



ORIGINAL

La Autosuficiencia Inducida Mediante la Manipulación de Dinero Disminuye la Intención y el Comportamiento Dishonesto

Self-Sufficiency Induced by Money Primes Decreases Dishonest Intention and Behavior

Diego Alejandro García Ramos¹, José Marcos Bustos Aguayo, y Luz María Flores Herrera
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, Universidad Nacional Autónoma de México

Recibido el 11 de mayo de 2018, aceptado el 7 de febrero de 2019

Resumen

Existe controversia sobre el efecto preconscious del priming con dinero sobre el comportamiento (Rohrer, Pasher & Harris, 2015). 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 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.

Palabras Clave: Autoconcepto, Dishonestidad, Dinero, Priming, Trampa

Abstract

Effects of money-related primes over behavior seem inconclusive amongst researchers (Rohrer, Pasher & Harris, 2015). According to Vohs, Mead and Goode (2006) money primes induce people into a state of self-sufficiency, in which they prefer actions selected by themselves and feel more capable. Such state has been positively associated to dishonest intention and behavior (Kouchaki, Smith-Crowe, Brief & Sousa, 2013). To confirm the robustness of these effects, we designed two three-group experiments, and a 3x2 factorial experiment, testing if handling money affected dishonest intention, and dishonest behavior on a concrete task as well as on an abstract task. There were no statistically significant differences between dishonest intention scores ($F(2,57) = 0.163, p = 0.850; \eta^2 p = 0.06$), concrete-task dishonesty scores ($F(2,114) = 0.582, p = 0.560; \eta^2 p = 0.010$) or abstract-task dishonesty scores ($\chi^2(2) = 2.360, p = 0.307$). Contrary to what was expected, money-primed groups reported a lower dishonest intention and behavior. This could mean that money acted more as a reminder of honesty or responsibility than a reminder of dishonesty.

Keywords: Cheating, Dishonesty, Money, Priming, Self-Concept

¹ Diego Alejandro García Ramos; diegogarciaramos40.1@gmail.com

La deshonestidad -entendida como el rompimiento de una norma moral aceptada o estándar de comportamiento (Dertert, Treviño & Sweitzer, 2008)- es un problema con altos costos sociales, manifestándose en una extensa gama de prácticas que dañan el correcto funcionamiento de las instituciones. De hecho, 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.

Así mismo, en 2017 México ocupó el lugar 135 de los 180 países encuestados por Transparency International (2017) mediante el Índice de Percepción de Corrupción (CPI), calificando a México con un 29 en una escala que va de 0 (altamente corrupto) a 100 (muy limpio). 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 mexicanos (El Financiero, 2017).

Los índices anteriores representan esfuerzos importantes por evidenciar variables macro-sociales que distinguen un país de otro en términos de deshonestidad. Sin embargo, es importante observar que dichos indicadores son reflejo del comportamiento de individuos actuando de forma deshonesto. El estudio de las conductas deshonestas resulta de gran importancia si se desea mejorar el funcionamiento de las instituciones sociales de todos los niveles.

Particularmente requieren atención las influencias de las que las personas no son conscientes y que inciden sobre su conducta y para las cuales han resultado de gran utilidad los métodos experimentales (descritos en párrafos subsecuentes): pues precisamente debido a la naturaleza no reconocida de las influencias y cambios conductuales registrados el uso de escalas, cuestionarios e inventarios resulta limitado. Tales métodos -al basarse en auto-reportes- son más susceptibles a efectos de deseabilidad social (i.e., no se reconoce fácilmente o precisamente las ocasiones en las que uno mismo actúa deshonestamente) o a efectos de sesgos a favor del *self* (Chugh, Bazerman & Banaji, 2005; Mazar, Amir & Ariely, 2008).

Adicionalmente, la posibilidad de controlar las condiciones experimentales permite cuantificar y establecer con

mayor confianza el nexo causal de la interacción entre las variables independientes y dependientes. Por lo que, para minimizar fuentes de invalidez interna por maduración e historia, se opta por hacer uso de una muestra cautiva de estudiantes universitarios, que comparten características físicas y demográficas semejantes que permiten -además de un mayor control de fuentes que atentan contra la validez interna- la estandarización de los procedimientos experimentales cuando se les aúna con la asignación aleatoria a los grupos.

