanismos capaces de guiar la conducta y el pensamiento tanto en la resolución de problemas convencionales como en el abordaje de problemas morales y éticos. Se podría decir que propusieron modelos más realistas de la toma de decisiones humana, pero se continuó sobre-estimando la capacidad cognitiva y moral de las personas.

3.1.2.1 La teoría social-cognitiva de Bandura.

Albert Bandura postuló teoría social-cognitiva; en la que es posible incluir el aspecto social que influye en el pensamiento y la acción, así como el aspecto cognoscitivo que interviene a través de procesos de pensamiento en la motivación, actos y afectos (Bandura, 1986). Explicó el comportamiento a partir de un modelo trídico recíproco, en el que el comportamiento, factores cognitivos y la influencia ambiental interactúan y se determinan entre sí. También señaló que la naturaleza humana se caracteriza por un conjunto de capacidades: (1) capacidad de simbolizar. (2) capacidad de pensamiento proyectado hacia el futuro. (3) capacidad vicaria. (4) capacidad de autoregulación. (5) capacidad de auto-reflexión (también es llamada *autoconsciencia*).

Así mismo, destacó que el potencial humano para aprender tanto por experiencia directa como por observación tiene límites impuestos por la biología, específicamente refiriéndose a la plasticidad cerebral, sin la cual no sería posible el desarrollo de las características humanas descritas anteriormente. También destacó que no todo acto es aprendido o una consecuencia de la experiencia posnatal, sino que existen algunas conductas innatas que aparecen espontáneamente conforme se da el proceso de maduración, así mismo, existen potencialidades innatas que requieren de la experiencia para poder ser desarrolladas.

Refiriéndose específicamente al razonamiento moral, Bandura (1986) lo postuló como un proceso en el que el comportamiento es juzgado por una serie de reglas o estándares multidimensionales. A una situación moral se le puede asignar mayor importancia o severidad a partir de las condiciones de los eventos que intervienen. Algunos de los criterios que influyen en el juicio de una situación moral mencionados por Bandura son: las características de los malhechores (edad, sexo, estatus social, etc.), la naturaleza de la transgresión, el contexto en el que se realizó la transgresión, las motivaciones situacionales o personales percibidas, las consecuencias inmediatas o a largo plazo de la transgresión, si la misma produce un daño personal o a alguna propiedad, si está dirigida a alguna agencia o a un individuo, y las características de la víctima y su culpabilidad percibida. Todos esos criterios son incluidos en la toma de decisiones sobre el juicio de una consideración moral.

Los estándares o reglas morales de conducta tienen origen en distintas configuraciones sociales como los preceptos, las evaluaciones sociales y los modelos morales a los que las personas son expuestas. Dichos elementos señalan a las personas las formas de comportarse, y el peso que se le debe asignar a una situación moral determinada. La capacidad para formular juicios morales complejos y multidimensionales aumenta con la experiencia y con el desarrollo cognitivo; lo cual no implica que no se cometan errores de juicio, pues ante situaciones complejas es probable que las personas reaccionen mediante heurísticos de juicio que asignan un peso mayor o menor que debido a una situación moral. De éste modo, si una situación no es evaluada cuidadosamente o si resulta muy ambigua la manera de reaccionar ante ella de modo que no se le cuestiona, se corre el riesgo de que dicha situación sea rutinizada al punto en el que se reacciona ante ella sin haber sido procesada cuidadosamente y comparada con los estándares morales (Bandura, 1986).

Resulta importante para la temática de la presente investigación destacar que Bandura (1986) estableció que la mayoría de las personas se encuentran desalentadas a actuar de un modo que rompa con sus estándares morales o principios debido a una anticipada autocensura. Se trata de un proceso de autoregulación en el que intervienen los estándares morales, juicios, y consecuencias autogeneradas. De modo que ante una situación en la que los actos negativos no se pueden autojustificar en la mente de la persona se tiende a actuar según los estándares morales. Sin embargo, la capacidad de perdonarse a sí mismos de ciertos actos, así como la influencia social pueden debilitar el autocontrol. Otros factores psicosociales que debilitan la relación entre el pensamiento moral y la acción y que pueden hacer que las personas se comporten en contra de sus principios morales son: la justificación moral de actos inmorales, la ofuscación lingüística, arreglos sociales que esconden la agencia personal y el daño que ocasionan los actos, y la despersonalización (Bandura, 1986).

En otro de sus trabajos, Bandura (2012) señaló que para construir una teoría completa acerca de la agencia moral se deben incorporar el *conocimiento moral*, el *razonamiento moral*, y la *acción moral*. Por lo que se requiere una teoría que implique las capacidades de agencia de las personas y no únicamente cogniciones acerca de la moralidad.

En la teoría social cognitiva el razonamiento moral se traduce en acciones por medio de mecanismos auto-regulatorios que tienen base en estándares morales y autocastigos por los cuales se ejerce la agencia moral. De modo que el self está inserto en un marco teórico sociocognitivo más amplio que incluye mecanismos proactivos de auto-organización, autoreflexión y autoregulación; dichos mecanismos auto-referenciales funcionan como reguladores motivacionales y reguladores del comportamiento moral.

Según dicho abordaje, las personas monitorean constantemente su comportamiento y las circunstancias en las que ocurre, se juzgan y juzgan las condiciones a partir de sus estándares de moralidad, y regulan su conducta por medio de las consecuencias que se aplican a sí mismos; por lo que al hacer cosas que les agradan fortalecen su sentido de autoestima, mientras que evitan comportarse de formas que rompan con sus estándares de moralidad porque eso afectaría negativamente su autoestima.

De modo que el mecanismo que permite a la propia persona apegarse a castigos autoimpuestos ante un comportamiento indeseable o el premiarse por apegarse a un comportamiento adecuado se evalúa de forma anticipada a la acción, por lo que Bandura destacó la posibilidad de elección e influencia sobre sí mismos que tienen las personas de comportarse de manera positiva o negativa ante una circunstancia que sugeriría comportarse de manera negativa.

Lo anterior ocurre mediante los autocastigos que mantienen en línea el comportamiento y apegado a los estándares morales, así como por los premios que se pueden otorgar a sí mismas las personas cuando se apegan a un comportamiento favorable.

Para Bandura la capacidad de agencia moral tiene un aspecto dual. Por un lado se tiene una característica inhibitoria y por el otro una característica proactiva. La primera actúa frenando el comportamiento negativo; mientras que la segunda se manifiesta a través de la capacidad de comportarse positivamente. En tal caso la persona es capaz de ir en contra de lo que sabe que está mal aunque sea a costa de algún precio personal, porque entiende que el fallar en comportarse positivamente acarrearía consecuencias negativas para su autoestima.

De modo semejante, los estándares morales no intervienen en todas las circunstancias como reguladores de la conducta, sino que únicamente intervienen cuando

son activados; por lo que hay formas en las que es posible desactivar los autocastigos morales para que no intervengan en regular el comportamiento inmoral. Algunas formas en las que se pueden desactivar son: (1) reconstruyendo el comportamiento de tal modo que no sea visto como inmoral, (2) modificar la capacidad de agencia para que los perpetradores minimicen su participación en el daño producido, (3) modificando la información relacionada con las consecuencias del acto inmoral, o (4) devaluando a la víctima del acto inmoral o maltrato para justificar el hecho de que se le trate así.

Por último, señaló que el proceso de inhibición de la atención a los estándares morales se facilita si ocurre de modo gradual, iniciando con comportamientos inmorales aparentemente pequeños, pero que son el primer escalón que facilita el ascenso hacia actos inmorales más graves.

3.1.2.2 La teoría del comportamiento planeado.

Es un modelo predictivo desarrollado por Fishbein y Ajzen (2010) con el objetivo de explicar y predecir cualquier conducta social en individuos (incluso si dichas conductas no está bajo control voluntario). Dicho modelo se basa en la *intención* que tiene un individuo de llevar a cabo un comportamiento. Teóricamente, mientras más fuerte sea la intención de llevar a cabo un comportamiento más probabilidades hay que dicho comportamiento sea llevado a cabo.

Los autores explicaron que el comportamiento social es determinado por las creencias que poseen las personas y que las mismas son resultado de la vida en sociedad. Resaltan tres tipos de creencias: *creencias comportamentales*, *creencias de normas injuntivas y descriptivas*, y *creencias de control*. Las primeras son las creencias que las personas tienen acerca de las consecuencias positivas o negativas que podrían experimentar si ejecutan el

comportamiento, y determinan las *actitudes* hacia la ejecución del comportamiento; mientras más favorable sea la actitud hacia llevar a cabo el comportamiento, más probable será que se lleva a cabo y viceversa, mientras más negativa sea la actitud hay más probabilidades de que no se realice el comportamiento. Las segundas se refieren a las creencias acerca de que personas o grupos importantes para el individuo aprueben o desapruében la ejecución del comportamiento, así como a las creencias acerca de la extensión en la que dichas personas o grupos importantes llevan a cabo o no dicho comportamiento. Las creencias de normas injuntivas y descriptivas forman la *norma percibida*, definida como la presión social para llevar a cabo o no un comportamiento. Si el individuo percibe que personas o grupos importantes para él llevan a cabo y aprueban un comportamiento concreto, puede sentir presión social para llevar a cabo la misma acción. Las últimas creencias se refieren a la facilidad o dificultad personal y ambiental que perciben los individuos para llevar a cabo el comportamiento. Estas creencias producen el *control conductual percibido*. Si una persona percibe más facilidades que dificultades para llevar a cabo la ejecución de una conducta es más probable que la lleve a cabo. Cuando las *actitudes*, las *normas percibidas* y el *control conductual percibido* están conformados sirven como guía de las *intenciones comportamentales* que a su vez guían la realización del comportamiento.

El modelo también ha sido utilizado para predecir la conducta honesta y deshonestas en individuos. Definiendo operacionalmente la honestidad y la deshonestidad en forma de conductas aisladas o categorías conductuales de manera particular según cada estudio, así Chang (1998) comparó el poder predictivo de la TCP con el de la Teoría del Comportamiento Planeado (TRA por sus siglas en inglés, una versión anterior de la TCP) focalizándose en la conducta de copiar software ilegalmente. Tonglet (citado en Chun Hua, 2011) predijo el robo en tiendas. Buchan (2005) y Fang (2006) utilizaron la TCP para predecir las intenciones

éticas en contadores y trabajadores taiwaneses. Chen y Tang (2006) se enfocaron en los comportamientos de la no denuncia, el robo, el engaño, y la corrupción, mientras que Heungsik y Blenkinsopp (2009) utilizaron la TCP para predecir la conducta de denuncia de la corrupción entre oficiales de policía. Carpenter y Reinnens (2005) aplicaron el modelo para predecir el fraude financiero por parte de dirigentes empresariales. Beck y Ajzen (1991) utilizaron la TCP para predecir los actos deshonestos de hacer trampa durante un examen, robar en tiendas, y mentir para evadir tareas, de alumnos universitarios.

Conclusiones

Para terminar con este apartado se debe destacar que aunque ambas teorías (La teoría social-cognitiva y la teoría del comportamiento planeado) han sido ampliamente utilizadas y han aportado una gran cantidad de literatura científica al estudio de la deshonestidad, continúan basándose exclusivamente en la capacidad de agencia producida por el razonamiento humano, además, subyacente a esta idea se encuentra la noción de que a mayor capacidad cognitiva mejor será también la capacidad de tomar decisiones morales. Es decir, aunque Bandura (1986) aceptó que las personas tienen limitaciones debidas a la naturaleza biológica, y que existen circunstancias específicas en las que las personas pueden desviarse de una óptima toma de decisiones morales, favorece -y da un mayor peso- a la capacidad de autoregulación de las personas, afirmando que tienen la habilidad de ir en contra de lo que saben que está mal porque entiende que fallar en actuar positivamente acarrearía consecuencias negativas para su autoestima. Esto implica que los individuos tienen pleno conocimiento de sus autorecompensas y autocastigos (haciendo uso de los términos utilizados por Bandura) y son capaces de analizarlos y balancearlos racionalmente para tomar la mejor decisión para su autoestima, además de inclinarse de modo natural al

apego a sus estándares morales. Así mismo, el juicio moral (y la posterior acción moral) es exclusivamente consecuencia de razonamientos morales precisos y objetivos para quien está ante el dilema moral.

La descripción anterior se puede extender a la teoría del comportamiento planeado, que asume que las personas pueden dar un autoreporte certero acerca de sus creencias originadoras de los demás constructos del modelo, y que la intención resultante predecirá adecuadamente la incursión en el comportamiento en cuestión. Sin embargo, se ha encontrado que las personas no son conscientes de una gran cantidad de información externa e interna que es capaz de guiar su comportamiento sin que den cuenta de ello (Bargh, 1990; Chabris & Simons, 2011; Kahneman, 2014) además de que en raras ocasiones el comportamiento emitido sigue a la intención reportada con anterioridad. De hecho, hallazgos de la ética conductual muestran que la intención de comportarse honestamente rara vez viene acompañada de comportamientos honestos. Por ejemplo, en los estudios de Sharma et al. (2013), aunque las personas reportaban de modo anónimo que no sacrificarían sus estándares morales a pesar de encontrarse en una posición de carencia financiera (una intención débil de comportarse deshonestamente), incurrían en deshonestidad cuando se les daba la oportunidad de llevarse más dinero del que merecían como recompensa (incluso en la condición en la que no se les manipularon sus sentimientos de carencia financiera).

Para explicar este fenómeno se puede recurrir a Haidt (2001), quien mostró que la acción moral covaría más con las emociones morales que con el razonamiento moral, es decir, que el comportamiento usualmente es influenciado mayormente por las intuiciones y emociones que por el razonamiento. Por lo anterior, existe una relación débil entre el razonamiento moral y la acción moral. Así mismo, explicó que aunque efectivamente, una mayor inteligencia está relacionada con una mejor acción moral y con una mayor capacidad

de autorregulación para inhibir comportamientos apresurados que podrían desencadenar actos inmorales (como lo postulan las teorías racionalistas), ello no implica que las personas con dichas características posean una mayor capacidad para el razonamiento moral. Más bien, son las emociones, y la capacidad de autorregulación los determinantes más poderosos de las acciones morales.

Como introducción al siguiente capítulo, las divergencias y limitaciones de las teorías racionalistas quedan superadas al utilizar teorizaciones y métodos provenientes de la economía conductual y la ética conductual, que además de los ya conocidos procesos racionales toman en consideración la emotividad y los límites cognitivos para generar modelos más precisos del comportamiento. Por ejemplo, Kanheman (2014) sugirió que existen dos formas de toma de decisiones a las que denominó *Sistema 1* y *Sistema 2*. La primera forma de pensamiento es intuitiva y procesa eficientemente información de manera rápida, sin esfuerzo, automáticamente y emocionalmente. El Sistema 2 hace uso de una forma de pensamiento más lenta, lógica, racional y consciente, además de requerir más esfuerzo para procesar información.

Esta línea de pensamiento puede extenderse al estudio del comportamiento moral, pues la mayoría de las ocasiones es el Sistema 1 el que da respuesta a los dilemas morales, lo que conlleva a errores de decisión; cuando en realidad el Sistema 2 es el que debería tener una participación destacada proporcionando un análisis más lento, detallado, cuidadoso y racional de la situación (Bazerman & Tenbrunsel, 2011). Por su parte, Haidt (2001) mostró evidencias de que el juicio moral es antecesor al razonamiento moral, a diferencia de lo que postulan las teorías racionalistas. Este punto es de gran importancia pues según los hallazgos de Haidt (2001) primero se obtiene una impresión intuitiva acerca del estímulo que se tiene enfrente (en este caso un dilema moral) y después se genera una

explicación racional de nuestra reacción intuitiva. Ello contrasta grandemente con la secuencia propuesta por las teorías racionalistas en las que primero se da el razonamiento moral y después se llega al juicio moral que determinará y justificará la acción.

3.1.3 Economía conductual y ética conductual

En este apartado se tratarán con mayor detalle los pre-supuestos teóricos y métodos del abordaje utilizado para este proyecto. En términos generales, se puede decir que la *economía* explica cómo se comporta idealmente un agente racional y es a partir de ese supuesto de donde genera modelamientos matemáticos de la forma en la que asigna recursos. En contraste, la *economía conductual* estudia cómo *realmente* se comporta una persona ante los dilemas económicos, es decir, no teoriza a partir de abstracciones, sino que genera una circunstancia (preferiblemente en condiciones experimentales) en donde es factible observar y registrar la conducta del individuo. De modo similar, la *ética* estudia cómo las personas deberían comportarse idealmente ante situaciones en donde la moralidad está implicada, mientras que la *ética conductual* -que es una aproximación que desciende de economía conductual- se ha especializado en el estudio del comportamiento ético desde una perspectiva empírica y sistemática, haciendo uso de métodos experimentales y observacionales para abordar las decisiones y comportamientos éticos.

Así mismo, es importante destacar que es en ésta sección en donde empieza a vislumbrarse el efecto del autoengaño. Como se explicará en las páginas que siguen, existen mecanismos que influyen en el comportamiento de las personas y que ellas desconocen. Algunos de esos mecanismos se encargan de promover una visión favorable del individuo, haciéndolo pensar que posee mayores y mejores capacidades de raciocinio, memoria, atención y moralidad (entre otras). Como se expondrá con mayor profundidad al llegar a la sección referente a la ética conductual, son estos sesgos y limitantes cognitivas los que mantienen “ciegos” a las personas frente a la presencia de dilemas morales y les permiten ignorarlos o actuar deshonestamente sin ser darse cuenta de ello.

En primer lugar se abordarán de modo los supuestos básicos y hallazgos de la economía conductual y posteriormente los de la ética conductual. Es importante abordar ambos debido a que en el método seguido en este proyecto se expuso a los participantes a una dilema moral en el que podían obtener ganancias monetarias de forma deshonestas. Es ahí en donde surge la unión entre ambas ramas de pensamiento.

3.1.3.1 Economía conductual.

Camerer (1999) destacó que la economía es la ciencia que aborda la forma en la que las personas y grupos de personas o instituciones distribuyen recursos, de modo que es necesario que la economía integre los hallazgos de la psicología individual en sus teorizaciones y aplicaciones. Destacó que a pesar de lo anterior los economistas han utilizado modelos que resultan inconsistentes con los hallazgos de la psicología. La nueva rama llamada *economía conductual* intenta integrar a las teorías económicas información proveniente de la psicología, sin perder la estructura matemática o las explicaciones empíricas provenientes de la economía. La economía conductual busca una re-unificación de la psicología con la economía; pues varias ideas económicas iniciaron considerando información psicológica para formular teorías. Sin embargo, la separación de la economía con la psicología ocurrió a inicios del siglo pasado cuando ambas disciplinas intentaron volverse “más científicas y rigurosas” para ser consideradas ciencias naturales, como la física.

Mientras que la economía se enfocó en intentar formalizar su disciplina mediante las matemáticas, los psicólogos desarrollaban métodos experimentales rigurosos, de modo que ambas construyeron significados diferentes para realizar teorías: para los economistas una teoría era un conjunto de herramientas matemáticas y teoremas, mientras que para los

psicólogos una teoría consistía en un constructo verbal o tema que organizaba regularidades experimentales (Camerer, 1999).

La economía rechazó a la psicología y sus aportaciones a partir de la revolución neoclásica, en la que la economía empezó a construir teorías del comportamiento económico basándose en la noción del *homo economicus* (como se revisó en apartados posteriores). Al seguir dicha tendencia, los economistas consideraban que su disciplina podría llegar a considerarse una ciencia natural rigurosa a la que la psicología no podría realizar aportaciones significativas. En esa época la psicología estaba en sus inicios y no producía conocimientos muy científicos, por lo que los economistas prefirieron rechazarla al considerar el conocimiento psicológico como poco útil y no apto para ser considerado para servir a su meta (Camerer, 1999). Además, otro evento que facilitó la separación entre ambas disciplinas ocurrió en 1940, cuando la economía adoptó una forma de positivismo lógico llamado F twist, que les permitió ignorar a los psicólogos. La F twist favorecía una noción del ser humano como un ser racional, con libre albedrío, con un juicio certero sobre probabilidades y que buscaba maximizar su riqueza, y sostenía que las teorías que no aceptaran los mismos supuestos no eran científicamente sólidas. La economía conductual se encargaría de poner en duda dichos supuestos en años posteriores.

Por su parte, Tomer (2007) explicó que lo que distingue a la economía conductual de la economía tradicional es su práctica científica junto con las nociones con las que describe lo que para ella es la adecuada práctica científica. La economía se basa en el positivismo, corriente de pensamiento que rechaza como conocimiento científico todo argumento o evento que no pueda ser demostrado y que la experiencia humana es la única fuente de conocimiento científico. El positivismo privilegia las pruebas de hipótesis, los experimentos, los números y la medición de aspectos observables, y rechaza aspectos intangibles o

cualitativos. El positivismo asume al científico como un observador objetivo y racional que no se deja llevar por pasiones.

Usualmente se le critica a la economía su uso exclusivo del razonamiento deductivo, que junto con la influencia del positivismo provoca que descarte muchas técnicas de investigación, quedándose únicamente con unas pocas herramientas con alcance limitado al funcionar únicamente en circunstancias artificiales o asumiendo condiciones ideales y abstractas (Tomer, 2007). De hecho, considera los métodos matemáticos como único criterio válido para aceptar una teoría, llegando a rechazar evidencias empíricas, de modo que la formalización matemática crea modelos muy simplificados y estilizados sobre el comportamiento, cogniciones y preferencias de las personas, además de ignorar aspectos importantes de la realidad psicológica. De modo que son las matemáticas las que guían la teoría económica, por lo que se excluyen los eventos económicos que no son matemáticos; una gran parte de los fenómenos estudiados por la economía no son de naturaleza cuantitativa; y las matemáticas no resultan adecuadas para explicar el rango de relaciones y acciones humanas.

La economía conductual tiene el objetivo de incrementar el realismo de las variables psicológicas que intervienen en los análisis económicos de modo que la disciplina económica logre desarrollarse y avanzar en sus propios términos al lograr desarrollar predicciones más certeras y conocimientos teóricos que permitan realizar recomendaciones y prescripciones mejor elaboradas (Camerer, 2004). Lo anterior no implica rechazar por completo los postulados de la economía neoclásica (que se basa en las nociones de la maximización de las utilidades, equilibrio y eficiencia), pues la misma ha resultado útil para el modelamiento y teorización de comportamientos económicos y no económicos, llegando a postular

predicciones útiles aunque no perfectas. La economía conductual cuestiona dichas predicciones mostrando las circunstancias en las que las mismas no se cumplen.

La secuencia utilizada por la economía conductual consiste en los siguientes pasos: Primero se identifican los supuestos normativos o modelos seguidos por los economistas de forma rigurosa; en un segundo momento se identifican anomalías o violaciones a los supuestos de dichos modelos y se descartan explicaciones alternativas que justificaran la prevalencia del supuesto del que se está dudando, en tercer lugar, las anomalías son utilizadas para crear teorías alternativas que generalicen modelos existentes; en cuarto y último lugar se construyen modelos económicos en los que se haga uso de los hallazgos conductuales ubicados del tercer paso y ponerlos a prueba (Camerer, 1999).

En cuanto a los métodos utilizados por la economía conductual, Camerer (2004) explicó que son los mismos que los que utiliza la economía, haciendo uso de experimentos, datos de campo, experimentación de campo, simulaciones por computadora y técnicas de neuroimagen.

3.1.3.1.1 Los límites de la racionalidad y los alcances de la irracionalidad.

Aunque a economía conductual ha producido una gran cantidad de hallazgos, nos centraremos únicamente en aquellos útiles al tema de la deshonestidad. Se revisarán particularmente tres aportaciones: (1) la noción de racionalidad limitada propuesta por Hebert Simon (1983), (2) los trabajos de Kahneman y Tversky (1979) sobre los sesgos de la racionalidad, y (3) los estudios que han puesto de manifiesto las limitaciones de la mente consciente y la influencia subestimada de la mente inconsciente.

3.1.3.1.2 *La racionalidad limitada.*

Herbert Simon (1983), postuló el concepto de *racionalidad limitada* se refiere a las ataduras que imponen la situación misma y la capacidad computacional humana sobre el raciocinio. Siendo considerado uno de los principales retos hacia la noción económica que considera a los humanos como seres perfectamente racionales. Es decir, que debida a la capacidad limitada del aparato cognoscitivo, necesariamente ocurrirán errores como los estudiados con mayor profundidad por Kahneman y Tversky (1979).

3.1.3.1.3 *Sesgos de la racionalidad y Sistemas 1 y 2.*

Kahneman y Tversky estudiaron los patrones sistemáticos de las limitaciones a la racionalidad humana, que hacen que las personas tomen decisiones no óptimas basadas en información normativamente ineficiente. Lo anterior ocurre porque las personas se basan y hacen uso de heurísticos cognitivos y de estrategias simplificadoras, que aunque son atajos útiles, también cometen errores sistemáticos y predecibles (Kahneman, 2014).

Resulta particularmente importante detenerse a explicar los denominados *Sistema 1* y *Sistema 2* (ya tratados brevemente) postulados por el psicólogo ganador del premio Nobel en economía, Daniel Kahneman (2014) y que se refieren a dos formas diferentes de procesamiento de la información. Como se mencionó anteriormente, el Sistema 1 es intuitivo y procesa eficientemente información de manera rápida, sin esfuerzo, automáticamente y emocionalmente. El Sistema 2 hace uso de una forma de pensamiento más lenta, lógica y consciente, además de requerir más esfuerzo (y energía) para procesar información. La mayoría de las ocasiones es el Sistema 1 el que está activo porque requiere una menor cantidad de energía para funcionar, esto tiene la ventaja de proporcionarle velocidad de reacción, aunque usualmente es a costa de errores de decisión, precisamente por la misma impulsividad y rapidez con la que es capaz de analizar información y emitir respuesta. En

contraste, cuando el Sistema 2 entra en acción es cuando se produce un pensamiento más lento, aunque más cuidadoso, lógico y razonado para dar respuesta a las situaciones. Sin embargo, el detenerse a reflexionar requiere energía y esfuerzo, por ello es más fácil que el Sistema 1 tome el mando y relegue al Sistema 2, aunque la persona no lo haga voluntariamente e incluso conscientemente sepa que debería actuar siguiendo al Sistema 2.

Si se une lo anterior con la potencialidad de enfrentar circunstancias que mantienen ocupada y obligando a la persona a distribuir su atención en distintas actividades simultáneas es más probable que el Sistema 1 sea el que tome la mayor cantidad de decisiones. Sin embargo, no es que el Sistema 2 sea mejor que el Sistema 1, sino que es necesario conjuntar los dos y hacerlos interactuar para una efectiva toma de decisiones. Si se actúa únicamente siguiendo las intuiciones que proporciona el Sistema 1 se ignorará valiosa información que únicamente puede surgir tras un cuidadoso análisis de los problemas y se reaccionará apresuradamente. Por otra parte, si se actúa únicamente siguiendo al Sistema 2 se ignorará la información proveniente de las emociones, sentimientos y advertencias subjetivas que proporciona el Sistema 1.

Los hallazgos de Hebert (1983) y de Kahneman y Tversky (1979) muestran que los límites del aparato cognoscitivo inician en la percepción, y después se extienden a la cognición, mostrando la universalidad en las limitaciones de las capacidades computacionales humanas.

Otra fuente de evidencias a favor de la supuesta racionalidad y consciencia ilimitada de las personas proviene de las *ilusiones cognitivas* descritas por Chabris y Simons (2011). Para quienes la mayoría de dichas ilusiones comparten la característica de proporcionar una luz en exceso favorable sobre las capacidades mentales de las personas. Provocan que las

personas creen que son más atentos y perceptivos, que recuerdan más y mejor, o que saben más en comparación con las demás personas.

Dichas ilusiones son muy persistentes en los patrones de pensamiento porque hacen que las personas se consideren mejores de lo que en realidad son. Y aunque tienen aspectos positivos, como mejorar la autoestima y autoevaluación de las personas para enfrentar retos aparentemente muy difíciles de superar sin la influencia de las ilusiones, también pueden provocar la toma de decisiones poco óptimas e incluso perjudiciales para la propia persona o para otros.

Otra de las características que tienen en común las ilusiones es que las personas confunden lo que sus mentes hacen con facilidad con lo que está haciendo en realidad. Es decir, que toman la facilidad o fluidez con la que procesan información como un indicador confiable de estar procesando mucha información, y que lo están haciendo con profundidad, precisión y detalle. Esta fluidez juega un papel importante en la comprensión que tienen las personas acerca de su percepción, atención, confianza, conocimiento, y otros procesos mentales (Chabris y Simons, 2011). Es decir, que las personas no son conscientes de la extensión de las limitantes de su capacidad cognitiva, de modo que se consideran que tienen una gran inteligencia, una gran capacidad de atención, una gran capacidad de memoria, confían excesivamente en las explicaciones causales que formulan y creen tener una gran capacidad para detectar y tomar decisiones éticas (como se explicará posteriormente con mayor detalle).

3.1.3.1.4 Mente inconsciente y priming.

Finalmente, se deben destacar las evidencias sobre las limitaciones de la mente consciente, y de las habilidades subestimadas por mucho tiempo de la mente inconsciente. Por ejemplo, Wegner (2002) demostró que las personas viven una *ilusión de consciencia* y de libre

albedrío, en la que sienten responsabilidad e intención por comportamientos que no están bajo su control. Es decir, que las personas asumen que su comportamiento es guiado por sus propias intenciones, en lugar de procesos inconscientes automáticos. De modo que se sobrestima el poder de la mente consciente, a pesar de la evidencia acerca de sus limitaciones. De hecho, la mente inconsciente participa en prácticamente todos los procesos cognitivos, y que su estudio requiere del desarrollo de mediciones indirectas, pues son procesos que no se pueden observar directamente (Bargh, 1990; Chugh, Bazerman & Banaji, 2005). Dentro de este rubro de investigaciones se encuentran las que hacen uso de las técnicas de *priming* (que se describirán a continuación).

Es a partir de dichos métodos, se ha logrado distinguir entre *pensamiento implícito* y *pensamiento explícito*. El pensamiento explícito es aquel del que la persona tomando la decisión es consciente tanto de su desenvolvimiento como de su utilización. Por otra parte, el pensamiento implícito es aquel que pasa desapercibido para la persona, usualmente ocurriendo de forma automática y fuera del control del individuo. Aunque ambas formas de pensamiento influyen en el comportamiento, a menudo se sobreestima el poder de los procesos explícitos, a la vez que se subestiman los efectos de los procesos implícitos -que han demostrado ser más poderosos de lo que se creía (Chugh, Bazerman & Banaji, 2005).

3.1.3.1.5 *El modelo de los Auto-motivos.*

En esta sección se explicarán los supuestos teóricos en los que se apoya el *priming* como técnica para el estudio de la influencia que ejerce el contexto sobre el comportamiento, siendo dicha influencia inconsciente para las personas. Así mismo, se hará revisión de algunos de los hallazgos obtenidos mediante el uso de técnicas de *priming* directamente relacionados con deshonestidad.

Bargh y Chartrand (2010) definieron el priming como “la manera en la que experiencias recientes o en curso pasivamente (sin un acto de voluntad interviniente) crea un estado de preparación interna”(p.3), y señalaron que las técnicas de priming se interesan en la activación temporal de estados representacionales mentales en las personas, y la manera en la que la preparación interna interactúa con información ambiental para producir percepciones, evaluaciones, motivaciones y comportamiento social.

Las técnicas de investigación del priming se enfocan en la forma en que los estados mentales median de forma pasiva y desapercibida efectos del ambiente social sobre los procesos y respuestas psicológicas. La teoría se interesa principalmente en los efectos presentes de los contextos y cómo los mismos afectan el comportamiento, pensamientos y sentimientos de las personas, produciendo respuestas que no surgirían en otras circunstancias.

Debido a que uno de los propósitos de ésta investigación es estudiar el efecto que tienen algunas variables contextuales sobre el comportamiento deshonesto, la posibilidad que ofrece el priming para explorar dicha relación resulta de gran utilidad en comparación con el posible uso de mediciones directas, tales como escalas de actitud o cuestionarios. Ello debido a que -como se explicará a continuación-, las personas no son conscientes de gran parte de los efectos sobre su comportamiento que son provocados por el contexto. En otras palabras, resulta imposible explicar o describir directamente un acontecimiento del que no se es consciente tanto de su inicio, como de su proceso.

Bargh (1990) explicó que hasta cierto punto, tanto el comportamiento social como la cognición se encuentran bajo el control directo del ambiente. Los estímulos presentes en el ambiente social son capaces de activar representaciones almacenadas en la memoria, que a su vez influyen en la forma en la que se interpreta la información y en la forma en la que se

actúa sobre ella, ya sea elaborando y almacenando juicios, o elaborando y ejecutando planes de acción. Los procesos anteriores sobre la información ambiental ocurren sin consciencia y sin intención activa por parte de la persona, por lo que se denominan “preconscientes”.

Un ejemplo del efecto priming puede observarse en los experimentos de Chen, Lee-Chai, y Bargh (2001) en los que se intentó probar que aquellas personas con una orientación relacional *comunal* usarían su poder de modo más responsable y menos egoísta, en comparación con los participantes con una orientación relacional de *intercambio*. En los cuatro experimentos se encontró que al facilitar preconscientemente el concepto de poder en participantes con orientación relacional comunal, estos se comportaban de modo menos egoísta y más generosos con otras personas (al reportar actitudes socialmente más favorables en un cuestionario, así como asignarse a sí mismos la carga más pesada de trabajo que debían realizar junto con otro participante), en comparación con los participantes en el grupo control. Por otra parte, los participantes con orientación relacional de intercambio expresaron actitudes más socialmente reprobables, y se asignaron a sí mismos la carga de trabajo más ligera, dejando a su compañero la carga más pesada en comparación con el grupo control al ser estimulados preconscientemente con el constructo de poder. Así mismo, en los experimentos de Kouchaki, Smith-Crowe, Brief y Sousa (2013) se encontró que los participantes estimulados preconscientemente con evocadores asociados al dinero reportaron una mayor intención de actuar deshonestamente, así como una mayor incidencia en conductas deshonestas. Es importante señalar que los participantes no son conscientes ni de ser estimulados ni de su cambio conductual.

Sin embargo, Bargh (1990) señaló que también existe un límite para la determinación preconsciente del comportamiento social y la cognición social. Dicho límite surge al momento de responder al ambiente mediante juicios, decisiones o comportamientos. De modo que el

límite del procesamiento preconscious de la información ambiental surge debido a que aunque las respuestas sean predominantemente influenciadas por análisis preconscious, la respuesta a dicha información requiere una elección intencional por parte de la persona.

En esta teoría es importante destacar la importancia del *comportamiento dirigido a metas* en la discriminación de la información a la que se atiende, la forma en la que se interpreta, y la forma en la que se actúa en base a ella. Así mismo, dependiendo de la meta de la persona, la información a la que atiende brindará datos sobre el significado que tiene dicha información para ella. De hecho, la meta actual en la que se encuentra ocupada la persona es uno de los factores determinantes del curso de pensamiento, juicio y acción de la misma.

Al respecto, Bargh (1990) criticó los modelos tradicionales, que utilizan explicaciones de “caja negra”, en los que el punto de partida es precisamente la meta que busca satisfacer la persona, sin explicar el origen de dicha meta, asumiéndola como una entidad ya formada, que es regulada por el *control ejecutivo*, que supuestamente se encargaría de elegir la meta actual y de elegir entre la variedad de acciones que se pueden implementar, como si existiera un “pequeño hombre u homúnculo” tomando decisiones en la cabeza de las personas. Ante ello, surgió la propuesta que, si bien no resuelve por completo el problema de la caja negra del control ejecutivo que determina las metas de la persona, permite disminuir el dominio de la caja negra y estudiar algunos de sus mecanismos. La misma señala que el proceso de la determinación de las metas no está a cargo del control ejecutivo, sino que es iniciado por características presentes en el ambiente. Bargh, (1990) denominó su propuesta: *Modelo de auto-motivos* (como abreviación de “activación automática de motivos y metas”).

En el modelo de Auto-Motivos se postula que las respuestas al ambiente (en forma de juicios, decisiones o acciones) son dirigidas a metas. El modelo de auto-motivos señala que

si existe control sobre las respuestas hacia el ambiente social, el mismo debe provenir de una ruta automática con origen en la representación mental de meta o intención particular que generará la respuesta.

Según el modelo, las respuestas al ambiente requieren de una meta y una intención, la única forma posible en la que el ambiente puede ejercer un control directo sobre las respuestas, es a través de la activación de las metas e intenciones por parte del propio ambiente. Las metas e intenciones están representadas en la mente del mismo modo que los esquemas, los constructos sociales y los estereotipos. La probabilidad de activación de las representaciones mentales directamente por parte de información ambiental, depende de la aplicabilidad a la información entrante, así como de su accesibilidad en la memoria. De ese modo, no únicamente se activan las metas e intenciones crónicamente asociadas con la información ambiental, sino que también lo hacen los procedimientos y planes asociados con dichas metas e intenciones. De modo semejante, los procedimientos y planes pueden ser activados por las representaciones mentales sobre las características en el ambiente presentes en situaciones en las que se ha buscado culminar la meta o la intención. Es así, que las metas e intenciones crónicas pueden ser activadas de modo automático ante la activación de representaciones de características relevantes.

De modo que la relación asociativa automática activa el plan estructural de la meta-objetivo cada vez que se encuentran presentes características ambientales de la situación relevante desencadenante. Al activarse dichas metas y planes, son capaces de guiar la cognición social y la interacción de la persona, sin que la misma tenga intención consciencia de la dirección y guía del motivo activado. El mecanismo anterior tiene dos componentes: Primero, ocurre una activación automática y preconsciente de los motivos y metas situacionales debida a la presencia de características en el ambiente con las que han sido

asociadas en el pasado. En segundo lugar, las estructuras de metas activadas guían la cognición social (percepción, juicios y comportamientos) en respuesta a características subsecuentes de la situación, sin que la persona sea consciente de dicha influencia.

3.1.3.2 Ética conductual.

Antes de iniciar con este apartado, se debe recordar que debido a la diferencia en la terminología utilizada entre los países anglosajones y de habla hispana (en este caso, México), se hará uso indistinto de los términos *ética* y *moral*. Recordando que la ética es una fundamentación científica que estudia los sistemas morales (Blauberg, 1991). Mientras que la moral se refiere a las normas, principios y reglas de conducta de los hombres que reflejan la regulación normativa de las relaciones entre personas y con el entorno social (Blauberg, 1991). Sin embargo, en ocasiones los países anglosajones (de donde proviene gran parte de la literatura aquí citada) usan de modo indiscriminado ambos términos.

Como se mencionó anteriormente, la ética conductual se ha especializado en el estudio del comportamiento ético desde una perspectiva empírica y sistemática, haciendo uso de métodos experimentales y observacionales para abordar las decisiones y comportamientos éticos. Es decir, a diferencia de la ética –que estudia cómo una persona debería comportarse idealmente- la ética conductual estudia cómo es que las personas reaccionan ante un dilema moral de forma más realista (Bazerman & Tenbrunsel, 2011).

De modo semejante a lo que ocurre en el contraste entre el *homo economicus* de la ciencia económica con el humano expuesto y generador de sesgos y errores que escapan a su consciencia y razón, la ética conductual critica que usualmente se considera a las personas como agentes racionales que son capaces de detectar dilemas morales cuando se les presenta; de modo que (según tal supuesto) si se deseara mejorar el comportamiento

moral bastaría con resaltar los aspectos morales de las decisiones, lo cual estimularía la iniciativa de las personas para comportarse correctamente al aportar argumentos que descarten o superen los beneficios obtenidos por comportarse inmoralmente.

La visión anterior es incompleta, pues, al asumir que las personas son racionales y deciden una línea de acción tras un análisis costo-beneficio lógico y racional, olvida las respuestas psicológicas innatas que surgen cuando se presenta un dilema moral. Por lo que les hace falta considerar los patrones cognitivos no intencionales pero predecibles que intervienen en las decisiones éticas (Bazerman & Tenbrunsel, 2011).

Por su parte, Chugh, Bazerman y Banaji (2005) desarrollaron una teoría para comprender cómo los procesos psicológicos actúan en contra de decisiones objetivas, y permiten a las personas actuar en contra de tendencias normativas, personales o profesionales cuando se enfrentan a conflictos de intereses. Los autores retomaron las tres tendencias psicológicas observadas en la economía conductual: (1) la noción de racionalidad limitada propuesta por Hebert Simon (1983), (2) los trabajos de Kahneman y Tversky (1979) sobre los sesgos de la racionalidad, y (3) los estudios que han puesto de manifiesto las limitaciones de la mente consciente y la influencia de la mente inconsciente. Dichas tendencias permitieron a los autores mostrar que los conflictos de intereses no se limitan a la deshonestidad explícita, sino que los actos inconscientes poco éticos son más prevalentes.

Chugh et al. (2005) sostuvieron que los límites de la capacidad computacional de la cognición humana son más influyentes y grandes de lo que se pensaba, influyendo en la calidad de las decisiones éticas. Por lo que propusieron extender el concepto de *racionalidad limitada* de Hebert Simon al ámbito de las decisiones éticas, llamando a tal efecto *ética limitada*.

