

DESHONESTIDAD EN PRESENCIA DE EMOCIONES MORALES

DISHONESTY IN THE PRESENCE OF MORAL EMOTIONS

AUTOR: Jesus Gastañaduy

ASESOR: Jose Arellano

RESUMEN

La deshonestidad, reflejada por ejemplo en actos de corrupción, es considerada uno de los principales problemas sociales en el Perú. Esta investigación tuvo como objetivo principal evaluar intervenciones para disminuir la deshonestidad, así como explorar los mecanismos psicológicos que podrían estar involucrados. A través de la realización de dos experimentos, se evaluó la inclusión de imágenes de víctimas identificables como intervenciones para reducir la deshonestidad. El primer estudio se realizó de manera presencial con público en general ($n = 40$) de un centro comercial; el segundo, de manera virtual con estudiantes universitarios ($n = 100$) de una universidad privada de Lima. Para evaluar la deshonestidad, los participantes realizaron la “tarea del dado” 20 veces en ambos estudios. El grado de deshonestidad se midió de manera agregada, a nivel grupal. Los resultados del estudio 1 y 2 muestran hallazgos que difieren entre sí. Por un lado, los resultados del estudio 1 muestran que los participantes asignados a una de las condiciones experimentales mintieron para beneficiar a una víctima única, a expensas de sus ganancias financieras personales. Por otro lado, los resultados del estudio 2 muestran que los participantes asignados a la misma condición experimental mintieron para beneficiarse a sí mismos, pero mintieron menos que los participantes asignados a la condición control. Se discute la presencia de las emociones morales posiblemente generadas por las situaciones experimentales. Futuras investigaciones incluirán mediciones psicológicas más precisas que permitan identificar mejor los mecanismos de acción de las intervenciones diseñadas.

Deshonestidad, autoconcepto, emociones morales, culpa, empatía

ABSTRACT

Acts of dishonesty, such as corruption, are considered one of the main country-level problems in Peru. The main objective of this research was to evaluate interventions designed to reduce dishonesty, as well as to explore the psychological mechanisms that could be involved. Through the conduction of two experiments, we wanted to evaluate whether including the pictures of identifiable victims could reduce dishonesty. The first study was conducted in person with the general public ($n = 40$) in a shopping center; the second, online with university students ($n = 100$) from a private university in Lima. To assess dishonesty, participants performed the "die task" 20 times in both studies. The degree of dishonesty was measured in aggregate, at the group level. The results of study 1 and 2 show findings that differ from each other. On the one hand, the results of Study 1 show that participants assigned to one of the experimental conditions lied to benefit a single victim, at the expense of their personal financial gains. On the other hand, the results of Study 2 show that participants assigned to the same experimental condition lied to benefit themselves, but lied less than participants assigned to the control condition. The presence of moral emotions possibly generated by the experimental conditions are discussed. Future research will include more precise psychological measurements that allow better identification of the mechanisms of action of the designed interventions .

INTRODUCCIÓN

La deshonestidad se define como aquellas acciones que transgreden una norma social, formal o informal, en beneficio personal y a expensas de la sociedad (Mann et al., 2016a; Shu, Gino, & Bazerman, 2011). Este fenómeno se manifiesta de distintas maneras. Una de las que más aqueja a los peruanos es la corrupción (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018). Esta, se sabe, tiene altos costos en derechos humanos, así como consecuencias enormes que ninguna sociedad puede soportar indefinidamente (Defensoría del Pueblo, 2017). A nivel macro, se estima que por corrupción se pierden más de doce mil millones de soles del presupuesto nacional cada año (Defensoría del Pueblo, 2017). Por su parte, a nivel micro, la corrupción es percibida como el segundo principal problema del país (Proética, 2019). Por ejemplo, el 50% de peruanos considera que actos como dar coimas a jueces o policías o acceder a un cargo público gracias al contacto de un familiar, ocurren frecuentemente (Instituto de Opinión Pública, 2017). Estas cifras y percepciones son evidencia de que la deshonestidad es prevalente en la sociedad peruana. Aunque la corrupción probablemente sea la más perniciosa, es importante comprender sus formas más básicas si se quiere, eventualmente, encontrar posibles soluciones.