Finalmente, el estudio de la deshonestidad en un contexto de individuos universitarios resulta importante porque funciona como un símil adecuado a las formas de deshonestidad en otros contextos de corrupción social. Es por ello que se observa una correlación positiva entre la aceptabilidad de la deshonestidad en la escuela y los puntajes nacionales de corrupción. Ello podría deberse a que 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 (Ayala-Gaytán & Dominguez, 2014).

Priming y autosuficiencia

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 *preconscientes*, 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* supra-liminal; que varían de acuerdo al grado de consciencia que tiene el participante de estar siendo estimulado (Bargh & Chartrand, 2010). En el primero, la persona es totalmente inconsciente de estar siendo influenciado, mientras que en el segundo la persona sabe que está haciendo una tarea determinada, pero desconoce el tema específico con el que se le está estimulando.

Dinero, autosuficiencia y deshonestidad

Vohs et al. (2006) 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). 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. 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 a los que se estimuló con evocadores de riqueza se comportaron de modos tanto deseables (i.e., autonomía y persistencia) como indeseables (i.e., egoístas y no altruistas) socialmente.

Así mismo, Zhou, Vohs, y Baumeister (2009) 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. Destacaron 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, con respecto al comportamiento deshonesto, Gino y Mogilner (2014) encontraron que los participantes a los que se les facilitó mediante *priming* el concepto de dinero hicieron más trampa, declarando más aciertos ante la oportunidad de actuar deshonestamente, incrementando así su pago en contraste con el grupo control. Así mismo, Kouchaki, Smith-Crowe, Brief y Sousa (2013) encontraron que la exposición a recordatorios sobre dinero incrementó la intención a comportarse deshonestamente de los participantes, así como el comportamiento deshonesto en el grupo experimental.

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-ante la oportunidad de hacer trampa- buscan incrementar sus ganancias económicas 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 una 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. Sin embargo, Mazar et al. (2008) propusieron que las personas pueden resolver el dilema adaptativamente mediante el balanceo de las dos motivaciones. 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 reprochable por el *juez interno*, de modo que no resulta necesario actualizar el autoconcepto negativamente (lo que resulta doloroso para el individuo), y así la persona puede seguir manteniendo una imagen positiva de sí misma.

El efecto anterior se logra por la influencia de tres procesos: la *categorización*, la *motivación* y la *atención dedicada a los estándares morales propios* (Mazar, Amir & Ariely, 2008b). 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.

Limitantes y críticas

En conjunto, la teoría del mantenimiento del autoconcepto y la metodología del *priming* con dinero permitieron estudiar la deshonestidad 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 (Chugh, Bazerman & Banaji, 2005). Sin embargo, es importante hacer énfasis en algunas limitantes o huecos que poseen los estudios mencionados. Esto, con el propósito de destacar qué puede ser aportado mediante este proyecto.

Particularmente, aunque en algunos estudios aseguran que modifican la variable motivación o la autosuficiencia, se da por sentado que el dinero es visto como algo valioso y que la gente desea, y no se confirma dicha relación, es decir, no se hacen estudios exploratorios previos que permitan asegurar que la población valora —o tiene significados psicológicos similares— de forma semejante el dinero, o si viven en situaciones objetivas de carencia financiera que actúe como facilitador de un estado previo de motivación o de autosuficiencia. Para ello, es importante recordar que el contexto socio-económico en el que se realizan los experimentos de priming (particularmente en universidades norteamericanas y europeas) es muy diferente al mexicano. Es por lo mismo que resultaría importante determinar si efectivamente los estudiantes mexicanos se sienten en condiciones socio-económicas que pudieran provocar un estado de motivación previo a la aplicación de los tratamientos experimentales. Es por ello, que como preparación a esta serie de experimentos se llevaron a cabo estudios exploratorios que permitan identificar cuantitativamente y cualitativamente si los participantes poseen dicha tendencia (García-Ramos, Bustos y Flores, 2016; García-Ramos y Bustos, 2018). En ellos, se confirmó que las familias de los universitarios reciben ingresos bajos, que los universitarios no trabajan, y que perciben el dinero como algo valioso, deseable y asociado a la felicidad y al poder; mientras que la ausencia del mismo se asocia a la tristeza y a la carencia. Todas estas medidas permitieron confirmar con mayor seguridad la autenticidad del efecto producido por la variable independiente durante la fase experimental.