Del mismo modo en que la racionalidad limitada se refiere a los límites en la calidad de las decisiones que toman las personas, la ética limitada se referiría a los límites en la calidad de las decisiones con implicaciones e importancia morales. Uno de los efectos de la ética limitada, es la tendencia a limitar la capacidad de reconocimiento de los dilemas morales, haciendo que las personas se consideren más moralmente competentes de lo que en realidad son. Esta visión de sí mismos limita su capacidad de reconocer conflictos de intereses o dilemas morales cuando se les presentan.

Como se explicó en la sección dedicada a la economía conductual, las limitaciones y los heurísticos del Sistema 1 proporcionan velocidad computacional, aunque sea a costa de decisiones de mayor calidad Sistema 2 (Kahneman, 2014). Por otro lado, las personas están motivadas y sesgadas a mantener una buena autoevaluación y autoestima. De modo que las decisiones éticas incluyen dichas motivaciones, que son a su vez una fuente importante de limitaciones. Esto es debido a que en las decisiones éticas casi siempre existen consecuencias para el self y para los demás, siendo dicho componente social el que hace surgir las motivaciones orientadas hacia el self en la toma de decisiones éticas. La ética limitada es un subconjunto de la racionalidad limitada, en donde el self es privilegiado, y las motivaciones tienen un papel central.

Por otro lado (y recordando el apartado dedicado al priming) la mente inconsciente y la automaticidad también llevan a cabo un rol importante en la toma de decisiones morales. De hecho, son las experiencias sociales, las limitaciones computacionales de racionalidad, y los procesos implícitos son los que guían el comportamiento. De modo que serían las situaciones éticas y sociales las que desencadenan las limitaciones en el pensamiento consciente y sesgan el pensamiento inconsciente (Chugh, et al., 2005). Por lo que, los procesos del self actúan inconscientemente para proteger una visión particular, que es la que

limita la toma de decisiones éticas. Esta visión describe a la persona como moral y competente, por lo que no es considerada proclive a conflictos de intereses, haciendo que los mismos sean ignorados o no reconocidos como problemas.

Lo anterior provoca que la persona sea más proclive a conflictos de intereses si dicha visión sesgada de sí misma persiste, pues en general, las personas ignoran la información que contradice su visión del mundo, mientras que aceptan la información que la confirma (Chabris & Simons, 2011). Incluso la memoria de las personas está sesgada a recordar los eventos relevantes para ellas, mientras que olvida los eventos que no están relacionados con la persona con mayor facilidad. Así mismo, al recordar los eventos, se reconstruyen de modo benéfico para el self de la persona (Chugh et al., 2005).

La ética limitada no actúa de modo impredecible, por el contrario, actúa sistemáticamente favoreciendo inconscientemente visiones particulares del self para tomar decisiones. Aunque el self tiene una gran importancia en la propuesta de Chugh et al. (2005), los autores no cuestionaban la capacidad individual de reconocer conflictos de intereses en un nivel abstracto, o en situaciones en donde los demás estén involucrados, sino en situaciones en donde está involucrado el self.

En la misma línea, explicaron que las personas se consideran a sí mismas más capaces, morales y objetivas que el resto de la población, provocando que haya inconsistencias entre la forma en la que predicen que se comportarán ellos mismos y las demás personas. Dicha visión sesgada los hace más proclives a fallar en notar los conflictos de intereses, pues la persona subestima las diferencias entre su construcción del mundo y las circunstancias reales actuales; a la vez que sobreestima sus capacidades y percepciones acerca de la situación.

Como se trató en el apartado dedicado a la crítica hacia las teorías racionalistas, el fenómeno anterior puede ser entendido mediante la propuesta que hizo Haidt (2001), en donde las limitaciones de la mente consciente ante decisiones morales son explicadas como provocadas por *intuiciones morales* rápidas que anteceden al juicio moral. Dichas intuiciones usualmente son seguidas por razonamientos morales ex post facto en donde nuevamente el self es resaltado y favorecido. De modo que el razonamiento moral ocurriría después del acto. Lo que implicaría que las influencias automáticas a favor del self de la persona actúan antes que las evaluaciones y juicios morales. De modo que la propia visión de las personas como morales resultaría de poca importancia debido a que la moralidad ocurriría después del acto.

Finalmente, Chugh et al. (2005) explicaron que los conflictos de intereses invisibles son más comunes que los conflictos de intereses visibles. Los segundos serían los más obvios y de los que no queda duda entre lo que es correcto y lo que es incorrecto para la persona. Por otro lado, los conflictos de intereses invisibles son difícilmente reconocidos como conflictos. Más bien, usualmente son considerados o se confunden con oportunidades para demostrar lealtad o generosidad hacia el grupo de origen o un grupo importante.

Para Bazerman y Tenbrunsel (2011) el supuesto de la ética limitada permite explicar los procesos que llevan a personas buenas a comportarse de un modo cuestionable y que a menudo va en contra de sus propios estándares éticos y morales. Aclararon que la ética limitada actúa cuando una persona toma una decisión que afecta de forma negativa o daña a otras personas, aunque dicha línea de acción vaya en contra de las actitudes y preferencias y creencias conscientes de la persona.

Por otra parte, las preferencias de las personas afectan la forma en la que perciben los dilemas morales, pero muchas veces no se encuentran conscientes de ello. Así mismo,

Bazerman y Tenbrunsel (2011) señalaron que las personas que se califican como honestas y que aseguran que no harían trampa bajo ninguna circunstancia, hacen trampa si se les da la oportunidad de hacerlo; y una vez hecha la trampa son capaces de mantener un autoconcepto positivo gracias a racionalizaciones que les permiten justificar sus acciones. A dicho fenómeno se le conoce como *consciencia limitada*, y permite explicar la incongruencia entre lo que las personas creen ser y cómo son en realidad.

La consciencia limitada se refiere a la tendencia a excluir información relevante para las decisiones sustituyéndola por lazos arbitrarios y disfuncionales alrededor de la definición del problema. Principalmente se considera el contexto en el que se enmarca el dilema moral, pues afecta la consciencia que tiene la persona de sus actos de modos que le pasan desapercibidos; por lo que en un contexto en el que se favorece la competitividad y la maximización de las ganancias es fácil para las personas ignorar las implicaciones morales que sus actos podrían involucrar.

Otro efecto que influye en el comportamiento moral es la llamada *disolución ética* que es un proceso mediante el cual las dimensiones éticas son eliminadas de la decisión a tomar (Tenbrunsel & Messik, 2004) Dicho proceso es facilitado por situaciones presentes en el contexto (a diferencia del efecto de la ética limitada que se da por procesos psicológicos internos), e incluye recompensas, metas, presiones y acuerdos.

En general, existen una serie de limitaciones y sesgos internos y externos de las que las personas no son conscientes, haciendo que las personas se consideren ser mejores y más capaces moralmente de lo que en realidad son. Resultando en una inclusive mayor propensión a actuar deshonestamente sin si quiera ser conscientes de ello o de estar frente a un dilema moral. Es muy importante ser capaces de clasificar los dilemas como pertenecientes al rubro de la ética, pues si no son reconocidos como tales se fallará en

analizar la decisión, y por consiguiente se incidirá en comportamientos no anticipados y poco éticos.

Así mismo, es mediante las teorías y hallazgos de la economía conductual y la ética conductual que fue posible recalcar la presencia de los autoengaños presentes durante una acción deshonestas, pues, como se explicó anteriormente: aunque el engaño hacia los demás es una forma adaptativa para sobrevivir, el autoengaño (o engaño intrapsíquico) es la forma definitiva de engaño. Ejemplos de ello es que aunque las personas no detectan la presencia de los dilemas morales (y por lo tanto actúan deshonestamente sin darse cuenta) continúan considerándose moralmente aptos. Así mismo, el autoengaño provoca que las personas puedan actuar de forma deshonestas y no sentirse mal por ello.

3.2 Dinero y Motivación

Según Galimberti (2006), la motivación es el factor dinámico del comportamiento que activa y dirige a un organismo hacia una meta, que puede ser consciente o inconsciente, transitoria o permanente, fisiológica (primaria) o personal-social (secundaria). Aunque existe una gran variedad de teorías que abordan la motivación, estos pueden resumirse a los conceptos de *homeostasis* y de *equilibrio*. Según esta postura, la motivación que desencadena una conducta puede buscar el establecimiento o restablecimiento de un equilibrio (proceso homeostático), o por el contrario, buscar el rompimiento del equilibrio que ya existía (proceso antihomeostático).

Las motivaciones homeostáticas abarcan los motivos fisiológicos y se busca mitigar una *necesidad*, mientras que las motivaciones antihomeostáticas existe una *necesidad de estimulación* que provoca una tendencia a la ruptura del equilibrio preexistente. A diferencia de las motivaciones homeostáticas (asociadas directamente a funciones fisiológicas), las

antihomeostáticas usualmente se dirigen hacia la satisfacción de necesidades que no tienen repercusiones biológicas en el organismo, sino en objetos externos (e.g. atesoramiento, orden, éxito, exhibición, adquisición, etc.).

Al respecto, es importante señalar que una *necesidad* es un estado tensional debido a la falta de algo que responde a exigencias fisiológicas o a exigencias superfluas transformadas por costumbre en necesarias. Se percibe como un estímulo que impulsa al individuo hacia la meta que satisfaga y elimine la tensión producida por la sensación de insatisfacción que acompaña al estímulo mismo (Galimberti, 2006).

Según Galimberti (2006), es usual que en la psicología experimental la motivación se explique siguiendo el modelo homeostático de la reducción de la necesidad, a partir de la cuál surgieron dos interpretaciones: a) la teoría necesidad-pulsión-incentivo, y b) la teoría de la atracción-repulsión. La primera de ellas postula que la necesidad es considerada una privación que debe ser satisfecha, o un dolor que debe ser evitada. Ello determina el estado activo del comportamiento, llamado *pulsión*, que se caracteriza por tensión y por energía dirigida hacia la consecución de una meta. Si dicho impulso logra conseguir la meta impuesta que satisface la necesidad o aminora el dolor, se le considera un *incentivo positivo*, que culmina así con el comportamiento motivado. Dicho incentivo también puede intensificar la tensión, encausarla o regularla.

Por otra parte, la teoría de la atracción-repulsión postula que la motivación se adquiere según procesos de aprendizaje, por lo que un individuo se acerca o se aleja de un determinado motivo según el gradiente de placer o displacer, en el que el placer se determina según el incremento moderado en la intensidad del estímulo y el displacer con un incremento exagerado. Del mismo modo, las motivaciones se adquieren según las experiencias realizadas que han permitido asociar indicios de placer a estados emotivos

placenteros. Por lo que la motivación se activa ya sea por un acercamiento con una expectativa de placer, o por un alejamiento con una expectativa de displacer.

Además, es usual distinguir entre la *disposición motivacional* y el *motivo activante*. Que permiten identificar a los individuos que frente a un mismo motivo activante se esfuerzan y empeñan más por conseguirlo (muestran una mayor disposición motivacional).

Antes de explorar la evidencia que postula que el dinero es un motivante para la mayoría de las personas, resulta determinante explicar qué es el dinero y cuál ha sido su papel a lo largo de la historia. De hecho, el dinero es el “hijo del comercio” (Guzmán, 2000), y ha estado presente universalmente en todas las civilizaciones, con expresiones y formas muy variadas (i.e. cabras, sal, rocas, conchas, hasta llegar a las monedas en metal), y aunque su uso fundamental es el de ser un medio de intercambio, que ha mutado para abarcar concepciones y significados más elaborados que exceden su principal función como divisa (Lea & Webley, 2006). De modo que ha adquirido connotaciones muy asociadas al poder y al éxito. De hecho, Guzmán (2000) señaló que desde que las monedas primitivas comenzaron a circular, estas ya eran una expresión del poder de aquellos que las acuñaban, eligiendo para ellos motivos políticamente elegidos para enaltecer la ideología de quien ostentaba el poder. Es por ello que los temas acuñados en las monedas siempre han sido dioses, celebraciones, lugares con significado político, leyendas, autoridades o el rostro del gobernante en cuestión. Ello permitía también la identificación e integración entre pobladores con las concepciones del gobernante o del país.

Por su aspecto universal y por las definiciones anteriores, cabría preguntarse si el dinero realmente es percibido como un motivante y cómo es que el dinero adquiere facultades para motivar a la gente a conseguirlo. Según las definiciones anteriores, el dinero adquiriría propiedades como motivador al ser asociado con recompensas placenteras,

mientras que su carencia sería asociada con consecuencias negativas o dolorosas. Es decir, que al tener dinero las personas se sienten bien, y al perderlo o no tenerlo sienten miedo y/o dolor (sin embargo, como se explicará posteriormente, dicha perspectiva resultaría insuficiente si se toma en cuenta la gran variabilidad de circunstancias y contextos de los individuos, además de los distintos significados que cada quien asocia a este). Esta perspectiva tiene sustento también a nivel neurobiológico, pues al menos tres áreas del cerebro se involucran en las decisiones monetarias: la amígdala, el hipocampo y los lóbulos frontales (particularmente la corteza prefrontal, la corteza cingulada anterior y el área dorsolateral de la corteza prefrontal). También la dopamina juega un papel importante como neurotransmisor en la motivación para buscar el placer y evitar el dolor (Tancredi, 2005).

La amígdala inspecciona el contexto en busca de peligros o estímulos atractivos. Una vez realizado lo anterior, proporciona significado emocional a los estímulos y envía señales a la mente para actuar en base a las emociones. La amígdala genera emociones como el miedo y enojo y está muy relacionada con la reacción a miedos condicionados por la exposición a estímulos y situaciones productoras de miedo. Ante situaciones de este tipo la amígdala induce la secreción de adrenalina, que intensifica la sensación de pánico y facilita que dicho evento sea retenido en la memoria. Además de funcionar como almacén de información referente a la situación productora de miedo, también facilita la misma respuesta ante situaciones semejantes.

La amígdala reacciona ante las ganancias y las pérdidas, de las cuales las pérdidas económicas son particularmente amenazantes, produciendo que la amígdala se active y genere respuestas asociadas con el miedo, la aprensión y la ansiedad que a su vez activan al hipotálamo, que inicia una serie de reacciones parasimpáticas (incremento del ritmo cardíaco, producción de sudor y aceleración de la respiración). Del mismo modo, la simple

expectativa de sufrir alguna pérdida puede estimular la respuesta de la amígdala. Por su parte, el sistema de dopamina se involucra en los comportamientos motivados como recordar, aprender, y el procesamiento cognitivo y emocional de comportamientos dirigidos a recompensas. Otro ejemplo, del involucramiento del sistema nervioso en el comportamiento económico es el efecto que tiene la dopamina: para el cerebro las recompensas inesperadas son más placenteras, de modo que ante ellas se segrega una mayor cantidad de dopamina, que provoca excitación, euforia, y el deseo de asumir mayores riesgos. El dinero también actúa como una recompensa capaz de desatar el efecto de la dopamina, que puede llegar a producir efectos similares a los de la cocaína (Tancredi, 2005).

En línea con lo anterior, Lea y Webley (2006) postularon una teoría biológica combinada en la que el dinero puede actuar como una herramienta en algunas ocasiones y como una droga en otras, y que es así como adquiere cualidades como motivador a pesar de no estar ligado directamente a necesidades o metas evolutivamente condicionadas. En el caso de la metáfora de la herramienta, aunque el dinero no es una meta importante evolutivamente para la humanidad (i.e. alimentación o refugio), sí permite ser un medio para obtener dichas metas que sí han sido motivaciones relevantes a lo largo de la historia de la humanidad. De modo que el dinero sería un motivador indirecto que sirve como herramienta para alcanzar un motivador central y primordial. En el caso de la metáfora del dinero como droga, se parte del supuesto de que las drogas psicotrópicas son sustancias que intervienen en el funcionamiento normal del sistema nervioso (usualmente sobre activándolo) a través de la imitación de alguna sustancia corporal de presencia normal. Del mismo modo, el dinero podría interferir en el funcionamiento normal del sistema nervioso a través del procesamiento cognitivo.

Aunque las evidencias anteriores aportan una gran cantidad de información sobre el funcionamiento general de la adquisición y función motivante del dinero, no dan cuenta de los aspectos más específicos inter o intra culturales, ni entre individuos. De hecho, aunque el dinero es un invento de aparición y uso universal, los significados que tiene cada grupo cultural es diferente y mutable con el paso del tiempo (Guzmán, 2000). Es por ello que resulta importante estudiar tanto las generalidades compartidas entre culturas, así como las diferencias intrínsecas de las mismas.

Una de las líneas de investigación que se ha enfocado en resolver dichas interrogantes es la psicometría, por medio de la elaboración de instrumentos que permitan medir las actitudes que tienen las personas al respecto del dinero. Por ejemplo, Luna Arocas y Tang (1998) crearon y analizaron las propiedades métricas de la escala ética del dinero (M.E.S.) y de la escala de actitudes hacia el dinero (E.A.D.-6), encontrando que con la muestra de profesores universitarios que estudiaron surgieron factores que destacaban el dinero como un símbolo de éxito profesional y personal, así como una posible solución a los problemas. El dinero estaba asociado con el poder, en el sentido de incrementar la capacidad para manipulación y el prestigio de quien lo ostenta. También permeó una visión negativa del dinero, en la que se le considera un agente corruptor de la humanidad. Así mismo, surgieron factores que distinguían entre el aspecto social del dinero (refiriéndose al poder social que el dinero permite adquirir) y el personal (particularmente haciendo énfasis en el deseo del individuo de enriquecerse para poder tener así una mejor vida), así como los que demostraban al dinero como un elemento central para alcanzar la satisfacción subjetiva y la felicidad.

Lo anterior fue confirmado en un estudio realizado por Santa María y Gómez (2005) en el que se evaluaron las actitudes hacia el dinero que tenían jóvenes universitarios de entre

18 y 23 años. Ello, siguiendo el modelo actitudinal ABC (Affect, Behavior and Cognition). Principalmente, dicho estudio pretendió distinguir las actitudes hacia el dinero entre distintos niveles socioeconómicos (seleccionando muestras de una universidad ubicada en un barrio pobre y otra muestra proveniente de una universidad ubicada en un barrio rico), establecer diferencias entre géneros, así como entre rangos de edad, por medio de la aplicación de la *escala ética del dinero* de Lunas Arocas y Tang (citados en Santa Maria & Gómez, 2005). Encontraron que, en el componente afectivo, en la universidad pobre se percibió el dinero como una parte fundamental de la felicidad. Esto, presumiblemente debido a que la carencia del dinero hace que los universitarios de esa universidad asuman que cuando tengan dinero serán felices. Circunstancia que no ocurre en los universitarios de la universidad rica que, al ya tener dinero, se enfocan en su uso y no en su obtención.

A su vez, en el componente conductual de la actitud, se registró que aunque en ambas universidades los estudiantes reportaban sentirse motivados hacia el dinero, era en la universidad pobre en la que se manejaba y controlaba mejor el presupuesto. Precisamente, ello podría deberse que dichos estudiantes consideraran el dinero como un recurso escaso, que debe ser manejado con mayor precaución y responsabilidad, en contraste con los estudiantes provenientes de un contexto más pudiente.

En el componente cognitivo, tanto hombres como mujeres consideraron que el dinero debía ser administrado equitativamente y que el mismo es perjudicial. A la vez, los hombres asociaron con mayor frecuencia el dinero con el poder de manipular a los demás. La diferencia radicó en que los estudiantes de la universidad pobre consideraban el dinero como parte del éxito, mientras que los estudiantes de la universidad rica no lo consideraban como tal.

Resulta importante destacar que en el estudio el dinero también obtuvo una fuerte carga actitudinal negativa, es decir, que se le consideró como un evocador de rasgos y estados nefastos como la corrupción. Ello, sin dejar de considerarlo como un fuerte motivador asociado al éxito. Para Santa María & Gómez (2005) dicha tendencia se mostró acentuada en los participantes masculinos en contraste con los femeninos, presumiblemente porque el rol social del hombre como proveedor lo obliga a considerar su valía personal como un resultado de la cantidad de dinero que logra generar. De modo que surge ese paradójico deseo y simultáneo desprecio por el dinero, que provoca que el dinero sea vivido por los hombres como algo útil y necesario (para resolver problemas, pero también para enaltecer su estatus social), pero que a la vez implica un gran sacrificio por conseguir. Los autores señalaron que dicha tendencia no se observó en las mujeres, probablemente debido a que el valor de su rol social no radica en la cantidad de dinero que generan, sino en la presencia de rasgos y conductas asociados a la maternidad. Aunque, también se observó que las mujeres también asocian el dinero con el poder y lo consideran un fuerte motivador, sin embargo, no le otorgan tanta importancia como lo hacen los hombres. Finalmente, tanto hombres como mujeres se mostraron de acuerdo con que el dinero está asociado con comportamientos corruptos y antimorales, pudiendo ser un desencadenante de actos negativos.

El dinero es considerado una parte de la felicidad y actúa como un motivador que permite a las personas comprar cosas para cubrir sus necesidades vitales, mejorar su calidad de vida y también actúa como un diferenciador social y de pertenencia de grupo; asociándose fuertemente con sentimientos de éxito personal y satisfacción. Cuadra y Florenzano (2003) explicaron que, aunque se asume que la felicidad de las personas aumenta conforme aumentan sus ingresos, la relación en la actualidad es débil. A pesar de

ello, señalaron que al preguntar a estudiantes qué mejoraría su calidad de vida, la respuesta más frecuente fue “más dinero”.

Así mismo, según Cuadra y Florenzano (2003), una vez satisfechas las necesidades básicas de las personas, estos se adaptan al nivel económico que poseen, y una vez ocurrido esto, se adaptan a su nivel económico nuevo, por lo que su felicidad ya no depende de este. También encontraron que la pérdida de estatus económico produce un nivel de infelicidad más duradero, por lo que concluyeron que el dinero resulta de importancia según su capacidad para ser usado como un medio para alcanzar metas, pero que ello no lo vuelve un predictor confiable de la felicidad. De hecho, pareciera ser que la cantidad de dinero ganado únicamente se asocia con la felicidad cuando la persona se siente satisfecha con su nivel de ingresos. Esto confirma los hallazgos de Santa Maria & Gómez (2005) en los que, paradójicamente, el dinero era asociado con el éxito y el poder, a la vez que a aspectos negativos.

Por su parte, Descouvieres et al. (1997) compararon las representaciones sociales con respecto al dinero que tenían personas ahorradoras en comparación con aquellos mantenidos por personas endeudadas. Encontrando que los ahorradores veían el dinero como un medio de subsistencia al que había que administrar con cuidado; mantenían una visión pesimista acerca del futuro (por lo que había que prepararse inteligentemente ahorrando o invirtiendo su dinero); mostraban una mayor tendencia a autoregularse, a aplazar la gratificación y a tomar decisiones racionales y planificadas, mostrando así una mayor predisposición a confiar en el control interno más que en el externo; Así mismo, el dinero era visto como una fuente de ansiedad relativa y era percibido como un antivalor. Por su parte, las personas endeudadas mostraban una visión del dinero ligada al disfrute y a la satisfacción de placeres inmediatos de forma impulsiva; tienen expectativas favorables hacia

el futuro, de modo que no consideran importante preocuparse por el dinero en el presente, ello los hace proclives a sentirse con poco control interno y confiar más en el control externo de las circunstancias; sin embargo, también ven el dinero como una fuente de ansiedad, precisamente porque no tienen control de él, pero a diferencia de los ahorradores, los deudores solamente aplazan o evitan los temas referentes a la administración del dinero.

Estas diferencias entre concepciones y significados psicológicos resultan de gran interés para poder establecer cuál es el efecto que tiene el dinero sobre las personas. Sin embargo, aunque las mismas resultan muy variables, también muestran semejanzas importantes, como la noción generalizada de que el dinero es un componente útil para resolver problemas, aspecto que lo vuelve deseable y por lo tanto un motivador importante.

Capítulo 4. Antecedentes directos: La teoría del mantenimiento del autoconcepto y el priming con dinero

En este capítulo se abordarán directamente las teorías y evidencia empírica que sustentan el presente proyecto, y que dan pie a la postulación del modelo teórico propio que fue puesto a prueba.

Particularmente se profundizará en la explicación de la Teoría del mantenimiento del autoconcepto (TMA) propuesta por Mazar, Amir y Ariely (2008). A grandes rasgos, esta teoría postula que las personas valoran el sentirse honestas y bien consigo mismas, y que existen una serie de mecanismos cognoscitivos internos que las ayudan a mantener una visión favorable de sí mismas a pesar de haber actuado en contra de sus estándares morales. Estos mecanismos son los responsables de justificar, racionalizar o de incluso no detectar pequeños actos de deshonestidad, de modo que al reducirlos o minimizarlos, permiten a la persona seguir sintiéndose como una persona buena y honesta. Es a éste rango de deshonestidad aceptable para el autoconcepto el que interesa a la TMA, pues se ha encontrado que diversos estímulos y situaciones son capaces de aumentar o disminuir el rango de deshonestidad que es factible hacer sin dañar el autoconcepto.

Es en este punto en el que entra el juego la literatura respecto al priming, que estudia cómo es que el contexto afecta el comportamiento del individuo de modo pre-consciente. Particularmente, el estímulo de interés para la actual propuesta es el dinero en efectivo, que funge como variable independiente principal a lo largo del proyecto, y que se ha asociado con la generación de un estado de *autosuficiencia* (en el que las personas se sienten más independientes y capaces, eligiendo conductas que pueden llevar a cabo ellos solos y sin ayuda de los demás; Vohs, Mead & Goode, 2006; Vohs, Mead & Goode, 2008).

Así mismo, como se explicará en este apartado, una de las variables que intervienen en la incursión (y posterior racionalización) de un acto deshonesto es la *motivación* (Mazar, Amir & Ariely, 2008), es por ello que se optó por trabajar con una muestra que presumiblemente se encontraba en una situación económica objetiva y subjetiva que propiciara una mayor disposición a actuar deshonestamente. Esta fungió como una variable de agrupación. De modo que, en resumen la actual propuesta estudió mediante experimentos si la autosuficiencia inducida mediante dinero en efectivo es un estímulo contextual capaz de modificar (presumiblemente aumentando) el nivel de deshonestidad de los participantes en situación objetiva y subjetiva de motivación, y si además de haber actuado deshonestamente el autoconcepto de los jóvenes se mantenía positivo.

4.1 La teoría del mantenimiento del autoconcepto

Esta teoría postula que las personas generalmente se enfrentan a un dilema en el que se enfrentan dos motivaciones poderosas. Por un lado buscan incrementar sus ganancias beneficiándose del hecho de actuar deshonestamente, pero por el otro lado buscan mantener un autoconcepto positivo en el que se pueden ver como individuos honestos y buenos (Aronson, 1969; Mazar et al., 2008; Tesser, 1985; Tesser 2012). En un primer momento pareciera ser que se trata de una elección en la que la persona únicamente puede apegarse a una u otra opción, es decir que: o se es deshonesto porque se aumentaron las ganancias mediante alguna farsa o trampa, o se es honesto porque no se cometieron dichos actos (a pesar de que las ganancias no se incrementaron tanto como si se hubiera actuado deshonestamente).

Sin embargo, Mazar et al. (2008) propusieron que ante tal dilema, las personas lo resuelven adaptativamente mediante el balanceo de las dos motivaciones, de modo que

pueden beneficiarse económicamente de actuar deshonestamente a la vez que mantienen un autoconcepto positivo. Lo anterior es logrado haciendo trampa únicamente hasta cierto punto, en el que el comportamiento aún no es catalogado como suficientemente deshonesto para ser tomado en cuenta y considerado como algo malo o reprobable, por lo que no resulta necesario actualizar el autoconcepto negativamente, y así la persona puede seguir manteniendo una imagen positiva de sí misma.

Tal efecto se logra por la influencia de tres procesos: la *categorización*, la *motivación* y la *atención dedicada a los estándares morales propios*. Dichos mecanismos permiten que las personas sean conscientes de sus actos, pero sin llegar al punto en el que se vean obligados a confrontarse con su significado e implicación moral.

Categorización.

Este es el mecanismo que permite que para algunos tipos de acciones deshonestas, con distintas magnitudes, las personas sean capaces de re-categorizarlas para que sean más aceptables para sí mismos, manteniendo así un autoconcepto positivo mediante el uso de racionalizaciones que les permiten justificar la incursión en dichos actos.

La categorización posee dos aspectos basados en componentes provenientes del exterior: *maleabilidad* y *límite*. La primera se refiere a la posibilidad que tiene un evento de ser reinterpretado por la persona en un modo que le sea benéfico. Dicha característica es a menudo delimitada por el contexto.

Un ejemplo de lo anterior podría ser el hecho de que un individuo realice llamadas personales de larga duración cotidianamente mediante el teléfono del lugar en el que labora. El empleado podría justificar el acto como estar haciendo uso justo de un servicio proporcionado por la empresa, o declarándose a sí mismo que “todos los demás empleados lo hacen”. Continuando con el ejemplo, sería muy difícil justificar el robar la computadora de

un compañero (la maleabilidad para justificar la situación es muy reducida). A mayor maleabilidad del evento que está siendo categorizado, mayor será la facilidad para actuar deshonestamente sin impactar de forma negativa el autoconcepto de la persona.

El segundo componente de la categorización es el *límite* que tiene la maleabilidad para interpretar de manera positiva un acto deshonesto. Una vez alcanzado dicho límite la persona ya no es capaz de evadir las implicaciones morales de sus acciones, por lo que se vería obligado a actualizar su autoconcepto negativamente. En el ejemplo anterior, hacer llamadas con el teléfono del trabajo tiene un límite muy difuso y el individuo puede justificar su acto de diversas maneras para salvaguardar su autoconcepto, a diferencia del robo de la computadora, en el que la persona sabe que lo que está haciendo va en contra del estándar moral (aunque aun así hay personas que logran expandir el límite incluso ante acciones graves).

En los experimentos llevados a cabo por Mazar et al. (2008), una vez que se le había dado la oportunidad de hacer trampa al grupo experimental (y se habían comportado deshonestamente), se les daba una serie de preguntas en las que debían autoevaluarse en términos de honestidad. Encontrando que a pesar de haber actuado deshonestamente se evaluaban favorablemente y continuaban considerándose personas honestas en general. Los autores consideran este efecto como evidencia de la presencia del proceso de categorización, que provocó que los participantes no consideraran su comportamiento deshonesto como lo suficientemente grande como para autoactualizar negativamente su autoconcepto.

Motivación.

En una revisión a su trabajo, Mazar, Amir, y Ariely (2008b), los autores destacaron que la motivación es un factor importante a considerar en el estudio del comportamiento

deshonesto. Las fuentes de la motivación son dos: (1) la competencia por recursos escasos y (2) el deseo de evitar pérdidas.

La motivación puede influir en el comportamiento deshonesto de dos formas: (1) La motivación para salir de algún problema, puede incrementar la tendencia de la categorización sesgada a favor del self, incrementando así el nivel aceptable de deshonestidad para mantener favorable el autoconcepto. (2) También puede tener un efecto directo sobre la deshonestidad a través de la toma de decisiones racional postulada por la teoría económica estándar (Becker, 1974). Es decir, que puede llevar al punto en el que los costos y beneficios externos percibidos superen cualquier consideración acerca de mantener un autoconcepto favorable. En este punto, las personas podrían incurrir en actos deshonestos de forma deliberada.

En los experimentos realizados por Sharma, Mazar, Alter y Ariely (2013) se hizo pensar al grupo control en situaciones en las que se hayan sentido carentes financieramente antes de darles una tarea en la que podían aumentar sus ganancias haciendo trampa. Encontraron que los participantes a los que se les indujo a pensar en situaciones de carencia financiera hicieron más trampa y se mostraron más tolerantes hacia actos de deshonestidad cometidos por otras personas en comparación con el grupo control. De modo que al evocar la carencia financiera la motivación aumentó y desencadenó el aumento de la conducta deshonesto.

Atención a estándares morales.

A diferencia de las características descritas anteriormente, que dependían de estimulación y actos externos, Mazar et al. (2008) señalaron que la atención a los propios estándares morales se basa en procesos internos de autoobservación y autoconsciencia. De modo que cuando una persona pone atención a sus propios estándares morales, tiene presente en un

mayor grado sus delimitaciones de lo que es correcto o incorrecto, por lo que los actos deshonestos son más propensos a influenciar al autoconcepto de forma aversiva si son llevado a cabo.

De modo semejante, cuando la persona no está atenta a sus estándares morales, sus acciones no son criticadas o juzgadas rigurosamente, por lo que es más probable que el autoconcepto no se actualice si se lleva a cabo un acto deshonesto que se aleje de los límites morales de la persona, De modo que entre más sea la atención que preste una persona a sus estándares morales, la persona tendrá que afrontar el significado de sus acciones más efectivamente, y por lo tanto actuar más honestamente. De modo que entre mayor atención a los estándares morales haya disminuye el rango de magnitud para cometer actos deshonestos necesario para evitar actualizar el autoconcepto, o disminuye el nivel permitido de deshonestidad que influenciaría al autoconcepto.

En una de las situaciones experimentales descritas en su trabajo, a uno de los grupos experimentales se le pidió que evocara los diez mandamientos (que fungió como un recordatorio moral) antes de darle la oportunidad de incrementar sus ganancias monetarias haciendo trampa. Los resultados mostraron que, a diferencia del segundo grupo experimental (en el que se pidió que evocaran 10 libros que hubieran leído) y el grupo control, el grupo al que se pidió evocar os 10 mandamientos no hicieron trampa en absoluto, mientras que las otras dos condiciones mostraron magnitudes de trampa iguales. Los autores interpretaron este efecto diciendo que pareciera ser que si justamente antes de estar ante la tentación de hacer trampa se presenta un evocador que haga recordar a las personas acerca de sus propios estándares morales, esta autoobservación provocada inhibe el comportamiento deshonesto.

Categorización y atención a estándares morales

Mazar et al. (2008) especificaron que la categorización depende en estímulos y acciones provenientes y llevadas a cabo en el exterior, mientras que la atención a estándares morales se basa en procesos de atención interna. De modo que el primero está centrado en acontecimientos contextuales externos a la persona, mientras que el segundo se basa en acontecimientos internos de la persona. Sin embargo, ambos comparten la semejanza de basarse en la atención, ser sensibles a manipulación, y están relacionados a las dinámicas de límites aceptados de comportamiento. Los autores concluyeron que aunque en su teoría hacen uso separado de ambas variables, en la vida cotidiana es difícil distinguir hasta dónde actúan son los aspectos internos o externos antes descritos como determinantes del acto deshonesto.

4.1.1 Hipótesis de la teoría y uso en este proyecto.

La teoría del mantenimiento del autoconcepto sostiene las siguientes tres hipótesis:

- 1) La deshonestidad aumenta conforme la atención de estándares morales para honestidad disminuye.
- 2) La deshonestidad aumenta conforme aumentan la categorización, la motivación y la maleabilidad.
- 3) Dada la oportunidad de ser deshonestos, las personas son deshonestas hasta cierto nivel que no los obliga a actualizar su autoconcepto

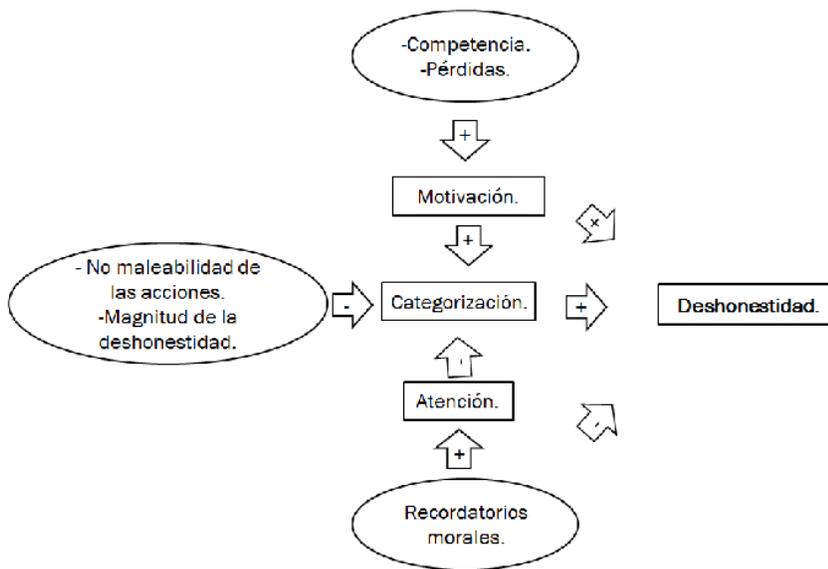


Figura. 1. Versión extendida de la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar, et al., 2008b).

El paradigma experimental básico utilizado por Mazar et al. (2008) se basa en crear una situación en la que se le da a los participantes la oportunidad de hacer trampa, se registra la presencia y magnitud de la trampa, y finalmente se observa cómo los participantes se evalúan a sí mismos en términos de ser honestos. Esta secuencia permite la introducción de diversas variables independientes antes de proporcionar a los participantes la oportunidad de hacer trampa, permitiendo determinar el efecto sobre los puntajes finales de deshonestidad. Además, por la naturaleza del modelo es factible estudiar secciones del mismo, por ejemplo, se puede estudiar de igual modo el efecto de un estímulo que busque impactar exclusivamente sobre la atención dedicada a los estándares morales o estímulos que afecten los procesos de motivación y/o categorización de forma independiente. En el caso este proyecto, se hizo de lado el mecanismo de la atención a los estándares morales y se optó por intervenir sobre el mecanismo de la motivación principalmente.

4.2 La deshonestidad y la autosuficiencia inducida mediante priming con dinero

Como se mencionó en el apartado dedicado al priming, este estudia cómo es que los estímulos contextuales afectan el comportamiento de las personas sin que sean conscientes de estar siendo estimulados ni del cambio conductual provocado por la estimulación (Bargh, 1990), y que a esta forma de procesamiento se le denomina *pre-consciente* debido a que no alcanza a ser percibida por la consciencia de las personas. En este apartado se mencionará la evidencia asociada a los efectos sobre la deshonestidad que tienen los recordatorios sobre dinero así como el dinero físico sobre las personas cuando se utilizan métodos de priming.

Vohs et al. (2006; 2008) sugirieron que la exposición al dinero activa una orientación de *autosuficiencia* en las personas, que es un estado interno que hace énfasis en los comportamientos elegidos personalmente, y logrados sin involucrar a otras personas, surge acompañada de una orientación de *asignación de precios del mercado* (Fiske, 1991). La relación entre dinero e inmoralidad podría darse porque la asignación de precios de mercado es la base del análisis costo-beneficio que una persona lleva a cabo al considerar cuáles serán sus consecuencias si lleva a cabo una acción determinada. El dinero, es la forma más común de asignación de precios del mercado, y con el tiempo, la exposición a dinero activa automáticamente esa orientación. Según Fiske (1991), la asignación de precios del mercado es uno de los cuatro modelos mentales básicos utilizados por las personas para coordinar sus interacciones sociales en donde las relaciones con otros se basan en la proporcionalidad. De modo que en este tipo de relaciones, las personas se vuelven atentas a proporciones, tasas e intercambios.

Vohs et al. (2006) teorizaron que el dinero estaba asociado al énfasis en los inputs y outputs personales, que es susceptible a traducirse en comportamientos con énfasis en el desempeño personal. Supusieron lo anterior porque las personas utilizan el dinero para

proveerse de bienes y servicios para solventar necesidades personales. De modo semejante, el dinero es utilizado como recompensa por llevar a cabo tareas de modo exitoso, de modo que el dinero es visto como una consecuencia del esfuerzo personal en el cumplimiento de encomiendas. Por lo que el recordar a las personas el concepto de dinero produciría un incremento en el esfuerzo individual para mejorar su desempeño.

De hecho, el recordatorio de dinero hace a las personas menos sensibles a las necesidades de los demás. Debido a que el dinero produce una orientación hacia la fijación de precios del mercado, Vohs et al. (2006) anticiparon que las personas en dicho estado tendrán dificultades para relacionarse con otras personas. Los resultados de sus estudios mostraron que incluso pequeños recordatorios de dinero produjeron cambios importantes en el comportamiento. En comparación con las condiciones control, los participantes en las condiciones experimentales en las que se les recordó y activó el concepto de dinero se comportaron de modos tanto deseables (incrementando su persistencia ante tareas difíciles, y asignándose a sí mismos una mayor cantidad de trabajo) como indeseables (no pedían ni proporcionaban ayuda, y pusieron mayor distancia física entre sí mismos y otras personas).

La evidencia de la presencia del efecto de autosuficiencia inducida con priming mediante dinero ha motivado una gran serie de estudios al respecto (más de 100 experimentos en Norte América, Asia y Europa según Vohs, 2015). Por ejemplo, en su estudio clásico y pionero, Vohs, Mead y Goode (2006) encontraron que los participantes a los que se les facilitó la representación mental de dinero mediante técnicas de priming, eligieron tareas individuales en lugar de tareas grupales; solicitaron menos ayuda y proporcionaron menos ayuda; donaron menos dinero; y pusieron mayor distancia física entre ellos y otras personas en comparación el grupo control.

De modo semejante, Gino y Mogilner (2014) encontraron que los participantes a los que se les facilitó el concepto de dinero de modo inconsciente hicieron más trampa, declarando más aciertos ante la oportunidad de actuar deshonestamente, incrementando así su pago en contraste con el grupo control.