Desde la teoría económica clásica o estándar, la deshonestidad se analiza a partir de la figura del “homo economicus” (Gneezy, 2005; Mazar & Ariely, 2006). Esta figura representa a un individuo racional, a quien únicamente le importa maximizar su propia utilidad (Mazar & Ariely, 2006). Dos implicancias se desprenden de este presupuesto: 1) siempre se optará por mentir en tanto sea de beneficio propio, sin importar el efecto que ello pueda tener en otra persona y 2) no existe ninguna consecuencia negativa asociada con mentir per se (Gneezy, 2005). Desde esta perspectiva, no hay dilema alguno en torno a la decisión de ser deshonesto; la cual depende únicamente de los costos y beneficios externos esperados (Mazar & Ariely, 2006). En relación a los costos, las únicas variables a considerar serían la probabilidad de ser descubierto y la magnitud del castigo esperado (Becker, 1968). Por su parte, en relación a los beneficios, se esperaría que el grado de deshonestidad sea mayor mientras las recompensas también sean mayores (Gneezy, 2005).

Evidencia experimental, en cambio, sugiere que esta perspectiva presenta carencias en muchos de sus postulados. Diversos estudios han demostrado que, aunque las personas

mienten, no lo hacen tanto como se esperaría; al menos no como la perspectiva económica estándar predeciría (Mann et al., 2016b; Mazar et al., 2008b, 2008a). Así, los experimentos de Mazar et al. (2008b) demostraron que incluso cuando no existe la posibilidad de ser detectado y/o castigado, las personas actúan deshonestamente en una magnitud relativamente baja en relación con lo hipotéticamente esperado (desde 6.7% hasta 20% de lo máximo esperable). Estos hallazgos han sido replicados en una serie de experimentos (Gino et al., 2009; Jiang, 2013; Shu et al., 2011), e incluso han sido validados por investigaciones transculturales realizadas en China, Colombia, Alemania, Portugal y Estados Unidos (Mann et al., 2016b).

Desde la psicología, una aproximación que ha buscado explicar por qué las personas mienten en cierta medida, aunque no tanto como podrían, es la teoría de mantenimiento del autoconcepto (Mazar et al., 2008b). En principio, se parte de que mantener una imagen moral respecto a sí mismo es central para la mayoría de personas (Aquino & Reed, 2002). Actualmente, incluso, algunos investigadores consideran a la moralidad como una necesidad psicológica básica (Prentice et al., 2019). Así, la amenaza al autoconcepto, que supone la realización de un acto deshonesto, sirve como un potencial regulador del comportamiento. No obstante, no solo es verdad que las personas desean mantener un autoconcepto positivo de sí mismas, sino que también desean obtener los beneficios que trae el actuar deshonestamente (Mazar & Ariely, 2006). Así, experimentan dos fuerzas motivacionales opuestas: por un lado, beneficiarse a partir de la deshonestidad; por otro, mantener un autoconcepto positivo (Aronson, 1969). Frente a este dilema, la teoría de mantenimiento del autoconcepto propone que las personas son capaces de encontrar un equilibrio entre estas dos fuerzas motivacionales contrarias, de

tal manera que actúen deshonestamente para obtener beneficios financieros, pero solo hasta el punto en que todavía logren mantener un autoconcepto positivo de sí mismas (Mazar et al., 2008b).

Aquella aparente contradicción (actuar deshonestamente y mantener un autoconcepto positivo sobre sí mismo) es posible debido a dos mecanismos: la categorización y la atención prestada a los propios estándares morales (Mazar et al., 2008b). El primer mecanismo comprende dos aspectos importantes: su maleabilidad y su límite. La maleabilidad,

frecuentemente determinada por el contexto, se refiere a la reinterpretación de comportamientos de manera beneficiosa para uno mismo (Mazar et al., 2008b). Así, mientras mayor sea el grado en que una acción se practique dentro de una sociedad (e.g., coimear a un policía de tránsito), mayores serán las probabilidades que dichas acciones tengan un alto grado de maleabilidad (Mann et al., 2016a). En otras palabras, conforme la maleabilidad aumenta, también aumenta la deshonestidad que una persona puede cometer sin tener que actualizar su autoconcepto (Mazar et al., 2008b). Por su parte, el segundo aspecto de la categorización se refiere al límite de la misma. Este significa que los procesos de categorización solo pueden darse hasta cierto umbral, más allá del cual las personas ya no pueden evitar sentirse bien o mal por la realización de sus actos (Mazar et al., 2008b).