Adicionalmente, es importante señalar que existe debate al respecto de si los efectos registrados haciendo uso de la metodología del priming con dinero para evocar autosuficiencia son auténticos (Rohrer, Pasher & Harris, 2015). Por lo que este estudio servirá para confirmar si dichas limitaciones se extienden a los hallazgos referentes a la conducta deshonestas.

Una vez que se aportó información referente al estado motivacional de la población de estudiantes universitarios a estudiar, se prosiguió con los tres experimentos. En los que se postularon las siguientes hipótesis de investigación:

- H1: La autosuficiencia inducida mediante la manipulación de dinero aumentará la intención de actuar deshonestamente
- H2: La autosuficiencia inducida mediante la manipulación de dinero y la oportunidad de hacer trampa

incrementará el comportamiento deshonesto en una tarea concreta.

- H3: La autosuficiencia inducida mediante la manipulación de dinero incrementará el comportamiento deshonesto en una tarea abstracta.

Adicionalmente, se exploró si el autoconcepto de los participantes se mantenía favorable a pesar de haber actuado deshonestamente durante las tareas concreta (Experimento 2) y abstracta (Experimento 3).

Descripción general de los experimentos

Se realizaron tres experimentos para probar las hipótesis, usando mediciones de intencionalidad así como conductuales. En el Experimento 1 se exploró si el contacto físico con dinero producía un incremento en la intención de llevar a cabo actos deshonestos. En el Experimento 2 se puso a prueba si el contacto con dinero producía un incremento en la conducta deshonestas al dar a los participantes la oportunidad de hacer trampa en una tarea concreta. Finalmente, en el Experimento 3 se probó si el efecto sobre la deshonestidad producido por el contacto con dinero se extendía a situaciones en donde la trampa se podía hacer durante una prueba abstracta. Así mismo, se recopiló información sobre el estado del autoconcepto de los participantes después de haber tenido la oportunidad de hacer trampa durante ambas pruebas.

Experimento 1. Efecto de la autosuficiencia sobre la intención deshonestas

Método

Participantes

Se reclutaron por muestreo no probabilístico a 60 estudiantes. 23 hombres (38.3%) y 37 mujeres (61.7%), con una edad de entre 18 y 20 años ($M_{\text{Edad}}=18.82$ 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 Escala de Intención

Deshonesta en Universitarios (EIDU; García-Ramos y Bustos, 2018) y hojas de registro.

Instrumento

Se utilizó la EIDU 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 y tiene un índice de confiabilidad $\alpha=0.84$.

Procedimiento y diseño

Se siguió un diseño de más de dos grupos experimentales: Grupo 1 (estimulado con dinero), Grupo 2 (estimulado con papel) y Grupo 3 (control).

Los participantes fueron asignados aleatoriamente a una de las tres condiciones experimentales. Para los grupos 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; adaptada de Zhou, Vohs & Baumeister, 2009), 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, se le daba al participante la instrucción de tomar los 50 billetes (o 50 papeles en el grupo 2) y pasarlos de uno en uno, contándolos mentalmente mientras los pasaba y apilaba en una columna, así mismo, debía dar aviso cuando hubiera terminado de apilarlos.

A continuación se les proporcionaba la EIDU. Se les garantizaba su anonimato no solicitándoles sus nombres, y permitiéndoles revolver su escala con la de los demás participantes. Se construyó una medida de intencionalidad promediando 12 reactivos con temática deshonesta.

Una vez respondida la escala, 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.

Resultados

Se obtuvieron análisis de frecuencias estadísticos de tendencia central y de dispersión por cada reactivo de la EIDU. 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 deshonesta sin importar si pertenecían al factor 1 o 2 de la EIDU según el objetivo de la investigación –que es estudiar únicamente la intención de llevar a cabo conductas deshonestas. Por ello, finalmente se analizaron 12 reactivos que miden intención deshonesta en el que la calificación máxima conjunta fue de 72. Se obtuvo el índice Alpha de Cronbach del nuevo factor ($\alpha=0.82$).

Posteriormente se comprobaron los supuestos de homogeneidad de varianzas (test de Levene) y de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) de las distribuciones grupales para finalmente llevar a cabo un ANOVA de un factor entre los tres grupos.