En otro estudio, se abordó la relación existente entre recordatorios de dinero, rechazo interpersonal, y dolor físico. Así como la experiencia subjetiva que tienen las personas respecto del dinero. Zhou, Vohs, y Baumeister (2009) explicaron que las personas tienen una gran necesidad de pertenencia debido a que la vida en interdependencia con otras personas permite obtener los recursos necesarios para sobrevivir. Destacaron que el dinero es un recurso social con el que las personas pueden manipular el sistema social para obtener lo que quieren sin importar si son aceptados y apreciados por los otros miembros de la sociedad. Además de estar asociado a la autosuficiencia, el dinero también está asociado con una sensación de poder para manipular el sistema social para beneficio personal.

Los resultados de los experimentos mostraron que el mero pensamiento de dinero interactuó con la adversidad social y física, alterando la experiencia subjetiva de los participantes. Se encontró que el incremento en dolor social y físico aumentó el deseo de tener dinero. También se encontró que al contar dinero en efectivo se redujo el dolor producido por la exclusión social, así como el dolor físico producido por estimulación externa. Además, se el recordatorio de haber gastado dinero hizo a los participantes más propensos a sentir ansiedad ante el dolor social y el dolor físico. Lo anterior ocurrió presumiblemente debido a que los recursos son más valorados en tiempos de adversidad y carencia debido a que permiten hacer frente a las dificultades, por lo que tener recursos reduce el dolor y el sufrimiento, mientras que perder recursos aumenta los sentimientos de vulnerabilidad y sufrimiento.

Finalmente, Kouchaki, Smith-Crowe, Brief y Sousa (2013) estudiaron si la mera exposición al dinero mediante técnicas de priming podía generar comportamientos deshonestos. Encontraron que la exposición a dinero incrementó la intención a comportarse deshonestamente de los participantes en el grupo experimental. Así mismo, encontraron que los participantes estimulados con dinero adoptaron un *marco de toma de decisiones de negocios* (consistente en la objetivación de las relaciones sociales mediante un análisis de costos y beneficios en donde se persigue y antepone el beneficio propio sobre los intereses de los demás, llevando a un oscurecimiento de la moralidad), que actuó como mediador para llevar a un incremento en la intención de comportarse deshonestamente, así como en un aumento observable del comportamiento deshonesto.

4.3 Limitantes y críticas

En conjunto, la teoría del mantenimiento del autoconcepto y la metodología del priming con dinero permitieron construir un proyecto útil y viable para estudiar la deshonestidad hacia otros y el autoengaño en el contexto universitario mexicano. Ambas perspectivas se insertan dentro de las posturas que cuestionan la supuesta racionalidad absoluta de las personas, optando por aceptar las influencias que tienen las limitantes cognitivas y el efecto de la mente inconsciente sobre la conducta moral (en el caso que atañe a este proyecto), proporcionando explicaciones más realistas a la deshonestidad hacia los demás y el autoengaño. Sin embargo, es importante hacer énfasis en las limitantes o huecos que poseen los estudios mencionados en la sección anterior (Kouchaki et al., 2013; Mazar et al., 2008; Sharma et al., 2013; Gino et al., 2009, Gino et al., 2014; Vohs et al., 2006). Esto, con el propósito de destacar qué puede ser aportado mediante este proyecto.

En primer lugar, se abordan los estudios postulados por Sharma et al. (2013) debido a que la variable independiente principal que usaron fue la *motivación*. Sin embargo, en sus experimentos la motivación es inducida desde el exterior (al pedirles a los participantes en grupo experimental que evoquen situaciones en las que han sentido carentes financieramente). Aunque esto proporciona evidencia a favor del efecto de recordatorios sutiles en la evocación de metas y conductas (como es propuesta por la teoría del priming), resultaría útil para los propósitos del actual proyecto demostrar si los participantes ya poseen cierta predisposición a sentirse motivados a actuar deshonestamente. Para ello, es importante recordar que el contexto económico en el que se realizan los experimentos es muy diferente, es decir, que la realidad financiera y social de estudiantes universitarios norteamericanos o europeos (de donde proviene la mayor parte de las muestras reportadas en los experimentos) es muy diferente a la de los universitarios mexicanos de escuelas públicas. Es por lo mismo que resultaría importante determinar si efectivamente los estudiantes mexicanos se sienten en condiciones de carencia financiera que pudieran provocar un estado de motivación previo a la aplicación de los tratamientos experimentales. Es por ello, que en este estudio se llevarán a cabo estudios exploratorios que permitan identificar cuantitativamente y cualitativamente si los participantes poseen dicha tendencia.

Ello lleva a cuestionar así mismo si los participantes de las muestras de los experimentos de priming con dinero poseen los mismos significados asociados al mismo que podrían tener los jóvenes universitarios mexicanos. En los experimentos de priming con dinero es usual reclutar a estudiantes universitarios y hacerlos pasar directamente a la situación experimental. Y al encontrar que los participantes actúan deshonestamente debido –presuntamente- al efecto de autosuficiencia (Vohs et al., 2006)- asumen que dicha tendencia es consecuencia de que los participantes consideran el dinero como algo valioso.

Aunque dicha inferencia es lógica y razonable, no se presentan estudios que confirmen que sus muestras efectivamente perciban y consideren el dinero como un bien deseado. Tampoco muestran estudios en los que se exploren los significados psicológicos que pudieran tener los participantes hacia el dinero. Sin embargo, resultaría importante confirmar cuáles son dichos significados subjetivos asociados al dinero para clarificar los resultados obtenidos por otros autores.

Los huecos en el conocimiento anteriores tratarán de ser cubiertos mediante una serie de estudios exploratorios cualitativos, así como un registro cuantitativo que proporcionen información que justifiquen que la población con la que se trabajará posee rasgos que posiblemente los hagan sentir motivados a actuar deshonestamente, debido a que viven en situaciones objetivas de carencia financiera, y a que subjetivamente consideran el dinero como algo valioso y deseable. Esto se logró (como se explicará con mayor detalle en la sección del método) solicitando a una muestra de participantes algunos datos socio económicos cuantitativos (particularmente el ingreso mensual familiar) así como si actualmente trabajan o no. Por otra parte, para asestar los aspectos asociados al significado psicológico del dinero se aplicó un estudio de redes semánticas naturales (Figuroa y Solís, 1981; Reyes-Lagunes, 1993), así como un estudio de preguntas abiertas para determinar cuáles son las situaciones deshonestas que viven los universitarios.

Todas estas medidas permiten -en primer lugar- asegurar con mayor seguridad la autenticidad del efecto producido por la variable independiente durante la fase experimental. Además, permiten una aproximación más profunda al conocimiento de la población universitaria con respecto al tema de la deshonestidad, propiciando un mayor entendimiento que podría justificar con mayor fuerza los efectos encontrados en los estudios previamente citados.

Capítulo 5. Investigación

5.1 Modelo teórico propuesto: Modelo de engaño y autoengaño mediados por el contexto

El análisis de las ventajas y limitaciones de los estudios anteriores llevan a proponer el siguiente *Modelo de engaño y autoengaño mediados por el contexto*:

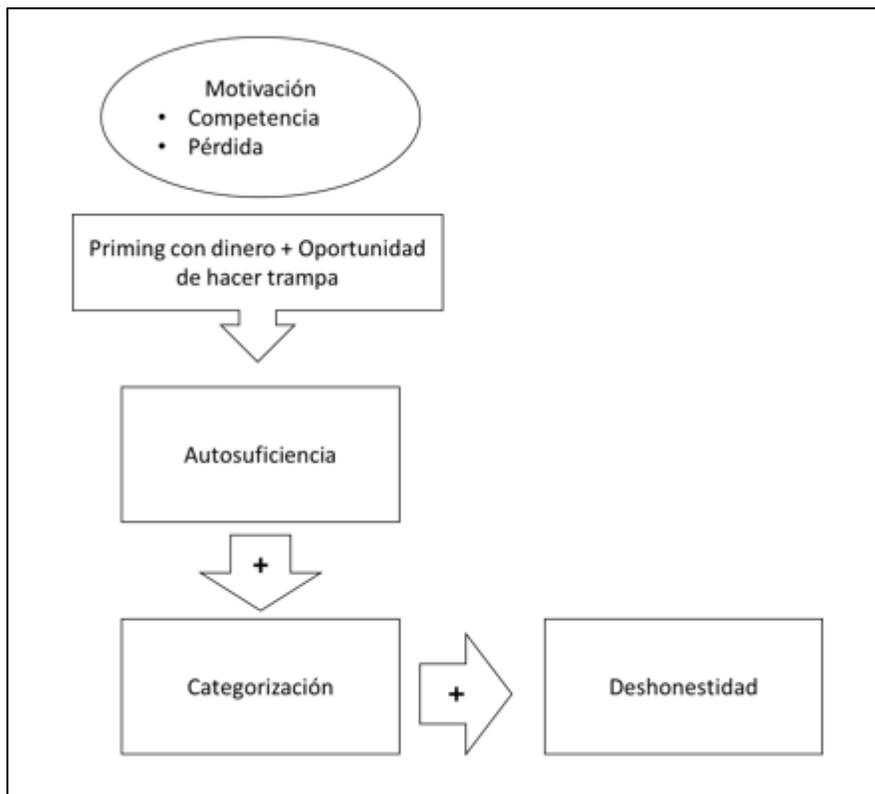


Figura 2. Modelo de engaño y autoengaño mediados por el contexto.

Dicho modelo es una adaptación y reducción del modelo de la teoría del mantenimiento del autoconcepto de Mazar et al. (2008). Es decir, el modelo hace énfasis exclusivo en uno de los tres mecanismos que propone la teoría del mantenimiento del autoconcepto: la motivación. Ello debido a que muestra una mayor relación con los efectos de priming con dinero que se han encontrado (Kouchaki et al., 2013, Gino et al., 2009, Gino et al., 2014;

Vohs et al., 2006; Zhou et al., 2008). De modo que es más probable que el dinero se encuentre asociado al mecanismo de motivación –que lleva a la deshonestidad- que al mecanismo de atención a estándares morales. Así mismo, en el estudio que exploraba la motivación llevado a cabo por Sharma et al. (2013) no hicieron uso de técnicas de priming (o, al menos los autores no consideraron como tal la intervención pretest que utilizaron). De modo semejante, los estudios arriba citados no se enfocan en el mecanismo motivacional de modo exclusivo, es por ello que es conveniente centrarse en tal proceso aunando métodos de priming para el estudio de la deshonestidad.

Es importante recordar que teóricamente la motivación puede influir en el comportamiento deshonesto de dos formas (Mazar et al., 2008b): (1) para salir de un problema, puede incrementar la tendencia de la categorización sesgada a favor del self, incrementando así el nivel aceptable de deshonestidad para mantener favorable el autoconcepto (motivación-categorización- deshonestidad), (2) O puede tener un efecto directo sobre la deshonestidad (motivación-deshonestidad) a través de la toma de decisiones racional postulada por la teoría económica estándar (Becker, 1974). Es decir, que puede llevar al punto en el que los costos y beneficios externos percibidos superen cualquier consideración acerca de mantener un autoconcepto favorable. En este punto, las personas pueden actuar deshonestamente voluntariamente.

Aunque el modelo propuesto hace uso del primer mecanismo (motivación-categorización- deshonestidad), se debe aclarar que hasta donde el autor de éste trabajo tiene entendido, aún no es factible identificar cuál de ambas rutas de la motivación actúa en un momento dado para producir un incremento en la deshonestidad. Es decir que con este modelo no es posible identificar con certeza absoluta cuál de las dos rutas están siguiendo los participantes. Sin embargo, es posible asumir -gracias a observaciones hechas en otros

experimentos (Mazar et al., 2008; Gino et al., 2009; Gino et al., 2014) en los que se ha utilizado la teoría del mantenimiento del autoconcepto-, que el primer mecanismo tuvo prevalencia sobre el segundo mecanismo, debido a que la recompensa máxima en dinero que se pudieron llevarse los participantes no fue una cantidad muy alta, ni es probable que ellos mismos la consideren como tal. Por lo que se esperaría una mayor mediación del proceso de categorización para proteger el autoconcepto de los participantes.

En este modelo teórico, se considera a la autosuficiencia evocada por dinero como un subtipo de motivación, es decir, que dentro de todos los factores que pueden actuar como motivadores, nos centraremos en el efecto motivador del dinero, y que ha sido denominado por Vohs et al. (2006) como autosuficiencia.

Lo que se realizó en la investigación es evocar sensaciones de autosuficiencia mediante técnicas de *priming supraliminal* (en el que una persona es consciente de estar realizando una tarea, pero desconoce el patrón o el tema específico de estimulación que se le está induciendo; Bargh, 2010), usando como estímulo evocador dinero en efectivo, y medir su efecto en tres variables dependientes relacionadas con la deshonestidad. En otras palabras, se estudió si el contacto con dinero produce cambios en las intenciones de comportarse deshonestamente (Experimento 1); si se producen cambios en los niveles de comportamiento deshonesto en una tarea concreta (Experimento 2); y si se producen cambios en los niveles de comportamiento deshonesto en una tarea abstracta (Experimento 3).

Los tres experimentos anteriores se basaron en el mismo modelo teórico: Los participantes presumiblemente vivían en condiciones que favorecen un estado de anticipación (i.e. hay percepción de competencia por recursos escasos y miedo a pérdida), por lo que al evocar un estado de *autosuficiencia* (a través del contacto preconscious con

dinero), aumentará la sensación de competencia, y confianza en los propios recursos que producirá un mayor registro en intención o conducta deshonestas (según se trate de los experimentos 1, 2 o 3). Casi de modo simultáneo está ejerciendo influencia el mecanismo de *categorización* como proceso mediador para justificar la incidencia en el acto deshonesto, manteniendo así un *autoconcepto* favorable aunque el participante reconozca haber actuado de forma tramposa, produciéndose finalmente el autoengaño de ser una persona honesta en general.

5.2 Definición conceptual y operacional de las variables

La variable de selección previa *motivación*, fue entendida como el impulso a actuar debido a la sensación de miedo a la pérdida o de competencia por recursos escasos (Mazar et al., 2008b). Operacionalmente se midió a partir del registro del ingreso mensual familiar de una muestra de universitarios diferente a los que participaron en los experimentos, así como mediante los significados psicológicos al respecto de la posesión y carencia de dinero medido con la técnica de redes semánticas naturales (Figuroa y Solís, 1981; Reyes-Lagunes, 1993).

La variable dependiente principal *deshonestidad*, fue entendida conceptualmente como la violación a normas morales prescritas (Tenbrunsel, Diekmann, Wade-Benzoni y Bazerman, 2011; la *intención deshonestas* correspondería a la intención de violar normas morales prescritas). Operacionalmente se midió en tres variantes, una en forma de *intención deshonestas* (experimento 1), y otra en forma de *conducta deshonestas* (experimentos 2 y 3). Para el experimento 1, la intención deshonestas se midió a partir del puntaje obtenido en la Escala de Intención Deshonestas en Universitarios (EIDU; García y Bustos, 2018). Para el experimento 2, se midió a partir de la cantidad exagerada falsamente de matrices

matemáticas reportadas como resueltas y a partir de la cantidad de dinero tomado ilegítimamente como recompensa durante la prueba. En el experimento 3 se midió a partir de la diferencia sesgada positivamente (para incrementar las ganancias monetarias ilegítimamente) entre la distribución teórica de ocurrencia de números altos en un dado con las distribuciones experimentales.

La variable dependiente secundaria *autoengaño* fue entendida como un efecto de la *categorización* que es el proceso mediante el cual para algunos tipos de acciones deshonestas con distintas magnitudes, las personas son capaces de moldearlas para que sean más aceptables para sí mismos, manteniendo así un autoconcepto (entendido como la valoración que hace una propia persona de sí mismo en términos de honestidad) positivo mediante el uso de racionalizaciones que les permiten justificar la incursión en los actos deshonestos (Mazar, et al., 2008). Operacionalmente se registró -en los experimentos 2 y 3- a partir de dos preguntas en formato escalar que registraban la *honestidad global* y *honestidad relativa* de los participantes.

Se entendió conceptualmente a la primera variable independiente *autosuficiencia*, como el estado interno que hace énfasis en los comportamientos elegidos personalmente, y logrados sin involucrar a otras personas (Vohs, et al., 2006). Se operacionalizó en los tres experimentos como el contacto manual con 50 billetes de 100 pesos mexicanos como estímulo de priming. La segunda variable independiente *oportunidad de hacer trampa* se definió como la posibilidad de actuar deshonestamente sin ser descubierto y castigado (Becker, 1974; Mazar et al., 2008). Esta variable únicamente se pudo controlar directamente en el experimento 2, y se operacionalizó mediante el uso de una trituradora trucada (se le removieron las cuchillas) que hiciera creer a los participantes que habían destruido la

evidencia de su deshonestidad y podían entregar un reporte aumentado de matrices para poder incrementar su pago.

5.3 Pregunta de investigación

¿La autosuficiencia inducida preconsciousmente y la oportunidad de hacer trampa influyen en el comportamiento deshonesto?

5.3.1 Objetivo General.

Evaluar la interacción de la autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa en el comportamiento deshonesto mediado por la motivación de jóvenes universitarios mexicanos.

5.3.2 Objetivos Específicos.

- Determinar mediante un estudio de redes semánticas naturales cuál es el significado psicológico asociado al dinero, así como a su posesión y a su carencia.
- Determinar mediante la recopilación de informes socio-económicos si existen condiciones objetivas de carencia financiera en una muestra de estudiantes universitarios.
- Construir instrumentos válidos y confiables que permitan el registro de la intención y la conducta deshonestas.
- Determinar experimentalmente si existe una relación causal entre la autosuficiencia inducida y la deshonestidad.
- Evaluar los datos obtenidos con el modelo conceptual propuesto de engaño y autoengaño mediados por el contexto.

5.3.3 Planteamiento de la hipótesis general.

H1: La autosuficiencia inducida (mediante dinero) y la oportunidad de hacer trampa aumentarán el puntaje del comportamiento deshonesto.

H2: La autosuficiencia inducida aumentará el puntaje del comportamiento deshonesto.

H3: La oportunidad de hacer trampa aumentará el puntaje del comportamiento deshonesto.

5.4 Fase 1. Construcción y validación de instrumentos

1) Se llevó a cabo un estudio exploratorio de redes semánticas naturales (Reyes-Lagunes, 1993) para registrar los significados psicológicos asociados al dinero, a su posesión y a su carencia. Ello con el objetivo de determinar cómo los universitarios perciben dichos temas y cómo creen que otras personas los consideran. Con ello se aportó evidencia a favor del valor motivante del dinero como antecedente para la deshonestidad.

2) Se llevó a cabo la validación de la Escala de Intención Deshonesta en Universitarios (EIDU; García y Bustos, 2018). Se utilizó para medir la intención de incurrir en actos deshonestos, que fue la variable dependiente en el Experimento 1.

3) Se adaptó y tradujo la prueba de matrices de Mazar et al. (2008). Que fue utilizada como variable dependiente en el Experimento 3. Con ella se elaboró un índice de deshonestidad para hacer comparaciones entre grupos. Dicho instrumento sirvió para medir una conducta deshonesto concreta (el número de matrices falsamente reportadas por los participantes).

4) Se adaptó la trituradora de papel trucada. Se utilizaron tres trituradoras de la marca *Shred Master: Guardian GS* y se les removieron las cuchillas, pero sin dañar el mecanismo del motor que prensa las hojas (Apéndice E). Ello permitió hacer creer a los participantes que tenían la posibilidad de destruir la evidencia de su deshonestidad durante la prueba de matrices y así inflar su reporte de modo falso.

5) Se creó la *supuesta escala de personalidad*, que era un formato con preguntas distractoras de diversas temáticas, entre las que se incluyeron las dos preguntas en formato

escalar para registrar la *honestidad global* y la *honestidad relativa* (Mazar et al., 2008) de los participantes. El mismo fue utilizado en los experimentos 2 y 3 para comprobar si los participantes se seguían considerando personas honestas a pesar de haber actuado deshonestamente en la prueba que se les había aplicado recientemente. Esta fue la medición indicadora del posible efecto del autoengaño.

5.4.1 Análisis estadísticos.

1) Para el estudio de redes semánticas naturales, con el fin de identificar la riqueza y estructura de la red se calcularon por cada palabra o frase estímulo tres indicadores: Valor J (o riqueza semántica), Valor M (o peso semántico), Valor SAM y Distancia semántica cuantitativa (Reyes-Lagunes, 1993).

2) Para la validación de la Escala de Intención Deshonestas en Universitarios, se llevó a cabo un primer estudio exploratorio de preguntas abiertas para registrar cuáles eran las situaciones vividas por una muestra de universitarios como deshonestas. Ello con la intención de asegurar la validez de contenido. A partir de sus respuestas y temáticas más frecuentes se idearon reactivos en forma de escenarios en los que se rompía una norma moral, que fueron piloteados entre una nueva muestra de estudiantes universitarios.

Para analizar los datos se hizo uso del programa SPSS en su versión 21. Primero se realizaron análisis descriptivos por cada reactivo, revisando que no hubiera casos perdidos en la base de datos. Posteriormente se analizaron las distribuciones de respuestas para seleccionar aquellos reactivos que tuvieran respuesta en todas sus opciones y se aproximaran a la normalidad. Se realizaron análisis de la varianza y correlaciones de los reactivos, y se recodificaron los reactivos que presentaban correlaciones negativas.

Para verificar que la matriz de correlaciones sobre la cual se basa el análisis factorial fuera adecuada se realizaron tres análisis: El valor del Determinante, la medida de adecuación muestral Kaiser, Meyer, Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett y se llegó a la conclusión de que las mismas fueron adecuadas y lo suficientemente elevadas para justificar la realización del AFE para asegurar la validez de constructo.

Observando el análisis de correlación entre los reactivos con predominancia alta, se decidió realizar un análisis factorial exploratorio de extracción de componentes principales con rotación Varimax. Se obtuvo el porcentaje de varianza explicada, y la fiabilidad entre reactivos, entre dominio y dominio-total.

3) Para conformar la prueba de matrices se crearon 20 nuevas matrices siguiendo las especificaciones de Mazar et al. (2008). Así mismo se utilizaron las dos preguntas escalares de *honestidad global* y *relativa* utilizada por los mismos, para ello se hizo el jueceo sobre la traducción y retraducción de los mismos.

5.5 Fase2. Implementación de experimentos

Implementación de experimentos que estudian la interacción entre la autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa sobre la deshonestidad.

1) Probar si la autosuficiencia inducida preconsciousmente mediante dinero produce cambios en la intención a comportarse deshonestamente (Experimento 1).

2) Probar si la autosuficiencia inducida preconscientemente mediante dinero y la oportunidad de hacer trampa, afectarán el comportamiento deshonesto en una tarea concreta (Experimento 2).

3) Probar si la autosuficiencia inducida preconscientemente mediante dinero, afectará el comportamiento deshonesto ante la oportunidad de hacer trampa en una tarea abstracta (Experimento 3).

5.6 Hipótesis experimentales.

En el experimento 1 se probaron las siguientes hipótesis:

Hipótesis de trabajo: La autosuficiencia inducida preconscientemente mediante dinero, aumentará el nivel de intencionalidad de incurrir en actos deshonestos.

En el experimento 2 se probaron las siguientes hipótesis:

Hipótesis de trabajo 1: La autosuficiencia inducida preconscientemente mediante dinero y la oportunidad de hacer trampa aumentarán el comportamiento deshonesto.

H2: La autosuficiencia inducida aumentará el puntaje del comportamiento deshonesto.

H3: La oportunidad de hacer trampa aumentará el puntaje del comportamiento deshonesto.

Adicionalmente, en el experimento 2 se probó la siguiente hipótesis secundaria:

Hipótesis secundaria 1: Los puntajes de *honestidad global* y *honestidad relativa* serán iguales entre las condiciones.

En el experimento 3 se probaron las siguientes hipótesis:

Hipótesis de trabajo 1: La autosuficiencia inducida preconsciousmente mediante dinero aumentará el comportamiento deshonesto.

Adicionalmente, en el experimento 3 se probó la siguiente hipótesis secundaria:

Hipótesis secundaria 1: Los puntajes de *honestidad global* y *honestidad relativa* serán iguales entre las condiciones.

Finalmente, con los datos obtenidos en los experimentos 2 y 3 referentes a *honestidad global* y *honestidad relativa*, se probó la siguiente hipótesis:

Hipótesis de trabajo: Los puntajes de *honestidad global* y *honestidad relativa* serán iguales entre las condiciones.

5.7 Estrategia de investigación

A continuación se describirá la lógica que siguen los estudios que se llevaron a cabo en la siguiente secuencia: (1) El estudio de redes semánticas naturales sirvió para conocer los significados psicológicos que tienen los universitarios acerca del dinero, así como de su posesión y su carencia por ellos mismos y por terceros. Así mismo, la obtención de autoreportes sobre datos socioeconómicos (particularmente el ingreso mensual familiar y el estado laboral) serán un indicador cuantitativo que sirvió (en conjunto con la medición sobre la subjetividad proporcionado por las redes semánticas naturales) para aportar evidencia a favor del estado de motivación previa que pudiera existir en los participantes que participaron en los tres experimentos, así como para asestar que el dinero es algo valioso y deseable

para los universitarios. (2) La validación de la EIDU sirvió para poder utilizar dicha escala como variable dependiente en el experimento 1. (3) El Experimento 1 sirvió para demostrar si la activación preconsciente de autosuficiencia se manifiesta en un incremento en la intención de comportarse deshonestamente, medida con la EIDU. (4) La traducción de las preguntas que registran *honestidad global* y *honestidad relativa* y la creación de matrices matemáticas servirán como variables dependientes durante el experimento 2 y 3. (5) El Experimento 2 sirvió para demostrar las hipótesis principales de la investigación, es decir: (a) que la autosuficiencia inducida preconsciousmente mediante dinero, afecta el comportamiento deshonesto ante la oportunidad de hacer trampa en una tarea concreta; y (b) que el autoconcepto de los participantes se mantendrá favorable a pesar de haber hecho trampa. (6) El experimento 3 sirvió para demostrar que el efecto de protección del autoconcepto se traslada a una situación experimental en la que los participantes tienen la oportunidad de hacer trampa en una tarea abstracta. Así como para comparar el efecto de protección del autoconcepto entre los experimentos 2 y 3.

5.8 Fase 1: Validación y creación de instrumentos

En esta sección se muestra el proceso seguido para crear, adaptar y validar los distintos instrumentos que se utilizaron en este proyecto y que fueron utilizados como estudios exploratorios (estudio de redes semánticas naturales) o como medidas dependientes durante la fase experimental (EIDU, prueba de matrices y reactivos para registrar autoconcepto).

5.8.1 El significado psicológico del dinero como motivante para la deshonestidad

Actualmente el dinero es una parte indispensable de la vida cotidiana, particularmente como un incentivo y un motivador. De hecho Fiske (1991), destacó que la asignación de precios de mercado (del que el dinero es uno de los principales desencadenantes) es uno de los cuatro modelos mentales básicos utilizados por las personas para coordinar sus interacciones sociales en donde las relaciones con otros se basan en la proporcionalidad. De modo que en este tipo de relaciones, las personas se vuelven atentas a proporciones, tasas e intercambios. Las personas logran adquirir el acceso a dicho estado mental mediante procesos de aprendizaje y de socialización, de modo que con el tiempo la simple presencia física o virtual de dinero basta para activar el estado de asignación de precios de mercado en las personas.

Al respecto de la relación entre el dinero y el poder, Vohs, Mead y Goode (2006) y Vohs, Mead y Goode (2008) encontraron que la mera exposición a dinero generaba un estado de autosuficiencia, en el que las personas tienen preferencia por comportamientos elegidos por ellos mismos, mostrando comportamientos individualistas y acompañados de un estado mental de asignación de precios de mercado (Fiske, 1991). De modo que mostraron comportamientos tanto socialmente deseables (ej. asumir mayores responsabilidades personales), como indeseables (ej. donaron y pidieron menos ayuda, y pusieron mayor distancia física entre ellos y otros participantes).

Así mismo, Kouchaki, Smith-Crowe, Brief, y Sousa (2013) encontraron que la exposición a dinero se tradujo en mayores intenciones de comportarse deshonestamente, así como en un incremento en la conducta deshonestas de los participantes de sus experimentos, explicando que ello ocurría porque los participantes entraban en el estado de autosuficiencia propuesto por Vohs et al.. (2006).

Sin embargo, aunque dichas posturas apoyan que el dinero es un fuerte motivador para las personas -incluso para comportarse deshonestamente-, no llevan a cabo registros acerca de la forma en la que los participantes en sus experimentos están percibiendo el dinero. Si efectivamente los participantes lo consideran como un motivador para actuar, o como una meta que conseguir, o si no lo consideran como tal. Debido al énfasis que hacen dichas disciplinas en métodos experimentales, resultaría de gran utilidad conocer el significado psicológico que tienen las personas al respecto del dinero, aunque dicho significado no coincida con su comportamiento en situaciones experimentales.

Un ejemplo del uso de las redes semánticas naturales para conocer un concepto semejante al de dinero es la investigación realizada por Rivera (2000), quien llevó a cabo un estudio para conocer el significado psicológico del concepto *poder*, encontrando que el dinero es un componente importante del concepto de poder tanto en hombres como en mujeres. El estudio de Rivera (2000) puso de manifiesto una relación cognitiva y afectiva consciente entre el poder y el dinero, mientras que los experimentos de Vohs et al. (2006) y Vohs et al. (2008) y Kouchaki et al. (2013) mostraron que dicha relación también existe en un nivel que no es reconocido conscientemente por los participantes. Estudios que registren el significado psicológico del dinero ayudarían a obtener mayor profundidad en la comprensión del papel facilitador que tiene el mismo para provocar un estado de autosuficiencia en las personas.

Para tal propósito, es factible utilizar la técnica de redes semánticas naturales modificadas (Reyes-Lagunes, 1993), que permite medir el significado psicológico de conceptos, reuniendo elementos cognitivos y afectivos con los que las personas reaccionan y construyen su realidad subjetiva.

En dicha técnica, se pide a los participantes que generen una lista de palabras definidoras relacionadas al concepto que se está estudiando (también llamado “nodo”). Posteriormente se les pide que las jerarquicen por orden de importancia como descriptoras del concepto central. A dicha jerarquización por peso se le llama “valor semántico” o valor M. La información proporcionada por la lista y por la jerarquización permite tener un mapeo cognitivo de cómo está organizada la información en la memoria. El valor J, por su parte, hace referencia a la riqueza de la red, es decir, a la cantidad total de palabras descriptoras enlistadas por los participantes.

Un supuesto de la técnica es que existe una organización interna de la información asimilada en la memoria a largo plazo, dicha organización adopta la forma de una red, por lo que las distintas palabras descriptoras guardan relación, que en conjunto aportan el significado y conocimiento del concepto.

Así mismo, la distancia semántica cuantitativa (DSC) se refiere a la separación por importancia que existe entre una definidora y el concepto central. Surge debido a que no todas las palabras definidoras tienen la misma importancia o peso para definir el concepto central.

El objetivo de ésta investigación fue conocer el significado psicológico que tienen los participantes acerca de la posesión y carencia de dinero con la intención de saber si lo perciben como un motivador que podría generar en ellos un estado de autosuficiencia, que se podría traducir en mayores probabilidades de actuar deshonestamente. Se optó por realizar un estudio preliminar mediante las redes semánticas naturales. La pregunta de investigación fue: ¿cuál es el significado psicológico que tienen los estudiantes universitarios acerca de la posesión o carencia del dinero registrado mediante las redes semánticas naturales?

Método

Participantes

Mediante un muestreo no probabilístico intencional por cuotas, se seleccionaron a 34 estudiantes de una universidad pública, 15 hombres y 19 mujeres (Medad=18.9 años; DE=1.74).

Instrumentos

Se realizó un formato para redes semánticas siguiendo los lineamientos propuestos por Reyes-Lagunes (1993), en donde los estímulos fueron: “dinero”, “yo con dinero soy...”, “yo sin dinero soy...”, “otra persona, con dinero es...”, “otra persona, sin dinero es...”, y un estímulo distractor (Ver formato en Apéndice A).

Procedimiento

En primer lugar, se pidió a los participantes que proporcionaran un mínimo de cinco palabras sueltas (verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, etc. sin utilizar preposiciones o artículos) que consideraran estar relacionadas con el concepto central.

En segundo lugar, se pidió a los participantes que asignaran números a sus palabras definidoras según la relación, importancia, o cercanía que tuvieran con el concepto central.

El tiempo promedio en el que los participantes completaron el ejercicio fue de 15 minutos.

Análisis de datos

Con el fin de identificar la riqueza y estructura de la red semántica se calculó por cada palabra o frase estímulo, tres indicadores:

Valor J o riqueza semántica, que es el número total de palabras diferentes.

Valor M o peso semántico, que se obtiene a través de la suma de la ponderación de la frecuencia por la jerarquización asignada por el grupo.

Valor SAM, se obtiene identificando las diez palabras con mayor valor "M".

Distancia semántica cuantitativa o DSC, que se obtiene asignando a la palabra definidora con el peso semántico más alto el 100%, y produciendo los demás valores mediante una regla de tres a partir de ese primer valor.

Resultados

Después de recopilar todas las palabras descriptoras de cada estímulo se obtuvieron sus frecuencias absolutas, el valor M, el valor J, y la distancia semántica cuantitativa. Para elegir las palabras pertenecientes al núcleo se graficaron las palabras y se realizó un punto de corte en la palabra en la que la curva se volvía asintótica.

Para el concepto *dinero* (Figura 3) los participantes reportaron un total de 104 palabras descriptoras, de las cuales: trabajo, poder, economía, necesidad, moneda, estabilidad, comprar, riqueza, felicidad, papel, comodidad, sustento, billete, recurso, y compras están en el núcleo de la red.

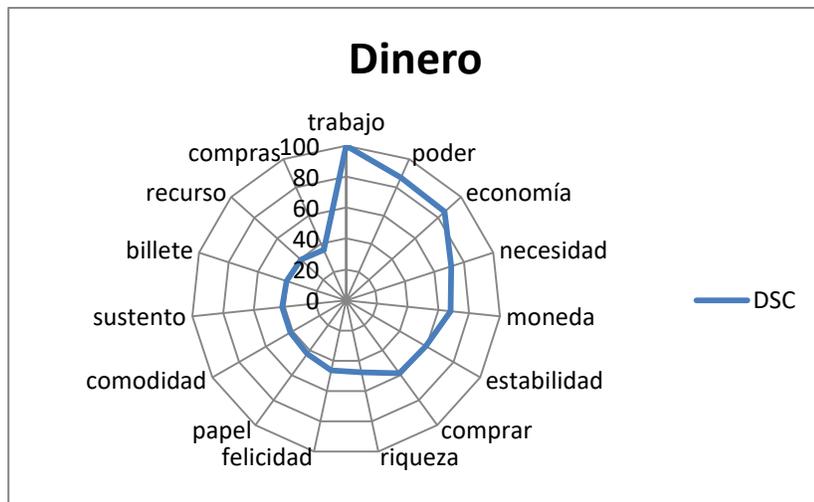


Figura 3.

Para el concepto *yo con dinero soy* (Figura 4), los participantes reportaron un total de 87 palabras descriptoras, de las cuales: feliz, compartido, amable, alegre, poderoso, tranquilo, ahorrador, rico, generoso, sociable, agradable, contento, ahorrativo, dadivosa, solidario, y feliz están en el núcleo de la red.



Figura 4.

Para el concepto *yo sin dinero soy* (Figura 5), los participantes reportaron un total de 111 palabras descriptoras, de las cuales: ahorrador, feliz, pobre, enojón, normal, infeliz, triste,

paciente, amable, preocupada, ahorrativa, apática, cuidadosa, reservada, y tacaña están en el núcleo de la red.



Figura 5.

Para el concepto *otra persona, con dinero es* (Figura 6), los participantes reportaron un total de 115 palabras descriptoras, de las cuales: feliz, presumida, poderosa, amable, rica, envidiosa, compartida, segura, grosera, prepotente, y trabajadora están en el núcleo de la red.



Figura 6.

Para el concepto *otra persona, sin dinero es* (Figura 7), los participantes reportaron un total de 110 palabras descriptoras, de las cuales: humilde, triste, pobre, amable, felices, infeliz,

preocupada, honesta, trabajadora, compartida, generosa, agradable, miserable, noble, e insegura están en el núcleo de la red.



Figura 7.

Discusión

Los resultados mostraron una tendencia de los participantes a valorar favorablemente la posesión de dinero tanto para sí mismos como en las demás personas. Es decir, que la posesión de dinero se percibe relacionada principalmente con felicidad, recursos, poder, compartir y bienestar. Así mismo, los participantes reconocieron que su presencia antecede características y comportamientos indeseables tanto en sí mismos como en los demás: como volverlos *presumidos* o *prepotentes*.

Por otra parte, la carencia de dinero está asociada con *tristeza*, *pobreza*, *preocupación*, *ahorro* y *paciencia*. Sin embargo, también se reportaron palabras con características positivas, como *felicidad*, *honestidad* y *amabilidad*. Esto podría indicar que los participantes enfrentan la carencia de dinero con acciones pasivas que implican tener paciencia y esperar a que la situación financiera familiar mejore (tal vez por el rango de edad al que pertenecen y a su estatus laboral de hijos dependientes del ingreso familiar). Lo anterior ocurriría independientemente de cómo se perciben a sí mismos en términos de

honestidad. Incluso la carencia podría ser percibida favorablemente en la sociedad mexicana como un sacrificio que demuestra humildad, mientras que la riqueza es usualmente asociada con corrupción y deshonestidad de las personas con poder económico o político.

Los datos recopilados apoyan la noción de que el dinero es visto como un fuerte motivador para el bienestar y felicidad personal de los participantes. Así mismo, se confirmó la relación mental y cognitiva que existe entre el dinero y el poder, por lo que es factible asumir que ante la presencia de dinero los participantes entrarán en el estado de *autosuficiencia* descrito por Vohs et al. (2006) automáticamente y sin ser conscientes de ello.

5.8.2 Escala de Intención Deshonesta en Universitarios (EIDU)

La deshonestidad es un problema que genera grandes costes económicos y sociales, por ello es importante estudiar los factores que favorecen la incursión en actos deshonestos desde la juventud, con el fin de reducirla y alcanzar los objetivos institucionales. Se describe la elaboración y comprobación de propiedades métricas internas de una escala que tiene el propósito de medir la intención deshonestista de incurrir en actos que rompen con una norma moral aceptada o estándar de conducta (Detert, Treviño & Sweitzer, 2008) en jóvenes mexicanos de una universidad pública ($n=229$; $edad$ $M=19.6$ años; $DE=1.95$). La escala final quedó conformada por 26 reactivos que se agruparon en cuatro factores: robo y mentira, fraude, asertividad y autonomía; mostró índices adecuados de fiabilidad ($\alpha=0.84$) y de varianza total explicada (42.33%). La escala se puede utilizar en estudios experimentales que midan el efecto de estímulos contextuales sobre la intención deshonestista.

En el presente trabajo se hará énfasis en el medio social más próximo a la muestra de estudio, que fueron estudiantes universitarios de ingreso económico mensual bajo³ (*ingreso mensual* $M= 10, 320$ pesos mexicanos, $DE= 10, 636.23$ pesos mexicanos), pertenecientes a una universidad pública de la Ciudad de México. Primero, (para establecer la validez de contenido) se exploraron por medio de un estudio de preguntas abiertas las circunstancias que ellos mismos describieron como situaciones en la que perciben que está presente la deshonestidad de forma cotidiana en sus vidas. Una vez hecho esto se diseñaron reactivos que pasaron por un proceso de jueceo. Posteriormente, se detalla la realización de una

³ Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH; INEGI, 2016) el ingreso de las familias más pobres encuestadas fue de 2,273 pesos mensuales; mientras que los hogares con mayores ingresos obtuvieron aproximadamente \$160, 820. En la Ciudad de México, el promedio de ingreso mensual fue de 19,604 pesos.

escala de intención de llevar a cabo actos deshonestos con el propósito de ser usada como parte de futuros estudios experimentales.

Kouchaki et al. (2013) encontraron que la exposición a recordatorios sobre riqueza produjo un incremento en la probabilidad subjetiva de llevar a cabo conductas deshonestas. La intención de cometer dichos comportamientos fue medida con la Unethical Decision Making Scale (UDMS por sus siglas en inglés; Detert, et al., 2008). Dicha escala consistía de trece reactivos en forma de escenarios, a los que los participantes debían responder en una escala Likert de 7 puntos (1=extremadamente improbable, 7=extremadamente probable) que registraba la probabilidad subjetiva de incurrir en el comportamiento descrito en cada escenario. Ocho escenarios tenían temática en la que se infringía una norma moral o estándar de comportamiento (temática deshonestas); mientras que los cinco restantes tenían una temática neutra, en la que no se infringía alguna norma o estándar de comportamiento. La medición de intencionalidad deshonestas se realizaba obteniendo el promedio de la suma de los puntajes obtenidos en los 8 escenarios deshonestos. Los autores obtuvieron un Alfa de Cronbach de 0.74 para los ocho escenarios que registraban intención deshonestas.

En un momento inicial, se pretendió hacer uso de dicha escala. Sin embargo, al traducir la escala y usarla en una muestra de estudiantes mexicanos, la misma no resultó culturalmente relevante, presentando índices de confiabilidad inadecuados. Lo que resultó deshonesto para los estudiantes norteamericanos no es considerado en su mayoría como tal por los estudiantes mexicanos, por lo que se decidió elaborar un instrumento adecuado a la cultura mexicana (aunque se retomaron cuatro reactivos de la UDMS). El objetivo final de la elaboración de la presente escala es para ser utilizada en posteriores estudios de carácter experimental en población mexicana, como el realizado por Kouchaki et al. (2013).