El segundo mecanismo propuesto por la teoría de mantenimiento del autoconcepto señala que cuando los estándares morales son más accesibles, las personas necesitarán confrontar el significado de sus acciones inmediatamente (Mazar et al., 2008b). Específicamente, propone que cuando las personas prestan atención a sus propios estándares morales, será menos probable que realicen una acción deshonestas o, de realizarla, será más probable que evalúen dicha acción de manera desfavorable en relación a su autoconcepto (Ayal, Gino, Barkan, & Ariely, 2015; Mazar et al., 2008b). En este sentido, una mayor atención a los estándares morales significaría un menor rango de acción para la deshonestidad; de tal manera que, en caso las personas decidan actuar deshonestamente, dicha magnitud sea lo suficientemente pequeña para evitar una actualización negativa del autoconcepto (Mazar et al., 2008b).

Diversas investigaciones sustentan esta teoría. Así, los estudios de Mazar et al. (2008b) demostraron que incrementar la flexibilidad con la cual las personas categorizan sus propias acciones (e.g., cuando la recompensa monetaria se da en objetos que pueden ser canjeados por dinero pero que no son dinero en sí mismos) promueve la deshonestidad; mientras que dirigir la atención a estándares morales (e.g., recitar los 10 mandamientos o un código de honor antes de realizar una tarea) la mitiga. En la misma línea, otros estudios han demostrado que incrementar la saliencia de la moralidad al momento de tomar una decisión (e.g., firmar un documento antes de, en vez de después de, tener la oportunidad de mentir), así como implementar diferencias sutiles en el uso del lenguaje, las cuales categorizan la

realización de determinada acción como diagnóstico de un autoconcepto no deseable (e.g., “Por favor no seas un tramposo”, en comparación a “Por favor no hagas trampa”), previenen la realización de diversos actos deshonestos (Bryan, Adams, & Monin, 2013; Shu, Mazar, Gino, Ariely, & Bazerman, 2012).

Tal como se ha mencionado, existe un nivel aceptable de deshonestidad en donde las personas no tienen que confrontar las implicaciones de sus actos y, por lo tanto, no tienen que actualizar su autoconcepto (Mazar et al., 2008b, 2008a). Sin embargo, pasado cierto límite, se activan una serie de mecanismos de recompensa internos que influyen en el autoconcepto y se sabe son los mayores disuasores de los actos de deshonestidad (Mann et al., 2016a; Mazar et al., 2008b; Mazar & Ariely, 2006). Estos mecanismos operan producto de la internalización de estándares morales una vez que los individuos se han identificado con su sociedad (Campbell, 1964; Wenzel, 2004). La no-conformidad con estos estándares provee recompensas negativas, a través de la experiencia de emociones denominadas “autoconscientes” (Haidt, 2003; Mazar et al., 2008b; Niedenthal & Ric, 2017; Tangney, Stuewig, & Mashek, 2007).

Las emociones autoconscientes derivan de la habilidad de emitir juicios de valor acerca del sí mismo (Niedenthal & Ric, 2017). En otras palabras, el sí mismo autoevalúa sus acciones como buenas o malas en relación a si cumple o no con los estándares y normas de la sociedad; como consecuencia, recibe una recompensa interna inmediata sobre el propio comportamiento (Lewis, 2016; Tangney et al., 2007). Dos emociones autoconscientes fundamentales son la culpa y la vergüenza de sí mismo; ambas se experimentan de manera distinta y tienen patrones de acción también distintos (Lewis, 2016; Niedenthal & Ric, 2017; Tangney et al., 2007).

Por un lado, la emoción de culpa surge cuando una persona reconoce que ha cometido una acción que transgrede los estándares de la sociedad (Lewis, 2016). Específicamente, surge después de evaluar acciones específicas como inaceptables, más no a toda la persona (Lewis, 1971, 2016). Por su parte, la vergüenza de sí mismo también surge cuando una persona reconoce que ha transgredido los estándares de la sociedad; sin embargo, es considerada más dolorosa que la culpa en tanto comprende la evaluación de todo el sí mismo como inaceptable y no únicamente a la conducta transgresora (Tangney et al., 2007). Tal

como señala Niedenthal & Ric (2017), ambas evaluaciones se dan en torno al sí mismo; sin embargo, el objeto de evaluación es distinto: en la culpa, “me siento culpable por mi comportamiento”; en la vergüenza de sí mismo, “me siento avergonzado de mí mismo”.