En contraste con la hipótesis de investigación postulada, el análisis de varianza no mostró diferencias estadísticamente significativas entre los tres grupos ($F(2,57)=0.163, p=.850$), de modo que se acepta la hipótesis nula. Adicionalmente, se observó un tamaño de efecto de la variable independiente bajo ($\eta^2p=0.06$). Sin embargo, una inspección visual de los datos muestra que el grupo 1 fue el que menor intención deshonesta reportó ($M_{Dinero}=30.35$), seguido por el grupo 2 ($M_{Papel}=31.30$) y por el grupo 3 ($M_{Control}=32.40$), contrario a los efectos reportados en el estudio de Kouchaki et al. (2013) Es propósito de los experimentos 2 y 3 fue probar si existen efectos conductuales de la autosuficiencia inducida mediante dinero y si los participantes mantienen una imagen positiva de sí mismos después de haber hecho trampa.

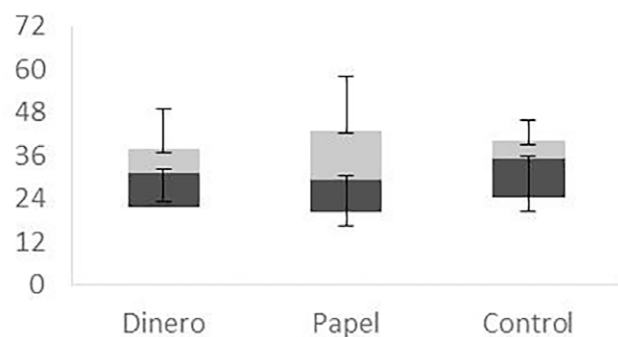


Figura 1. Distribuciones experimentales de la intención deshonesta de los tres grupos. Se observa un mayor sesgo del Grupo 2 hacia una mayor intención deshonesta, aunque el promedio más alto se observa en el Grupo 3.

Experimento 2. Determinación del efecto de la autosuficiencia inducida y la oportunidad de hacer trampa sobre la conducta deshonesto en tarea concreta

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 ($M_{\text{Edad}}=19.59$ años, $DE=1.375$) de una universidad pública. Todos participaron voluntariamente firmando su consentimiento informado.

Diseño y procedimiento

Se utilizó un diseño factorial 3 (priming con dinero, priming neutro y control) x 2 (con trampa y sin trampa). Los participantes fueron asignados aleatoriamente a una de las seis condiciones experimentales.

Al inicio, los seis grupos debían llevar a cabo la misma tarea de habilidad motriz usada en el experimento 1. Posteriormente, los seis grupos debían completar la prueba de matrices matemáticas (siguiendo el procedimiento de Mazar et al., 2008), en la que se les proporcionaron 20 matrices, en cada una debían encontrar dos números con decimales que sumaran exactamente 10. Por cada respuesta correcta se les pagaba \$5 (pesos mexicanos). La diferencia consistía en que en las condiciones en las que no era posible hacer trampa, al finalizar la prueba, los participantes escribían en una hoja de reporte cuántas matrices habían resuelto y la llevaban junto con su hoja de prueba al examinador para que este les revisara y pagara según su desempeño. Por otra parte, en los grupos en los que era posible hacer trampa, antes de entregar su hoja de reporte, se daba la instrucción a los participantes de triturar su hoja de examen, volver a su lugar, y completar su hoja de reporte (teniendo así la oportunidad de falsamente incrementar la cantidad de matrices reportadas como resueltas). Finalmente, se les daba la posibilidad de autopagarse mediante un sobre con 20 monedas de \$5.

Es importante destacar que la trituradora de papel estaba trucada (Gino, Ayal & Ariely, 2009), de modo que solamente daba la impresión de estar destruyendo la hoja de prueba. Esto nos permitió comparar la ejecución real del participante con la ejecución reportada. Adicionalmente,

se podía saber exactamente cuánto dinero el participante estaba tomando de más al contar la cantidad de dinero restante en el sobre de autopago y compararlo con su hoja de prueba recobrada de la trituradora y con su hoja de reporte.

Finalmente, los participantes de los seis grupos debían completar una supuesta escala de personalidad, que en realidad estaba compuesta de reactivos distractores entre los que se mezclaron dos preguntas escalares que registraban honestidad global y honestidad relativa (Mazar et al., 2008).

Resultados

Para identificar la distribución de los datos, se obtuvieron análisis de frecuencias estadísticos de tendencia central y de dispersión. Posteriormente se comprobaron los supuestos de homogeneidad de varianzas (test de Levene) y de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) de las distribuciones grupales para finalmente llevar a cabo un ANOVA de dos factores entre los seis grupos.