Método

Participantes

Se seleccionó una muestra no probabilística de 229 estudiantes universitarios de primer y tercer semestre de una universidad pública, 77 hombres, y 151 mujeres, con un rango de edad entre 18 y 20 años ($_{\text{edad}}M = 19.6$ años, $DE = 1.95$). Su participación fue voluntaria y se les garantizó el anonimato de sus respuestas.

Instrumento

Detert, et al., (2008) definieron la toma de decisiones deshonestas como la decisión de comportarse de modos que rompen normas morales aceptadas o estándares de comportamiento. Por lo que, en el presente estudio, se definió la *intención deshonestas* como la probabilidad subjetiva de comportarse de modos que rompen normas morales aceptadas o estándares de comportamiento. Para evaluar este constructo se integró la Escala de Intención Deshonestas Universitaria (EIDU) partiendo del análisis de contenido de preguntas abiertas (Ver formato en Apéndice B).

Estudio exploratorio de preguntas abiertas

Para obtener información de cómo la población meta conceptualiza las situaciones en las que está involucrada la deshonestidad, se usó la técnica de preguntas abiertas con 42 participantes (21 hombres, 21 mujeres; $_{\text{edad}}M = 19.25$, $DE = 1.32$). Se proporcionó un formato impreso en el que se pidió a los participantes que describieran un mínimo de seis situaciones o circunstancias cotidianas y concretas (reales o ficticias) en las que sería fácil para alguien de su misma edad, facultad y carrera, comportarse deshonestamente. Los escenarios descritos podían ser experiencias vividas por los participantes, pero también podían ser

situaciones inventadas en las que los protagonistas podían ser ellos mismos o alguien más (esto con el objetivo de acrecentar la sensación de anonimato). Finalmente, se les garantizaba la confidencialidad de sus respuestas. La técnica se aplicó a los participantes en sus salones de clase, se les explicó en qué consistía el estudio, se obtuvo su consentimiento y respuestas, y al finalizar se agradeció su participación.

Una vez registradas las respuestas de los participantes, se pasó a realizar el análisis de contenido de las mismas. Se identificaron tres categorías principales: 1) mentira, 2) robo, y 3) fraude o corrupción. Posteriormente, se separaron los escenarios propios de cada categoría según el sujeto llevando a cabo la acción reportada (Primera persona o Tercera persona), y se ubicó el contexto de la acción (escuela, familia-amigos-pareja, y calle).

Se obtuvieron porcentajes de las categorías anteriores tanto en hombres como en mujeres para determinar cuáles eran las temáticas deshonestas más comunes y así poder generar los reactivos del instrumento.

A partir de las temáticas deshonestas más frecuentemente reportadas se crearon 22 escenarios, a los que se añadieron tres reactivos (13, 32 y 37) de la Unethical Decision Making Scale (Detert, et al., 2008) que habían mostrado niveles adecuados de variabilidad y correlación durante la traducción hecha con anterioridad. Posteriormente, se diseñaron 24 reactivos adicionales –a los que se añadió un reactivo de la escala de Detert et al. (2008; reactivo 9)-, éstos últimos con temática neutra. Los 50 escenarios fueron enviados a ocho jueces expertos en la construcción de instrumentos psicométricos para ser evaluados.

Tras la fase de jueceo de los 50 reactivos-en la que se retiraron todos los reactivos que no cumplieron con el 75% del acuerdo entre jueces-, la escala quedó conformada por 42 escenarios (24 con temática deshonestas y 18 con temática neutra) con opciones de respuesta del 0 (extremadamente improbable) a 6 (extremadamente probable), a los que los

participantes respondían según la probabilidad subjetiva que consideraran tener de incurrir en las circunstancias descritas en cada escenario (Ver formato en Apéndice C).

Procedimiento

Se aplicó la escala a los jóvenes de manera grupal, utilizando a los grupos escolares para tal fin. Debido a la naturaleza del comportamiento estudiado, y para evadir en la medida de lo posible el efecto de la deseabilidad social, se mantuvo oculta la naturaleza de la escala así como el propósito del estudio, por lo que únicamente se les dijo que se estaban explorando algunos patrones conductuales presentes entre jóvenes. Se les aclaró que su participación era voluntaria, que no había respuestas buenas o malas y que sus respuestas eran anónimas, explicándoles que era importante que respondieran a cada reactivo de forma honesta. Para generar un sentimiento de anonimato, así como para aumentar la probabilidad de respuestas honestas a la escala, no se les solicitó su nombre o algún otro dato que pudiera revelar su identidad, y ello se les hizo explícito al proporcionarles las instrucciones de llenado de la escala.

Para analizar los datos se hizo uso del programa SPSS en su versión 21. Primero se realizaron análisis descriptivos por cada reactivo, revisando que no hubiera casos perdidos en la base de datos. Posteriormente se hizo una inspección visual de los gráficos de los reactivos para detectar los que presentaran sesgos y confirmar mediante el programa su idoneidad. Se realizaron análisis de la varianza y correlaciones de los reactivos, y se recodificaron los reactivos que presentaban correlaciones negativas. Tras el estudio piloto se eliminaron los reactivos que no mostraron índices adecuados de varianza y correlación, por lo que la escala final quedó conformada por 18 reactivos que miden intención deshonestas, y ocho reactivos neutros.

Resultados

Para verificar que la matriz de correlaciones sobre la cual se basa el análisis factorial exploratorio (AFE) fuera adecuada se realizaron tres análisis: El valor del Determinante ($p=.001$), la medida de adecuación muestral Kaiser, Meyer, Olkin ($KMO= .810$) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($\chi^2= 1503$, $p=.000$) y se llegó a la conclusión de que las mismas fueron adecuadas y lo suficientemente elevadas para justificar la realización del AFE.

Observando el análisis de correlación entre los reactivos con predominancia alta, se decidió realizar un análisis factorial exploratorio de extracción de componentes principales con rotación Varimax, para los 26 reactivos que no fueron eliminados con anterioridad.

A partir del análisis factorial, la escala final quedó integrada por cuatro factores (dos con temática deshonestas, y dos con temática neutra), con un porcentaje de varianza explicada del 42.33%, con 26 elementos y un Alfa de Cronbach total de 0.84 (Ver Apéndice C). Los factores que miden intención deshonestas fueron: *Robo- mentira* y *Fraude*; mientras que los factores neutros fueron: *Asertividad* y *Autonomía*. Así mismo, se calculó el Alfa de Cronbach de cada dominio respectivamente: 0.805, 0.786, 0.555 y 0.463. Finalmente, se calculó la fiabilidad Dominio-Total ($\alpha=0.600$). Con el fin de evaluar la relación entre los componentes de la escala, se llevaron a cabo correlaciones de Pearson entre los cuatro factores, las cuales se aprecian con valores significativos pero no mayores de Alfa de 0.60, que indica que la correlación es moderada (Ver Apéndice 4).

Con el fin de evaluar la relación entre los componentes de la escala, se llevaron a cabo correlaciones de Pearson entre los cuatro factores, las cuales no se aprecian significativamente altas, resultando en una Alfa entre componentes de 0.60, que indica que la correlación es baja (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Relación entre factores (*Producto-momento de Pearson*).

Factores	Robo y mentira	Fraude	Asertividad	Autonomía
Robo y mentira	1			
Fraude	.596**	1		
Asertividad	.050	.177**	1	
Autonomía	.249**	.297**	.223**	1

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Discusión

El objetivo principal del presente estudio fue desarrollar una escala que sirviera para medir la intención de cometer actos deshonestos en universitarios mexicanos. La escala final cuenta con 26 reactivos y es tanto multidimensional, como suficientemente homogénea para calcular un puntaje total, lo que se puede ver reflejado en la confiabilidad total ($\alpha = 0.84$) y, en el hecho de que los factores están relacionados de manera estadísticamente significativa.

El análisis de la estructura factorial de la escala permitió extraer cuatro dimensiones suficientemente homogéneas como para calcular un puntaje para cada una de las mismas, así mismo, la conformación de cada factor es congruente teóricamente, es decir, los escenarios deshonestos se distinguieron adecuadamente de los escenarios neutros. Incluso, cabe destacar que los escenarios deshonestos se separaron en dos factores congruentes teóricamente según su gravedad como comportamientos que rompen normas morales o estándares de conducta. Es decir, la incidencia en comportamientos pertenecientes al Factor 1 *Robo y mentira*, fue evaluada como menos grave que el llevar a cabo actos pertenecientes al Factor 2 *Fraude*. Esto se interpreta por la mayor frecuencia con la que los participantes llevarían a cabo actos de robo y mentira en contraste con actos fraudulentos. Dicha propiedad aporta capacidad de medición de las dimensiones, en lugar de únicamente

distinguir entre escenarios deshonestos y escenarios neutros como postulado en la escala de Detert et al. (2008).

En el presente instrumento, el primer factor, denominado *Robo y mentira*, el *robo* se refiere a situaciones en las que la norma moral rota implica tomar un bien ajeno, mientras que *mentir* se refiere a dar información con la intención de engañar o despistar, y consta de 10 reactivos. El segundo factor, nombrado *Fraude*, implica que la persona hace trampa o corrompe un procedimiento para obtener un beneficio de forma ilícita, y consta de 8 reactivos. El tercer factor, denominado *Asertividad*, se refiere a situaciones en las que no se rompe una norma moral, pero la persona toma iniciativa para ejercer su derecho de expresarse y defender su punto de vista, y consta de 4 reactivos. Finalmente, el cuarto factor, nombrado *Autonomía*, implica que, aunque no se rompe una norma moral, la persona toma acción voluntaria para solucionar una dificultad que se le presenta, y consta de 4 reactivos.

Este cambio en la estructura pasando de dos a cuatro dimensiones, puede deberse a que los escenarios descritos por los universitarios mexicanos fueron muy diferentes y variados en comparación con los escenarios reportados en la escala de Detert et al. (2008), quienes validaron su instrumento a través de jueces expertos en ética de negocios, sin preguntar directamente a su población de estudio. En contraste, en el presente estudio, la validez de contenido fue conseguida al preguntar directamente a los participantes acerca de las circunstancias que consideraban deshonestas (mediante el estudio de preguntas abiertas descrito).

Surgieron así comportamientos deshonestos, pero que variaban en gravedad, y en consecuencia, en intención de ser llevados a cabo. La confiabilidad total del instrumento resultó buena ($\alpha=0.84$), mientras que las Alfas por condición resultaron ser altas para los factores 1 y 2 (0.805 y 0.786), y bajas para los factores 3 y 4 (0.555 y 0.463). Para mejorar

este resultado en la consistencia interna, una posibilidad será incrementar y balancear el número de reactivos neutros con aquellos que evalúan la deshonestidad en una aplicación posterior. Por su parte, el Alfa entre componentes, fue moderada (0.60), ello es un efecto previsto por la teoría, pues se esperaba una baja correlación entre la pareja de escenarios con implicaciones éticas y los escenarios neutros, demostrando que los participantes distinguieron entre ambos tipos de situaciones, y que atribuyen probabilidades de incursión diferentes a ambos tipos de comportamientos.

La extensión de la escala con 26 reactivos constituye en sí misma una ayuda para su aplicación en la investigación de intención de llevar a cabo acciones deshonestas cotidianas, ya que es breve. La escala puede ser una herramienta útil para el estudio experimental de la conducta deshonestas, en especial, si se contrastan los resultados de la escala con indicadores conductuales de comportamiento deshonesto. Es importante destacar que esta escala está asociada al contexto particular de la universidad en la que se realizó el estudio, y aunque los escenarios descritos son comúnmente practicados en otros contextos (incluso no escolares), se recomienda llevar a cabo estudios previos para adaptarla al contexto particular en el que vaya a utilizarse para futuras investigaciones.

En resumen, se obtuvo un instrumento que mide adecuadamente la intención de comportarse deshonestamente de manera confiable y válida, construido específicamente para población mexicana, lo que garantiza la relevancia cultural para la población meta, y que puede ayudar a futuras investigaciones sobre comportamiento deshonesto. La escala ha sido utilizada de modo exploratorio en estudios experimentales, mostrando una buena capacidad de uso en dichos contextos para estudiar la intención deshonestas.

5.8.3 Prueba de matrices, preguntas escalares de honestidad global y honestidad relativa

La versión de la prueba de matrices utilizada para esta serie de experimentos se construyó siguiendo los lineamientos propuestos en Mazar et al. (2008).

El único requerimiento para elaborar la prueba de matrices consistió en encontrar 40 pares de números con decimales, que sumaran 10 en total. 20 se usaron en una primera aplicación de la prueba de matrices y 20 en una segunda aplicación (ver prueba e instrucciones completas en el Apéndice D).

En cuanto a las preguntas escalares sobre *honestidad global* y *honestidad relativa*, las mismas fueron evaluadas en su traducción e idoneidad por cinco jueces expertos en la construcción de instrumentos psicométricos y re-traducidas por un profesor certificado anglo-parlante, en orden de asegurar su validez de contenido, obteniendo consenso de más del 80% en la evaluación de los jueces. Ambos reactivos fueron mezclados entre reactivos distractores para conformar una supuesta *prueba de personalidad* que sirviera para enmascarar el propósito de ambos experimentos (ver apéndice F).

5.9 Fase 2: Implementación de experimentos

A continuación se describen a detalle los tres experimentos que constituyen el núcleo de este trabajo. Los mismos siguen una secuencia que va de la intención deshonestas (experimento 1), pasando por la conducta deshonestas ante una oportunidad concreta de hacer trampa (experimento 2), y finalizando en la conducta deshonestas ante una oportunidad abstracta de hacer trampa (experimento 3). Así mismo, en los experimentos conductuales (2 y 3) se registró si el autoconcepto de los participantes se mantenía favorable a pesar de haber actuado deshonestamente.

Antes del inicio de cada uno de los tres experimentos, se entrenó en el procedimiento a dos equipos compuestos de ocho asistentes voluntarios reclutados de la comunidad estudiantil. Antes de iniciar la aplicación de cada experimento, el investigador facilitaba a los equipos las instrucciones y procedimiento del experimento en formato impreso. Adicionalmente, el investigador hacía una demostración de la secuencia experimental y del modo en el que cada aplicación debía llevarse a cabo con los materiales que se utilizarían durante el experimento. Los asistentes debían estudiar y memorizar las instrucciones y dominar el procedimiento. Ello se evaluaba mediante pilotes en los que se examinó por separado el desempeño simulado de cada asistente, y ajustando su ejecución hasta que el investigador consideraba que era adecuada. Los equipos trabajaban de modo intercalado: un día el equipo 1 y al día siguiente el equipo 2. Las jornadas de aplicación diarias fueron de 2.5 horas en promedio.

5.9.1 Experimento 1 Determinación del efecto de la autosuficiencia inducida sobre la intención deshonestas.

Este estudio sirvió para probar la existencia de una relación automática entre la activación preconscious del estado mental de autosuficiencia (evocada mediante la manipulación de dinero con técnicas de priming supraliminal), con una consecuencia traducida en la intención de comportarse deshonestamente medido por reactivos pertenecientes a la Escala de Intención Deshonestas en Universitarios (EIDU; García y Bustos, 2018).

Bargh y Chartrand (2010) definieron el priming como “la manera en la que experiencias recientes o en curso pasivamente (sin un acto de voluntad interviniente) crea un estado de preparación interna” (p.3). La teoría y las técnicas de priming estudian la activación temporal de estados representacionales mentales, y la forma en la que dichos estados interactúan con la información ambiental para producir percepciones, evaluaciones, motivaciones y comportamiento social. Los participantes no son conscientes de la influencia que está teniendo el ambiente sobre su pensamiento ni conducta, es por ello que Bargh (1990) denomina estos procesos como *preconscious*, debido a que no alcanzan el umbral de reconocimiento de la consciencia de las personas.

Al respecto, existen dos métodos de estimulación tradicionalmente usados: el *priming subliminal* y el *priming supraliminal*; que varían de acuerdo al grado de consciencia que tiene el participante de estar siendo estimulado (Bargh y Chartrand, 2010).

En el priming subliminal el participante no es consciente de la estimulación que se le está induciendo (no *sabe* que se le está estimulando), pero que tiene una temática bien definida por el investigador (i.e. la presentación de imágenes o palabras con temáticas específicas en la periferia del rango visual a grandes velocidades para que no sean registradas por la consciencia, pero alcanzando a ser captadas lo suficientemente bien como

para ejercer un efecto). Por otra parte, en el priming supraliminal, el participante *sabe* que está haciendo una tarea, pero no conoce la finalidad o el tema de la estimulación que está recibiendo. Por ejemplo, en la tarea de frases revueltas usada por Vohs et al. (2006) se pidió a los participantes que ordenaran una serie de frases que tenían como temática la riqueza, posteriormente se aplicaba la variable dependiente conductual y se comparaban los resultados con el grupo control. Aunque los efectos sobre la conducta fueron estadísticamente significativos, los participantes no reportaron conocer el propósito del estudio y no encontraron una relación entre la tarea de frases revueltas y la posterior tarea. En este caso, los participantes sabían que estaban realizando una tarea de ordenamiento de frases, pero no sospecharon que se les estaba estimulando para evocar cierto estado mental.

Variables de estudios previos

Vohs et al. (2006, 2008) encontraron que la activación pre-consciente de la idea de *dinero* empleando técnicas de priming hizo que las personas entraran en un estado de *autosuficiencia*. Como consecuencia, los participantes elegían tareas individuales en lugar de tareas colectivas, ponían una mayor distancia física entre ellos y otras personas, y pedían y daban menos ayuda a otras personas.

En otro estudio en el que se utilizó la técnica de priming, se encontró que el dinero produjo un incremento en la intención de llevar a cabo conductas deshonestas (Kouchaki, et al., 2013), medida a través de la Unethical Decision Making Scale (UDMS; Detert, Treviño y Sweitzer, 2008). Esta escala mide la intención de cometer actos deshonestos, conceptualizándola como la probabilidad subjetiva de llevar a cabo diversas acciones en las que se rompe una norma moral o estándar de comportamiento; en una escala del 1 (extremadamente improbable) al 7 (extremadamente probable). Contando 13 reactivos en

forma de escenarios. En una tipología de escenarios se describe una conducta en la que se rompe una norma moral (escenarios con implicaciones morales); en el otro tipo de escenario no se rompe ninguna norma (escenario neutro). La escala consistía de ocho escenarios con implicaciones morales, y cinco escenarios con temática neutra. Además, tenía un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.74.

Se desarrolló una escala para ser usada con el mismo propósito experimental de Kouchaki et al. (2013), pero con relevancia cultural adecuada a la población de universitarios mexicanos, surgiendo así la Escala de Intención Deshonesta en Universitarios (EIDU; García y Bustos, 2018) en la que se incluyeron algunos de los reactivos de la UDMS que mostraron índices adecuados de validez y confiabilidad en un intento previo de traducción. La escala final quedó compuesta por 26 reactivos agrupados en cuatro factores: dos que miden intención de cometer actos deshonestos (factor 1: robo y mentira; factor 2: fraude) y dos con temática neutra (factor 3: asertividad; factor 4: autonomía).

Variables e hipótesis

La variable independiente fue: Priming supraliminal en tres niveles. (1) estímulo evocador de autosuficiencia (manipulación de dinero en efectivo), (2) estímulo neutro (manipulación de papel blanco), y (3) ausencia de estímulo (grupo control). La variable dependiente fue: el promedio de intención total de incurrir en los actos deshonestos evaluado por reactivos de la EIDU. Con estas variables se siguió un diseño experimental de 3 grupos con posttest, y realizado en el contexto de laboratorio.

La hipótesis de investigación para este experimento enuncia que la autosuficiencia inducida preconsciousmente mediante manipulación de dinero, aumentará el nivel de intencionalidad de incurrir en actos deshonestos.

Método

Participantes

Se reclutaron por muestreo no probabilístico a 60 estudiantes. 23 hombres (38.3%) y 37 mujeres (61.7%), Con una edad promedio de entre 18 y 20 años ($_{Edad}M=18.82$ años, $DE=0.833$) de una universidad pública. Todos los participantes aceptaron participar en el experimento voluntariamente proporcionando su consentimiento informado.

Materiales

Se usó un laboratorio con capacidad para 5 aplicaciones simultáneas, 50 billetes de \$100 por participante en la condición experimental, 50 rectángulos de papel de 12x8 cm en la condición neutra, copias de la EIDU, hojas de registro, un cuaderno o pantalla de plástico y cronómetros para ser usados por los investigadores.

Instrumento

Se utilizó la EIDU (García y Bustos, 2018) que es una escala de 26 reactivos en escala Likert con rango de 0(extremadamente improbable) a 6 (extremadamente probable), y cuyo máximo puntaje es 156 (ver Apéndice C).

Procedimiento y diseño

Como preparación para el experimento, se entrenó en los procedimientos a un equipo de cinco asistentes hasta lograr dominio en la aplicación del protocolo experimental. Los asistentes estaban “ciegos” a las hipótesis de investigación y al propósito de la misma.

El día del experimento, los participantes eran ingresados al laboratorio en grupos de cinco. Posteriormente, eran asignados individualmente a cada uno de los cinco cubículos en donde los esperaba un asistente para asignarlo a la condición experimental aleatoriamente y para darle las instrucciones correspondientes. Cada participante era asignado aleatoriamente

a una de las tres condiciones experimentales: 1) priming con dinero, 2) priming neutro, o 3) grupo control.

Siguiendo el diseño de más de dos grupos, se asignaba a cada participante aleatoriamente a la condición experimental, el asistente ponía frente al participante una columna de billetes o papeles (según la pertenencia a la condición 1 o 2), o pasaba directamente a dar las instrucciones para el llenado de la EIDU (condición 3). Para los grupos experimentales 1 y 2, el experimento se basó en un paradigma de dos tareas: Una primera supuesta prueba de habilidad motriz (cuyo propósito real era el de estimular al participante con las modalidades de priming de la variable independiente), seguida por una tarea aparentemente no relacionada, que consistía en responder a la EIDU. Al grupo control únicamente se le aplicaba la EIDU.

Para la tarea de habilidad motriz (una adaptación de la propuesta de Zhou, Vohs & Baumeister, 2009), se le daba al participante la siguiente instrucción (las palabras entre paréntesis muestran las adaptaciones para el grupo 2):

“A continuación, te daré éstos billetes (papeles), tu tarea consiste en pasarlos de uno en uno, contándolos mentalmente mientras lo haces y formando una columna a un lado de la columna que tienes en frente. Debes hacerlo lo más rápido que puedas, y cuando termines dime “YA”. Después, te preguntaré cuántos billetes (papeles) contaste. Yo te indicaré cuando se termine el tiempo”.

Antes de iniciar el conteo del tiempo, el asistente asignado debía hacer una demostración de la tarea solicitada, pasando 10 billetes de la columna que tenía frente a él hacia una nueva columna lo más rápido que podía. Una vez hecho esto, debía devolver los billetes a la posición original y preguntar al participante si le había quedado clara la tarea. Cuando el

participante no tuviera dudas acerca de la tarea, el asistente alistaba su cronómetro y preguntaba “¿Estás listo?...Empieza”.

Sin importar el tiempo que tardara el participante, el asistente debía esperar a que todos los billetes/papeles hubieran sido contados y acomodados en la nueva columna. Cuando todos los billetes/papeles hubieran sido contados, el asistente detenía el cronómetro y apuntaba en una libreta el tiempo que tardó el participante, posteriormente preguntaba “¿Cuántos billetes/papeles contaste?”, y anotaba en la hoja de registro la cantidad de billetes/papeles que el participante reportaba verbalmente.

A continuación, se agradecía al participante por su ayuda y se le decía que la actividad había terminado, pero que se solicitaba su apoyo para completar una breve escala de forma anónima, demostrándole que no se le solicitaban datos que pudieran revelar su identidad. Una vez hecho esto, se le daba la EIDU y se le decía que para confirmar su anonimato, podía asegurarse de mezclar su escala resuelta con las de los demás participantes hasta su completa satisfacción al terminar de completarla. Las indicaciones fueron las siguientes:

“Muchas gracias por tu apoyo, ésta actividad para medir coordinación motriz, pero se solicita tu apoyo para una investigación paralela que se está realizando en apoyo a la Facultad de Psicología. Como podrás ver, se trata de una escala en la que no se te solicita algún dato con el cual identificarte. Cuando termines de responder todos los reactivos, solo revisaré rápidamente que no se te haya olvidado responder a alguno de ellos, cubriendo los reactivos con este cuaderno, y puedes pasar a revolver tu escala con la de los demás participantes si así lo deseas”.

Mientras el asistente proporcionaba la explicación del párrafo anterior, debía hacer la demostración de cómo revisaba que el participante hubiera respondido a todos los reactivos, esto es, cubriendo con una lámina plástica o cuaderno la zona de la escala en donde se

ubicaban los reactivos, pero manteniendo visible la parte en la que se encontraban las respuestas del participante.

Cuando el participante finalizaba la escala, el asistente revisaba que hubiera respondido a todos los reactivos, y le preguntaba si deseaba pasar a revolver su escala junto con la de los demás participantes. En tal caso, el participante debía esperar a que los demás participantes del laboratorio hubieran terminado de completar sus escalas respectivas, y una vez reunidas las cinco escalas del grupo dentro del laboratorio, se permitía al participante que mezclara las escalas hasta sentirse satisfecho. Una vez hecho esto, se les entregaba un breve cuestionario de preguntas abiertas para confirmar la inconsciencia de la estimulación con priming y la posibilidad de sospechas al respecto de la verdadera naturaleza del estudio (según los lineamientos propuestos por Bargh y Chartrand, 2010), se les agradecía por su apoyo y se les conducía a la salida del laboratorio.

Análisis de datos

Una vez recopilados los datos de los experimentos se hizo una inspección visual y exploratoria de los reactivos de la EIDU. Con la finalidad de identificar la distribución de los datos, se obtuvieron análisis de frecuencias estadísticas de tendencia central y de dispersión. Posteriormente se eliminaron los reactivos de la escala que no cumplieron con los requisitos de tener respuesta en todas sus opciones, así como aquellos en los que recaían más del 60% de las respuestas en una opción de la escala Likert con el objetivo de posibilitar la comparación entre las distribuciones de los reactivos.

Adicionalmente, se optó por analizar y juntar en un solo factor los reactivos restantes de la escala que miden intención deshonestas sin importar si pertenecían al factor 1 o 2 de la EIDU (los dos factores con temática deshonestas). Ello se decidió de acuerdo al objetivo de la investigación, que es estudiar únicamente la intención de llevar a cabo conductas

deshonestas, sin importar si es *robo*, *fraude* o *mentira*. Adicionalmente, ese método asemeja más al propuesto en la escala original de Detert et al. (2008), quienes únicamente separaron su escala en dos factores: escenarios con implicaciones morales y neutros; de los cuáles se centraron principalmente en comparar los primeros. Por estas razones, finalmente se analizaron 12 reactivos que miden intención deshonestas en el que la calificación máxima conjunta fue de 72. Se obtuvo el índice Alfa de Cronbach del nuevo factor ($\alpha=0.82$). Dicho factor fue llamado *Escenarios deshonestos*.

Una vez seleccionados los reactivos, se obtuvieron estadísticos descriptivos de los puntajes crudos, así como de los puntajes escalares. Posteriormente se comprobaron los supuestos de homogeneidad de varianzas (test de Levene) y de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) para finalmente llevar a cabo un ANOVA de un factor entre los tres grupos.

Resultados

Al hacer una inspección aritmética de los promedios es posible ver que los mismos no difieren de modo significativo (ver Tabla 2), ello es confirmado al graficar los cuartiles de las distribuciones de puntajes (ver Figuras 8 y 9).

Tabla 2. Promedios y desviaciones estándar de los 12 escenarios deshonestos en las tres condiciones experimentales.

	Dinero		Papel		Control	
	Puntajes	Medida escalar	Puntajes	Medida escalar	Puntajes	Medida escalar
Media	30.350	2.529	31.350	2.613	32.400	2.700
Desviación estándar	9.433	0.786	13.712	1.143	10.435	0.870

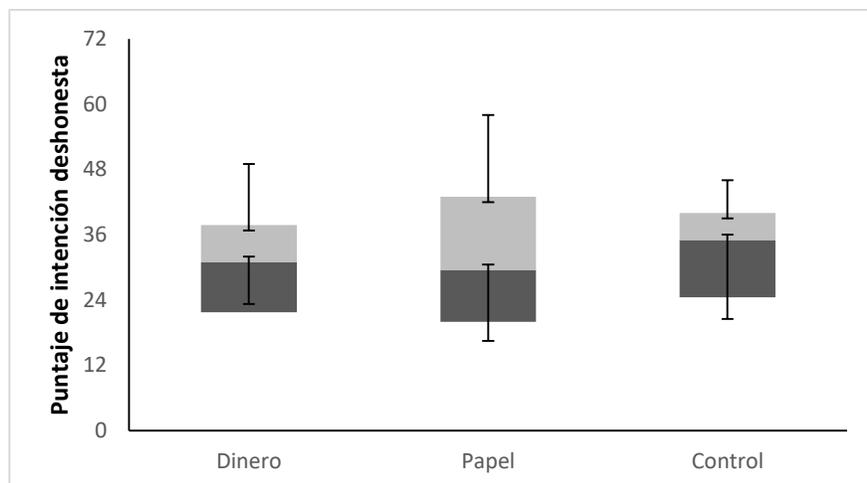


Figura 8. Distribuciones grupales de puntuajes de intención deshonestas en la EIDU.

En un primer análisis de dispersión de los datos con respecto a la mediana y los cuartiles, los grupos no muestran diferencias. Sin embargo, al observar los puntajes extremos, es factible notar que en la condición 3 (control), los datos no fluctúan tanto en contraste con la condición 2 (papel) que tiende hacia mayor puntaje de intención deshonestas y la condición 3 (dinero) muestra un conjunto de datos casi equilibrados en el centro. Ello va en contra de lo postulado por la hipótesis de investigación, pues se esperaba que el grupo estimulado con dinero mostrara mayores índices de intención deshonestas. Con base en estas diferencias se procedió a determinar su significancia mediante la prueba ANOVA de una vía.

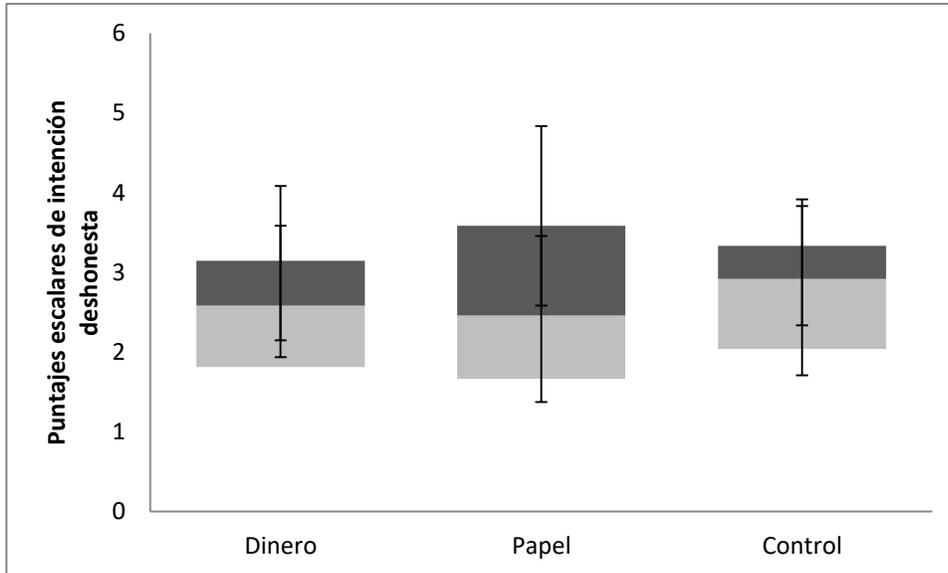


Figura 9. Distribución escalar de intención deshonestas. Nota: Con una inspección visual se puede suponer inicialmente que aunque existen varianzas estadísticamente iguales, las diferencias producidas por la manipulación de la variable independiente no serán estadísticamente significativas.

Para comprobar la idoneidad del uso de un ANOVA se aplicaron la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, y la prueba de homogeneidad de varianzas de Levene. Ambas pruebas arrojaron índices aceptables para permitir un ANOVA.

El análisis de varianza no mostró diferencias estadísticamente significativas entre los tres grupos ($F(2,57) = .163, p = .850$), de modo que se acepta la hipótesis nula (ver tabla 2). Adicionalmente, se observó un tamaño de efecto de la variable independiente bajo ($\eta^2_p = 0.06$).

Discusión

A diferencia del estudio de Kouchaki et al. (2013), en el que la evocación de un estado de autosuficiencia mediante el contacto con estímulos asociados con dinero provocó un incremento en la intención de cometer actos deshonestos, los datos en el presente estudio no replicaron dicho patrón. De hecho, contrariamente a lo esperado por la hipótesis de investigación, el grupo que estuvo en contacto con dinero resultó ser el que menor intención

deshonesta reportó (Condición_dinero $M=30.35$) en contraste con el grupo que recibió una estimulación neutra (Condición_papel $M=31.35$) y con el grupo control (Condición_control $M =32.4$), aunque las diferencias no resultaron estadísticamente significativas.

Al considerar la variable dependiente (i.e. el promedio obtenido en los reactivos utilizados de la EIDU-, el contraste con los resultados de Kouchaki et al. (2013) pudo haber sido causado por la diferencia cultural entre los escenarios descritos entre la escala que ellos utilizaron y la EIDU, que fue elaborada exclusivamente para población mexicana, a pesar que tanto la escala utilizada por ellos, así como la medición creada a partir de la EIDU poseen adecuados niveles de confiabilidad total ($\alpha=0.74$ y 0.82 respectivamente).

Una segunda explicación al fenómeno observado es la diferencia entre los estímulos inductores de autosuficiencia utilizados como variable independiente. Mientras que en el estudio realizado por Kouchaki et al. (2013) la tarea consistía en llevar a cabo una tarea de frases incompletas (las frases contenían temas relacionados al dinero y a la riqueza que tenían el objetivo de facilitar el surgimiento del estado de autosuficiencia, como las usadas por Vohs et al. (2006), en el presente estudio se utilizó una tarea más directa, en la que los participantes debían manipular el dinero en efectivo (Zhou, Vohs & Baumeister, 2009).

Así mismo -y en conjunto con el punto tratado en el párrafo anterior- es importante destacar que en la universidad pública donde se llevó a cabo el experimento, no es usual para los alumnos participar en estudios en los que se les pone en contacto con dinero, mucho menos en cantidades tan grandes. Por lo anterior, pudo haber ocurrido que aunque el dinero lograra provocar el estado de autosuficiencia, este fue opacado por una reacción de autoobservación de los propios estándares morales de los participantes (Mazar, Amir & Ariely, 2008) por la situación experimental novedosa (y por lo mismo, probablemente percibida como sospechosa). En otras palabras, aunque los participantes pudieron haberse

sentido autosuficientes, independientes y poderosos, pudo haber ocurrido un efecto reactivo que los obligó a alejarse de la posibilidad de ser deshonestos al volverse más conscientes del propio estado de sus estándares morales, posiblemente por la sospecha provocada por la presencia y manipulación de dinero en efectivo.

Sin embargo, las preguntas confirmadoras de la inconsciencia de la manipulación y del propósito del estudio mostraron que los participantes no detectaron alguna conexión entre la tarea de habilidad motriz y el completado de la EIDU, así mismo, no lograron determinar ni describir el posible propósito de la investigación. Por otra parte, precisamente la duda pudo haber generado la sospecha y por lo mismo, el apego a un reporte de intencionalidad más honesto.

Los resultados de este experimento llevaron a preguntarse si se encontrarían efectos similares al estudiar el comportamiento deshonesto en distintas situaciones, como se puso a prueba en los experimentos 2 y 3.

5.9.2 Experimento 2. Determinación del efecto de la autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa sobre la conducta deshonestas

Este experimento fue diseñado para probar si el dinero como estímulo facilitador de autosuficiencia afecta los niveles de comportamiento deshonesto vía un aumento de la influencia del mecanismo de la *motivación* postulado por la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar, Amir & Ariely, 2008b). Así mismo, sirvió para probar si los autoconceptos de los participantes se actualizan negativamente después de haber incurrido en un acto deshonesto, o si -a pesar de reconocer la naturaleza inmoral de su acto- los participantes mantienen una imagen positiva de sí mismos en términos de honestidad (Mazar, Amir & Ariely, 2008).

Variables de estudios previos

Las personas valoran el sentirse honestas, pero al mismo tiempo tratan de aprovechar la oportunidad de obtener beneficios económicos ante la oportunidad de hacer trampa. Según la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar, et al., 2008), una persona resuelve el dilema por medio del proceso de *categorización*, que es el encargado de permitir cierta ambigüedad en la percepción y racionalización de las circunstancias, de modo que el individuo pueda obtener ganancias económicas (aunque sean pequeñas) por medio de actuar solamente *un poco* deshonestamente. Este tipo de deshonestidad no llega a ser reconocido por el infractor como algo negativo (por ello, los autores la denominan “deshonestidad que pasa por debajo del radar”), observándose que aunque los participantes han tomado dinero extra –reclamado deshonestamente- como paga durante experimentos, continúan evaluándose favorablemente en términos de su autoconcepto moral. Es decir, que la pequeña magnitud de deshonestidad no es reconocida conscientemente como algo lo suficientemente importante como para tener que actualizar negativamente la valencia de su

autoconcepto, pues ello resultaría en la dolorosa obligación de tener que afrontar que no es tan honesto como creía, teniendo que actualizar negativamente y dolorosamente su autoevaluación moral.

De esta manera, dentro de las variables que se han observado que influyen sobre el proceso de categorización se ubica la *motivación* (Mazar, et al., 2008b; Sharma, Mazar, Alter y Ariely, 2013). La teoría del mantenimiento del autoconcepto catalogaría a la carencia financiera como un elemento potenciador de la *motivación*, es decir, que a mayor sensación de carencia financiera, aumenta la motivación para comportarse deshonestamente. Experimentalmente, Sharma et al. (2013) encontraron que las personas que se sienten carentes tienden a hacer más trampa para obtener recompensas monetarias, además de juzgar de forma más flexible a personas con carencia financiera que hacen trampa para obtener beneficios monetarios. Los autores explicaron que dichos efectos son mediados por cambios temporales en los estándares morales de las personas, producidos por haberlos hecho pensar -antes de la prueba que mide deshonestidad- acerca de momentos en los que se han sentido carentes financieramente (de modo semejante a la metodología utilizada al aplicar un estímulo de priming). Dicho efecto es semejante al producido por el dinero en los estudios de Kouchaki et al. (2013), en el que la evocación preconscious de ideas asociadas con la riqueza produjo un estado de autosuficiencia (Vohs et al., 2006), produciendo un aumento en la intención de llevar a cabo acciones deshonestas, así como un aumento en la conducta deshonesto real.

Por lo anterior, en el presente experimento se postula que el mecanismo de *motivación* como estado previo de los participantes puede ser evocado mediante la manipulación física del dinero, desencadenando el estado de *autosuficiencia*, que a su vez, influiría en el proceso de *categorización* (i.e. la capacidad que tienen las personas para

racionalizar flexiblemente su comportamiento). Es decir, que los participantes fueron seleccionados por pertenecer a una población que probablemente se perciba en carencia financiera, de modo que tendrían una fuerte motivación para actuar deshonestamente ante la oportunidad de hacer trampa sin ser descubiertos (como se confirmó mediante el estudio de redes semánticas naturales discutido anteriormente, así como con los registros del ingreso mensual familiar y la situación laboral). Dicha motivación se vería acrecentada por el efecto y la presencia del dinero en efectivo que deberán manipular, facilitando así que surja el estado de autosuficiencia, que a su vez permitiría un mayor rango de racionalización de la deshonestidad por medio del mecanismo de categorización.

Sin embargo, han surgido cuestionamientos acerca de la robustez de los efectos del priming con dinero (Rohrer et al., 2015), señalando que los tamaños de efecto reportados por Vohs et al. (2006) son exagerados. Es por ello que resulta importante confirmar que los efectos de la autosuficiencia evocada mediante priming sobre la conducta deshonestas son auténticos.

Variables e hipótesis

Las variables independientes fueron:

1. Priming supraliminal, en tres niveles: (1) evocador de la representación mental de autosuficiencia (dinero en efectivo), (2) estímulo neutro (papel blanco), y (3) ausencia de estímulo.
2. Trampa, en dos niveles: (1) presencia de la trituradora trucada y autopago sin revisión del asistente del investigador, y (2) ausencia de trituradora, y pago revisado por el asistente del investigador.

La variable dependiente fue:

1. Puntaje en la tarea de matrices matemáticas (Mazar et al., 2008), que consistía en 20 matrices matemáticas en las que el participante debía encontrar dos números con decimales que sumaran exactamente 10, y en la que el puntaje máximo era de 20.

Las hipótesis de investigación que se pusieron a prueba mediante el experimento fueron:

H1: Existe una interacción entre la autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa, que aumenta el comportamiento deshonesto.

H2: La autosuficiencia inducida (mediante dinero) aumentará el puntaje del comportamiento deshonesto.