Esta distinción entre culpa y vergüenza de sí mismo es importante. Cuando se juzga la acción como inaceptable, las personas buscan reparar los daños ocasionados a través de actividades proactivas y constructivas; mientras que cuando se juzga a toda la persona como inaceptable, las personas buscan protegerse a sí mismas a partir de una actitud defensiva y de separación interpersonal (Niedenthal & Ric, 2017; Tangney et al., 2007). Estudios demuestran que aquellos individuos que son propensos a experimentar culpa reportan mayor empatía y toma de perspectiva; a diferencia de quienes son más propensos a experimentar vergüenza de sí mismos (Cohen, Wolf, Panter, & Insko, 2011). Asimismo, en situaciones en donde existe una ausencia de presiones para cumplir con las normas sociales o un riesgo de ser castigado, se ha encontrado que la anticipación a sentir culpa promueve el comportamiento prosocial (Cohen, Panter, & Turan, 2013). En el ámbito de la deshonestidad, sin embargo, pocos estudios han diferenciado entre la influencia que ejercen la culpa y la vergüenza de sí mismo en la comisión de este tipo de actos (Cohen et al., 2011).

Por otra parte, evidencia no solo ha descartado el postulado de que no exista consecuencia negativa con ser deshonesto (e.g., emociones autoconscientes), sino también que “siempre se optará por mentir en tanto sea de beneficio propio, sin importar el efecto que ello pueda tener en otra persona” (Gneezy, 2005). Así, se ha hallado que, al momento de tomar una decisión con respecto a actuar deshonestamente o no, las personas también toman en consideración las consecuencias que dichos actos tienen sobre los demás (Gino, Ayal, & Ariely, 2013; Gino & Pierce, 2009; Gneezy, 2005). Por ejemplo, los estudios de Gino et al. (2013) demostraron que las personas mienten tanto para beneficiarse únicamente a sí mismas, como para beneficiar únicamente a los demás; y que, cuando los beneficios son compartidos, la deshonestidad aumenta conforme el número de beneficiarios aumenta (de una a dos personas). De manera similar, los estudios de Gino & Pierce (2009) demostraron que las personas son capaces de realizar actos deshonestos con el fin de beneficiar a otros y que dichos actos son mediados por sentimientos de empatía.

De esta manera, parece ser que los sentimientos de empatía también están involucrados en el fenómeno de la deshonestidad (Gino & Galinsky, 2012; Gino & Pierce, 2009). Ahora bien, con respecto a la empatía, hay dos procesos emocionales que vale la pena diferenciar: 1) la empatía (per se) y 2) la preocupación empática (Jordan, Amir, & Bloom, 2016). El primero hace referencia a la angustia o tristeza personal experimentada, producto de presenciar el sufrimiento de otra persona; el segundo, se refiere a una emoción orientada hacia los demás, que es provocada por y es congruente con el bienestar percibido de alguien que lo necesita (Batson, Hakanesson, Chermok, Hoyt, & Ortiz, 2007). De acuerdo con Goetz, Keltner, & Simon-Thomas (2010) y Jordan et al. (2016), la empatía hace referencia únicamente a la experiencia vicaria respecto a las emociones de los demás. Bajo esta perspectiva, desear que el estado emocional de otras personas mejore refiere principalmente a un proceso psicológico distinto; el cual frecuentemente se denomina compasión o preocupación empática (Goetz et al., 2010; Jordan et al., 2016).

Esta distinción entre empatía y preocupación empática también es importante. Muestra de ello son los hallazgos de Jordan et al. (2016), quienes encontraron que los individuos que son propensos a experimentar empatía (sentir lo que los otros sienten), no necesariamente están predispuestos a sentir preocupación empática (preocuparse por el bienestar de los demás). Asimismo, sus estudios encontraron que la preocupación empática y la empatía predijeron la cooperación; sin embargo, cuando ambas variables fueron consideradas en un modelo de regresión múltiple, solo la preocupación empática predijo mayores conductas prosociales (Jordan et al., 2016). Por su parte, los estudios de Klimecki, Leiberg, Ricard, & Singer (2013) demostraron que recibir un entrenamiento en empatía condujo a experimentar aflicción empática, lo cual se sabe es un factor de riesgo para el agotamiento emocional y puede llevar a conductas evitativas. En contraste, quienes recibieron un entrenamiento en compasión (preocupación empática) no solo exhibieron mayores conductas prosociales, sino que también experimentaron mayor afecto positivo, resiliencia y una mejor gestión de las situaciones estresantes (Klimecki et al., 2013).