Prueba de matrices

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 ($F(2, 114)=1.225$, $p=0.298$; $\eta^2_p=0.021$), ni por la oportunidad de hacer trampa ($F(1, 114)=2.866$, $p=0.093$; $\eta^2_p=0.025$). Así mismo, tampoco se observó un efecto de interacción entre ambas variables independientes ($F(2, 114)=0.582$, $p=0.560$; $\eta^2_p=0.010$), 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

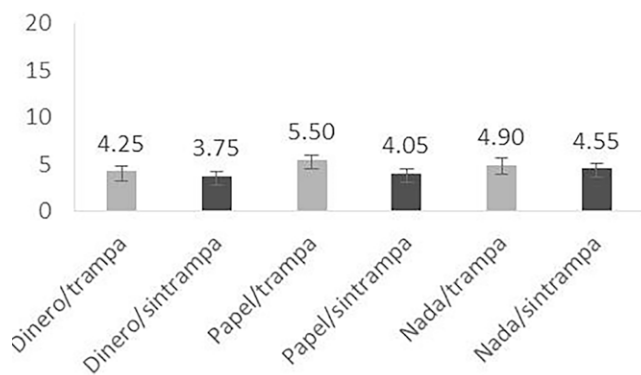


Figura 2. Promedios de matrices reportadas. Se puede observar que los grupos con posibilidad de trampa reportaron una mayor cantidad de matrices. Las barras de error corresponden a las desviaciones estándar.

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. En promedio, el grupo dinero/trampa se llevó \$4.7, el grupo papel/trampa tomó \$5.50, y el grupo control/trampa se llevó \$6.75.

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 ($M_{\text{Total_trampa}}=5.66$ 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.

Preguntas sobre honestidad global y honestidad relativa

Debido a que las distribuciones experimentales no cubrieron el supuesto de normalidad (calculado con la prueba de Kolmogorov-Smirnov), se llevó a cabo la recodificación a variable ordinal y se elaboró 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 ($\chi^2(5)=2.97$, $p=0.704$). 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. ($M_{\text{Honestidad global}}=85,675$; $DE=12.049$), además de reportar sentirse un poco mejor en relación con su honestidad en comparación con el día anterior ($M_{\text{Honestidad relativa}}=7,692$, $DE=1,887$).

En resumen, aunque no se encontraron diferencias estadísticamente significativas, se observó que los participantes que tuvieron la oportunidad de hacer trampa la hicieron en una magnitud muy pequeña (menor a la reportada por Mazar et al., 2008), a pesar de ello, continuaron considerándose personas honestas en general.

Experimento 3: Efectos de la autosuficiencia inducida sobre la conducta deshonest abstracta

En este experimento se exploró si el dinero como estímulo facilitador de autosuficiencia afectaba los niveles de comportamiento deshonesto durante una prueba abstracta de predicción de dados (Ariely, García-Rada, Hornuf & Mann, 2014). 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. Adicionalmente, se compararon los resultados obtenidos de las variables honestidad global y honestidad relativa con los obtenidos en el experimento 2.

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 ($M_{\text{Edad}}=19.55$ años, $DE=0.982$) de una universidad pública, que participaron voluntariamente, firmando su consentimiento informado.

Procedimiento y diseño

Se usó un diseño de más de dos grupos experimentales. Se asignó a cada participante aleatoriamente a una de las tres condiciones: Grupo 1 (estimulado con dinero), Grupo 2 (estimulado con papel), y Grupo 3 (control).

Una vez que el participante estuviera acomodado se le daba la misma prueba de habilidad motriz utilizada en los experimentos 1 y 2. Una vez finalizada la tarea, se pasaba a explicarles la prueba de dados, en la que se le pedía al participante que lanzara (privadamente) con un cubilete un dado físico 40 veces. Antes de rodar el dado cada vez, debía elegir un lado en tu mente: ARRIBA o ABAJO. Asegurándose de hacer su elección antes de rodar el dado. Entonces, después de tirar, debía indicar si eligió arriba o abajo antes de rodar, y anotar en el formato el resultado de su tiro; Es decir, el número de puntos en el lado que eligió (arriba o abajo). El participante debía repetir la dinámica 40 veces, y se le explicaba que al finalizar los 40 tiros, el experimentador elegiría al azar un número entre el 1 y el 40 y que ese tiro determinaría su pago. Se le pararían \$5 por punto en la cara del dado seleccionado. Se proporcionaban ejemplos y práctica hasta que la tarea y el sistema de pago quedaran claros. 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*.