H3: La oportunidad de hacer trampa aumentará el puntaje del comportamiento deshonesto.

Más concretamente, se esperaba encontrar puntajes más altos de deshonestidad en las condiciones de autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa en comparación con los demás grupos.

Método

Participantes

Se reclutaron por muestreo no probabilístico a 120 estudiantes. 52 hombres (43%) y 68 mujeres (56.7%), con una edad de entre 18 y 22 años ($E_{\text{edad}}M=19.59$ años, $DE= 1.375$) de una universidad pública.

Materiales

Se utilizaron laboratorios de 4x5 m², así como los siguientes materiales (por laboratorio):

- Formularios de consentimiento informado.
- 50 billetes de \$100 (pesos mexicanos), y 50 tarjetas de cartulina blanca (12x8 cm).
- Sobre con dinero (20 monedas de \$5 pesos mexicanos) para pagar.
- Tazón con monedas de \$1 (pesos mexicanos).

- Plumas.
- Tablas portapapeles.
- Cronómetros.

Instrumentos y hoja de registro de la VD.

- Prueba de matrices de Mazar et al. (2008; Ver Apéndice D).
- Preguntas escalares de honestidad global y honestidad relativa (adaptadas de Mazar et al., 2008; Ver Apéndice F).

Aparatos:

- Trituradora trucada (basada en la idea de Gino, Ayal & Ariely, 2009; Ver Apéndice E).

El paquete de prueba que se armaba para cada participante incluyó:

- Página principal introductoria
- Hoja de prueba de matrices
- Hoja de puntuación
- Sobre con dinero para que los participantes se pagaran a sí mismos (solo para los grupos en donde hacer trampa era posible).

Diseño y procedimiento

Como preparación para el experimento, se ensayaron los procedimientos con un equipo de cinco asistentes hasta lograr dominio en la aplicación. Los asistentes fueron “ciegos” a las hipótesis de investigación y al propósito de la misma.

El diseño experimental empleado fue un diseño factorial 3x2 con Priming supraliminal (dinero, papel y control) y Trampa (con y sin). Los sujetos participaron individualmente en

una sesión que duraba aproximadamente 25 minutos, y fueron asignados aleatoriamente a cada uno de los grupos (Tabla 3).

Tabla 3. Distribución de grupos experimentales

Priming/Trampa	G1 (Dinero)	G2 (Papel)	G3(Control)
Con	1	2	3
Sin	4	5	6

El experimento siguió un paradigma de cuatro tareas experimentales presentadas en el siguiente orden: Primero, todos los participantes debían llevar a cabo la misma prueba de habilidad motriz utilizada en el Experimento 1; posteriormente, debían completar una primera aplicación de una prueba de matrices matemáticas; seguidamente se aplicaron las preguntas referentes a *honestidad absoluta* y *honestidad relativa*; finalmente, se hacía una segunda aplicación de la prueba de matrices con nuevos números y sin la posibilidad de hacer trampa para los grupos.

Introducción y prueba de habilidad motriz.

Después de leerles y darles a firmar el documento de consentimiento informado (que garantizaba su anonimato, la posibilidad de abandonar el experimento en cualquier momento, y el respeto a sus derechos humanos y universitarios), se asignó a cada participante aleatoriamente a una de seis condiciones experimentales. Según el grupo asignado, se le daba al participante un paquete de prueba determinado. Cuando un sujeto entraba en la sala, el asistente debía pedirle que tomara asiento para leer y firmar el formulario de consentimiento.

"En esta serie de estudios independientes se te pedirá que completes dos tareas: Primero realizarás una prueba de destreza motriz fina, luego una tarea, en la que se te pedirá que resuelvas tantas matrices matemáticas como puedas en 5 minutos.

Para la prueba de habilidad motriz se siguieron los mismos lineamientos que en el Experimento 1.

Prueba de matrices (1ª aplicación).

En los grupos a los que no se les permitió hacer trampa, el asistente de investigador supervisaba que la hoja de reporte de resultados coincidiera con el desempeño real del participante (revisando su hoja de prueba de matrices), y posteriormente le pagaba según la cantidad de matrices resueltas correctamente. En contraste, en los tres grupos en donde hacer trampa era concedido, se hacía creer al participante que tenía la posibilidad de destruir en la trituradora de papel su hoja de matrices antes de escribir el número de matrices resueltas en la hoja de reporte de resultados (teniendo así la oportunidad de hacer trampa al reportar un mayor número de matrices de las que resolvió en realidad). Adicionalmente (y a diferencia de las condiciones sin trampa, en las que el asistente asignaba el pago a los participantes), el paquete de prueba contenía un sobre con dinero en efectivo para que el participante se auto-pagara una vez que hubiera completado el registro de su desempeño en la prueba de matrices.

Es importante destacar que la oportunidad de hacer trampa era aparente, pues la trituradora que supuestamente servía para eliminar la evidencia de la trampa de los participantes fue ajustada (retirándole las cuchillas centrales, pero dejando los sensores para activar el motor; ver apéndice) para que diera la impresión de estar destruyendo la hoja de matrices, pero únicamente la dejaba caer en el compartimiento inferior. Este mecanismo permitió comparar el desempeño real del participante (al recuperar su hoja de prueba del

interior de la trituradora) con su desempeño reportado, y así, determinar si había hecho trampa o no.

Otro indicador recopilado de deshonestidad fue la posibilidad de autopagarse. Dentro del sobre con dinero que se les daba a los participantes había una cantidad de dinero determinada con anticipación (20 monedas de \$5; Si el participante resolvía correctamente las 20 matrices sin hacer trampa, debía autopagarse las 20 monedas en el sobre). De modo que si el participante estuviera haciendo trampa, ello sería evidente al contrastar la cantidad de dinero que hacía falta en el sobre con la cantidad de matrices resueltas y confirmadas al recuperar la hoja de prueba de la trituradora.

Al finalizar la prueba de motricidad, se decía a los participantes:

"En este estudio se te pedirá que completes una tarea, en la que deberás resolver tantas matrices como puedas en 5 minutos. Una matriz incluye varios números y se te pedirá que encuentres dos números que sumen hasta 10. Ve el ejemplo de abajo. En un momento, se te dará la hoja de la prueba que incluye 20 matrices".

5.64	2.85	9.48
1.68	9.52	2.15
6.71	4.36	1.67
8.1	5.48	8.91

Figura 10. Ejemplo de matrices empleadas.

A continuación se muestran las instrucciones para las condiciones en donde no era posible hacer trampa, así como las instrucciones para los grupos en donde era posible hacer trampa.

1. Condición control sin trampa

“Tu pago se determinará en función del rendimiento en la tarea de matrices. Vas a Ganar [\$_5_] por matriz resuelta correctamente. Tan pronto terminen los 5 minutos, se te pedirá que cuentes el número de matrices e informes de ellas en la hoja de puntuación.

Al finalizar la prueba, me debes entregar tu hoja de matrices y tu hoja de puntuación para que te pueda dar tu pago correspondiente. Finalmente, permanece en tu lugar para responder a una pequeña encuesta”.

2. Condición de trampa

“Tu pago se determinará en función del rendimiento en la tarea de la matriz. Vas a Ganar [\$_5_] por matriz resuelta correctamente. Tan pronto terminen los 5 minutos, se te pedirá que cuentes el número de matrices y recuerdes ese número. Entonces destruirás tu hoja de prueba de matrices (en la trituradora de papel), volverás a tu lugar e informarás el número de matrices que resolviste en la hoja de puntaje separada.

En este sobre también encontrarás dinero para pagarte a ti mismo: por favor, cuenta el número de matrices resueltas, multiplica eso por [\$_5_] y luego págate a ti mismo tan pronto como hayas terminado.

Una vez hecho eso, pon por favor su hoja de puntuación y el dinero restante dentro del sobre amarillo, y permanece sentado para completar una pequeña encuesta”.

Preguntas sobre honestidad global y honestidad relativa.

Una vez finalizada la prueba de matrices, se solicitaba a los participantes que respondieran una supuesta escala de personalidad, que presentaba reactivos distractores que trataban

acerca de diversas temáticas, dentro de las cuales se mezclaron dos reactivos escalares que registraban honestidad global (“Del 0 (nada) al 100 (mucho) ¿qué tanto consideras ser una persona honesta?”) y honestidad relativa (“En términos de honestidad, en comparación con el día de ayer, hoy me siento...”; escala: 1 “mucho peor” a 11 “mucho mejor”). Dichas preguntas servían para comprobar si los participantes que recientemente habían hecho trampa en la prueba de matrices presentaban una imagen disminuida de su auto-concepto moral (ver en Apéndice F).

2ª aplicación de la prueba de matrices.

Una vez que el participante respondía a la escala se le aplicaba nuevamente la prueba de matrices (con números diferentes), sin embargo, en esta ocasión, a ninguno de los seis grupos se le permitía hacer trampa –no había posibilidad de utilizar la trituradora de papel. Adicionalmente, antes de la prueba se solicitaba que hicieran una predicción acerca de su desempeño en la misma tomando en cuenta la nueva condición, señalándoles que mientras más certera fuera su predicción en contraste con su desempeño real durante la prueba su pago sería mayor. Ello con el objetivo de comprobar si los participantes que habían tenido la oportunidad de hacer trampa durante la primera aplicación de la prueba reajustaban su predicción en base a la nueva situación que se les presentaba. De modo que, si habían hecho trampa durante la primera prueba de matrices (y lo reconocían), su predicción debería mostrarse más apegada a los puntajes obtenidos por los grupos en donde la trampa no fue posible durante la primera aplicación. Las instrucciones fueron las siguientes:

“Gracias por tu apoyo, para finalizar ésta serie de estudios, deberás completar nuevamente la prueba de 20 matrices, en cinco minutos. Pero, en ésta ocasión deberás entregarme tu hoja de prueba de matrices junto con tu hoja de puntuación para poder recibir su pago. Yo confirmaré que el número de matrices resueltas

correctamente corresponda con el número reportado en la hoja de puntuación y te pagaré de acuerdo a tu desempeño. Las matrices tienen la misma dificultad que en la ocasión anterior, pero tendrán diferentes números. Antes de iniciar la prueba, dime *¿cuántas matrices crees que podrás resolver en ésta ocasión?* Mientras más certera sea tu predicción tu pago por matriz será mayor. Conforme te alejes del número predicho de matrices, tu pago irá disminuyendo \$1. Por ejemplo, si predices que resolverás 4, pero resuelves 3 o 5, se te pagarán \$4 por matriz. Si predices que resolverás 4, pero resuelves 2 o 6, se te pagarán \$3 por matriz. Si predices que resolverás 4, pero resuelves 1 o 7, se te pagarán \$2 por matriz. Así que *ganas más dinero mientras más certera sea tu predicción*".

Al finalizar la prueba, el asistente debía revisar la cantidad de matrices resueltas correctamente y pagar al participante según la precisión de la correspondencia entre la predicción y el desempeño real. Posteriormente, se le agradecía al participante por su ayuda y se le conducía a la salida del laboratorio. La secuencia experimental completa tuvo una duración aproximada de 30 minutos por aplicación.

Análisis de datos

En primer lugar, se obtuvieron estadísticos de tendencia central y de dispersión de todas las mediciones obtenidas. Para hacer las comparaciones entre grupos se comprobaron los supuestos de normalidad y homoscedasticidad en cada grupo experimental para las distintas variables analizadas. En el caso de que dichos supuestos se cumplieran, se llevaba a cabo el ANOVA correspondiente, en caso contrario se optaba por un análisis de varianza no paramétrico.

Resultados

Primera aplicación de prueba de matrices

En primer lugar, se obtuvieron las distribuciones y estadísticos descriptivos del desempeño de los seis grupos durante la primera aplicación de la prueba de matrices (Figura 11).

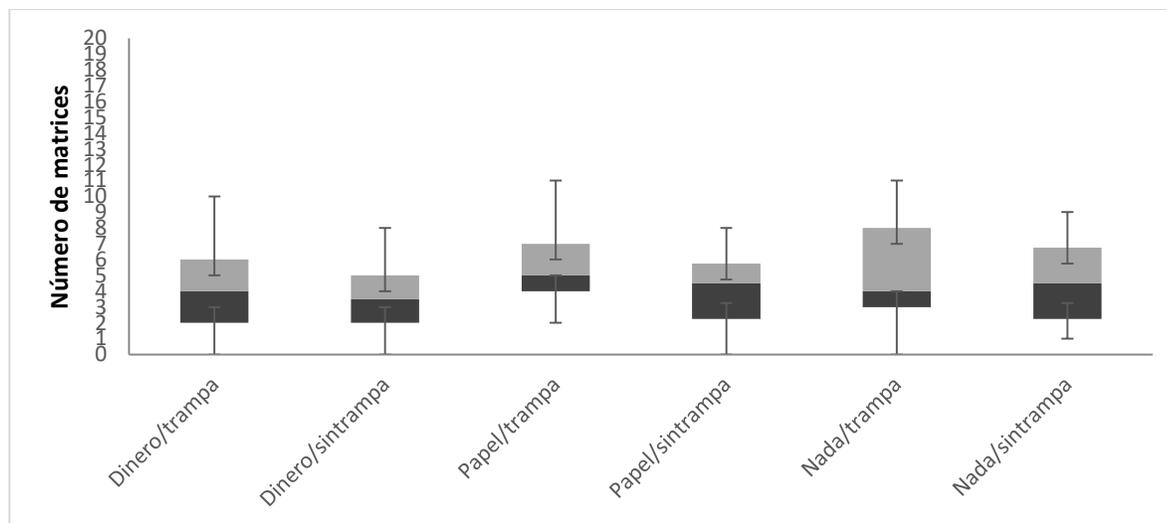


Figura 11. Distribuciones grupales de matrices reportadas en la primera aplicación.

Al hacer una inspección de las distribuciones, es factible inferir que no se encontrarán diferencias estadísticamente significativas entre los grupos debido a que los cuartiles de los seis grupos se encuentran en rangos muy próximos. Sin embargo, al estudiar cada distribución grupal de modo separado es posible observar que el grupo 1 (Dinero/Trampa) fue el que menor puntaje de deshonestidad mostró, en contraste con el grupo 3 (Papel/Trampa) y el grupo 5 (Control/Trampa), aunque se observa un mayor sesgo de casos extremos hacia el reporte falso de una mayor cantidad de matrices en los tres grupos de trampa, en comparación con los tres grupos en los que no era posible hacer trampa. Esto indica que aunque la manipulación de la variable independiente *priming* no afectó del modo esperado a la conducta deshonesto, la variable independiente *trampa* funcionó adecuadamente. Es decir, que efectivamente, los participantes hicieron trampa, aunque el nivel de la misma no fue estadísticamente significativo.

De modo semejante, al observar y al comparar aritméticamente los promedios grupales (Figura 12), se nota que el grupo 1 es el que muestra una media menor en comparación con las dos condiciones de trampa restantes. Ello va en contra de la hipótesis del investigador, pues se esperaba que al estar en un estado de autosuficiencia los participantes se comportarían más deshonestamente.

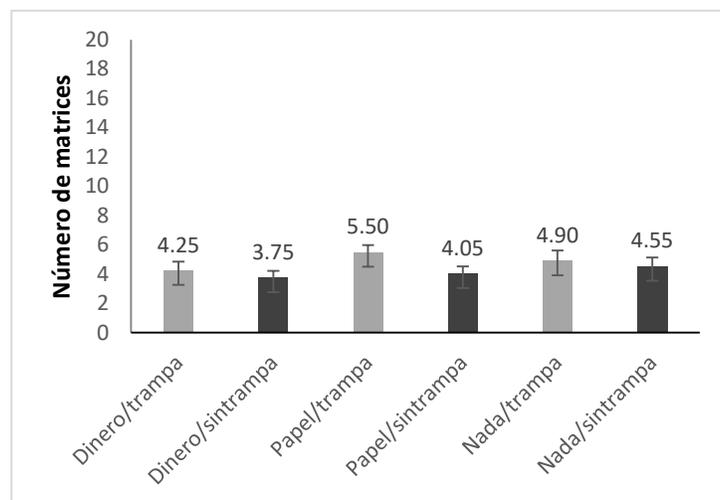


Figura 12. Promedios grupales de matrices reportadas en la primera aplicación.

Posteriormente, para responder a las hipótesis de investigación, se realizaron comparaciones de medias usando la prueba ANOVA de dos factores, que permite comprobar los efectos principales de cada una de las dos variables independientes (modalidad de priming y oportunidad de hacer trampa), así como determinar si existe un efecto por la interacción de ambas variables que impacte a la variable dependiente.

Antes de poder aplicar el ANOVA, fue necesario comprobar la normalidad y homoscedasticidad de los datos recopilados. Lo anterior se hizo mediante las pruebas de Kolmogorov-Smirnov y Levene respectivamente. Ambas pruebas mostraron puntajes adecuados (mayores a 0.05) para proseguir con el ANOVA.

El ANOVA de dos vías no mostró efectos estadísticamente significativos para alguna de las dos variables independientes, de modo que no hubieron diferencias causadas por el tipo de prime ($F(2,114)=1.225, p=0.298; \eta^2p=0.021$), ni por la oportunidad de hacer trampa ($F(1,114)=2.866, p=0.093; \eta^2p=0.025$). Así mismo, tampoco se observó un efecto de interacción entre ambas variables independientes ($F(2,114)=0.582, p=0.560; \eta^2p=0.010$), por lo que se falla en rechazar las tres hipótesis nulas. Por lo anterior, no es posible afirmar que la condición de priming o la oportunidad de hacer trampa influyen sobre el comportamiento deshonesto por sí mismas o en interacción. Es decir, que el dinero no tuvo un efecto sobre el comportamiento deshonesto, en comparación con las condiciones control y neutras. Además, los puntajes de los participantes fueron semejantes sin importar si tuvieron o no la oportunidad de hacer trampa. Así mismo, se observan tamaños de efecto pequeños que indican que la varianza explicada por las variables –tanto de modo individual como en interacción- no impactó de forma importante.

Sin embargo, al obtener la diferencia de matrices resueltas (en la hoja de prueba) y matrices reportadas (en la hoja de reporte de resultados) -confirmada mediante la comparación de la hoja de prueba obtenida del interior de la trituradora de papel trucada, así como mediante el conteo del dinero restante en el sobre después de que los participantes se autopagaban, en las tres condiciones de trampa- se observa que los participantes en las condiciones de trampa reportaron más matrices resueltas de las que en realidad resolvieron, ello se hace evidente también en la mayor cantidad de dinero que reclamaron deshonestamente (Ver Tabla 3 y Figuras 13 y 14).

Tabla 3. Dinero tomado deshonestamente en los grupos que pudieron hacer trampa en la primera aplicación.

Condición	Diferencia entre matrices resueltas y matrices reportadas			Pesos mexicanos tomados deshonestamente		
	Media	Desviación estándar	Magnitud de trampa (%)	Media	Desviación estándar	Magnitud de trampa (%)
Dinero/trampa	0,950	1,468	4,750	4,750	7,340	4,750
Papel/trampa	1,100	1,997	5,500	5,500	9,987	5,500
Control/trampa	1,350	2,033	6,750	6,750	10,166	6,750

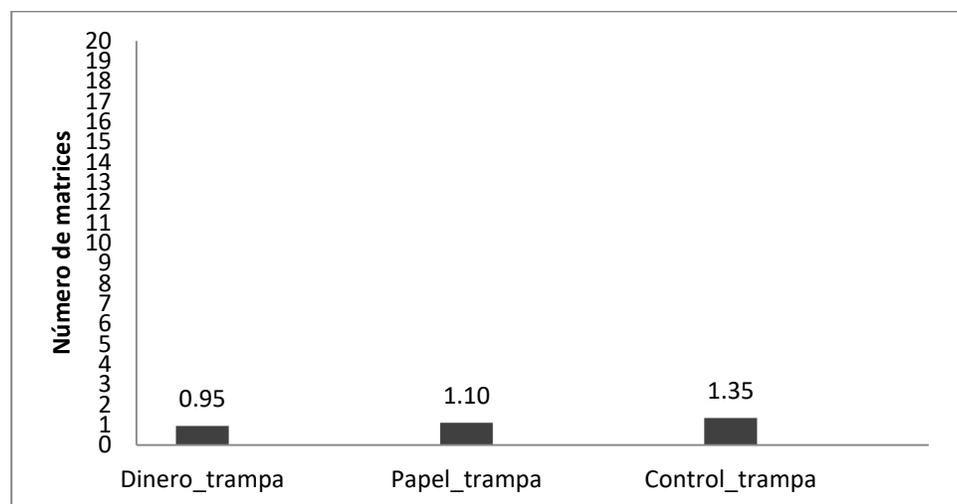


Figura 13. Promedios grupales de matrices reportadas deshonestamente.

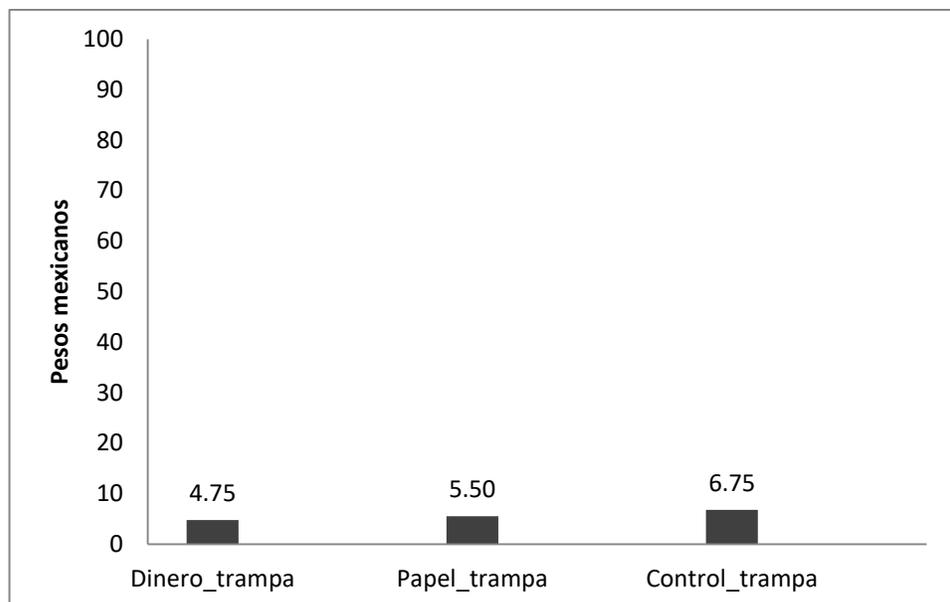


Figura 14. Promedios grupales de pesos mexicanos tomados deshonestamente.

Aun así, la magnitud de trampa cometida por los grupos que tuvieron la oportunidad de aumentar deshonestamente sus ganancias fue baja en comparación con el 100% (que correspondería a reportar resueltas las 20 matrices). Los porcentajes de trampa fueron del 4.750, 5.500 y 6.700. Así mismo, se observa que en los tres grupos se llevaron una cantidad muy baja de dinero por participante ($T_{\text{Total_trampa}}M=5.66$ pesos mexicanos). Estos datos cobran importancia al confirmar que efectivamente hubo niveles de trampa (la intervención resultó exitosa) a pesar de que no hubieron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos en cuanto a las matrices reportadas. También es importante señalar que con la confirmación de la presencia de trampa mediante la cantidad de dinero tomado, se afirma más claramente que de los tres grupos en cuestión, el grupo estimulado con dinero fue el que menos dinero tomó deshonestamente, lo que va en contra de la hipótesis de investigación.

Segunda aplicación de prueba de matrices

Posteriormente, se aplicó un análisis de varianza de Kruskal-Wallis de un factor para comparar las medias de los puntajes obtenidos por los seis grupos en la segunda aplicación de la prueba de matrices (en la que no era posible hacer trampa). Se optó por usar un análisis no paramétrico debido a que no se cumplieron los criterios de normalidad y homoscedasticidad necesarios para llevar a cabo un ANOVA paramétrico. Ello se confirmó al explorar visualmente la distribución de respuestas de los grupos, encontrando que había una gran variabilidad en las respuestas, incluso se encontraron valores intermedios sin respuesta, así mismo, se llevó aplicó el análisis de normalidad de Kolmogorov-Smirnov y la prueba de Levene. El análisis de varianza no paramétrico mostró que no hubieron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($\chi^2(5) = 4.360$; $p = 0.499$). Este resultado era esperado debido a que no hubo oportunidad de hacer trampa en ninguna de las seis condiciones.

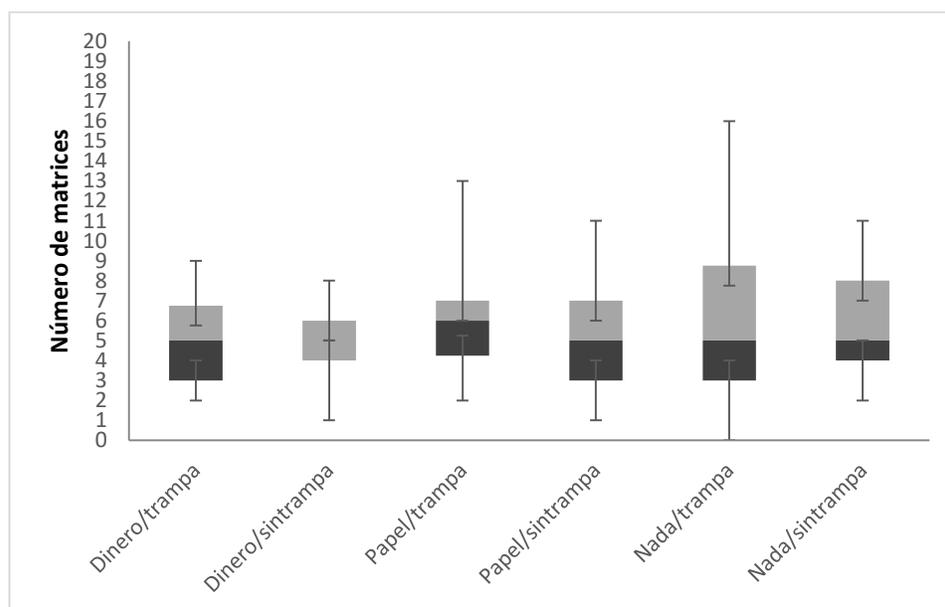


Figura 15. Distribuciones grupales de matrices reportadas en la segunda aplicación de la prueba de matrices.

Al observar las distribuciones grupales (Figura 15), es posible notar que las medianas no difirieron entre sí en gran medida, pero los casos extremos reportados mostraron un incremento en la cantidad de matrices resueltas. Dado que no era posible hacer trampa durante la prueba, ello se pudo haber debido a una mayor habilidad por parte de algunos de los participantes para resolver este tipo de ejercicios matemáticos. Del mismo modo, los puntajes extremos más bajos pudieron deberse a una menor habilidad matemática por parte de algunos de los universitarios. Así mismo, en la Figura 16, es posible notar que el rango entre los puntajes no fluctúa de forma considerable.

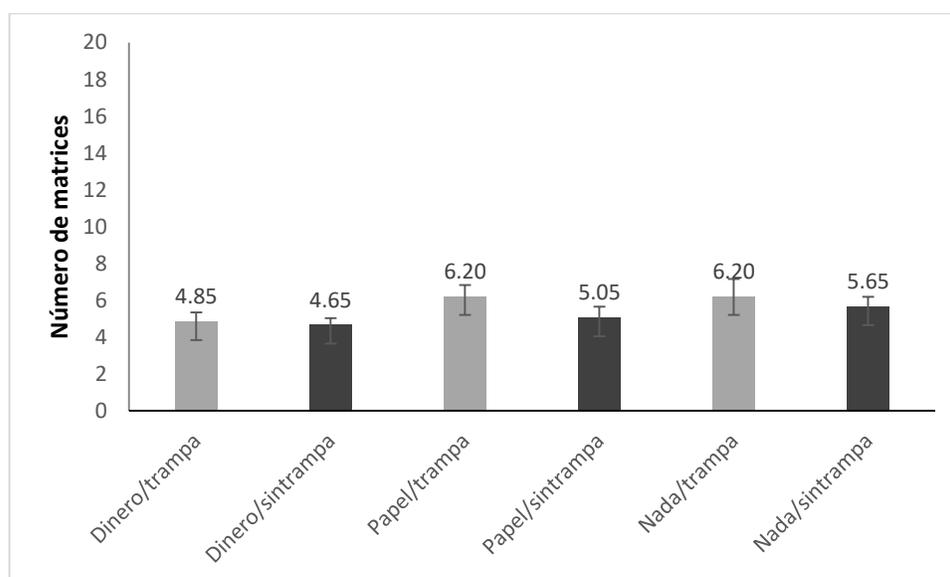


Figura 16. Promedios grupales de matrices reportadas en la segunda aplicación de la prueba de matrices.

Después, se intentó comparar el promedio de las medias de la segunda aplicación de la prueba de matrices (2^{a} aplicación $\mu = 5.433$) con la media del grupo control de la primera aplicación de la prueba de matrices (1^{a} aplicación control sin trampa $M = 4.117$). Sin embargo, no se cumplió el criterio de normalidad de las distribuciones para la realización de una prueba t

paramétrica. De modo que se llevó a cabo una prueba U de Mann-Whitney, para lo cual, se transformó la variable intervalar en rangos ordinales (bajo, medio y alto) a partir de los cuartiles de las muestras. El grupo *bajo* se conformó por todos los puntajes por debajo del cuartil 25; el grupo *alto* fue conformado por todos los puntajes por encima del cuartil 75; y el grupo *medio* consistió en todos los puntajes que se encontraban entre el cuartil 25 y el 75.

El análisis mostró que no hubieron diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de ambos grupos ($z=-0.487$, $p=0.627$), es decir, que el desempeño en las condiciones sin trampa de la primera y segunda aplicación fueron iguales. Este hallazgo también era esperado debido a que se trataba de una comparación entre todas las circunstancias en las que no era posible hacer trampa.

Preguntas sobre honestidad global y honestidad relativa

Al respecto de las mediciones de honestidad relativa y honestidad global, se registraron los promedios mostrados en la Tabla 4.

Tabla 4. Promedios y desviaciones estándar grupales de los puntajes de honestidad global y honestidad relativa.

Condición	Honestidad global		Honestidad relativa	
	Media	DE	Media	DE
Dinero_trampa	91,050	8,829	7,650	2,110
Dinero_sin trampa	82,350	14,343	8,150	1,755
Papel_trampa	87,500	12,408	7,500	1,701
Papel_sin trampa	84,750	11,525	7,650	2,183
Nada_trampa	83,000	13,992	7,900	1,889
Nada_sin trampa	85,400	9,433	7,300	1,750
Total	85,675	12.0490	7,692	1,887

Por lo anterior, se realizó un análisis de varianza de Kruskal-Wallis no paramétrico, para lo cual, se transformó la variable intervalar *honestidad global* en rangos ordinales (bajo, medio y alto) a partir de los cuartiles de las muestras. El grupo *bajo* se conformó por todos los puntajes por debajo del cuartil 25; el grupo *alto* fue conformado por todos los puntajes por encima del cuartil 75; y el grupo *medio* consistió en todos los puntajes que se encontraban entre el cuartil 25 y el 75. La variable *honestidad relativa* también fue evaluada con un análisis de varianza de Kruskal-Wallis.

El análisis confirmó la igualdad entre los grupos en honestidad global ($\chi^2(5)=10.598$, $p=0.60$), así como en honestidad relativa ($\chi^2(5)= 2.97$, $p=0.704$) . De modo que con una probabilidad de error del 60% y del 70% (respectivamente) no es posible afirmar que existan diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de los puntajes de honestidad global y relativa de los grupos experimentales. Estos datos indican que los participantes se evaluaron favorablemente sin importar los tratamientos experimentales a los que estuvieron expuestos previamente, como lo esperado por la teoría del mantenimiento del autoconcepto. (Honestidad global_Total $M=85,675$; $DE=12.049$), además de reportar sentirse un poco mejor en relación con su honestidad en comparación con el día anterior (Honestidad relativa_Total $M=7,692$, $DE=1,887$).

A pesar de ello, al observar la distribución de los puntajes en modo intervalar (Figura 17), es posible notar que aunque una gran proporción de casos se centran en puntajes altos en la escala (que indican una evaluación positiva e sí mismos), existieron algunos casos extremos que se puntuaban muy bajo en la escala (aunque en una proporción muy pequeña de casos). Así mismo, se observan puntajes extremos cercanos a 100 en los grupos que tuvieron la oportunidad de hacer trampa. Estas diferencias pueden tener varias explicaciones: podría ser que los participantes que hicieron trampa durante la prueba de

matrices se sintieron incómodos consigo mismos, y que reflejaron dicha actitud puntuándose con una calificación baja en la escala. También pudo haber ocurrido que los participantes que mostraron puntajes bajos realmente se consideraran personas deshonestas desde antes de haber realizado la prueba de matrices. Finalmente, los casos que se inclinaron hacia puntajes elevados pudieron calificarse así como una forma de compensación por haber actuado deshonestamente (en el caso de pertenecer a las condiciones de trampa); Así mismo, pudieron haberse puntuado alto debido a que aunque tuvieron la oportunidad de hacer trampa, resistieron la tentación y se apegaron a un comportamiento honesto.

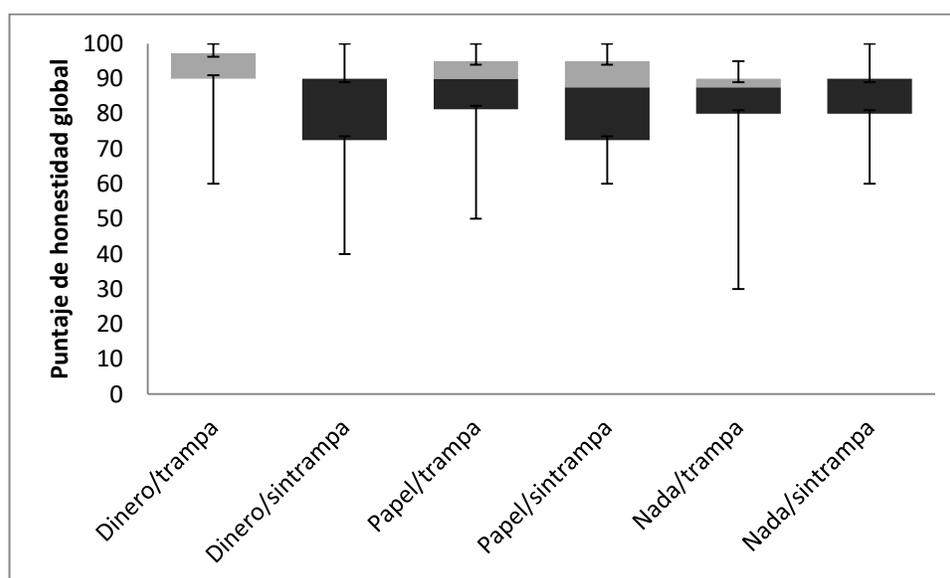


Figura 17. Distribuciones grupales de los puntajes de honestidad global.

Debido a la falta de normalidad de distribuciones, al transformar a variable ordinal los puntajes, las medianas comparadas se muestran en la Figura 18.

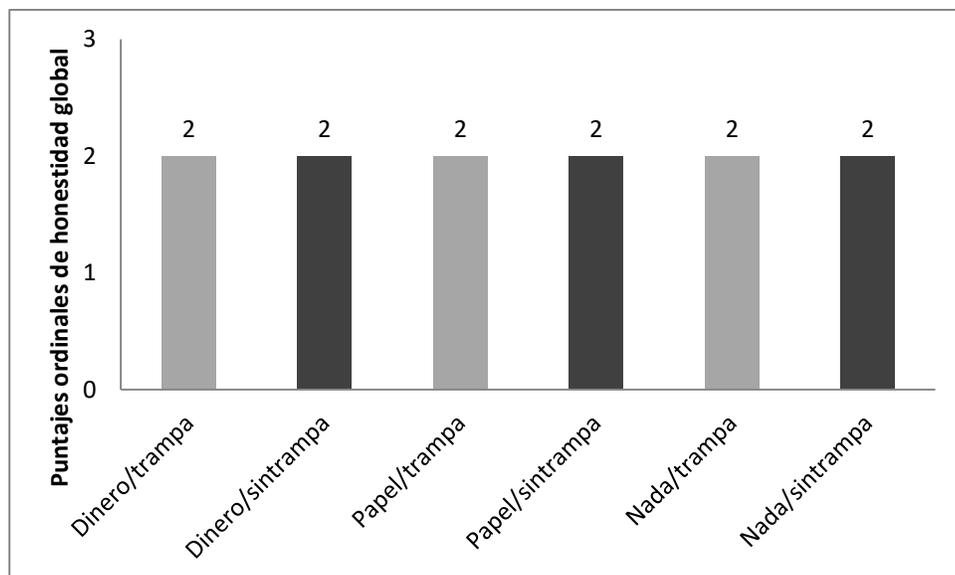


Figura 18. Medianas de los puntajes grupales de honestidad global

Con respecto a la honestidad relativa, se puede observar que la mayoría de los puntajes se ubicaron del lado positivo de la escala, lo que indica que los participantes se sienten mejor con respecto al día anterior en términos de honestidad. Muy pocos casos se puntuaron por debajo del punto medio (6), tendiendo a darse puntajes altos en la escala (Figura 19).

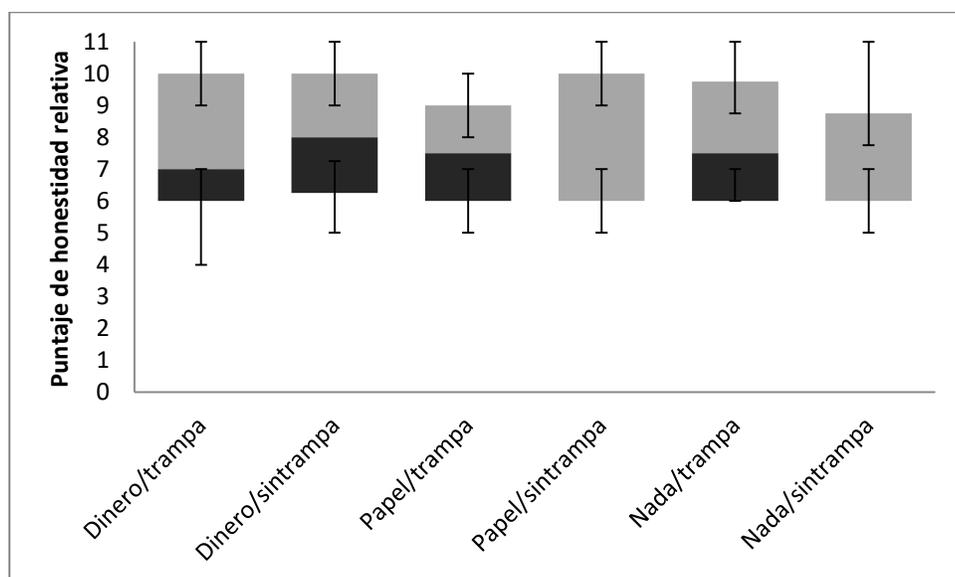


Figura 19. Distribuciones grupales de los puntajes de honestidad relativa.

Discusión

Los resultados obtenidos muestran semejanzas y divergencias con respecto a lo esperado por la teoría. De hecho, no fue posible rechazar alguna de las tres hipótesis nulas principales. Se examinará cada una de ellas a continuación.

En primer lugar -según la propuesta de Vohs et al. (2006) y Sharma et al. (2013)- el contacto con evocadores de dinero debió de haber provocado que el efecto de autosuficiencia surgiera y aumentara el puntaje de matrices reportadas deshonestamente (particularmente en una población presumiblemente motivada a querer obtener mayor riquezas al vivir en situaciones reales y percibida de carencia financiera, como lo mostraron los estudios exploratorios previos). Sin embargo, al estudiar individualmente el efecto de la manipulación de ésta variable independiente no se encontraron efectos estadísticamente diferentes que permitieran afirmar que la manipulación de dinero causa algún incremento –o decremento- en la conducta deshonesto en comparación con un estímulo neutro (papel blanco) o con la ausencia de priming en los grupos controles. De hecho, con una probabilidad de error del 123% no es posible afirmar que la modalidad de prime influyó sobre el comportamiento deshonesto, de modo que se fracasó en rechazar la hipótesis nula.

La ausencia de un efecto del dinero pudo deberse a que la cantidad de dinero que los participantes tuvieron que manipular no fue lo suficientemente grande como para evocar en ellos el estado de autosuficiencia. Sin embargo, esto resulta poco plausible, pues unas de las técnicas para evocar los efectos del dinero mediante priming es el llenado de frases incompletas con temática asociada al dinero, o la exposición a estímulos visuales (posters o protectores de pantalla) asociados al concepto de dinero (Caruso, Vohs, Baxter y Waytz, 2013; Gino & Mogilner, 2014; Vohs et al., 2006 y Zhou, Vohs & Baumeister, 2009). Por lo anterior, se podría asumir que si estímulos aparentemente “más débiles” son capaces de

evocar el estado de auto-suficiencia, la manipulación física del dinero debió ejercer un efecto igual o incluso mayor que al usar los anteriores métodos (Zhou, Vohs & Baumeister, 2009).