Pese a que la preocupación empática pareciera tener mayores efectos positivos tanto para los demás como para uno mismo, en el ámbito de las donaciones hacia víctimas se ha demostrado que el malestar generado por la empatía está relacionado con un incremento en

las donaciones (Kogut & Ritov, 2005). Específicamente, se ha encontrado que las personas suelen empatizar más y ser más caritativos con un individuo que con un grupo de individuos (Bloom, 2016; Slovic, 2007). Por ejemplo, los estudios de Kogut & Ritov (2005) demostraron que las donaciones aumentan cuando la persona beneficiaria es una víctima única identificable, en comparación a cuando es una víctima no identificable o un grupo de víctimas. De manera más sorprendente aún, los estudios de Small, Loewenstein, & Slovic (2007) demostraron que el agregar víctimas estadísticas a una víctima única no solo no aumentó las donaciones, sino que las disminuyó. Ello suele explicarse debido a que las víctimas estadísticas no son más que un número, mientras que las víctimas identificadas tienen un rostro, un nombre y una historia que permiten experimentar mayores sentimientos de empatía (Small et al., 2007).

Ahora bien, en el ámbito de la deshonestidad, pareciera que lo opuesto es verdad. Mientras mayores son los posibles beneficiarios, mayores serán las conductas deshonestas destinadas a ayudar (Gino et al., 2013). No obstante, antes de esbozar una conclusión, es importante tener en cuenta una precisión: los estudios realizados en deshonestidad solo han incluido la presencia de personas que no son identificadas explícitamente como víctimas (Gino et al., 2013; Gino & Pierce, 2009). Asimismo, en los estudios de Gino et al. (2013), la realización de conductas deshonestas beneficiaba tanto a otra(s) persona(s), como a uno mismo. En este sentido, no se ha evaluado qué ocurre con la deshonestidad cuando solo una parte puede beneficiarse en mayor o menor medida en perjuicio de la otra. En otras palabras, cuando la mentira beneficia a uno, pero perjudica a otro. Así pues, resulta pertinente esclarecer en qué situaciones específicas se es deshonesto cuando el bienestar de otra(s) persona(s) está involucrado.

ESTUDIO 1

¹Este estudio buscó explorar cómo influye la presencia de potenciales víctimas en la realización de conductas deshonestas. Específicamente, se quiso establecer una relación directa entre la posible realización de actos deshonestos y las personas perjudicadas por

¹ Este estudio se realizó como parte de la tesis de bachillerato del autor y asesor de este documento

dichos actos. Para ello, a través de un diseño experimental, se crearon dos condiciones experimentales en donde los participantes tenían la posibilidad de mentir para beneficiarse a sí mismos en mayor medida; teniendo en cuenta que ello disminuiría las ganancias correspondientes a: 1) una víctima identificable o 2) dos víctimas identificables. Adicionalmente, se incluyó una condición control en donde no se explicitó la presencia de víctima alguna. Considerando el efecto de la víctima única, replicado en una serie de experimentos en el ámbito de las donaciones (Kogut & Ritov, 2005; Small et al., 2007), se hipotetizó que la deshonestidad sería menor en la condición experimental 1) y mayor en la condición control.

Adicionalmente, este estudio buscó responder a dos objetivos específicos. El primero tuvo como propósito identificar la influencia de distintos rasgos emocionales (i.e., culpa/vergüenza de sí mismo, empatía/preocupación empática) en la realización de actos deshonestos. Teniendo como referencia los estudios de Cohen et al. (2011) y Jordan et al. (2016), se hipotetizó que la propensión a sentir culpa y la preocupación empática predecirían menores niveles de deshonestidad en todas las condiciones. La respuesta a dicha hipótesis permitiría identificar qué rasgo emocional es el mayor disuasor de deshonestidad; independientemente de las emociones y/o sentimientos generados en el momento por las víctimas. Por su parte, el segundo objetivo específico buscó explorar cómo se actualiza el autoconcepto después de realizadas conductas que podrían tornarse deshonestas y perjudicar directamente a otras personas. Teniendo como base la teoría de mantenimiento del autoconcepto (Mazar et al., 2008b), se hipotetizó que las personas actuarían de tal manera que puedan mantener un autoconcepto positivo de sí mismas en todas las condiciones. En este sentido, se hipotetizó que no habría diferencias significativas en la actualización del autoconcepto entre las distintas condiciones.