Resultados

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, los participantes podían reportar la cara con mayor valor cuando originalmente habían elegido el lado del dado que les daba una menor recompensa. En segundo lugar, los participantes pudieron inventar números. Debido a la naturaleza intervalar de los resultados, en un inicio 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. Sin embargo, al comprobar los supuestos para ANOVA, las distribuciones

experimentales no tenían distribución normal, por lo que se utilizaron dos análisis de varianza de Kruskal-Wallis. Finalmente, las preguntas de honestidad global y honestidad relativa entre grupos y entre los experimentos 2 y 3 fueron comparadas con el análisis de varianza de Kruskal-Wallis.

Prueba de dados

El análisis mostró que no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de números altos de los grupos ($\chi^2(2)=2.360$, $p=0.307$). Con respecto a los porcentajes de números altos reportados: 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. 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 fue del 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. En cuanto al número promedio de puntos reportados por grupo: 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 las medianas de las distribuciones de puntajes totales. Los resultados del análisis mostraron que no hubieron diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de los tres grupos ($\chi^2(2)=0.251$, $p=0.881$).

Así mismo, esta metodología permite detectar si los participantes hacían trampa en la segunda dimensión (inventando números): 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 los grupos 1 y 2. Sin embargo, no ocurrió lo mismo en la condición control, en la que la combinación 3 y 4 fue la más reportada.

Preguntas sobre honestidad global y honestidad relativa

Finalmente, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre las medianas de los grupos en

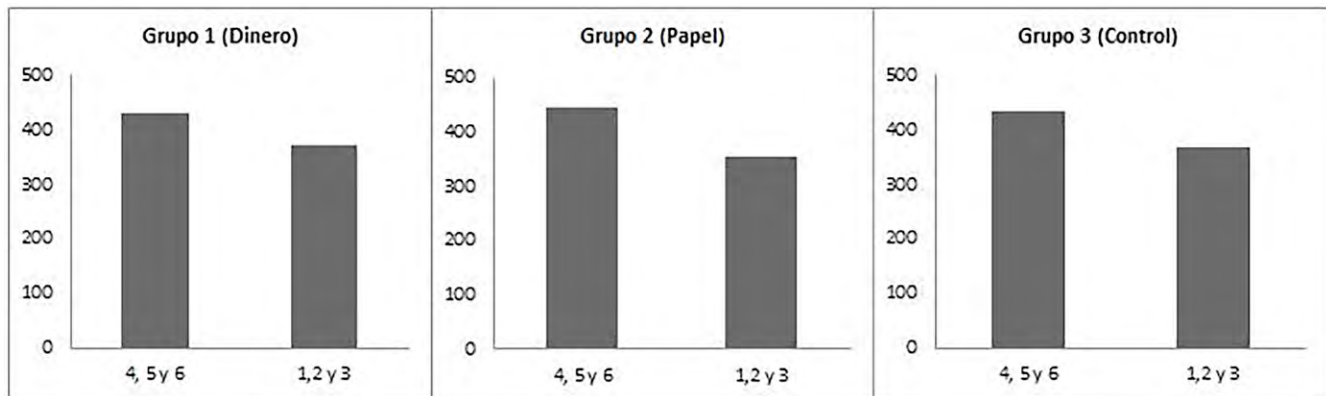


Figura 3. Frecuencias de tiros altos y tiros bajos. Se reportaron con mayor frecuencia números altos, indicando que los participantes hicieron trampa.