Otra posible explicación a la falta de diferencias entre los grupos al respecto de la modalidad de priming pudo ser que la manipulación de dinero sí produjo en los participantes el estado de autosuficiencia, pero este fue opacado por alguna variable extraña -como un sentimiento de sospecha hacia la novedad el contexto experimental. Esta afirmación se basa en que los dos grupos que manipularon dinero –teniendo o no la posibilidad de hacer trampa- fueron los que menos matrices en promedio reportaron resolver (4.25 en la condición dinero_trampa y 3.75 en la condición dinero_sin_trampa) en comparación con los otros cuatro grupos (5.50 en la condición papel_trampa, 4.05 en la condición papel_sin_trampa, 4.90 en la condición control_trampa y 4.55 en la condición control_sin_trampa). Es decir, que contrariamente a lo que se esperaba teóricamente, los participantes que manipularon dinero fueron los que menos trampa hicieron.

Lo anterior pudo deberse a que en la universidad pública mexicana en donde se llevó a cabo el experimento los alumnos no están acostumbrados a participar en experimentos en los que se les pague por su apoyo, ni mucho menos a tener que manipular una gran cantidad de dinero (La práctica usual es que si deciden participar en algún experimento es por la buena voluntad de ayudar a sus compañeros universitarios). De modo que la situación experimental a la que se les expuso fue novedosa y pudo generar sospechas que los hizo prestar una mayor atención a su propia conducta.

Otra posibilidad es que la manipulación del dinero hiciera sentir a los participantes autosuficientes, pero hacia una dirección opuesta a la esperada, volviéndolos más “responsables” en términos de comportamiento moral y expectativas hacia la ejecución de la tarea. Vohs et al. (2006) explicaron que la autosuficiencia inducida mediante priming también

produce efectos socialmente deseables, tales como la asunción de mayores responsabilidades personales o mayor iniciativa para desarrollar tareas -ello explicaría por qué los dos grupos que manipularon dinero obtuvieron los promedios de ejecución más bajos en contraste con los cuatro grupos restantes. De modo que aunque el significado psicológico que tenían los participantes del dinero era como algo asociado al poder y a la felicidad, también puede ser como algo asociado a la responsabilidad o incluso a un recordatorio moral (Ariely, 2008).

Finalmente, pudo haber ocurrido que el efecto de autosuficiencia fue exitosamente inducido, pero que la cantidad de dinero que los participantes podían ganar (honesta o deshonestamente) no resultó lo suficientemente atractiva como para que los participantes pasaran por encima (aunque fuera solamente un poco) de sus estándares morales. Lo anterior pudo haber ocurrido debido a limitantes económicas presentes en el experimento, pues, en contraste con los experimentos llevados a cabo en Estados Unidos de América o en Europa -en donde las recompensas por el desempeño se dan en Dólares americanos o en Euros- el presupuesto destinado a el presente experimento no permitió asignar mayores recompensas monetarias a los participantes. Sin embargo, en experimentos semejantes al presente en los que se varía la magnitud de la recompensa, se encontró que los participantes del grupo en donde se les pagaba una menor cantidad de dinero por matriz resuelta se comportaron más deshonestamente en contraste con el grupo que podía obtener una mayor cantidad de dinero por matriz resuelta (Mazar et al., 2008). Resultaría interesante variar sistemáticamente la magnitud de la recompensa en estudios futuros en población mexicana para así descartar el efecto de dichas variables.

En segundo lugar, se había establecido la hipótesis de trabajo que señalaba que la oportunidad de hacer trampa influiría sobre la conducta deshonestas –siguiendo los hallazgos

de Mazar et al. (2008). Sin embargo, tampoco fue posible hallar diferencias estadísticamente significativas para sostener dicha hipótesis. Los participantes de los seis grupos mostraron un desempeño estadísticamente igual sin importar si tenían o no la oportunidad de aumentar deshonestamente su puntaje de matrices resueltas. De hecho, con una probabilidad de error de del 287% no es posible afirmar que la oportunidad de hacer trampa influye sobre la conducta deshonestas, por lo que se fracasa en rechazar la hipótesis nula.

Sin embargo, vale la pena mencionar que al hacer una inspección visual de los datos y gráficos es posible apreciar que todos los grupos en donde fue posible hacer trampa muestran mayores puntajes de matrices reportadas (deshonestamente) en contraste con sus contrapartes respectivas en donde no fue posible hacer trampa. Es decir, aunque las diferencias no resultaron estadísticamente significativas, en una evaluación aritmética de los promedios, el patrón esperado está presente. De modo que los participantes que pudieron hacer trampa únicamente incurrieron en una baja proporción de trampa en comparación con la magnitud total posible (la diferencia promedio entre las matrices resueltas y las matrices reportada fue de 1.133 matrices, que corresponde al 5.665% de la magnitud total de trampa), replicando así el patrón esperado por la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar et al., 2008) en el que los participantes incurrieron en deshonestidad, pero únicamente en una proporción muy baja (resolvieron de 2 a 3 matrices, correspondiente al 14.8% de la magnitud total de trampa). Presumiblemente para proteger su auto-concepto a la vez que obtenían ventajas por hacer trampa.

La ausencia de una diferencia sustancial entre los grupos con y sin trampa pudo deberse al ya discutido efecto de sospecha hacia la situación experimental en la que los participantes no están acostumbrados a que se les pague por participar en los experimentos escolares, de modo que aunque tenían la posibilidad de hacer trampa no incurrieron en

mucha trampa debido a que empezaron a modular y auto-observar su conducta de modo más cuidadoso.

Finalmente, al probar la hipótesis de investigación que señalaba que existía una interacción entre la modalidad de priming y la oportunidad de hacer trampa, se fracasó en rechazar la hipótesis nula. Es decir, que con una probabilidad de error del 58% no es posible afirmar que existe una interacción entre ambas variables. Ello implica que el hacer o no trampa no está siendo determinado por alguna de las modalidades de priming. Este resultado contrasta con lo encontrado por Sharma et al. (2013) y con Gino, Norton y Ariely (2010). En el primero, los participantes inducidos a pensar en carencia financiera se comportaron más deshonestamente cuando se les dio la oportunidad de hacer trampa, mientras que en los experimentos de Gino et al. (2010) el hacer sentir a los participantes como “falsos” por tener una supuesta preferencia hacia productos no originales (incluso al solamente usar dichos productos), produjo un incremento en la conducta deshonestas.

Al no encontrar diferencias estadísticamente significativas durante la primera aplicación de las matrices carece de sentido analizar la segunda aplicación de la prueba, pues en la misma no había posibilidad alguna de hacer trampa, de modo que si no se hizo trampa en la primera aplicación, resulta inútil solicitar a los participantes una predicción acerca de su desempeño en una situación en la que no es posible hacer trampa (como se les solicitó para la segunda aplicación de matrices).

Una vez terminada la discusión de los resultados concernientes a las pruebas de matrices es posible pasar a la exploración de las implicaciones de los datos recopilados de honestidad global y honestidad relativa.

Los resultados arrojados por los análisis de varianza de Kruskal-Wallis apuntaron en la dirección esperada pues no se hallaron diferencias estadísticamente significativas entre los

seis grupos en términos de honestidad global ni en cuanto a honestidad relativa, por lo que se fracasó en rechazar ambas hipótesis nulas. De modo que con una probabilidad de error del 60% y del 59% no es posible afirmar que existan diferencias entre los puntajes de honestidad global ni de honestidad relativa (respectivamente).

El patrón anterior es el mismo que reportaron Mazar et al. (2008), sin embargo, en su experimento los participantes sí incurrieron en trampa de modo estadísticamente significativo – lo que no ocurrió en nuestro experimento. A pesar de lo anterior, al hacer una inspección aritmética de los datos, es posible notar que en los pares de grupos que manejaron dinero y papel blanco, los grupos que hicieron trampa se asignaron mayores puntajes de honestidad global (Dinero_trampa $M=91.050$, Dinero_sin_trampa $M=82.350$, Papel_trampa $M=87.500$ y Papel_sin_trampa $M=84.750$), mientras que se asignaron una menor calificación en honestidad relativa (la que compara su honestidad actual y más inmediata con su honestidad del día anterior; Dinero_trampa $M=7.650$, Dinero_sin_trampa $M=8.150$, Papel_trampa $M=7.500$ y Papel_sin_trampa $M=7.650$). Ello podría indicar que aunque reconocieron hacer trampa en el pasado reciente, ello afectó ligeramente su auto-concepto en cuanto a honestidad relativa – el hacer trampa el día de “hoy” los hizo sentir un poco mal con respecto a su nivel de honestidad del día anterior-, sin por ello afectar su noción global de sí mismos como personas honestas. Podría traducirse en una racionalización del tipo: “Aunque hice un poco de trampa hoy, ello no implica que sea una persona deshonesta”.

Sin embargo, aunque dicha propuesta asemeja mucho a lo propuesto por Mazar et al. (2008), en este experimento no se encontró evidencia estadística para sostenerla, además de que tal patrón no se repitió para la pareja de grupos control en donde –aritméticamente- el grupo que pudo hacer trampa se evaluó peor en cuanto a honestidad global (Control_trampa $M=83$) en comparación con el grupo que no pudo hacer trampa

(Control_sin_trampa $M=85.4$); así mismo, se evaluó mejor en cuanto a honestidad relativa (Control_trampa $M=7.9$) en comparación con el grupo control sin posibilidad de trampa (Control_sin_trampa $M=7.3$).

En conclusión, al ser el primer estudio experimental en México que sigue esta metodología combinada de priming con la teoría del mantenimiento del auto-concepto, permite sugerir varias aproximaciones a estudios futuros: En primer lugar, se deberá explorar con mayor profundidad cuáles son las mejores técnicas de priming para producir el estado de autosuficiencia por medio de evocadores asociados al dinero, para ello resultaría necesario hacer un mayor cantidad de estudios exploratorios cuantitativos y cualitativos que permitan conocer con mayor exactitud el significado psicológico del dinero que tienen los mexicanos.

En segundo lugar, se recomienda llevar a cabo experimentos en los que se manipule la magnitud de la recompensa que los participantes pueden ganar. Particularmente sería útil encontrar una proporción (objetiva y subjetiva) de dinero semejante a la usada en otros experimentos llevados a cabo en países desarrollados, aunque ello aumentaría los costos del experimento en gran medida.

5.9.3 Experimento 3. Efectos de la autosuficiencia inducida sobre la conducta deshonesto abstracta

Este experimento fue diseñado para estudiar los efectos explorados en el experimento 2 en una situación deshonesto abstracto, para comprobar si el patrón de “deshonestidad que pasa por debajo del radar” (i.e. que es permitida por el autoconcepto sin por ello tener que afectarlo negativamente; Mazar et al., 2008) es replicable en diversos escenarios en donde es factible hacer trampa. De modo que –en primer término- se exploró si el dinero como estímulo facilitador de autosuficiencia afectaba los niveles de comportamiento deshonesto (Kouchaki et al., 2013, Vohs et al., 2006). Así mismo, se evaluó si los autoconceptos de los participantes se actualizaban negativamente después de haber incurrido en un acto deshonesto, o si mantenían una imagen positiva de sí mismos (Mazar et al., 2008). Adicionalmente, se compararon los resultados obtenidos de las variables *honestidad global* y *honestidad relativa* con los obtenidos en el experimento 2.

Variables de estudios previos

Usar la distribución teórica de un dado para el estudio de la deshonestidad resulta de gran utilidad porque permite tener un parámetro contra el cual comparar una distribución experimental producida por una muestra de participantes. El principio consiste en que si no hay algún impedimento en el resultado del dado (en el que cada una de las seis caras tiene la misma probabilidad de surgir; $p=0.17$), la distribución obtenida por la muestra de participantes debería asemejarse en gran medida a la distribución teórica conocida con un número suficientemente grande de tiros (mientras más grande sea la cantidad de tiros mayor apego habrá a la distribución teórica). De modo inverso, si existe algún tipo de interferencia por parte de la muestra de participantes (e.g. si los participantes están reportando falsamente

o inventando números), la distribución experimental obtenida dejará de asemejarse a la distribución teórica.

Aunque en éste método no es posible observar la conducta deshonesto como tal (como se llevó a cabo en el experimento 2), es posible inferir la toma de decisiones deshonesto al cuantificar y graficar ambas distribuciones de probabilidades para compararlas.

Jiang (2013) diseñó una versión de la tarea con dados en la que los participantes debían elegir un lado de un dado virtual-“arriba” o “abajo- en varias ocasiones. La variable independiente para explorar la deshonestidad fue el orden del procedimiento experimental: a un grupo se le instruía para tirar el dado antes de reportar su elección, mientras que al otro grupo se le instruyó para reportar su elección antes de tirar el dado. Jiang encontró que el simple cambio en el orden de la tarea producía un incremento importante en los reportes deshonestos. Por otra parte, en el estudio de Fischbacher y Föllmi-Heusi (2013) se pedía a los participantes que tiraran un dado físico en tres ocasiones, pero solo recordando el número del primer tiro y reportándolo en una hoja digital. En dicho estudio, la trampa se hacía presente si el participante modificaba el reporte del primer número que obtuvo.

Al explorar si los sistemas económicos y políticos afectan el comportamiento moral, Ariely, García-Rada, Hornuf y Mann (2014) llevaron a cabo un estudio comparativo entre el comportamiento deshonesto entre alemanes del Este (expuestos al socialismo) y alemanes del Oeste (expuestos a una sociedad de economía de mercado) haciendo uso de la prueba de dados que se utilizó para el presente experimento. Encontraron que los alemanes del Este que habían vivido bajo el socialismo tuvieron un desempeño más deshonesto durante la prueba de dados. La tarea de los dados ha sido empleada para estudiar diferencias en el comportamiento deshonesto entre países y cohortes dentro de los mismos (Mann, Garcia-

Rada, Hornuf, Tafurt & Ariely, 2016), encontrando un patrón de deshonestidad similar al descrito en Mazar (2008) en cada una de las naciones estudiadas (Colombia, Estados Unidos de América, China, Alemania y Portugal), es decir, los participantes hacen solamente un poco de trampa, presumiblemente para mantener una buena imagen de sí mismos. A diferencia de los trabajos de Jiang (2013) y de Fischbacher y Föllmi-Heusi (2013), la versión de Ariely et al., (2014) permite operacionalizar la trampa en dos posibles dimensiones, que serán explicadas a detalle al analizar los resultados.

En el presente experimento, además de estudiar la distribución de la trampa entre grupos, se estudió el efecto de autosuficiencia mediante la estimulación con dinero en efectivo, y posteriormente (como medición secundaria al propósito del experimento) se registró si hubo algún cambio en la evaluación del autoconcepto moral de los participantes entre las tres condiciones experimentales.

Variables e hipótesis

La variable independiente fue la condición de priming con tres niveles: estimulación con dinero, estimulación con papel y sin prime. La variable dependiente fue el promedio de puntos en el dado reportados por cada grupo así como porcentaje de números altos (4, 5 y 6) reportados. Adicionalmente, se incluyeron las mismas dos preguntas escalares utilizadas en el experimento 2, que tienen el objetivo de registrar la *honestidad global* y *honestidad relativa* de los participantes. Finalmente, se hizo una comparación entre el experimento 2 y el experimento 3 de las mismas dos variables.

Las hipótesis de investigación a poner a prueba fueron:

H1: El grupo 1 (estimulado con dinero) mostrará una mayor frecuencia de números altos (4, 5 y 6) en comparación con los grupos 2 (papel) y 3 (control).

H2: El grupo 1 mostrará un mayor promedio de puntaje en tiros en comparación con los grupos 2 y 3.

Método

Participantes

Se reclutaron por muestreo no probabilístico a 60 estudiantes: 24 hombres (40%) y 36 mujeres (60%) con una edad de entre 18 y 21 años ($_{Edad}M=19.55$ años, $DE=0.982$) de una universidad pública.

Materiales

Se utilizaron laboratorios de 4×5 m², así como los siguientes materiales (por laboratorio):

- Formularios de consentimiento informado.
- 50 billetes de \$100 m.n., y 50 tarjetas de cartulina blanca (12x8 cm).
- Hoja de instrucciones y de registro (física; Ver Apéndice G).
- Plumas.
- Portapapeles.
- Temporizadores.
- Dado y cubilete.

Procedimiento y diseño

Se usó un diseño experimenta de más de dos grupos. Se asignó a cada participante aleatoriamente (mediante sorteo) a una de las tres condiciones experimentales: Grupo 1 (estimulado con dinero), Grupo 2 (estimulado con papel) y Grupo 3 (control). Cuando el participante entraba al laboratorio, el asistente de experimentador debía pedirle que tomara asiento para leer y firmar el formulario de consentimiento informado. Una vez que el participante estuviera acomodado se le daba la misma prueba de motricidad utilizada en los

experimentos 1 y 2. Una vez finalizada la tarea, se pasaba a explicarles la prueba de dados como sigue:

“Bienvenido al experimento. En esta tarea, se te pide que lances un dado **40** veces. Antes de rodar el dado cada vez, se te pedirá que elijas un lado en tu mente: *ARRIBA* o *ABAJO*. Asegúrate de hacer tu elección antes de rodar el dado. Entonces, después de que tiraste, tendrás que indicar si elegiste arriba o abajo antes de rodar, y anota en el formato el resultado de tu tiro; Es decir, el número de puntos en el lado que elegiste (arriba o abajo). Hagamos dos ejemplos juntos para que La tarea está clara [experimentador utiliza el dado físico].

Ejemplo 1:

Antes de rodar el dado tengo que elegir un lado en mi mente. Digamos que elijo "ARRIBA". Entonces, arrojo el dado y parece que hago un ____ en la parte superior del dado [número que aparece en la parte superior de los dados], porque hay ____ puntos en ese lado. Y ahora Registro ese número en la fila # 1 de éste formato de prueba.

Ejemplo # 2:

Hagamos un segundo tiro. Ahora, antes de tirar el dado tengo que elegir un lado en mi mente; Digamos que elijo "ABAJO" en este caso. Luego lanzo el dado y parece que hay un ____ en la parte inferior del dado porque hay ____ puntos en ese lado. Así que ahora registro ese número en el formato de prueba en la fila # 2.

Después se explicaron las reglas que determinaban el pago:

“El pago se determina por un tiro seleccionado al azar

Repite este proceso 40 veces. Una vez que hayas terminado, levanta la mano; yo elegiré aleatoriamente un número de 0 a 40 y ese número será el tiro que determinará tu pago. Ganarás \$ 5 por cada punto en ese tiro. Tienes ¿alguna pregunta?”

El asistente elegía aleatoriamente un número de entre 0 y 40, y pagaba al participante \$5 por punto en el tiro seleccionado. Posteriormente se daba a los participantes la misma aparente prueba de personalidad utilizada en el experimento 2 para recolectar la información concerniente a honestidad relativa y honestidad global. Una vez finalizada, se acompañaba al participante a la salida y se le agradecía por su participación.

Resultados

Prueba de dados

Según la metodología propuesta por Ariely, García-Rada, Hornuf y Mann (2014), al estar utilizando un cubilete y un dado físicos los participantes podían hacer trampa en dos dimensiones: En primer lugar, podían reportar la cara con mayor valor cuando originalmente habían elegido el lado del dado que les daba una menor recompensa (por ejemplo, un participante que haya elegido la cara superior del dado, pero este resulta tener solamente un punto, decide hacer trampa al reportar seis puntos -que están ubicados en la cara inferior.). En segundo lugar, los participantes pudieron inventar números (Por ejemplo, si el participante

eligió "arriba" pero el número que ocurrió fue un 3, decide hacer trampa reportando un 6 ficticio).

Debido a la naturaleza intervalar de los resultados se optó por llevar a cabo dos análisis de varianza paramétricos de un factor. El primero, para comparar los promedios de números altos tomados en conjunto (4, 5 y 6) entre los tres grupos experimentales. Para ello, se obtuvieron promedios individuales de las puntuaciones de números altos obtenidas en los 40 tiros que llevó a cabo cada participante. Es decir, se obtuvieron 20 promedios por condición experimental, que después se volvieron a promediar para obtener una media de números altos por grupo. El segundo ANOVA de un factor serviría para comparar los promedios totales (se incluían todos los números del dado) entre grupos.

Con respecto a la comparación entre tiros altos, una de las distribuciones experimentales obtenidas no logró marginalmente ($p=0.47$) cubrir el supuesto de normalidad exigido como requisito para llevar a cabo un ANOVA paramétrico (evaluado mediante la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov), de modo que se optó por transformar los valores intervalares a variables de tipo ordinal para llevar a cabo un análisis de varianza de Kruskal-Wallis no paramétrico. Para ello, se siguió el mismo procedimiento de conversión a partir de los cuartiles utilizado en el experimento 2. El análisis mostró que con una probabilidad de error del 30.7% no fue posible rechazar la hipótesis nula, de modo que no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de números altos entre los tres grupos experimentales ($\chi^2(2)=2.360$, $p=0.307$).

Con respecto a los porcentajes de números altos reportados (Figura 20), se encontró que en promedio los tres grupos hicieron trampa según la primera dimensión. El grupo 1 (dinero) reportó un 53.750% de números altos, el grupo 2 (papel) reportó un 55.500% de números altos, mientras que el grupo 3 (control) reportó un 54.125% de números altos.

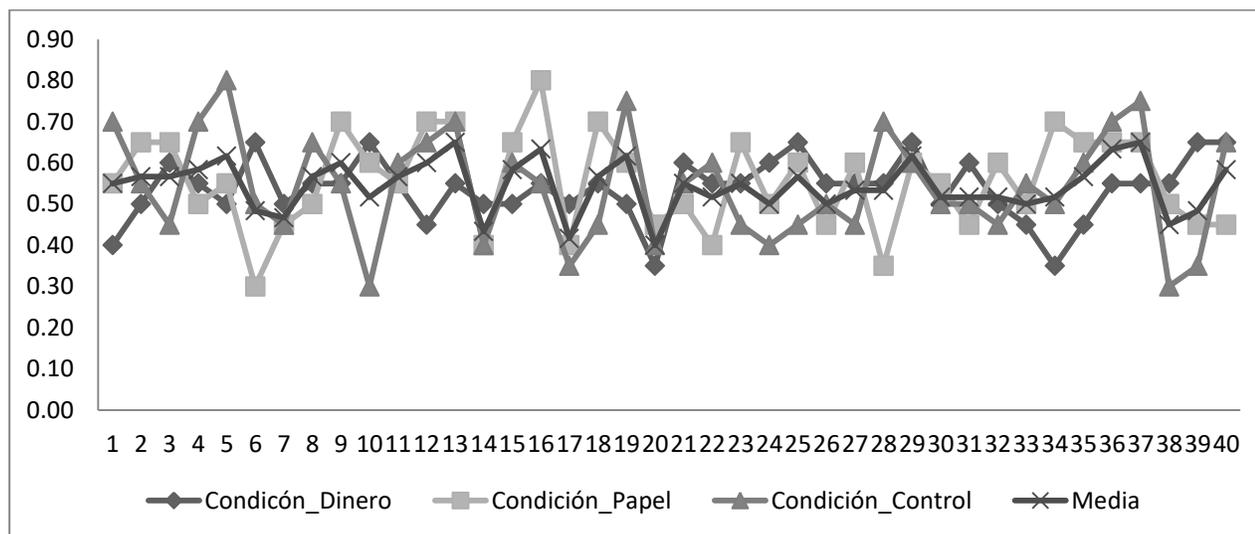


Figura 20. Porcentaje de tiros altos reportados.

Debido a que el rango posible de trampa va del 50% de tiros altos al 100% de tiros altos, la trampa cometida por el grupo 1 corresponde al (7.50%) de trampa, mientras que la trampa cometida por el grupo 2 (11%) de la magnitud posible de trampa. Finalmente, la trampa cometida por el grupo 3 corresponde al (8.25%) de la magnitud total de trampa (Figuras 21 y 22). Esto llama la atención, pues según la hipótesis de investigación el grupo 1 es el que más porcentaje de trampa debió haber registrado.

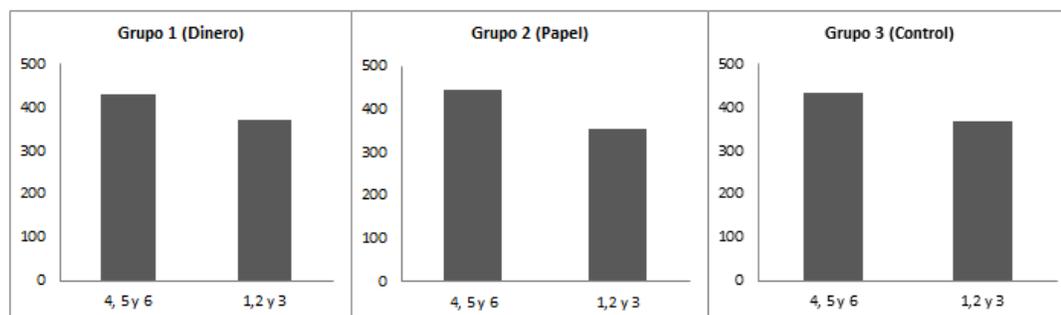


Figura 21. Frecuencias de tiros altos y tiros bajos. Se reportaron con mayor frecuencia números altos, indicando que los participantes hicieron trampa.

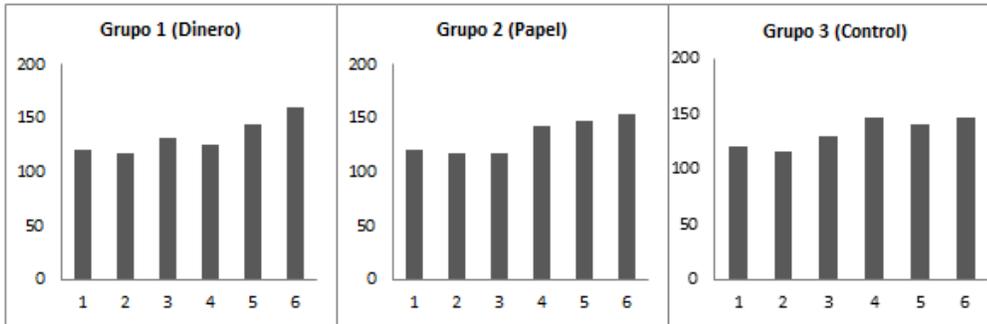


Figura 22. Frecuencia de aparición de cada número del dado. Se reportaron con mayor frecuencia los números 4, 5 y 6.

Estudiando la distribución de promedios de tiros (Figura 23): El grupo 1 reportó en promedio de 3.669 puntos, el grupo 2 reportó 3.678 puntos, y el grupo 3 reportó 3.633 puntos. En este punto se llevó a cabo el segundo análisis de varianza para comparar dichos promedios, sin embargo, debido a que dos de las distribuciones experimentales no cumplieron el supuesto de normalidad en la distribución (aunque sí confirmó el supuesto de homogeneidad de varianzas) se llevó a cabo otro análisis no paramétrico de Kruskal-Wallis. Para ello, se siguió el método antes descrito de conversión de variables intervalares a ordinales a partir de los cuartiles de los puntajes experimentales. Los resultados del análisis mostraron que no hubieron diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de los tres grupos ($\chi^2(2) = 0.251, p = 0.881$).

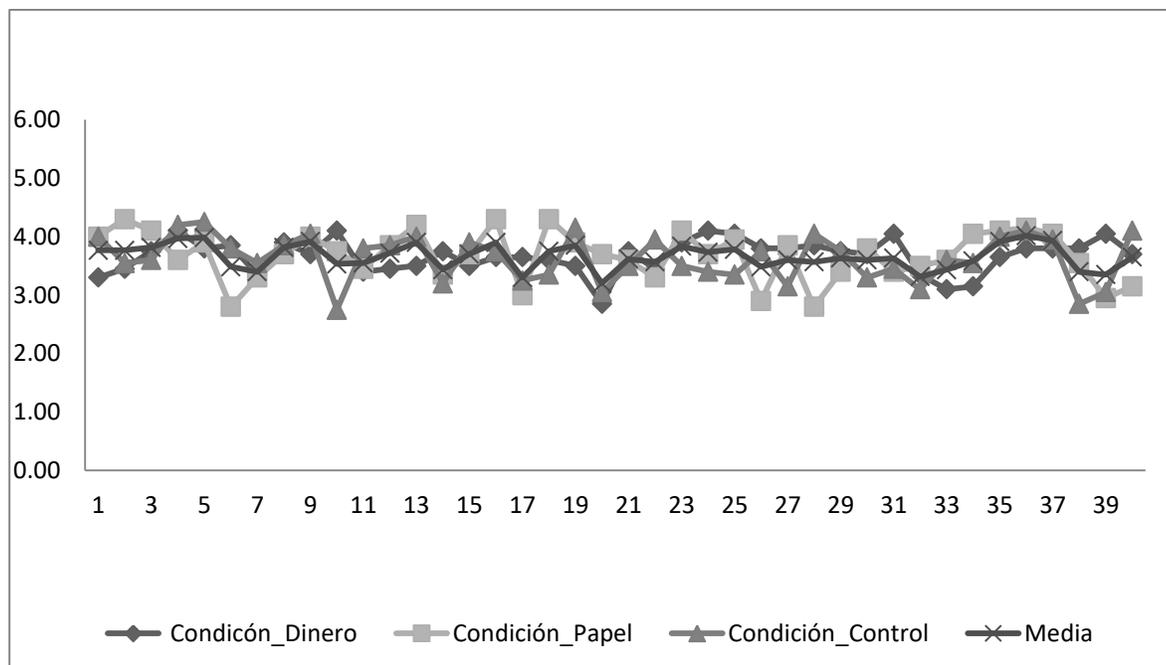


Figura 23. Resultado promedio por tiro.

Así mismo, esta metodología permite detectar si los participantes hacían trampa en la segunda dimensión (inventando números), debido a que es posible detectar este tipo de trampa si los números combinados de tiros con 3 o 4 puntos, 2 o 5 puntos, y tiros con 1 o 6 puntos combinados no estaban distribuidos equitativamente. De modo que es posible controlar la aparición de ambas dimensiones de trampa, por lo que si un participante reportaba 6 puntos cuando en realidad en el dado había surgido un 1, los tiros combinados seguirían teniendo la misma probabilidad de aparición. Además, si las combinaciones de 6 y 1 eran reportadas más frecuentemente que las combinaciones 5 y 2 o 4 y 3, ello implicaría que los participantes estarían inventando números a su conveniencia. La distribución de tiros mostró que los participantes incurrieron en este tipo de trampa en pocas ocasiones. Mientras que cada combinación de tiros debería surgir con una probabilidad teórica del 33.3%, los tiros combinados de 3 y 4 aparecieron menos frecuentemente que las combinaciones 1 y 6 o

5 y 2 en las condiciones de dinero y papel, sin embargo, no ocurrió lo mismo en la condición control, en la que la combinación 3 y 4 fue la más reportada (Figura 24).

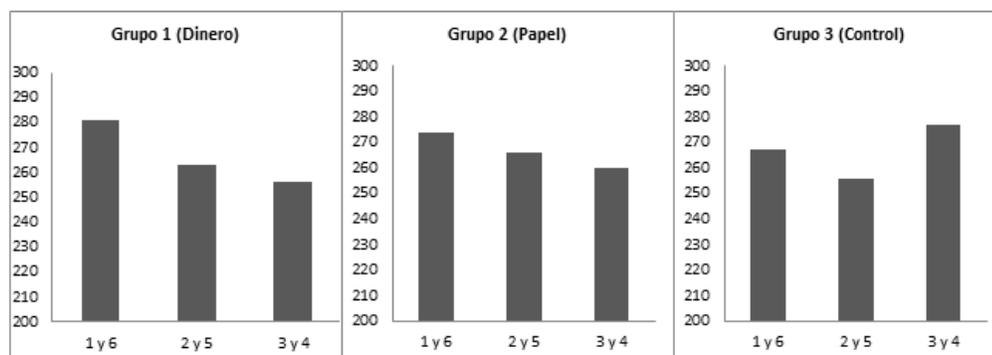


Figura 24. Frecuencia de tiros combinados según las caras opuestas del dado. La mayor frecuencia en la diada 1 y 6 en los grupos 1 y 2 podría indicar que los participantes optan por reportar el 6 en lugar del 1 para maximizar sus ganancias.

Preguntas sobre honestidad global y honestidad relativa

Finalmente, se compararon los puntajes de honestidad global y relativa de los tres grupos experimentales. Nuevamente-como en el experimento 2- la variable *honestidad global* fue recodificada para poder usar un análisis de varianza de Kruskal-Wallis no paramétrico debido a que las distribuciones obtenidas no alcanzaban la normalidad necesaria para un análisis paramétrico.

El análisis de varianza confirmó la igualdad entre los grupos en honestidad global ($\chi^2(2) = .879$, $p=0.644$), así como en honestidad relativa ($\chi^2(2) = 3.242$, $p=0.198$). De modo que con una probabilidad de error del 64.4% y del 19.8% (respectivamente) no es posible afirmar que existan diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de los puntajes de honestidad global y relativa de los grupos experimentales. De modo análogo al experimento 2, estos datos indican que los participantes se evaluaron favorablemente sin importar los tratamientos experimentales a los que estuvieron expuestos previamente (Honestidad global_Total $M=84.383$, $DE=11.058$), además de reportar sentirse mejor en términos de

honestidad relativa con respecto al día anterior ($Honestidad\ relativa_Total M=7,650, DE=1,894$), como lo esperado por la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Tabla 5).

Tabla 5. Promedios y desviaciones estándar de puntajes de honestidad global y honestidad relativa.

Condición	Honestidad global		Honestidad relativa	
	Media	SD	Media	SD
Dinero	83,700	12,901	7,050	1,849
Papel	85,700	8,755	7,950	1,905
Control	83,750	11,571	7,950	1,877
Total	84,383	11,058	7,650	1,894

Aunque no se encontraron diferencias estadísticamente significativas, al examinar las distribuciones grupales, se puede ver que se repite el patrón encontrado en el experimento 2, en donde la mayoría de los puntajes de honestidad global se ubicaron en calificaciones altas, independientemente de si los participantes habían actuado deshonestamente. A pesar de ello, también se observaron algunos puntajes extremos muy bajos, que podrían indicar que dichos participantes tenían una pobre imagen de sí mismos (en términos de honestidad) desde antes de la aplicación de la prueba de dados, o que al actuar deshonestamente tuvieron que actualizar negativamente su autoconcepto y por ello se otorgaron una baja calificación (Figura 25).

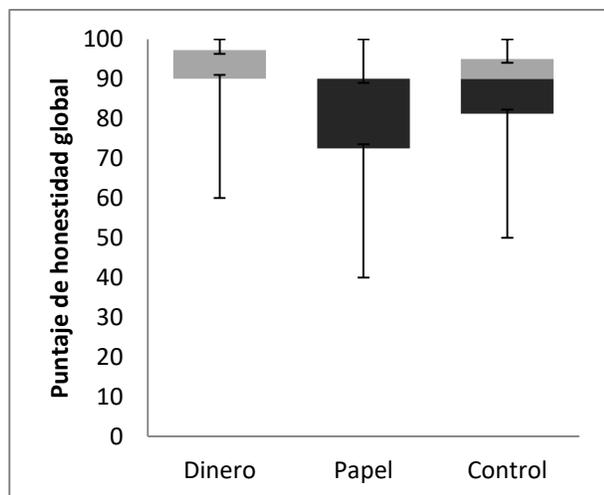


Figura 25. Distribuciones grupales de puntuaciones de honestidad global.

Lo anterior se hace evidente al hacer la recodificación de variables intervalares a ordinales: Debido a que la mayoría de los puntajes se ubicaron entre los cuartiles 25 y el 75, no se observan diferencias entre las medianas (Figura 26).

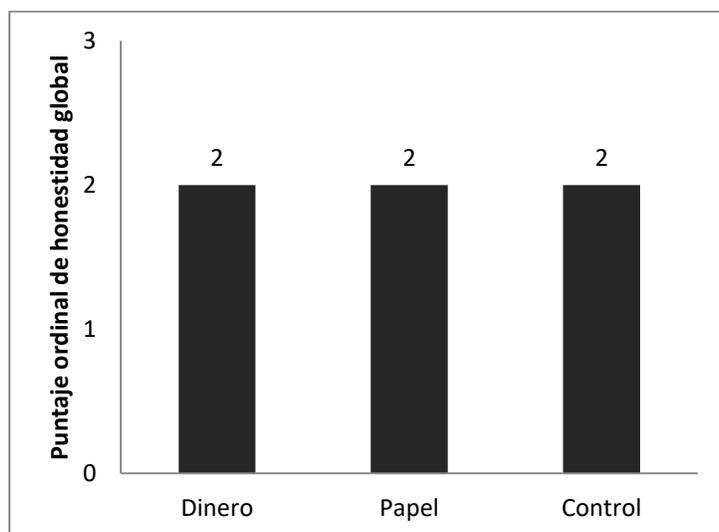


Figura 26. Medianas de honestidad global.

Del mismo modo, la distribución de puntajes de honestidad relativa observada se asemeja a la encontrada en el experimento 2: Los participantes se puntuaron por arriba del punto

intermedio de la escala, es decir que reportaban sentirse mejor en términos de honestidad en comparación con el día previo. Sin embargo, resulta interesante notar que también se registraron puntajes extremos bajos, particularmente en el grupo estimulado con dinero (Figura 27), además de que este grupo mostró la mediana más baja (Figura 28).

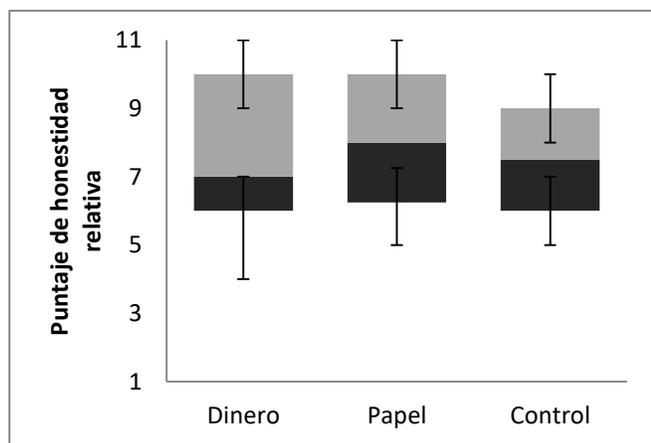


Figura 27. Distribuciones grupales de honestidad relativa.

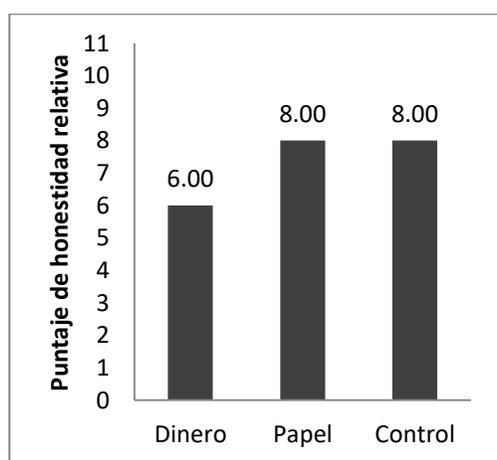


Figura 28. Medianas de puntajes de honestidad relativa.

En conjunto, el estudio de las distribuciones de honestidad global y el de honestidad relativa parecerían indicar que el grupo que fue estimulado con dinero se evaluó positivamente en términos de honestidad global, pero reportó una menor puntuación (aunque aún elevada) en

honestidad relativa. Ello podría indicar que aunque se reconocieron como personas honestas en general, el efecto de la trampa cometida pudo haber afectado su puntuación de honestidad del día (i.e. “aunque hice un poco de trampa hoy, eso no me hace una persona deshonesto en general”).

Comparación entre experimentos 2 y 3 en honestidad global y honestidad relativa.

Se compararon los 9 grupos pertenecientes a los experimentos 2 y 3 tomados en conjunto en cuanto a *honestidad global* y en cuanto a *honestidad relativa* (Tabla6). Encontrándose que no hubieron diferencias estadísticamente significativas entre los puntajes de honestidad global ($\chi^2(8)= 12.730$, $p= 0.121$), ni en los de honestidad relativa ($\chi^2(8)= 6.445$, $p= 0.597$). Ello se corroboró mediante el análisis de varianza de Kruskal-Wallis debido a la falta de normalidad en las distribuciones experimentales obtenidas.

Los participantes de ambos experimentos se asignaron puntajes elevados en cuanto a honestidad global ($M_{\text{Total honestidad global}}=85.244$, $DE=11,713$) y reportaban sentirse un poco mejor con respecto a su honestidad relativa ($M_{\text{Total honestidad relativa}}=7.678$, $DE=1,884$) aunque se observó que ambas muestras hicieron trampa en ambos experimentos, aunque no de modo estadísticamente significativo.

Tabla 6. Promedios y desviaciones estándar de puntajes de honestidad global y honestidad relativa en experimentos 2 y 3.