Método

Participantes

Este estudio se realizó con público en general debido a intenciones iniciales de tener mayor validez externa. Así, la muestra estuvo conformada por 40 adultos peruanos residentes

en Lima, de los cuales 17 fueron hombres y 23 mujeres. Sus edades fluctuaron entre 17 y 52 años, con una edad promedio de 23.18 ($DE = 7.98$). El total de participantes se dividió en 3 grupos: grupo control 0 ($n = 12$), grupo exp. 1 ($n = 17$) y grupo exp. 2 ($n = 11$). Debido a cuestiones metodológicas (i.e., controlar posibles efectos de las características propias de los estímulos) el grupo exp. 1 se subdividió en: grupo exp. 1a. ($n = 10$) y grupo 1b ($n = 7$). Es importante mencionar que todos los participantes fueron informados de la naturaleza del estudio mediante un consentimiento informado escrito y accedieron voluntariamente a participar del mismo.

Medición

Materiales. Para responder a las preguntas formuladas en esta investigación, se utilizó una variación del “juego mental”; desarrollado inicialmente por Jiang (2013) y utilizado como medición de deshonestidad generalizada en los experimentos de Mann et al. (2016b) y Ariely, Garcia-Rada, Gödker, & Hornuf (2019). Este juego supone lanzar un dado físico por un número definido de intentos (20 intentos en el caso de esta investigación). En cada intento, a los participantes se les instruye que escojan mentalmente un lado del dado- superior o inferior- antes de lanzar el mismo. Los participantes deben recordar su elección, lanzar el dado y, una vez el resultado es visible, indicar qué lado escogieron. De acuerdo al lado que reportan haber escogido, corresponden ciertas ganancias monetarias. Esta tarea permite hacer trampa en condiciones en donde es imposible distinguir inmediatamente la deshonestidad de la buena fortuna de los participantes. No obstante, una vez agregadas las respuestas individuales y colectivas de los participantes, es posible evaluar la magnitud de la deshonestidad a partir de la diferencia entre la proporción de “lanzadas altas” reportadas y la proporción de “lanzadas altas” que se esperarían por azar (Mann et al., 2016b). Por otro lado, se utilizaron fotografías reales de un niño y una niña de 2 y 4 años respectivamente, ambos con una condición grave de salud. Debido a la enfermedad que padecían, leucemia linfoblástica aguda, se consideró apropiado catalogarlas (en nombre del experimento) como “víctimas”. Tanto la madre del niño, como de la niña, accedieron voluntariamente a que sus hijos sean fotografiados. Al finalizar el experimento, se les donó el dinero recaudado.

Autoconcepto. Después de culminar la tarea experimental, los participantes respondieron a la pregunta: “En comparación con el día de ayer, ¿Cuán buena persona sientes

que eres?” en una escala Likert de 10 puntos (0 = Mucho peor, 10 = Mucho mejor). Esta pregunta, con ligeras modificaciones, ha sido utilizada en los estudios de Mazar et al. (2008b), Gino et al. (2013) para evaluar el mantenimiento del autoconcepto en los participantes después de que han sido expuestos a tareas que evaluaban la deshonestidad.

Propensión a sentir culpa y vergüenza de sí mismo. La propensión a sentir culpa y vergüenza de sí mismo se midió utilizando la versión en español del Guilt and Shame Proneness Scale (GASP) (Alabernia-Segura, Feixas-Viaplana, & Gallardo-Pujol, 2018). Esta escala, la cual consta de 16 ítems que se dividen en 4 subescalas con una opción de respuesta Likert de 7 puntos (1 = Muy improbable, 7 = Muy probable), evalúa rasgos emocionales (propensión a sentir culpa y vergüenza de sí mismo), en lugar de estados emocionales (sentimientos de culpa y vergüenza de sí mismo producto de las condiciones del momento) (Cohen et al., 2011). Para ello, utiliza situaciones hipotéticas que las personas pueden encontrar en su día a día, seguidas de reacciones típicas ante dichas situaciones. Es importante tener en cuenta que los coeficientes de alpha tienden a mostrar una menor confiabilidad en mediciones que involucran escenarios hipotéticos; esto debido a que cada ítem contiene varianza única para el escenario específico y varianza común para el constructo psicológico subyacente (Tangney & Dearing, 2002). En tanto el GASP es una medición basada en escenarios hipotéticos, los autores originales de la escala establecieron como valor de referencia un alpha de Cronbach superior a 0.60 para evaluar la confiabilidad interna de las subescalas (Cohen et al., 2011). No obstante, en este estudio todas las subescalas presentaron coeficientes alpha inadecuados ($\alpha < 0.60$). Así, los coeficientes alpha de las dos subescalas que evaluaron la propensión a sentir culpa fueron: a) evaluación negativa de los comportamientos (NBE) ($\alpha = 0.14$) y b) respuestas reparadoras a transgresiones privadas ($\alpha = 0.35$). Por su parte, los coeficientes alpha de las otras dos subescalas que evaluaron la propensión a sentir vergüenza de sí mismo fueron: c) evaluación negativa del sí mismo (NSE) ($\alpha = 0.44$) y d) respuestas de retraimiento a transgresiones públicas ($\alpha = 0.12$). Si bien en este estudio los coeficientes alpha no pudieron interpretarse como confiables, es importante mencionar que esta escala fue validada en España con una muestra de estudiantes universitarios y que, en dicho país, sí mostró coeficientes adecuados; con alphas alrededor de 0.60 (Alabernia-Segura et al., 2018).