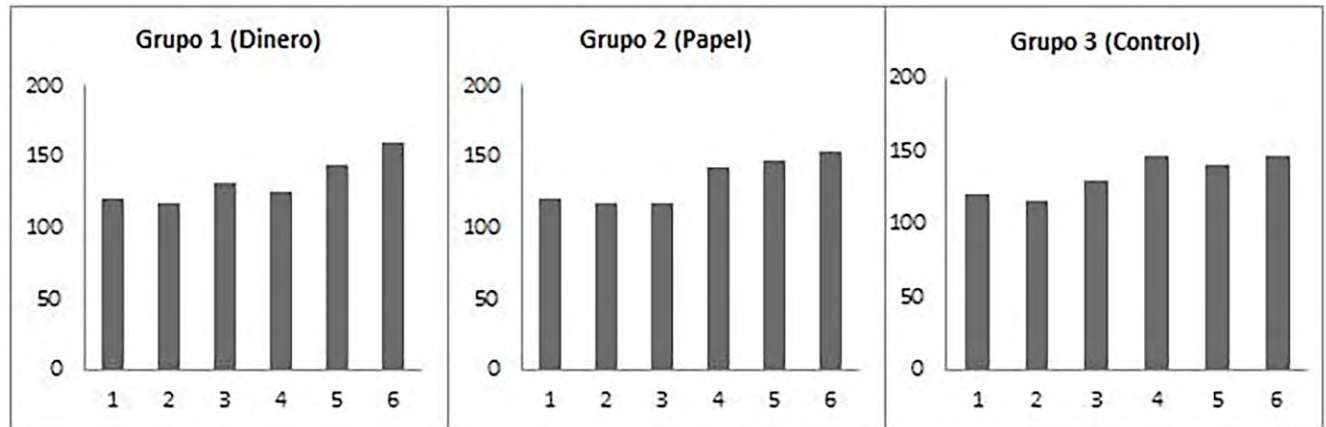


Figura 4. Frecuencia de aparición de cada número del dado. Se reportaron con mayor frecuencia los números 4, 5 y 6.

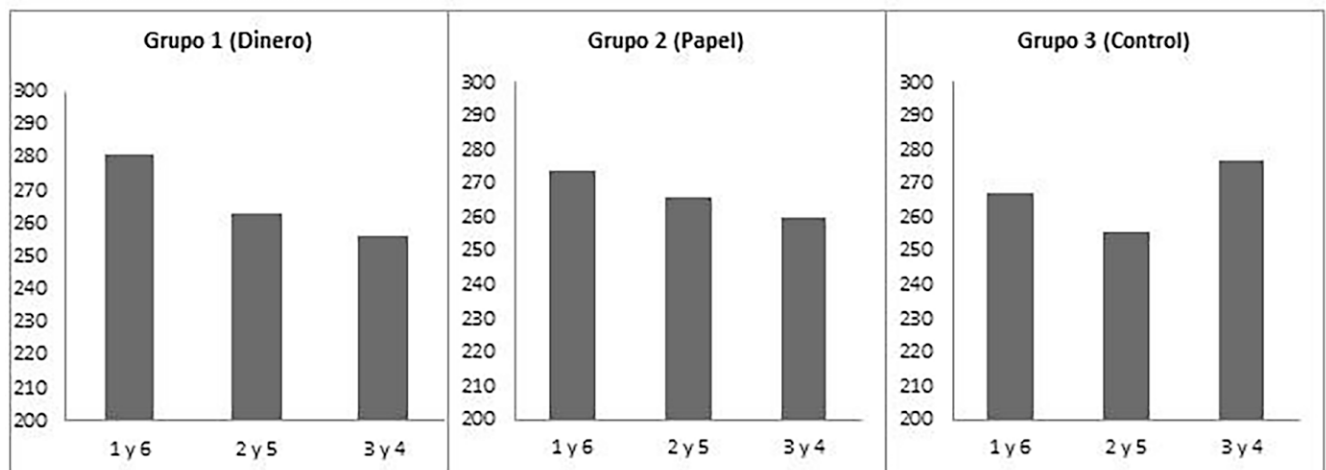


Figura 5. Frecuencia de tiros combinados según las caras opuestas del dado. La mayor frecuencia en la diada 1 y 6 en los grupos 1 y 2 podría indicar que los participantes optan por reportar el 6 en lugar del 1 para maximizar sus ganancias.

honestidad global ($\chi^2(2) = 0.879$, $p = 0.644$), así como en honestidad relativa ($\chi^2(2) = 3.242$, $p = 0.198$). 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 ($M_{\text{Honestidad global_Total}} = 84.383$, $DE = 11.058$), además de reportar sentirse mejor en términos de honestidad relativa con respecto al día anterior ($M_{\text{Honestidad relativa_Total}} = 7.650$, $DE = 1.894$).

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

A pesar de contar con n diferentes (el experimento 2 contó con 120 casos, mientras que el experimento 3 contó con 60 casos), 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. Ello con el objetivo de comprobar si existieron diferencias entre los dos tipos de tarea (deshonestidad concreta vs. deshonestidad abstracta).

Se encontró 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 ($\chi^2(8) = 6.445$, $p = 0.597$). Los participantes de ambos experimentos se asignaron puntajes elevados en cuanto a honestidad global ($M_{\text{Honestidad global_Total}} = 85.244$, $DE = 11.713$) y reportaban sentirse un poco mejor con respecto a su honestidad relativa ($M_{\text{Honestidad relativa_Total}} = 7.678$, $DE = 1.884$) aunque se observó que ambas muestras hicieron trampa en ambos experimentos.