Condición	Honestidad global		Honestidad relativa	
	Media	DE	Media	DE
Exp. 2 Dinero_trampa	91,050	8,829	7,650	2,110
Exp. 2 Dinero_sin trampa	82,350	14,343	8,150	1,755
Exp. 2 Papel_trampa	87,500	12,408	7,500	1,701
Exp. 2 Papel_sin trampa	84,750	11,525	7,650	2,183
Exp. 2 Nada_trampa	83,000	13,992	7,900	1,889

Exp. 2 Nada_sin trampa	85,400	9,433	7,300	1,750
Exp. 3 Dinero	83,700	12,901	7,050	1,849
Exp. 3 Papel	85,700	8,755	7,950	1,905
Exp. 3 Control	83,750	11,571	7,950	1,877
Total	85,244	11,713	7,678	1,884

Al estudiar las distribuciones grupales, se puede notar que las mismas se concentran en un rango muy cerrado de números altos, existiendo a su vez puntajes extremos tanto hacia los puntajes altos como hacia los puntajes bajos (Figura 29), por ello, no se observan diferencias sustanciales al comparar las medianas. Como se ha explicado, los puntajes bajos pudieron deberse a que los participantes ya tenían una baja evaluación de su propia honestidad desde antes de haber llevado a cabo ambas pruebas, o pudo haber ocurrido que al haber hecho trampa (aunque fuera poca), reconocieran esto como algo que los obligaba a actualizar su autoconcepto de forma negativa. Así mismo, los puntajes extremos altos pudieron deberse a que los participantes no reconocieron la trampa cometida como suficientemente grave como para obligarlos a tomarlo en cuenta en su autoevaluación sobre honestidad, o también pudo haber ocurrido que dichos puntajes pertenezcan a participantes que aunque tuvieron la oportunidad de hacer trampa, actuaron honestamente. Debido a la falta de normalidad en las distribuciones, nuevamente se debieron recodificar los puntajes para transformarse en datos ordinales (Figura 30), y así poder analizarse con el análisis de varianza de Kruskal-Wallis.

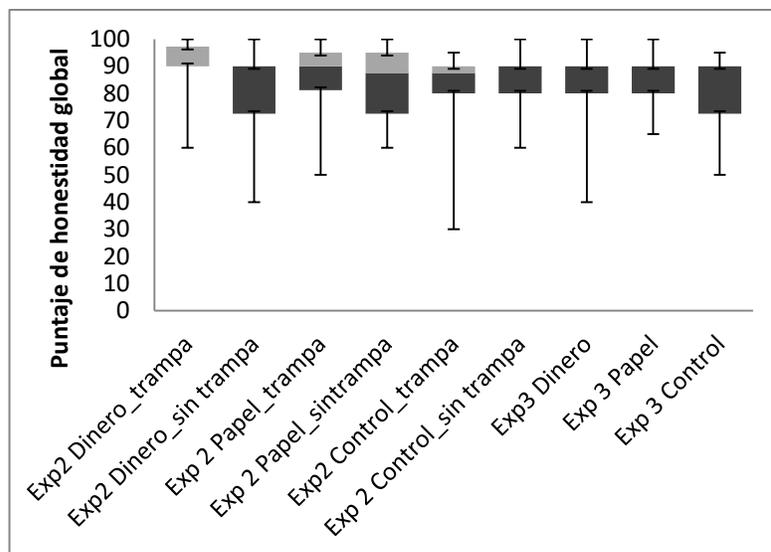


Figura 29. Distribuciones grupales de honestidad global de experimentos 2 y 3.

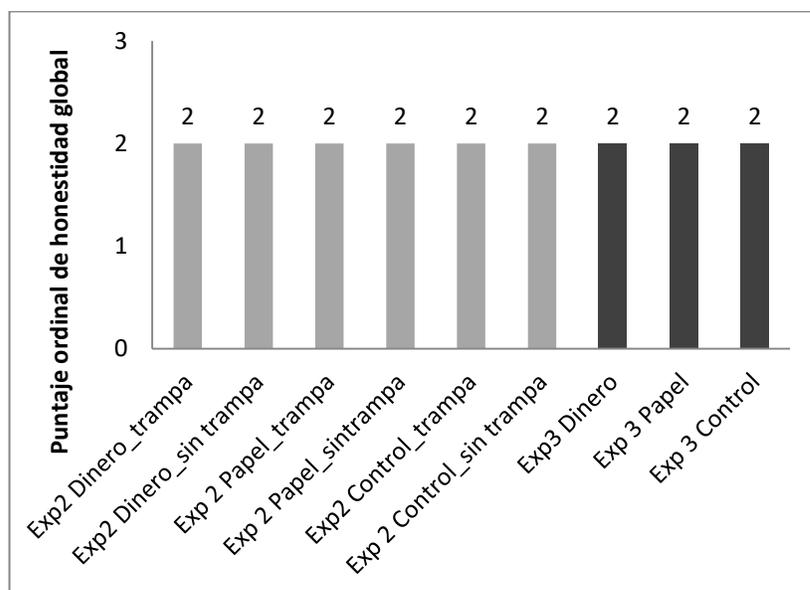


Figura 30. Medianas de honestidad global de experimentos 2 y 3.

Así mismo, en las distribuciones de honestidad relativa, se observa que los participantes se puntuaron hacia el lado positivo de la escala (superior a 6), indicando una mejor valoración de su honestidad del día de la evaluación (Figuras 31 y 32).

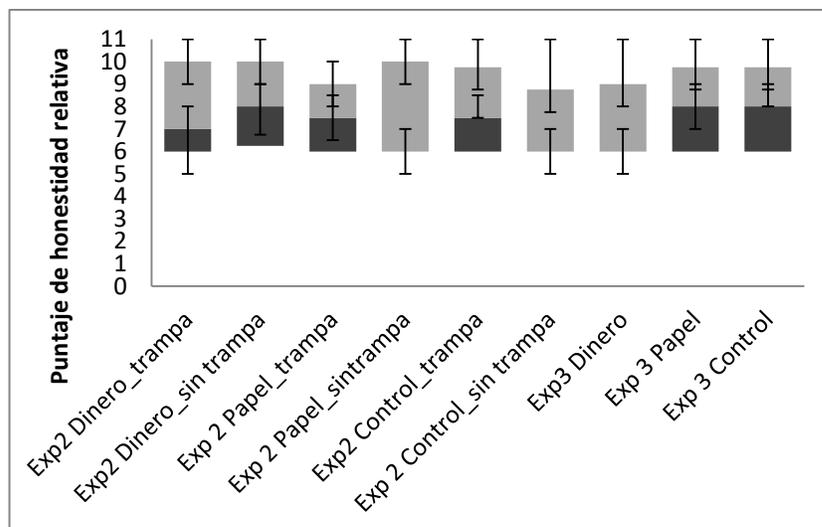


Figura 31. Distribuciones grupales de honestidad relativa de experimentos 2 y 3.

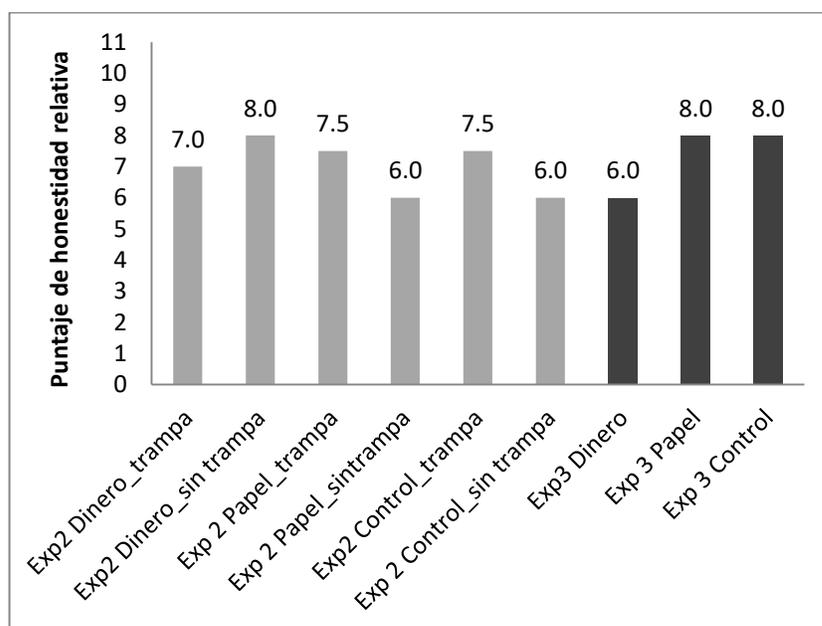


Figura 32. Medianas de honestidad relativa de experimentos 2 y 3

Discusión

En el presente experimento se puso a prueba la hipótesis de investigación que indicaba que el grupo estimulado con dinero actuaría más deshonestamente durante la ejecución en una prueba abstracta, presumiblemente debido a la activación del estado de autosuficiencia

evocado mediante priming. Sin embargo, no se observaron diferencias estadísticamente significativas al comparar dicho grupo con el grupo control ni con un grupo estimulado de modo neutro con papel. Ello podría indicar que el dinero manipulado durante la aparente prueba de habilidad motriz no ejerció un efecto lo suficientemente poderoso como para incrementar sustancialmente el sentimiento de autosuficiencia de los participantes en el grupo 1 (dinero). Dicha tendencia se ha repetido durante el experimento 1 (evaluando intención de incurrir en actos deshonestos) y el experimento 2 (en el que adicionalmente se manipuló concretamente la oportunidad de hacer trampa). Es decir, durante los tres experimentos, el contacto con dinero no ha provocado los efectos esperados y reportados por otros autores (Gino & Mogilner, 2014; Kouchaki et al., 2013; Vohs et al., 2006).

Una posibilidad es que (de modo análogo a lo expuesto en el experimento 2) la cantidad de dinero manipulado no haya sido el suficiente como para evocar la autosuficiencia, sin embargo, en estudios previos se han utilizado estímulos más “débiles” para evocar dicho estado (e.g. el uso de protectores de pantalla, posters u hojas impresas, todas con temáticas asociadas a dinero; Caruso, Vohs, Baxter y Waytz, 2013; Gino & Mogilner, 2014; Vohs et al., 2006), de modo que se esperaría que el contacto real y cercano con dinero real fuera suficiente (Zhou, Vohs & Baumeister, 2009).

Resulta importante destacar que el presente experimento permite complementar al experimento 2, pues el hecho que ambas muestras se hayan comportado de modo semejante ante tareas de naturaleza diferente (la prueba de matrices y la prueba de dados) indica la posibilidad de que el efecto del dinero no sea el de aumentar la conducta deshonestas, sino la de disminuirla (Ariely, 2008) Lo anterior podría deberse a que el dinero – además de estar asociado mentalmente al poder- también está asociado al de responsabilidad o incluso a la honestidad. De hecho, llama la atención que en los tres

experimentos llevados a cabo hasta ahora, los grupos estimulados con dinero han sido los que menor intención (experimento 1) y conducta deshonestas (experimento 2 y experimento 3) han exhibido en comparación con sus respectivos grupos de comparación neutral y controles. De modo que valdría la pena llevar a cabo estudios que permitan explorar con mayor profundidad qué significados están asociados al dinero en el rango de edad estudiado.

Así mismo, en los experimentos 2 y 3 se observó que sin importar la diferencia entre las pruebas de matrices y la de dados, ambas muestras hicieron trampa, pero en una magnitud muy baja en comparación con la totalidad de trampa que podrían haber cometido. Es decir, que aunque podían haber reclamado deshonestamente más dinero, no lo hicieron, presumiblemente para mantener una buena imagen de sí mismos, como lo postulado por la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar, et al, 2008).

Ello es factible de observar debido a que en ambas tareas se aplicaron las preguntas escalares sobre honestidad global y relativa justamente después de que los participantes hubieran hecho trampa, encontrando que no hubieron diferencias entre los puntajes de los 9 grupos comparados pertenecientes a los 2 experimentos tomados en conjunto en cuanto a honestidad global, ni en cuanto a honestidad relativa. Además, los participantes de ambos experimentos se asignaron puntajes elevados en cuanto a honestidad global ($M_{\text{Total honestidad global}}=85.244$) y reportaban sentirse un poco mejor con respecto a su honestidad relativa en comparación con el día anterior ($M_{\text{Total honestidad relativa}}=7.678$) a pesar de que ambas muestras hicieron trampa en ambos experimentos. Es decir, que independientemente de la diferencia en las tareas (concreta vs. abstracta) y del modo de actuar deshonestamente, el autoconcepto se mantiene favorable, presumiblemente debido a que el nivel de deshonestidad realizado es tan bajo que no alcanza a ser reconocido como una amenaza hacia la evaluación en general positiva que tienen los participantes hacia sí mismos.

5.10 Discusión general

Durante este proyecto se llevaron a cabo tres experimentos que tenían el objetivo de explorar efectos producidos por la manipulación de dinero sobre la intención y el comportamiento deshonestos, haciendo uso de técnicas de priming para evocar el estado de autosuficiencia, en el que las personas optan por llevar a cabo conductas elegidas por ellas mismas y sin involucrar a otros individuos (Vohs et al., 2006). Así mismo, haciendo uso de la teoría del mantenimiento del autoconcepto (Mazar, et al. 2008; que da cuenta de la forma en la que las personas pueden actuar de modo escasamente deshonesto para así poder mantener una buena imagen de sí mismos) se postuló el *modelo de engaño y autoengaño mediados por el contexto*, dentro del cual se especifica la interacción de la variable mediadora *motivación* (i.e. el impulso a actuar debido a situaciones de competencia por recursos escasos o por miedo a sufrir pérdidas) con el mecanismo de *categorización* (que permite moldear y matizar a favor del self la situación con implicaciones morales), que a su vez influye sobre la conducta deshonestas.

De modo que, a mayor motivación, la posibilidad de categorizar aumenta, y por consiguiente aumenta el comportamiento deshonesto. Debido a que la variable motivación no resultó factible de manipulación directa (aunque se pudieron establecer algunos controles para comprobar que los participantes se encontraban motivados a poseer dinero), dentro del modelo, la autosuficiencia (evocada mediante dinero en efectivo) actuaría como moderador y potenciador de la motivación. Por lo que, resumiendo, dado un estado previo de motivación, la autosuficiencia inducida es la que aumenta la posibilidad de categorización, que a su vez aumenta la conducta deshonestas.

Por consiguiente, las hipótesis de investigación siguieron dicha lógica: en el experimento 1 se postuló que la evocación de autosuficiencia provocaría un aumento en la

intención deshonestas; en el experimento 2 se postuló que la autosuficiencia en conjunto con la oportunidad de hacer trampa incrementarían la deshonestidad en una tarea concreta; finalmente, en el experimento 3 se sostuvo que la autosuficiencia incrementaría la deshonestidad en una tarea abstracta. Sin embargo, en ninguno de los tres experimentos fue posible aceptar las hipótesis de investigación. De hecho, se observó que en los grupos experimentales en los que se evocó autosuficiencia mediante la manipulación de dinero en efectivo se encontraron menores índices de intención deshonestas, así como de conducta deshonestas. Ello pudo deberse a algunos de los motivos que siguen.

Vohs, et al. (2006) describieron por primera vez los efectos de la autosuficiencia inducida por estímulos asociados al dinero mediante técnicas de priming, y reportaron que, al evocar autosuficiencia preconscientemente (sin que el participante se dé cuenta que está siendo estimulado, ni que su conducta cambia sin que él lo elija voluntariamente) los participantes pidieron y dieron menos ayuda, pusieron mayor distancia física entre ellos mismos y otros participantes, y eligieron actividades individuales en contraste con actividades colectivas (Vohs et al., 2006). Así mismo, durante más de 10 años se han hecho experimentos en varias partes del mundo (165, en 18 países, particularmente en Europa Asia y Norte América) explorando los efectos del priming con dinero sobre diversas variables dependientes (Vohs, 2015), tales como la intención de socializar, la empatía, la persistencia en tareas y la conducta deshonestas.

Al respecto de ésta última -y siguiendo a los autores que defienden los efectos del priming con dinero- se ha encontrado que al estimular a participantes con ideas que despiertan en ellos la representación mental de dinero, reportaron una mayor intención de actuar deshonestamente, así como mayores niveles de conducta deshonestas al tener la posibilidad de hacer trampa (Gino & Mogilner, 2014; Kouchaki et al., 2013).

Sin embargo, se llegó a una bifurcación en las conclusiones aparentemente sólidas en el priming con dinero cuando Caruso, Vohs, Baxter, y Waytz (2013) afirmaban que el contacto con dinero provocaba el favorecimiento hacia economías de libre mercado y la desigualdad social (es importante notar que la coautora, Vohs, fue la autora principal en el primer estudio de priming con dinero), reportando grandes diferencias producidas en la variable dependiente por los evocadores de dinero. El problema surgió cuando Rohrer, Pasher y Harris (2015) intentaron replicar los resultados de Caruso et al. (2013) pues empezaron a encontrar serios vacíos explicativos en los resultados de dicho artículo, ello los llevó a realizar fuertes críticas hacia la metodología e interpretación de resultados de Caruso et al. (2013) y Vohs et al. (2006). Las críticas fueron que ni los efectos ni los tamaños de efecto reportados por Caruso et al. (2013) pudieron ser replicados, así mismo, los replicadores descubrieron que Caruso et al. (2013) habían encontrado varias hipótesis nulas que no habían sido reportadas en su artículo. Adicionalmente, destacaron que el método utilizado por Caruso et al. (2013) había sido incluido en el Many Labs Replication Project, pero que únicamente 1 de 36 laboratorios logró encontrar un efecto semejante al descrito en Caruso et al. (2013).

Rohrer et al. (2015) señalaron que los tamaños de efecto reportados por Vohs et al. (2006) y Caruso et al. (2013) no eran únicamente grandes, sino altamente robustos, encontrando efectos al usar una gran serie de estímulos evocadores de dinero, así como con una gran variedad de medidas dependientes y con una gran diversidad de muestras. Además, los efectos reportados eran persistentes y durables, incluso con intervalos de varios minutos –e incluso con varias actividades- entre la exposición al prime y la medida dependiente. Ello contrasta con los efectos de priming en tareas perceptivas y cognitivas en donde los efectos del estímulo son pequeños y pasajeros aunque las mediciones estén

fuertemente asociadas, mientras que los efectos reportados en Caruso et al. (2013) y Vohs et al. (2006) resultan grandes y además perdurables a largo plazo, a pesar de que el estímulo y la tarea dependiente no estén relacionadas (Rohrer et al., 2015).

Al respecto de la crítica referente a las hipótesis nulas no reportadas, Rohrer et al. (2015) explicaron que, en los dos artículos bajo escrutinio, una proporción anormal de valores p son menores a 0.05 y casi no ocurre que surjan valores mayores a 0.05, de modo que los tamaños de muestra fueron lo suficientemente grandes como para que el efecto fuera significativo, a pesar de que el tamaño de las muestras varió entre experimentos. De modo que los estudios con una menor cantidad de participantes tuvieron un mayor tamaño de efecto.

Rohrer et al. (2015) explicaron que el patrón anterior pudo deberse a que dentro de la misma línea de investigación no se reportan los estudios que no mostraron efectos significativos (estudio no reportado), o publicando un estudio en el que no se reporta que el procedimiento incluía una medida dependiente que no fue afectada del modo previsto (medición no reportada). Del mismo modo, señalaron que los efectos nulos no reportados llevan a una cantidad exagerada de valores p que son lo suficientemente pequeños como para resultar estadísticamente significativos.

Rohrer et al. (2015) fueron un paso más allá, demostrando que Vohs et al. (2006) habían observado efectos nulos en dos estudios no reportados, y que habían observado 19 efectos nulos en sus nueve estudios publicados. Así mismo, demostraron que Caruso et al. (2013) habían llevado a cabo cuatro estudios que mostraron efectos nulos pero que no fueron publicados, mientras que dos de sus cinco estudios reportados contenían mediciones dependientes no reportadas y que debieron haber sido afectadas por el prime de dinero.

Además, Rohrer et al. (2015) contrastaron que en el estudio de Caruso et al. (2013), se reportó un tamaño de efecto de 0.80 en una $n=30$, mientras que el Many Labs Replication Project (en el que 36 laboratorios trataron de replicar dicho efecto con una n total de 6344 participantes) encontró una d de Cohen de 0.02 en únicamente uno de los laboratorios, y el efecto de priming con dinero fue uno de los dos efectos (de 13) que no pudo ser replicados.

Finalmente, en la réplica que hicieron Rohrer et al. (2015) -con una mayor cantidad de participantes y confirmando el método con Caruso y Vohs (2013)- no encontraron ninguna evidencia de los efectos de priming con dinero.

Los planteamientos expuestos por Rohrer et al. (2015) son de gran importancia pues cuestionan los efectos reportados por los más de 160 estudios reportados que muestran efectos de priming por dinero a partir de fallas encontradas en uno de los artículos más citados en esa línea de investigación. Surge una gran confusión ante quién tiene la razón en este debate pues aunque una gran cantidad de estudios han encontrado efectos significativos de priming con dinero, no se pueden despreciar los resultados obtenidos por los laboratorios pertenecientes al Many Labs Replication Project.

Las implicaciones para esta serie experimental son directas pues en los tres experimentos llevados a cabo no se observaron los efectos predichos por la teoría (basada principalmente en autores que encontraron efectos del dinero), nuestros participantes no mostraron una mayor intención deshonestas ni una mayor incidencia en acciones deshonestas en comparación con los grupos controles ni con los grupos estimulados de forma neutra. Ello pudo deberse a que manipular dinero no tuvo efecto alguno (o tuvo un efecto muy débil) como evocador de autosuficiencia, lo que tendría sentido a la luz de los argumentos expuestos por Rohrer et al. (2015). Siguiendo esa línea de pensamiento, los resultados obtenidos pudieron haber ocurrido así debido al uso de una cantidad pequeña de

participantes, sin embargo, la n utilizada fue semejante a la utilizada por Vohs et al. (2006) y Kouchaki et al. (2013), de modo que se esperaría que, si dichos autores obtuvieron diferencias estadísticamente significativas, así como tamaños de efecto grandes, en nuestros experimentos se llegaría a resultados semejantes.

Adicionalmente, existe otra explicación plausible a la falta del efecto predicho: Como se recordará, una parte central del modelo propuesto se basa en la teoría del mantenimiento del autoconcepto propuesta por Mazar, Amir y Ariely (2008), es de uno de sus experimentos de donde se retomó y adaptó la metodología seguida en nuestros experimentos (e.g. la prueba de matrices y las preguntas que evalúan honestidad global y honestidad relativa utilizadas en el experimento 2). Así mismo, la prueba de dados utilizada en el experimento 3 fue retomada de un artículo posterior de autoría de Ariely et al. (2015).

La teoría del mantenimiento del autoconcepto explica que las personas tienen un sistema de recompensas internas en la que se sienten bien cuando actúan según normas morales internalizadas (se activan los centros cerebrales asociados con las recompensas) y se sienten mal consigo mismas si van en su contra. Sin embargo, gracias a la gran capacidad humana de racionalización de sus acciones, las personas son capaces de actuar deshonestamente sin dañar la perspectiva positiva que tienen de sí mismos. Ello se logra actuando solamente “un poco deshonestamente”, lo suficiente como para que su atención y juicio moral no interprete como una falta importante el acto deshonesto recién llevado a cabo, es a esto a lo que los autores llaman “deshonestidad que pasa por debajo del radar”. De modo que, según la teoría del mantenimiento del autoconcepto, a mayor racionalización habrá mayor deshonestidad, y a menor racionalización y mayor atención a los estándares morales habrá menor deshonestidad.

Dan Ariely ha estudiado la deshonestidad mediante diseños experimentales en diversas formas, explorando qué es lo que aumenta o disminuye la capacidad de racionalización, sin embargo, lo que nos interesa en este momento es el efecto que él describe que tiene el dinero. Según Ariely (2008), en uno de sus experimentos -reportados en Mazar et al. (2008)-, encontró que bastaba pedir a los participantes que recordaran los 10 mandamientos antes de llevar a cabo la prueba en la que tenían la posibilidad de hacer trampa, para eliminar por completo el nivel de trampa. Es decir, que si justo antes de tener la tentación de actuar deshonestamente se evoca un recordatorio de los estándares morales de las personas, la probabilidad de que se actúe deshonestamente se reduce en gran medida. Dicho efecto no ocurrió ni en el grupo control ni en la segunda condición experimental (en la que se les pedía que únicamente enlistaran una lista de 10 libros que hubieran leído), en dichos grupos los participantes siguieron el patrón de hacer un poco de trampa para seguir sintiéndose cómodos consigo mismos sin tener que actualizar negativamente su autoconcepto.

Ariely (2008) intentó el mismo experimento, pero modificando el evocador de estándares morales (utilizando un código de honor firmado justo antes de darles la oportunidad de hacer trampa), obteniendo los mismos resultados. De modo que, aunque las personas hacen trampa si se les da la oportunidad, no hacen tanta como podrían. Además, una vez que empiezan a pensar acerca de sus propios estándares morales dejan de actuar deshonestamente. En otras palabras, en el momento en el que las personas dejan de pensar conscientemente en sus estándares morales actuarán deshonestamente, pero si justamente antes de tener la tentación de actuar deshonestamente se les recuerdan sus estándares morales es más probable que actúen honestamente (Ariely, 1998).

Este efecto cobra relevancia para el presente proyecto porque según Ariely (1998) el dinero podría funcionar como un facilitador de honestidad, más que un evocador asociado a la deshonestidad. El autor describió un pequeño experimento que realizó en los refrigeradores públicos de una universidad, insertó latas de refresco en los refrigeradores y registró el tiempo que tardaban en desaparecer a manos de los estudiantes o de cualquier otro usuario de los refrigeradores, encontrando que en unos cuantos días todas las latas habían sido “robadas”. Como punto de comparación, metió en otros refrigeradores un plato con billetes de \$1 (aproximándose al precio de los refrescos en la condición de comparación) y esperó a ver cuánto tiempo duraba el dinero sin ser tomado. Encontró que nadie tomó el dinero. Para explicar esto, Ariely (1998) señaló que es más fácil robar cosas que están psicológicamente más alejadas del dinero, que dinero en sí mismo (al que otorgamos una carga psicológica más pesada y seria), es decir, que es más fácil racionalizar el tomar una lata de refresco que robar dinero en efectivo (aunque sea el valor equivalente al objeto en cuestión).

Siguiendo este ejemplo, resulta más maleable justificar el tomar una lata de refresco de un lugar público (e.g. “si no quiere que tomen sus cosas no debería dejarlas aquí” o “yo he dejado mis cosas aquí y las han tomado, es justo que yo tome una, además... tiene seis latas... sería muy egoísta si se molesta”) sin sentirse como una persona deshonesto, en comparación con tomar dinero que sabes que no es tuyo.

De hecho, Ariely (2008) condujo un experimento en el que encontró que los participantes que podían cobrar su recompensa en un medio de intercambio diferente a dinero hicieron mucha más trampa en comparación con quienes cobraron su recompensa en dinero (aunque también hicieron trampa). De modo que a los participantes que vieron su

recompensa como algo más alejado psicológicamente del dinero les resultó mucho más fácil actuar tramposamente.

Durante nuestros experimentos no se encontró que la manipulación de dinero produjera el efecto de autosuficiencia, pero pudo haber ocurrido que los billetes hubieran provocado una mayor atención a los estándares morales (i.e. de modo opuesto al esperado), sin embargo, debido a que tal variable no fue parte de la formulación de los objetivos no se incluyeron mediciones adecuadas para registrarla. Un nuevo experimento en el que se presenten varias modalidades de recompensa podría aclarar lo que ocurrió en este estudio.

Así mismo, se debe tener en cuenta que las situaciones experimentales son novedosas en el contexto universitario mexicano en el que se llevaron a cabo los experimentos (como se explicó anteriormente en las discusiones experimentales individuales), los estudiantes no están acostumbrados a participar en secuencias experimentales en las que se les paga con dinero en efectivo por su asistencia, y mucho menos están acostumbrados a estar en contacto con una cantidad tan grande de billetes. Dicha situación pudo haberlos hecho sentir sospecha hacia los propósitos de los experimentos, afectando así su desempeño debido a un probable incremento a la atención puesta a sus propios estándares morales, ya sea por efecto de la sospecha hacia el experimento o por el efecto descrito por Ariely (2008), en el que al estarles hablando y exponiendo en repetidas ocasiones acerca de dinero, los participantes sintieron el peso psicológico de estar trabajando con dinero en efectivo y reaccionaron comportándose de un modo más responsable u honesto.

Finalmente, Ariely (2008) implicó que pareciera ser que el dinero está diseñado para ejercer un efecto de autoobservación de los estándares morales. Un ejemplo de ello es la presencia de héroes de la independencia norteamericana en los billetes, o por la cita "In God

we trust” (Confiamos en Dios) impreso en los mismos. Aunque esta idea no resulta central a su tesis, es una noción interesante que no debe ser descartada en futuros estudios pues en los billetes nacionales de México se encuentran impresos los rostros de personajes famosos de la historia mexicana, usualmente asociados con virtudes como la honestidad o el buen gobierno (Típicamente: el expresidente y benemérito de las américas Benito Juárez, el caudillo revolucionario Emiliano Zapata, el rey-poeta Nezahualcóyotl, la escritora-religiosa Sor Juana Inés de la Cruz, el general Ignacio Zaragoza). Se asume que dichas imágenes históricas no están relacionadas con riqueza o con dinero, de modo que sería útil determinar cuáles son los significados psicológicos que tienen los mexicanos hacia estas figuras.

La idea anterior lleva a pensar en la implicación de variables sociales y culturales como agentes importantes en el desarrollo de la deshonestidad, después de todo, aunque la conceptualización y las nociones de lo que es correcto o incorrecto, verdadero o falso, honesto o deshonesto varían en gran medida entre individuos, es cierto que también existen constantes culturales dentro de cada país, así como entre países. Ejemplo de ello es que en la mayoría de los códigos de conducta (e.g. religiosos y legales) hechos a lo largo de la historia en distintas culturas se prohíbe y condena el asesinato y el robo de modo universal. Sin embargo, para acciones más cotidianas existe un mayor rango de flexibilidad para actuar rompiendo la norma sin que por ello la persona deba considerarse una mala persona (aunque incluso el asesinato o el robo pueden llegar a ser racionalizados).

Una acción aceptable para una persona puede resultar completamente reprobable para otra, aunque vivan en el mismo contexto socio-cultural y hayan sido criados en condiciones similares. Por ejemplo, para un joven puede resultar un motivo de orgullo dejar copiar a su amigo durante un examen, mientras que otro joven se sentiría avergonzado o sentiría desprecio hacia tales actos, por lo que no dejaría copiar a su amigo bajo ninguna

circunstancia, sin que por ello sintiera que ha faltado a la amistad o se considerara una mala persona. El primer joven se siente cómodo rompiendo una norma moral aceptada en aras de un bien mayor –según su punto de vista- que sería la amistad y lealtad hacia su compañero, por lo que su autoconcepto se enaltece. Mientras tanto, el segundo joven no rompe la norma moral aceptada, pero decepciona a su amigo (se podría decir que rompe con la norma social de la reciprocidad y la lealtad) sin que por ello se sienta mal consigo mismo, o incluso sintiéndose orgulloso de “ser honesto” o de “ser una buena persona”.

De hecho, incluso faltas universalmente conceptualizadas como negativas (incluso como pecados) pueden ser racionalizadas para proteger el autoconcepto de los agentes. Ejemplo de ello es el adoctrinamiento político y/o religioso mediante el cual se hace creer a futuros soldados o reclutas que sus rivales merecen ser destruidos (Bandura, 2012). Pero actos inmorales de tal magnitud escapan el alcance de esta discusión.

Contraste entre estudios exploratorios y experimentos.

Un efecto importante es la aparente contradicción entre los estudios exploratorios -que buscaban demostrar la presencia de un estado previo de motivación en la población universitaria- con los presentes hallazgos experimentales, durante los cuales, aunque se pueden observar patrones de trampa en los experimentos 2 y 3, estas diferencias no fueron significativas estadísticamente. Ello iba en contra de las hipótesis de investigación en la que se esperaba que una población con una motivación justificada y racional a actuar deshonestamente mostraría mayores niveles de deshonestidad al evocar en ellos el estado de autosuficiencia.

Como se recordará, se confirmó dicha motivación solicitando a una muestra separada de universitarios de la misma universidad y del mismo rango de edad su situación laboral y su ingreso familiar mensual; encontrando que sus ingresos familiares eran bajos y que los

jóvenes no trabajaban. Es decir que los jóvenes viven en condiciones de escasez financiera objetiva, que según la teoría económica racional de Becker (1974) ya es un fuerte motivador hacia la deshonestidad. Sin embargo, debido a que asumir que las personas con escasez financiera son deshonestos sería un grave reduccionismo, se llevó a cabo un estudio de redes semánticas naturales para registrar el significado psicológico que tenía una muestra de estudiantes (de la misma universidad) con respecto de la posesión y carencia de dinero, por ellos mismos, así como por un tercero. Se encontró que los participantes asociaban el estímulo *dinero* con palabras como: felicidad, poder, riqueza y comprar. De modo semejante, ante el estímulo *yo con dinero soy*, se reportaban respuestas asociadas a la felicidad y al poder. Esto permite aportar evidencia para asegurar con mayor precisión que los universitarios valoran el tener dinero como algo que les permite sentirse felices, y poderosos (muy semejante al efecto de autosuficiencia).

De modo contrario, ante el estímulo *yo sin dinero soy*, las respuestas apuntaban en dirección a sentimientos de tristeza, miseria e indefensión, aunque –interesantemente– también hubo reportes que asociaban la carencia de dinero con la felicidad. Aunque esto podría parecer ilógico desde el punto de vista de la economía tradicional y la lógica ordinal, abordado con una lógica de la ambivalencia o del autoengaño (que permite la posibilidad de paradojas, creencias y contradicciones; Nardone & Balbi, 2009) resulta posible hipotetizar que una serie de variables socio-culturales más complejas que las que se abordaron en este estudio están influyendo las valoraciones de lo que es correcto o incorrecto en un momento dado en los universitarios. Tales variables a menudo resultan en comportamientos contradictorios.

Por ejemplo, en nuestra cultura a menudo se escuchan dichos populares tales como *pobre pero honesto, el dinero es el diablo o el dinero corrompe*. Esta visión ha sido

fuertemente difundida a lo largo de la historia por la Iglesia Católica (siendo México el 2do país con más seguidores de esta religión en el mundo). Que sostiene –entre otros supuestos- la renuncia a las riquezas terrenales, que son vistas como indicios de egoísmo o pecado, y por cuya obsesión se puede llegar al Infierno. Es precisamente este tipo de lógica (sin ser llevada a sus extremos, pero aun influyendo sobre la idiosincrasia nacional) que puede estar detrás del autoengaño protector que se puede estar presentando en la forma de la siguiente racionalización autoprotectora: “Con dinero o son dinero yo soy feliz, porque lo importante en la vida es ser una buena persona”.

Esta idea tiene sentido al compararla con los hallazgos descritos de la ética conductual: en general las personas se consideran más aptas y capaces moralmente que los demás (Bazerman & Tenbrunsel, 2011; Chugh, et al. 2005) debido a los sesgos autoprotectores y limitantes cognitivas. De modo que –al menos en el nivel consciente que se plasma en los autoreportes- los universitarios ven el dinero como algo secundario en su felicidad, dando prioridad a otras entidades, como los valores propios o la familia. Probablemente, por ello no se observaron los mismos niveles de deshonestidad que se observan en países en donde se difunde más el individualismo y la búsqueda de recompensas materiales y monetarias (recordando que la mayoría de los estudios de priming con dinero se realizan en Estados Unidos de América, China y Europa). Sin embargo, esto es algo que debe explorarse en otros estudios.

Implicaciones de los hallazgos

Esta serie experimental puso en manifiesto efectos que permiten estudiar ampliamente las dinámicas del engaño y el autoengaño pues, a diferencia de metodologías que hacen uso de autoreportes, en un experimento se registra el comportamiento directamente, es decir, que se pone a prueba como es que las personas realmente se comportan, y no como creen o

tienen la intención de comportarse. Este punto cobra una importancia particular en el estudio de la deshonestidad pues es precisamente debido a su naturaleza inmoral que las personas son especialmente cuidadosas en filtrar o maquillar sus respuestas durante la aplicación de escalas o cuestionarios. Además, dichas metodologías asumen que las personas saben cuáles son las influencias que afectan su comportamiento, porque se basan en presupuestos racionalistas, que enaltecen las capacidades de consciencia y razón del ser humano. Por lo que consideran que, si un individuo reporta la intención de comportarse honestamente, será congruente con dicha intención y actuará honestamente. Sin embargo, en el ser humano la congruencia es la excepción, mientras que la ambivalencia pareciera ser la norma (Nardone & Balbi, 2009). El ser conscientes de estos efectos, permite tomarlos en cuenta al momento de hacer predicciones y futuros estudios y experimentos.

Con respecto a la aplicabilidad de los hallazgos de este proyecto, e iniciando con el estudio de redes semánticas naturales, se afirma la importancia de conocer cuáles son los significados psicológicos que tienen los mexicanos—no solamente los universitarios. ¿Cuáles son dichos significados en personas que roban grandes sumas de dinero en efectivo durante un asalto? ¿Son semejantes a los que tienen las personas que cometen fraudes con dinero virtual? ¿En qué momento del ciclo vital el dinero se vuelve un bien tan deseable como para pasar por encima de los estándares morales? ¿A qué se le otorga un mayor peso, a la posesión de dinero o a valores como la unidad familiar o el bienestar del autoconcepto? Todas estas preguntas permitirían determinar intervenciones enfocadas a que las personas vean el dinero no solamente como una forma de ayudarse a sí mismos, sino también como una forma de ayudar a sus comunidades y a su ecosistema. Es decir, en lugar de asociar el dinero con poder sobre los demás o con poder para lograr solamente metas personales, empezar a asociar la posesión de dinero con la responsabilidad para usarlo de una forma

que sea también prosocial. Aunque ello resulta complejo debido a que en México existen altos índices de pobreza, de modo que muchas familias logran con grandes dificultades subsanar sus necesidades básicas de vivienda y salud. Por lo que resultaría difícil pedirles que no deseen dinero para sí mismos o sus familias directas, o que el dinero que tienen lo inviertan en ganancias (económicas y morales) a largo plazo.

Con respecto a los hallazgos, estos pueden usarse como un primer acercamiento al estudio experimental de la influencia del dinero sobre el comportamiento, siendo este probablemente el primer estudio de priming con dinero en Latinoamérica (al menos hasta 2015; Vohs, 2015). Sería recomendable hacer replicaciones en distintos estratos de la población mexicana para determinar si entre ellos se replican los patrones de deshonestidad encontrados, o si existen variaciones según el nivel socio-económico, entre distintas carreras profesionales, entre distintos grupos de edad, entre hombres y mujeres, etc.

Otra de las implicaciones importantes es que vivimos en una época en la que el manejo de dinero virtual está compitiendo con el manejo de dinero en efectivo, por lo que se debe estar atento a las posibilidades que ofrece este tipo de modalidad, pues como se recordará, cuando hay una mayor distancia psicológica entre el objeto a tomar y la persona, existe mayor flexibilidad para racionalizar el hurto y por ende aumenta la deshonestidad (Ariely, 2008).

Referencias

- Ariely, D. (2008). *Predictably irrational*. New York, U.S.: Harper Collins.
- Arnet, J. (1992). Reckless behavior in adolescence: A developmental perspective. *Dev. Rev.*, *12*, 339–373.
- Aronson, E. (1969). A theory of cognitive dissonance: A current perspective. In L. Berkowitz, *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 4, pp. 1-34). New York: Academic Press.
- Ayala-Gaytán, E., & Quintanilla-Domínguez, C. (2014). Attitudes and causes of cheating among mexican college students: An exploratory research. *Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación*, *6*(13), 17-30. doi:10.11144/Javeriana.M6-13.ACCM
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. New Jersey, U.S.: Prentice-Hall, Inc.
- Bandura, A. (2012). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. In K. D. Vohs, & R. F. Baumeister, *Self and Identity* (Vol. 4, pp. 1-29). California, U.S.: Sage Library in Social Psychology.
- Bargh, J. A. (1990). Auto-motives: Preconscious determinants of thought and behavior. In E. T. Sorrentino, & E. T. Sorrentino (Ed.), *Handbook of motivation and cognition* (Vol. 2, pp. 93-130). New York: Guilford Press.
- Bargh, J., & Chartrand, T. L. (2010). Studying the mind in the middle: A practical guide to priming and automaticity research. In H. Reis, C. Judd, H. Reis, & C. Judd (Eds.), *Handbook of Research Methods in Social Psychology* (pp. 1-37). New York: Cambridge University Press.
- Bazerman, M. H., & Tenbrunsel, A. E. (2011). *Blind spots: Why we fail to do what's right and what to do about it*. New Jersey, U.S.: Princeton University Press.
- Becker, G. S. (1974). Crime and punishment: An economic approach. In B. S. Gary, & W. M. Landes, *Essays in the economics of crime and punishment* (pp. 1-54). UMI.
- Bell, K. L., & DePaulo, B. M. (1996). Liking and lying. *Basic and Applied Social Psychology*, *18*(3), 243-266.
- Blauberg, I. (1991). *Diccionario de filosofía*. México: Ediciones quinto sol.
- Camerer, C. (1999). Behavioral economic: Reunifying psychology and economics. *Proc. Natl. Acad. Sci. USA*, *96*, 10575-10577.
- Caruso, E., Vohs, K., Baxter, B., & Waytz, A. (2013). Mere exposure to money increases endorsement of free-market systems and social inequality. *Journal of Experimental Psychology: General*, *142*(2), 301-306. doi:10.1037/a0029288
- Castillo, R. (2003). *Medición de la corrupción: Un indicador de rendición de cuentas*. México: Auditoría Superior de la Federación.
- Chabris, C., & Simons, D. (2011). *El gorila invisible: y otras maneras en las que nuestra intuición nos engaña*. Argentina: Siglo XXI editores.
- Chugh, D., Banaji, M. R., & Bazerman, M. H. (2005). Bounded ethicality as a psychological barrier to recognizing conflicts of interest. In D. A. Moore, D. M. Cain, G. Lowenstein, & M. Bazerman, *Conflicts of interest: Challenges and solutions in business, law, medicine, and public policy* (pp. 74-95). New York: Cambridge University Press.
- Chun-Hua, S., & M.W., L.-Y. (2007). Academic dishonesty in higher education. A nationwide study in Taiwan. *Higher Education*, *54*, 85-97. doi:10.1007/s10734-006-9047-z
- DePaulo, B. M. (2004). The many faces of lies. In A. G. Miller, *The social psychology of good and evil* (pp. 303-326). New York: Guilford Press.
- DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Epstein, J. A., & Wyer, M. M. (1996). Lying in everyday life. *Journal of personality and social psychology*, *70*(5), 979-995.