Preocupación empática y empatía disposicional. Para medir la empatía y la preocupación empática disposicional se utilizó la versión en español del “Interpersonal Reactivity Index (IRI)” (Pérez-Albéniz, de Paúl, Montes, & Torres, 2003). Esta escala consta de 28 ítems, los cuales se dividen en 4 subescalas con una opción de respuesta Likert de 5 puntos (1 = no me describe bien, 5 = me describe muy bien). En este estudio, la mayoría de coeficientes alpha de las subescalas fueron inadecuados ($\alpha < 0.70$). No obstante, para incrementar la consistencia interna de dos de ellas, se removieron algunos ítems. A continuación, se detallan los coeficientes finales de cada subescala. Para medir la preocupación empática, se utilizaron las subescalas “Toma de perspectiva” ($\alpha = 0.68$) y “Preocupación empática” ($\alpha = 0.54$). La primera subescala mide la tendencia o habilidad de los sujetos para adoptar la perspectiva o punto de vista de otras personas; mientras que, la segunda subescala evalúa la tendencia de los sujetos a experimentar sentimientos de compasión y preocupación hacia los demás (Davis, 1980; Pérez-Albéniz et al., 2003). Por su parte, para medir la empatía, se utilizaron las subescalas “Fantasía” ($\alpha = 0.70$) y “Malestar personal” ($\alpha = 0.76$). La primera subescala mide la tendencia de los individuos a identificarse con personajes ficticios como personajes de libros y películas; mientras que la segunda subescala mide los sentimientos de incomodidad y ansiedad que experimentan las personas cuando son testigos de las experiencias negativas de otros (Davis, 1980; Pérez-Albéniz et al., 2003). Ahora bien, los coeficientes alpha reportados comprenden la sustracción de los ítems 3 y 15 en la subescala “Toma de perspectiva” y del ítem 19 en la subescala “Malestar personal”. Aunque con algunos indicadores poco confiables en el presente estudio, esta escala fue validada con tres muestras en España (Pérez-Albéniz et al., 2003). La primera muestra estuvo conformada por padres y madres de familia; mientras que la segunda y tercera, por estudiantes universitarios. En todos los casos, el alfa de Cronbach de cada subescala fluctuó alrededor de $\alpha = .70$. Finalmente, es importante mencionar que en la versión original del instrumento (Davis, 1980), el ítem 13 pertenecía al factor de “Malestar Personal” y en la versión adaptada al español (Pérez-Albéniz et al., 2003) se introdujo en el factor de “Preocupación Empática”.

Datos sociodemográficos. La ficha de datos sociodemográficos incluyó las variables sexo, edad e ingresos relativos percibidos. En cuanto a la variable “ingresos relativos percibidos”, la misma se evaluó a través de la pregunta “En comparación con otras personas

de su país, ¿diría que su hogar gana menos o más dinero que la mayoría?” en una escala Likert de 10 puntos (0= Mucho menos dinero, 10 = Mucho más dinero). Esta pregunta ha sido utilizada previamente en los estudios de Mann et al. (2016b).

Procedimiento

El estudio se anunció como un estudio de toma de decisiones en el que los participantes podían ganar entre S/4 y S/24 dependiendo del resultado. Cada sesión duró aproximadamente 20 minutos y consistió en realizar la tarea experimental 20 veces y completar una serie de cuestionarios y pruebas psicométricas al final.