Sin embargo, se debe tener presente que aunque cada uno de los nueve grupos contaba con 20 integrantes, y que respondieron a las mismas dos preguntas escalares referentes a honestidad global y honestidad relativa; es posible que debido a la magnitud total de participantes en el experimento 2 fue del doble de aquella presente en el experimento 3, el efecto de la prueba estadística pudiera verse alterado. Este es un aspecto que se deberá tener presente en un futuro estudio.

Discusión

Los resultados de los tres experimentos contrastan con los reportados en la literatura sobre la autosuficiencia como desencadenante de deshonestidad, aunque coinciden con

la ausencia de tamaños de efectos grandes y altos valores p que encontraron Rohrer et al. (2015). A pesar de ello, los participantes en los experimentos 2 y 3 hicieron un poco de trampa (aunque tuvieron la libertad de cometer una mayor magnitud de trampa). Este patrón es semejante al reportado por Mazar et al. (2008), en el que las personas cometen solamente un poco de trampa para poder seguir protegiendo su autoconcepto (aunque en estos experimentos no hubo diferencias significativas). Esto resulta plausible debido a los altos puntajes observados en honestidad global y relativa.

Un aspecto importante es que el dinero pareció evocar la respuesta opuesta al efecto esperado por la evocación de autosuficiencia: en lugar de aumentar la intención y el comportamiento deshonesto, los grupos estimulados con dinero reportaron una menor intención deshonesto en el experimento 1, así como una menor magnitud de trampa en los experimentos 2 y 3. Ello podría deberse a que los participantes sospecharon del escenario experimental en el que debían manejar una cantidad grande de dinero (durante la prueba de habilidad motriz). Además, los participantes pudieron sentir sospecha debida que se les estaba pagando por su desempeño (práctica no usual en el contexto universitario de donde se obtuvieron las muestras).

Sin embargo, según Ariely (2008) el dinero podría funcionar como un recordatorio moral, más que un evocador asociado a la deshonestidad. En sus experimentos, observó 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). Dicho efecto pudo haber actuado sobre los participantes de los tres experimentos, haciéndolos sentirse más responsables debido a una mayor observación de sus propios estándares morales. Esto resultaría importante clarificar en futuros experimentos.

Finalmente, es importante señalar que -contrariamente a lo que se encontró en los estudios de García-Ramos et al. (2016) y García-Ramos y Bustos (2018), aunque los universitarios desean tener dinero y lo valoran (están motivados y tienen razones para actuar deshonestamente), no cometieron tanta trampa como lo observado en otros estudios. De modo que sería recomendable explorar variables sociales que pudieran actuar como mediadoras en el proceso de categorización que lleva a la deshonestidad.

Referencias

- Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: the hidden forces that shape our decisions*. New York: Harper-Collins Publishers.
- Ariely, D., García-Rada, X., Lars, H., & Mann, H. (2015). The true legacy of two really existing economic systems. *Munich Discussion Paper*, 26(2014), 1-26.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- El Financiero. (2017). Recuperado en Octubre 8, 2017, de El costo de la corrupción en México en 3 gráficas: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/el-costo-de-la-corrupcion-en-mexico-en-graficas.html>
- 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 Dishonesta 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. Cartel presentado en el congreso de la AMEPSO. Villahermosa, Tabasco, México.
- Gino, F., & Mogilner, C. (2014). Time, money, and Morality. *Psychological Science*, 25(2), 414-421.
- Integrity, Global Financial. (2013). Recuperado en Agosto 26, 2017, de Illicit Financial Flows from Developing Countries: 2002-2011: <http://www.gfintegrity.org/report/2013-global-report-illicit-financial-flows-from-developing-countries-2002-2011/>
- 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.
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008). More ways to cheat: Expanding the scope of dishonesty. *Journal of Marketing Research*, 650-653.
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008). The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance. *Journal of Marketing Research*, XLV, 633-644.
- 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.
- 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.
- Transparency International. (2017). Corruption by country/ México. Recuperado el 20 de abril, 2017, de <http://www.transparency.org/country#MEX>
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R. (2006). The Psychological Consequences of Money. *Science*, 314(1154), 1154-1156.
- 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), 700-705.

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2019.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.