- Detert, J. R., Treviño, L. K., & Sweitzer, V. L. (2008). Moral disengagement in ethical decision making: A study of antecedents and outcomes. *Journal of applied psychology*, 374-391. doi: 10.1037/0021-9010.93.2.374
- Diez-Martínez, E. (2014). Deshonestidad académica de alumnos y profesores. *Sinéctica*, Recuperado de: http://www.sinectica.iteso.mx/articulo/?id=44_deshonestidad_academica_.
- Eagleman, D. (2015). *The brain: The story of you*. New York, U.S.: Pantheon Books.
- Ekman, P., Mason Ekman, M. A., & Ekman, T. (2010). *Cómo detectar mentiras en los niños: Claves para fomentar la sinceridad de los hijos*. Madrid, España: Paidós: Guía para padres.
- El Financiero*. (2017, 3 1). Retrieved Octubre 8, 2017, from El costo de la corrupción en México en 3 gráficas: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/el-costode-la-corrupcion-en-mexico-en-graficas.html>
- Engels, R., Finkenauer, C., & van Kooten, D. (2006). Lying behavior, family functioning and adjustment in early adolescence. *J Youth Adolescence*, 35, 949–958. doi:10.1007/s10964-006-9082-1
- Española, R. A. (2017). *Real Academia Española*. Retrieved Septiembre 19, 2017, from www.rae.es
- Figuerola, J. G., & Solís, V. (1981). Una aproximación al problema del significado: las redes semánticas. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 13(3), 447-458.
- Fischbacher, U., & Föllmi-Heusi, F. (2013). Lies in disguise: An experimental study on cheating. *Journal of the European Economic Association*(11), 525-547. doi:10.1111/jeea.12014
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior*. EU: Psychology Press.
- Fiske, A. (1991). The four elementary forms of sociality: Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99(4), 689-723.
- García-Ramos, D. A., & Bustos, J. M. (2018). Validación de la escala de intención deshonestas en universitarios (EIDU). *Revista de psicología social y personalidad*, 33(2), 47-61.
- García-Ramos, D. A., Bustos, J. M., & Flores, L. M. (2016). El significado psicológico del dinero como motivante para la deshonestidad. Villahermosa, Tabasco, México.
- Gazzaniga, M. (2006). *El cerebro ético*. Barcelona: Paidós.
- Giannetti, E. (2000). *Lies we live by*. New York, U.S.: Bloomsbury Publishing.
- Gino, F., & Mogilner, C. (2014). Time, money, and morality. *Psychological Science*, 25(2), 414-421. doi:10.1177/0956797613506438
- Gino, F., Ayala, S., & Ariely, D. (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior: The effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science*, 20(3), 393-398. doi:10.1177/0956797609348134
- Gómez Cobos, E. (2008). Adolescencia y familia: revisión de la relación y la comunicación como factores de riesgo o protección. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 10(2), 105-122.
- González, E. (2005). *La corrupción: Patología colectiva*. México: Instituto Nacional de la Administración Pública.
- Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, 108(4), 814-834. doi:10.1037/0033-295X.108.4.814
- INEGI. (2016). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH)*. Retrieved Octubre 17, 2017, from http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/enchogares/regulares/enigh/nc/2016/doc/presentacion_resultados_enigh2016.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, [INEGI]. (2017, Diciembre). *Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental 2017*. Retrieved Octubre 16, 2018, from <http://www.beta.inegi.org.mx/programas/encig/2017/>

- Integrity, Global Financial*. (2013, December 11). Retrieved Agosto 26, 2017, from Illicit Financial Flows from Developing Countries: 2002-2011: <http://www.gfintegrity.org/report/2013-global-report-illicit-financial-flows-from-developing-countries-2002-2011/>
- Jensen, L. A., Arnett, J. J., Feldman, S. S., & Cauffman, E. (2004). The right to do wrong: Lying to parents among adolescents and emerging adults. *Journal of Youth and Adolescence*, 3(2), 101–112. doi:10.1023/B:JOYO.0000013422.48100.5a
- Jensen, L. A., Jensen Arnett, J., Feldman, S. S., & Cauffman, E. (2001). It's wrong, but everybody does it: Academic dishonesty. *Contemporary Educational Psychology*, 27, 209–228. doi:10.1006/ceps.2001.1088
- Jiang, T. (2013). Cheating in mind games: the subtlety of rules matters. *Journal of Economic Behaviour and Organization*, 93, 328-336. doi:10.1016/j.jebo.2013.04.003
- Kahneman, D. (2014). *Pensar rápido, pensar despacio*. México: Debolsillo.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Keeney, B. (1994). *Estética del cambio*. Barcelona: Paidós.
- Klitgaard, R. (1988). *Controlando la corrupción*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Kouchaki, M., Smith-Crowe, K., Brief, A. P., & Sousa, C. (2013). Seeing green: Mere exposure to money triggers a business decision frame and unethical outcomes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1, 53-61. doi:10.1016/j.obhdp.2012.12.002
- Le Roy, Miller, R. (1986). *Microeconomía moderna* (4 ed.). (M. A. Chu, Pulido, Trad.) México, D.F., México: Harla.
- Mann, H. G.-R. (2016). Cut from the same cloth: Similarly dishonest individuals across countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 47(6), 858–874. doi:10.1177/0022022116648211
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008a). The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance. *Journal of Marketing Research*, XLV, 633-644. doi:10.1509/jmkr.45.6.633
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008b). More ways to cheat: Expanding the scope of dishonesty. *Journal of Marketing Research*, 650-653.
- McCabe, D., L. K., T., & K., B. (2001). Cheating in academic institutions: A decade of research. *Ethics and Behavior*, 11(3), 219-232. doi:10.1207/S15327019EB1103_2
- Nardone, G. (2014). *L'arte di mentire a se stessi e agli altri*. Milán: Ponte alle grazie.
- Nardone, G. (2015). *Ayudar a los padres a ayudar a los hijos*. Barcelona: Herder.
- Nardone, G., & Balbi, E. (2009). *Surcar el mar sin que el cielo lo sepa: lecciones sobre el cambio terapéutico y lógicas no ordinarias*. Barcelona: Herder.
- Nardone, G., & Salvini, A. (2011). *El diálogo estratégico*. Barcelona: Herder.
- Parker, N. B. (2004). *La corrupción en América Latina: Estudio analítico basado en una revisión bibliográfica y entrevistas*. USA: Casals & Associates.
- Reyes Lagunes, I. (1993). Las redes semánticas naturales, su conceptualización y su utilización en la construcción de instrumentos. *Revista de psicología social y personalidad*, 9(1), 81-97.
- Rivera A., S. (2000). *Conceptualización, medición y correlatos de poder y pareja: Una aproximación etnopsicológica*. México: TESIS UNAM.
- Rohrer, D., Pasher, H., & Harris, C. R. (2015). Do subtle reminders of money change people's political views? *Journal of experimental psychology: General*, 144(4), 73-85. doi:10.1037/xge0000058
- Serota, K., Levene, T., & Boster, F. (2010). The prevalence of lying in America: Three studies of self-reported lies. *Human Communication Research*, 36, 2-25. doi:10.1111/j.1468-2958.2009.01366.x

- Sharma, E., Mazar, N., Alter, A., & Ariely, D. (2013). Financial deprivation selectively shifts moral standards and compromise moral decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 123(2014), 90-100. doi:10.1016/j.obhdp.2013.09.001
- Simon, H. A. (1983). *Reason in human affairs*. Stanford: Stanford University Press.
- Tadelis, S. (2013). *Game theory: An introduction*. New Jersey: Princeton University Press.
- Tancredi, L. R. (2005). *Hardwired behavior*. New York: Cambridge University Press.
- Tesser, A. (1985). *Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior*. Los Angeles: Paper presented at the Annual Convention of the American Psychological Association.
- Tesser, A. (2012). On the plasticity of self-defense. In K. D. Vohs, & R. F. Baumeister, *Self and Identity* (Vol. 4, pp. 397-403). California, U.S.: Sage Library in Social Psychology.
- Trivers, R. (2002). *Natural selection and social theory: Selected papers of Robert Trivers*. Oxford University Press.
- Vaamonde, J., & Omar, A. (2008). La deshonestidad académica como un constructo multidimensional. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, XXXVIII(3-4), 7-27.
- Vohs, K. (2015). Money priming can change people's thoughts, feelings, motivations, and behaviors: An update on 10 years of experiments. *Journal of Experimental Psychology:General*, 1-8. doi:10.1037/xge0000091
- Vohs, K. D., Mead, N. I., & Goode, M. R. (2008). Merely activating the concept of money changes personal and interpersonal behavior. *Current Directions in Psychological Science*, 17(3), 208-212. doi:10.1111/j.1467-8721.2008.00576.x
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314(1154), 1154-1156. doi:10.1126/science.1132491
- Wajda-Johnston, V., P. J., H., P. A., B., & A. N., F. (2001). Academic dishonesty at the graduate level. *Ethics and Behavior*, 11(3), 287-305. doi:10.1207/S15327019EB1103_7
- Watzlawick, P., Weakland, J., & Fisch, R. (2003). *Cambio: Formación y solución de problemas humanos*. Barcelona, España: Herder.
- Wegner, D. M. (2002). *The illusion of conscious will*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Yang, Y., Raine, A., Lencz, T., Bihrlé, S., Lacasse, L., & Colletti, P. (2005). Prefrontal white matter in pathological liars. *British Journal of Psychiatry*, 187, 320-325. doi:10.1192/bjp.187.4.320
- Zhou, X., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2009). The symbolic power of money: Reminders of money alter social distress and physical pain. *Psychological Science*, 20(6). doi:10.1111/j.1467-9280.2009.02353.x

Apéndices

Apéndice A: Formato de redes semánticas naturales para indagar el significado psicológico de la posesión y carencia de dinero en estudiantes universitarios

<div style="text-align: center;">  <p>UNAM POSGRADO Psicología</p> </div> <p>La universidad Nacional Autónoma de México, por medio del Programa de Maestría y Doctorado en Psicología Social y Ambiental está llevando a cabo un estudio sobre el concepto de dinero en la población estudiantil de la FES Zaragoza, para el cual se requiere de tu participación y colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, cuyos resultados son confidenciales y anónimos, siendo utilizados únicamente para fines de investigación. Se agradece tu participación.</p> <p style="text-align: center;">Acuerdo para participar: _____</p> <p>Edad: _____ Escolaridad: _____</p> <p>Ocupación: _____ Estado civil: () Soltero o () Casado.</p> <p>Religión: _____ Sexo: _____</p>	<p>Instrucciones: A continuación se mostrarán unas palabras y unos enunciados, los cuales te pedimos leas cuidadosamente. Una vez hecho esto, escribe sobre las líneas un mínimo de cinco palabras sueltas que consideres se relacionan con ellos, sin utilizar artículos (el, la, los, las) o preposiciones (a, ante, de, desde, cabe, contra, etc.). Después, asigna un número del 1 al 10 en función de la relación o importancia que consideres tiene la palabra que escribiste con el enunciado, es decir, marca con el 1 la palabra que más importe o se relacione, 2 a la que le sigue en relación o importancia, y así sucesivamente hasta terminar con las palabras.</p> <p style="text-align: center;">Ejemplo: "LECHE"</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Palabras:</th> <th style="text-align: right;">Orden de relación o importancia:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alimento</td> <td style="text-align: right;">2</td> </tr> <tr> <td>Bebida</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td style="text-align: right;">4</td> </tr> <tr> <td>Vaca</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td>Proteína</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td>Fresca</td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td>Rica</td> <td style="text-align: right;">10</td> </tr> <tr> <td>Saludable</td> <td style="text-align: right;">5</td> </tr> <tr> <td>Nutritiva</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td>Dulce</td> <td style="text-align: right;">6</td> </tr> </tbody> </table>	Palabras:	Orden de relación o importancia:	Alimento	2	Bebida	1	Calcio	4	Vaca	9	Proteína	3	Fresca	8	Rica	10	Saludable	5	Nutritiva	7	Dulce	6
Palabras:	Orden de relación o importancia:																						
Alimento	2																						
Bebida	1																						
Calcio	4																						
Vaca	9																						
Proteína	3																						
Fresca	8																						
Rica	10																						
Saludable	5																						
Nutritiva	7																						
Dulce	6																						

Palabras o frases estímulo: Dinero; Cuando tengo dinero me siento...; Yo con dinero soy...; Cuando no tengo dinero me siento...; Yo sin dinero soy...; Otra persona con dinero es...; Otra persona sin dinero es...

Apéndice B: Formato de preguntas abiertas.



La universidad Nacional Autónoma de México, por medio del Programa de Maestría y Doctorado en Psicología Social y Ambiental está llevando a cabo un estudio sobre el concepto de dinero en la población estudiantil de la FES Zaragoza, para el cual se requiere de tu participación y colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, cuyos resultados son confidenciales y anónimos, siendo utilizados únicamente para fines de investigación. Se agradece tu participación.

Acuerdo para participar: _____

Edad: _____

Semestre que cursas _____

Grupo: _____

Sexo: _____

Instrucciones: Por favor, piensa y describe mínimo **6 situaciones** o circunstancias cotidianas y concretas (reales o ficticias) en las que sería fácil para alguien de tu edad, facultad y carrera comportarse deshonestamente.

Puedes describir experiencias pasadas, presentes o inventadas, tuyas o de alguien más. Las situaciones se pueden haber desarrollado en la casa, en la escuela, en el trabajo, en la calle (o en cualquier otro lugar cotidiano).

Se reitera que ninguna información que proporciones puede ser ligada a ti. No es necesario que anotes tu nombre. Todos los cuestionarios se revolverán para garantizar tu anonimato.

Ejemplos:

#Un amigo mío le pagó \$800 a un profesor para acreditar la materia con un 10".

"No sabía que iban a aplicar un examen, así que le pedí a un compañero que me dejara ver sus respuestas en el examen".

"El otro día vi que alguien olvidó su celular nuevo en el salón, pero no le dije nada y me lo quedé".

Apéndice C: Escala de Intención Deshonesta en Universitarios (EIDU). Ponderaciones de factores para el análisis factorial exploratorio con rotación Varimax de la Escala de Intención Deshonesta en Universitarios.

Reactivo	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
27. Viajas en el transporte público (combi o microbús). El chofer está distraído y tienes la oportunidad de bajarte sin pagar el pasaje sin que se dé cuenta. Aprovechas la oportunidad y te bajas del transporte en cuanto las puertas se abren.	0,715	-0,013	-0,15	0,231
28. Estás en un negocio de dulces, y la persona que atiende está distraída, así que tomas discretamente los artículos que ibas a comprar y te sales discretamente de la tienda sin pagar.	0,686	0,01	-0,167	-0,062
32. Esperaste 10 minutos para comprar un café y un panqué. Cuando te encuentras a un par de cuadras de distancia, te das cuenta que quien te atendió se equivocó, y te dio cambio por un billete de \$200 en lugar de darte cambio por el billete de \$100 que le diste. Te quedas el café, el panqué y los \$100 gratis que te dio de más.	0,633	0,161	0,126	-0,003
37. Trabajas en un restaurante de comida rápida en tu ciudad. Va en contra del reglamento el consumir alimentos sin pagarlos. Vienes de la escuela y tienes mucha hambre. Tu jefe no está cerca, entonces te preparas algo, y te lo comes sin pagarlo.	0,63	0,257	0,17	0,044
35. Va a haber una fiesta por la que has esperado mucho tiempo y tienes muchas ganas de ir, pero ya te gastaste el dinero que te dan tus papás y sabes que si les pides más no te lo darán. Así que decides tomar el dinero de tus padres sin decírselos.	0,62	0,083	0,056	-0,152
13. Trabajas como asistente de oficina en un departamento de tu ciudad. Estás solo en la oficina sacando copias, y de repente recuerdas que ya no tienes hojas para copias en tu casa. Entonces metes un paquete de hojas en tu mochila.	0,606	0,263	-0,141	0,12
5. Al salir de tu salón ves un i phone de última generación en el piso. Sabes que pertenece a uno de tus compañeros de grupo que no te cae ni bien ni mal. Decides quedarte el teléfono sin que te vean y no mencionárselo a nadie.	0,528	0,106	-0,111	0,084
42. Compras y usas un celular por un tiempo. Cuando te cansas de él, lo revendes más caro diciendo que es nuevo aunque sabes que no lo es.	0,456	0,295	0,014	0,078

29. Tus papás te preguntan por qué te acabaste el dinero que te dan para tus gastos escolares tan rápido. Sabes que lo gastaste en cosas ajenas a la escuela (diversión o cosas extra), pero les dices a tus papás que te lo has gastado todo en materiales para tus asignaturas.	0,451	0,406	0,084	0,155
14. Reprobaste varias materias en el semestre. Cuando tus padres te preguntan "¿cómo vas en la escuela?", respondes que vas bien.	0,38	0,248	0,146	0,232
26. Repruebas una materia muy importante, pero el profesor se te aproxima y te pide \$200 para aprobarte. Además de que tu promedio bajaría mucho por reprobar esa materia, tus papás te regañarían y castigarían. Decides darle a tu profesor los \$200.	0,151	0,697	0,14	-0,043
30. No has terminado una tarea que debes entregar mañana, pero encuentras en internet un trabajo que te puede sacar del apuro. Así que únicamente lo modificas un poco y lo haces pasar por tuyo.	0,122	0,695	0,018	0,173
23. Imagina que conduces un auto, y cometiste una infracción de tránsito, por lo que te detiene un oficial de policía, que te pregunta "¿cómo se pueden arreglar?". Para evitar la multa, y que se lleven tu auto al corralón, decides dar "mordida" ⁴ al policía para que te deje ir.	0,059	0,597	0,014	0,078
22. Te saltaste una clase para irte a una fiesta. A la siguiente sesión le dices a tu profesor que faltaste porque tuviste una emergencia.	0,285	0,566	0,129	-0,029
25. Se aproxima un examen final que vale el 80% de tu calificación total. Sabes que no has estudiado como debiste haberlo hecho y que vas a reprobar a menos que hagas trampa. Decides sacar tu celular durante el examen y ver fotos de tus apuntes sin que se dé cuenta el profesor.	0,226	0,546	0,075	0,058
2. Eres asignado a un trabajo de equipo. Tu equipo espera hasta el último minuto para empezar a trabajar. Varios miembros del grupo sugieren usar y entregar un proyecto anterior. Decides apoyar ese plan.	0,018	0,545	-0,24	0,275
41. Faltaste a un examen muy importante. Aunque no tienes un empleo, le dices a tu profesor que faltaste por "cuestiones de trabajo", para que te dé derecho de hacer el examen.	0,364	0,533	0,221	-0,068
38. Imagina que manejas, y le hiciste una abolladura el auto accidentalmente. Cuando tus papás te preguntan acerca del golpe, respondes que cuando te llevaste el auto desde casa ya estaba abollado.	0,457	0,459	0,024	0,156
19. Tienes ganas de salir a divertirte, así que llamas a algunos de tus amigos para juntos hacer algo divertido.	0,008	0,217	0,681	-0,186

⁴ Soborno, coima o dádiva

18. Repruebas una materia. Consideras que tu baja calificación es injusta, así que vas a hablar con el profesor para que te explique por qué reprobaste.	-0,067	-0,001	0,652	0,151
40. Pides una pizza a domicilio. Cuando te la traen, descubres que no tienes cambio para dejar la propina. Te disculpas con el repartidor por no poderle dar propina.	-0,03	0,027	0,617	0,145
17. Tu hermano te pide prestado tu suéter favorito. Como sabes que es usual que pierda las cosas, le dices que no se lo quieres prestar.	0,011	0,03	0,538	0,141
4. Tu equipo de trabajo tiene que exponer. Como el tema no te motiva demasiado, pides ser el último en exponer.	0,102	-0,017	0,218	0,642
9. Tu profesor te pide que completes una encuesta voluntaria, pero no lo haces porque estás muy ocupado.	0,169	-0,029	-0,017	0,613
33. Te invitan a una conferencia escolar, pero como el tema no te interesa te sales en cuanto puedes.	-0,063	0,256	0,034	0,571
10. Te invitaron a una fiesta. Quedaste en llevar dos bolsas de papas pero no encontraste en la tienda a la que fuiste, así que decides llevar en su lugar dos paquetes de chicharrones.	0,015	0,23	0,215	0,415
<hr/>				
%Varianza explicada	22.257	8.798	5.727	5.553
<hr/>				
Alfa de Cronbach por factor.	0.805	0.786	0.555	0.463
<hr/>				
Alfa de Cronbach total	0.84			
<hr/>				
% Varianza total	42.33			
<hr/>				

Apéndice D: Hoja de registro e instrucciones para la prueba de matrices y pruebas de matrices para la primera y segunda aplicación

Hoja de Registro

Condición experimental (encierra uno): 1---2---3---4---5---6; Sexo: masc/fem; Fecha: _____

Prueba motriz. (Max 3 mins).

Tiempo: _____; # Tarjetas/Billetes: _____

Prueba de matrices 1 (Max 5 mins).

Resolvió: _____

Reportó: _____

Se le pagó _____

Se autupagó (solo para condiciones de trampa): _____

Dinero restante en sobre (solo para condiciones de trampa): _____

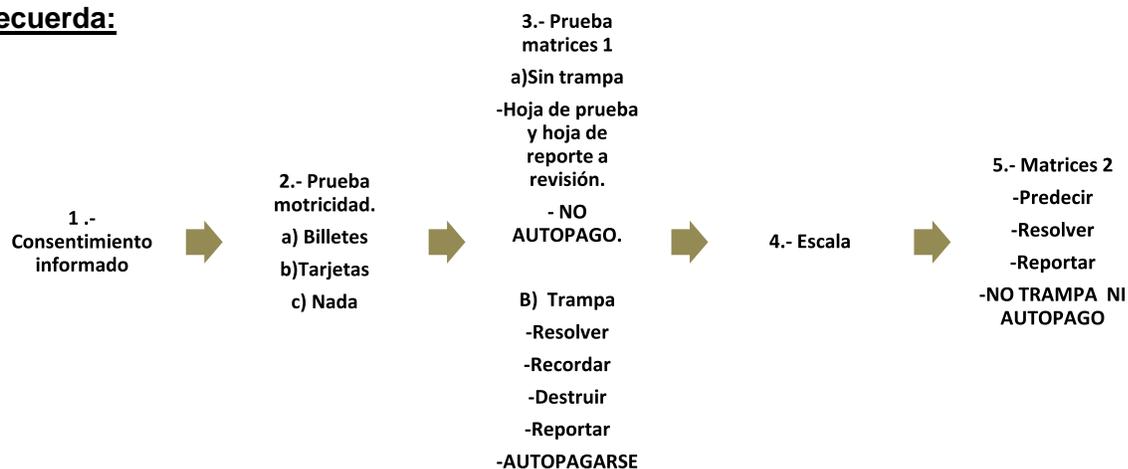
Prueba de matrices 2 (Max 5 mins).

Predijo: _____ Resolvió: _____

Reportó: _____

Se le pagó _____

Recuerda:



Instrucciones para condiciones sin trampa

En la siguiente tarea encontrarás una hoja de prueba con 20 matrices como la siguiente:

Ejemplo		
3.91	0.82	3.75
1.11	1.69	7.94
3.28	2.52	6.25
9.81	6.09	2.46
Lo tengo <input type="checkbox"/>		

En cada matriz debes buscar un par de números que suman exactamente 10.

Cuando encuentres un par, encierra en un círculo los números y marca la casilla "Lo tengo", como en el siguiente ejemplo:

Ejemplo		
3.91	0.82	3.75
1.11	1.69	7.94
3.28	2.52	6.25
9.81	6.09	2.46
Lo tengo <input checked="" type="checkbox"/>		

Por cada matriz que resuelvas, recibirás \$ 5. Tienes 5 minutos para realizar esta tarea.

Una vez que hayan transcurrido los 5 minutos, tiene que hacer lo siguiente:

1. Contar el número de matrices resueltas correctamente, e informar de su puntuación en la hoja de puntuación.
2. Llevar tu hoja de prueba de matrices y tu hoja de puntaje al investigador, quien revisará cuántas matrices respondiste correctamente y te dará el pago correspondiente.
3. Vuelve a tu lugar y permanece sentado.

Instrucciones para condiciones con trampa

En la siguiente tarea encontrarás una hoja de prueba con 20 matrices como la siguiente:

Ejemplo		
3.91	0.82	3.75
1.11	1.69	7.94
3.28	2.52	6.25
9.81	6.09	2.46

Lo tengo

En cada matriz debes buscar un par de números que suman exactamente 10.

Cuando encuentres un par, encierra en un círculo los números y marca la casilla "Lo tengo", como en el siguiente ejemplo:

Ejemplo		
3.91	0.82	3.75
1.11	1.69	7.94
3.28	2.52	6.25
9.81	6.09	2.46

Lo tengo

Por cada matriz que resuelvas, recibirás \$ 5. Tienes 5 minutos para realizar esta tarea.

Una vez que hayan transcurrido los 5 minutos, tiene que hacer lo siguiente:

1. Contar el número de matrices resueltas y recordar ese número.
2. Destruir tu hoja de prueba de matrices en la trituradora de papel, regresar a tu lugar, e informar tu puntuación en la hoja de puntaje.
3. A continuación, también encontrará un pequeño sobre con dinero en este sobre. Por favor págate a ti mismo, y deja el dinero restante en el sobre.
4. Finalmente, pon todos sus materiales dentro del sobre amarillo y permanece sentado.

Prueba de matrices (1ª aplicación)

5.64	2.85	9.48
1.68	9.52	2.15
6.71	4.36	1.67
8.1	5.48	8.91

Lo tengo

1.63	2.32	7.93
4.92	6.1	5.83
2.81	6.78	7.19
8.46	5.67	7.57

Lo tengo

7.87	3.62	9.41
5.72	7.4	5.84
2.49	9.59	6.62
4.16	5.61	0.49

Lo tengo

8.18	9.01	3.97
5.2	4.56	9.12
0.28	2.92	6.59
1.12	6.93	9.72

Lo tengo

1.43	2.11	5.36
7.45	8.57	9.3
5.39	2.29	0.42
3.28	4.43	2.6

Lo tengo

3.99	3.91	4.34
8.39	2.72	0.51
9.61	3.57	2.36
6.09	4.56	1.58

Lo tengo

4.74	4.23	1.34
2.1	5.49	4.21
6.26	7.86	9.78
0.89	2.14	6.71

Lo tengo

6.58	8.97	3.21
3.85	3.87	5.82
4.14	9.46	6.15
9.12	4.2	6.83

Lo tengo

4.91	6.86	7.76
8.96	2.29	5.99
7.71	2.94	4.25
2.01	1.28	5.12

Lo tengo

5.47	2.49	6.28
3.82	4.21	7.91
2.65	4.17	4.53
7.49	0.55	6.39

Lo tengo

9.83	0.65	2.23
6.52	5.1	9.28
3.91	1.42	4.42
3.48	6.95	4.87

Lo tengo

6.09	8.66	7.37
3.51	2.9	1.34
2.02	5.06	2.89
8.1	7.61	8.84

Lo tengo

3.53	5.94	4.16
6.15	2.97	2.32
1.9	9.3	7.68
3.55	4.72	2.32

Lo tengo

0.74	4.55	3.19
8.17	7.91	1.83
5.62	0.81	2.15
3.75	3.72	2.09

Lo tengo

1.08	5.19	6.6
6.56	3.06	2.72
8.98	9.22	3.39
0.71	3.44	4.48

Lo tengo

0.17	7.13	7.2
2.54	5.16	5.49
9.48	8.5	9.71
2.87	6.86	1.23

Lo tengo

2.32	4.51	6.13
9.35	8.05	4.96
1.02	6.34	1.95
8.82	7.2	2.14

Lo tengo

8.19	6.46	1.62
8.29	2.91	2.03
2.73	7.89	9.86
6.21	3.54	3.18

Lo tengo

9.43	6.57	8.33
1.58	8.55	0.67
9.33	3.5	3.72
3.46	2.36	2.66

Lo tengo

3.47	2.6	4.11
6.63	8.89	2.36
1.32	9.84	4.9
7.4	1.65	2.09

Lo tengo

Hoja de reporte de puntaje para condiciones sin trampa

1. Ahora, por favor cuenta el número de matrices resueltas, e informa de tu puntuación en el rectángulo de abajo.
2. Lleva tu hoja de prueba de matrices y tu hoja de puntuación al investigador, quien revisará cuántas matrices respondiste correctamente y te dará el pago correspondiente.
3. Vuelve a tu lugar y espera instrucciones.

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Edad: _____ Género (encierra uno): M F2. Resolví _____ matrices, que se traducen a \$ _____ (=\$5 por matriz) |
|---|

Hoja de reporte de puntaje para condiciones con trampa

1. Ahora, cuenta el número de matrices que resolviste y recuerda ese número.
2. Destruye **UNICAMENTE tu hoja de prueba de matrices** en la trituradora de papel.
3. Regresa a tu lugar y escribe en el rectángulo de abajo el número de matrices que resolviste.
4. Después, por favor págate a ti mism@ usando el dinero en el sobre pequeño, y deja el dinero restante en el sobre.
5. Vuelve a tu lugar y espera instrucciones.

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Edad: _____ Género (encierra uno): M F2. Resolví _____ matrices, que se traducen a \$ _____ (=\$5 por matriz) |
|---|

Prueba de matrices (2ª aplicación) y hoja de reporte de puntaje

Prueba de matrices.

¿Cuántas matrices crees que podrás resolver en ésta ocasión? _____

1.69	1.82	2.91
4.67	4.81	3.05
5.82	5.06	4.28
6.36	5.19	4.57

Lo tengo

0.46	0.53	1.88
6.13	5.11	2.85
7.05	5.43	4.15
7.15	5.76	4.77

Lo tengo

0.49	0.74	1.17
3.72	2	1.22
3.75	5.22	5.67
8.83	8.23	7.7

Lo tengo

0.47	4.58	2.57
3.15	3.82	4.38
4.94	5.42	5.98
2.95	4.86	7.54

Lo tengo

0.13	0.24	0.41
5.93	1.86	1.2
3.33	3.46	4.07
5.67	5.46	5.18

Lo tengo

0.81	1.31	2.09
4.55	3.75	3.19
5.62	9.41	6.81
7.02	8.48	8.51

Lo tengo

0.17	2.46	2.44
6.02	5.6	2.63
6.05	6.21	6.6
8.22	8.19	7.54

Lo tengo

7.06	1.98	2.38
0.48	1.79	2.48
0.58	1.69	2.59
1.65	0.98	2.94

Lo tengo

0.06	5.04	5.39
1.71	0.03	8.98
2.1	4.96	9.42
4.53	4.65	9.92

Lo tengo

0.85	1.62	1.63
6.06	5.63	1.69
6.25	5.01	1.78
6.36	3.16	3.64

Lo tengo

0.15	0.95	1.31
4.98	2.9	2.88
6.66	6.73	7.67
9.75	9.85	8.17

Lo tengo

0.63	0.65	1.02
2.64	2.34	2.12
2.89	5.98	8.89
9.49	9.37	9.33

Lo tengo

0.14	0.15	0.32
5.51	5.68	6.69
5.48	6.15	0.84
5.28	3.31	1.17

Lo tengo

0.84	1.54	7.28
4.42	3.54	7.18
5.54	4.78	5.55
6.46	6.93	6.76

Lo tengo

0.77	1.47	1.69
3.38	3.18	2.28
3.62	3.01	2.48
3.68	2.93	6.38

Lo tengo

0.63	0.74	2.23
8.05	7.68	1.55
8.31	7.06	4.51
8.45	6.44	5.29

Lo tengo

0.12	0.71	0.74
4.27	3.07	2.27
5.09	5.73	5.82
9.27	7.03	6.79

Lo tengo

0.74	1.93	2.76
7.24	5.03	3.14
7.71	6.38	3.8
8.28	9.18	9.48

Lo tengo

0.14	0.67	2.22
5.96	5.58	5.22
7.04	7.59	9.33
9.77	9.5	8.52

Lo tengo

0.2	2.54	2.8
1.05	2.39	2.96
1.44	2.28	7.72
1.73	2.19	3.85

Lo tengo

Hoja de puntaje. Reporta tu pago.

1. Ahora, por favor cuenta el número de matrices que resolviste y escríbelo abajo.
2. Lleva tu hoja de prueba de matrices y tu hoja de puntuación al investigador, quien revisará cuántas matrices respondiste correctamente y te dará el pago correspondiente.

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Edad: _____ Género (encierra uno): M F2. Resolví _____ matrices, que se traducen a \$ _____ (= \$ _____ por matriz;
<u>completado por el investigador</u>) |
|--|

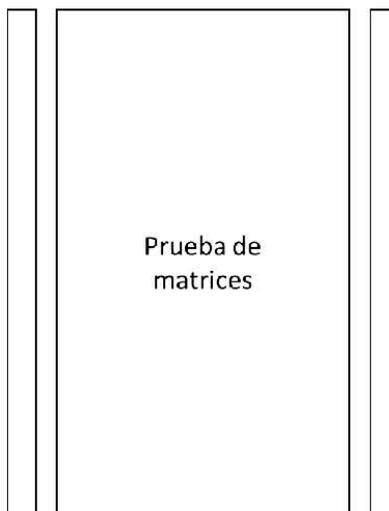
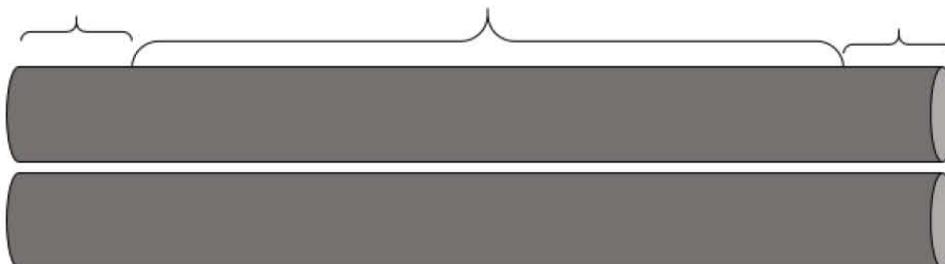
Apéndice E: Especificaciones de la trituradora de papel



Área con cuchillas filosas.

Área con cuchillas pulidas. En lugar de cortar las hojas, solamente las jalan hacia el interior de la trituradora.

Área con cuchillas filosas.



Apéndice F: Supuesta prueba de personalidad con preguntas sobre honestidad global y honestidad relativa



ESCALA DE PREFERENCIAS Y PERSONALIDAD

Edad: _____

Sexo: _____

Queremos conocer tu opinión. Por favor, lee cuidadosamente cada uno de los reactivos que se muestran, y marca tu opinión en la casilla correspondiente. Emplea las casillas de acuerdo a tu propia forma de pensar, y **marca con una cruz UNA sola opción** (de lo contrario no podremos registrar tu respuesta) según sea el caso. No hay repuestas buenas o malas, y tus resultados serán mantenidos totalmente anónimos y serán utilizados únicamente con fines estadísticos y de investigación.

Encontrarás varios formatos de respuesta, observa los ejemplos y pregunta si tienes alguna duda.

Ejemplo 1.

Si consideras que estás “*en desacuerdo*” con el enunciado, debes marcar con una cruz el espacio correspondiente así:

Creo que es importante saber más de lo que me enseñan en la escuela.				
Completamente en DESacuerdo	En DESacuerdo <input checked="" type="checkbox"/>	Neutro	De acuerdo	Completamente de acuerdo

Ejemplo 2.

Si consideras que las personas te aprecian bastante (casi llegando al 100), escribe un número entero alto (ejemplo: 85 o 90); si consideras que las personas te aprecian poco, escribe un número entero pequeño (ejemplo. 5 o 10)

Del 0 (nada) al 100 (mucho) ¿qué tanto consideras que las personas te aprecian? (usa números cerrados y positivos) 85

Ejemplo 3. Si consideras que en comparación con el día de ayer hoy te sientes “un poco peor” en cuanto a tus finanzas, marca la casilla correspondiente así:

En términos financieros, en comparación con el día de ayer, hoy me siento...										
-5 mucho peor	-4 bastante peor	-3 considerablemente peor	-2 un poco peor <input checked="" type="checkbox"/>	-1 un poquito peor	0 Ni uno ni lo otro	+1 un poquito mejor	+2 un poco mejor	+3 considerablemente mejor	+4 bastante mejor	+5 mucho mejor

1) A veces siento que los problemas me abruman.				
Completamente en DESacuerdo	En DESacuerdo	Neutro	De acuerdo	Completamente de acuerdo
2) Creo que es importante saber valerme por mí mismo.				
Completamente en DESacuerdo	En DESacuerdo	Neutro	De acuerdo	Completamente de acuerdo
3) Del 0 (nada) al 100 (mucho) ¿qué tanto consideras ser un buen estudiante? (usa números cerrados y positivos)_____				
4) Del 0 (nada) al 100 (mucho) ¿qué tanto consideras ser una persona honesta? (usa números cerrados y positivos)_____				
5) Me considero capaz de tener logros trascendentales.				
Completamente en DESacuerdo	En DESacuerdo	Neutro	De acuerdo	Completamente de acuerdo
6) Del 0 (nada) al 100 (mucho) ¿qué tanto consideras que tu familia te apoya? (usa números cerrados y positivos)_____				

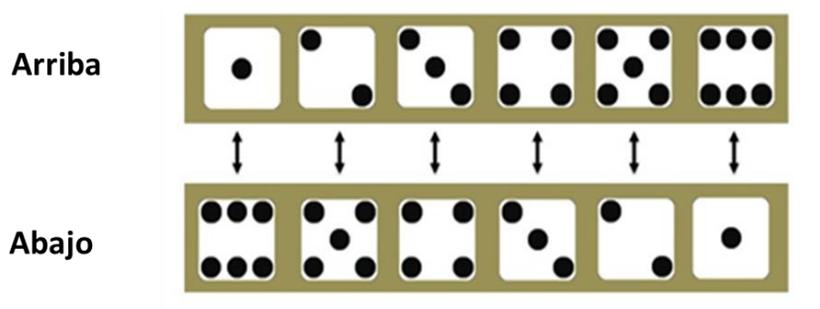
7) En términos de felicidad, en comparación con el día de ayer, hoy me siento...										
-5 mucho peor	-4 bastant e peor	-3 consid erable mente peor	-2 un poco peor	-1 un poquito peor	0 Ni uno ni lo otro	+1 un poquito mejor	+2 un poco mejor	+3 consid erable mente mejor	+4 bastant e mejor	+5 mucho mejor
8) En términos de honestidad, en comparación con el día de ayer, hoy me siento...										
-5 mucho peor	-4 bastant e peor	-3 consid erable mente peor	-2 un poco peor	-1 un poquito peor	0 Ni uno ni lo otro	+1 un poquito mejor	+2 un poco mejor	+3 consid erable mente mejor	+4 bastant e mejor	+5 mucho mejor
9) Me considero una persona capaz de resolver problemas complicados.										
Completamente en DESacuerdo			En DESacuerdo		Neutro		De acuerdo		Completamente de acuerdo	
10) Del 0 (nada) al 100 (mucho) ¿qué tanto consideras que tu familia te admira? (usa números cerrados y positivos)_____										

Apéndice G: Instrucciones y hoja de registro del experimento 3

Instrucciones

En esta tarea, se te pedirá que lances un dado **40 veces**. Antes de rodar el dado cada vez, se te pedirá que elijas un lado en su mente: arriba o abajo. Asegúrate de hacer tu elección antes de rodar el dado. Luego, después de tirar, tendrás que indicar si elegiste arriba o abajo antes del tiro, y anota en el la hoja de prueba el resultado de tu tiro. Es decir, el número de puntos en el lado que elegiste.

Recuerda que cada vez que lanzas el dado hay dos resultados posibles: arriba o abajo. A continuación encontrarás una tabla que muestra las combinaciones de números en un dado:



Al final de la tarea, el experimentador elegirá aleatoriamente un número del 1 al 40 y ese número será el tiro que determinará tu pago. Recibirás \$ 5 por punto en ese tiro.

Por ejemplo, si el experimentador elige el número 14 que significa que el TIRO 14 determina tu pago.

Asegúrate de entender el esquema de pago, para aclarar cualquier pregunta que tengas con el experimentador antes de empezar!

Hoja de registro

Edad: _____

Sexo: H M. ¿Eres estudiante? Si () No (). Carrera: _____

Ejemplos y registro (para el investigador): # Fila al azar: _____ # de puntos: ____ (5)=Pago: _____

Fila	Puntos
1	
2	

Fila	Puntos
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	

30	
31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	