Este estudio fue realizado en un centro comercial de Lima Metropolitana. El experimentador se acercó a los participantes a lo largo del día (Ver Anexo para las fotografías de las locaciones en donde se realizó el experimento) y les describió brevemente el estudio de manera oral. Acto seguido, les preguntó si estarían interesados en participar del mismo. Si un potencial participante consentía verbalmente a participar del estudio, el experimentador continuaba con el protocolo; en caso contrario, se le agradecía a la persona por su tiempo y el experimentador continuaba con una siguiente persona.

Previo a la realización del trabajo de campo, los participantes fueron asignados aleatoriamente a uno de tres grupos experimentales. Un primer grupo (grupo control 0) realizó la tarea experimental del dado y reportó su elección mental después de realizado el lanzamiento. A ellos se les indicó que en todos los intentos recibirían un pago proporcional al lado de su elección (mientras mayores puntos aparecieran en el lado escogido, mayores serían las ganancias). Un segundo grupo (grupo exp. 1) realizó la misma tarea que el primero, pero se les indicó adicionalmente que las ganancias correspondientes al lado no escogido irían donadas a una víctima identificable. Finalmente, un tercer grupo (grupo exp. 2) realizó la misma tarea que el primer y segundo grupo, pero esta vez se les indicó que las ganancias correspondientes al lado no escogido irían donadas a dos víctimas identificables.

Después de realizada la tarea experimental, todos los participantes completaron una serie de cuestionarios y pruebas psicométricas en línea. Finalizado el experimento, a todos los participantes se les pagó la cantidad de dinero correspondiente y se les agradeció por su

participación. Cabe mencionar que el pago monetario fue de 20 céntimos por cada punto exhibido en el lado del dado escogido.

Estimación del tamaño de muestra

Se condujo un análisis de poder estadístico para estimar el tamaño de muestra mínimo requerido por cada grupo experimental. El cálculo se realizó en base a la comparación de los resultados en deshonestidad de manera agregada (i.e., número de participantes x número de lanzamientos del dado) y los resultados en deshonestidad esperados poblacionalmente ($p = 0.5$). Los parámetros considerados fueron un nivel de significancia a dos colas ($\alpha = 0.05$); un poder estadístico ($1 - \beta = 0.80$); y un tamaño del efecto pequeño ($h = 0.20$), según los criterios de Cohen. Dados estos parámetros, el tamaño de muestra mínimo requerido por grupo experimental, para detectar diferencias estadísticamente significativas en el reporte deshonesto de dos de veinte lanzamientos en la tarea experimental, fue de 196 observaciones.

Análisis de datos

Los análisis estadísticos se realizaron en el paquete estadístico R. En primer lugar, se compararon las proporciones de lanzadas favorables reportadas por grupo experimental (distribución muestral) con las proporciones de lanzadas favorables esperadas por azar (distribución poblacional), a través de pruebas t-student para una muestra. Dicha medición permitió obtener el grado de deshonestidad, a nivel agregado, de cada grupo experimental. A continuación, se realizó el mismo procedimiento con la variable autoconcepto. En este caso se asumió que todo puntaje que se desviara de 5 puntos significaría una actualización del autoconcepto; ya sea esta positiva o negativa. Este análisis se hizo de manera individual, y no agregada. Finalmente, se compararon los ingresos relativos percibidos entre los grupos experimentales. Es importante mencionar que la mayoría de análisis estadísticos con los rasgos emocionales de los participantes no se llegaron a realizar debido a la baja confiabilidad en sus propiedades psicométricas halladas en este estudio. No obstante, sí se realizó una regresión lineal múltiple que incluyó como variables independientes el malestar personal y la toma de perspectiva; y como variable dependiente la lanzada de dado promedio por participante.

Resultados

El grado de deshonestidad se evaluó a nivel agregado para cada condición experimental. Solo los participantes que fueron asignados a la condición experimental 1a. fueron deshonestos ($M = 0.43$, $SE = 0.04$). Esta diferencia, en relación a lo esperado poblacionalmente ($M = 0.5$, $SD = 0$), fue significativa $t(199) = -1.99$, $p = 0.05$; no obstante, el tamaño del efecto de esta diferencia fue pequeño $r = 0.14$. En todas las demás condiciones experimentales, incluida la control, no se encontraron diferencias significativas ($p > 0.05$). Ello indicaría que, con la excepción de la condición experimental 1a., los participantes aparentemente fueron honestos. La figura 1 muestra el promedio de deshonestidad observada de acuerdo a la condición experimental asignada, en comparación con los resultados esperados por azar.

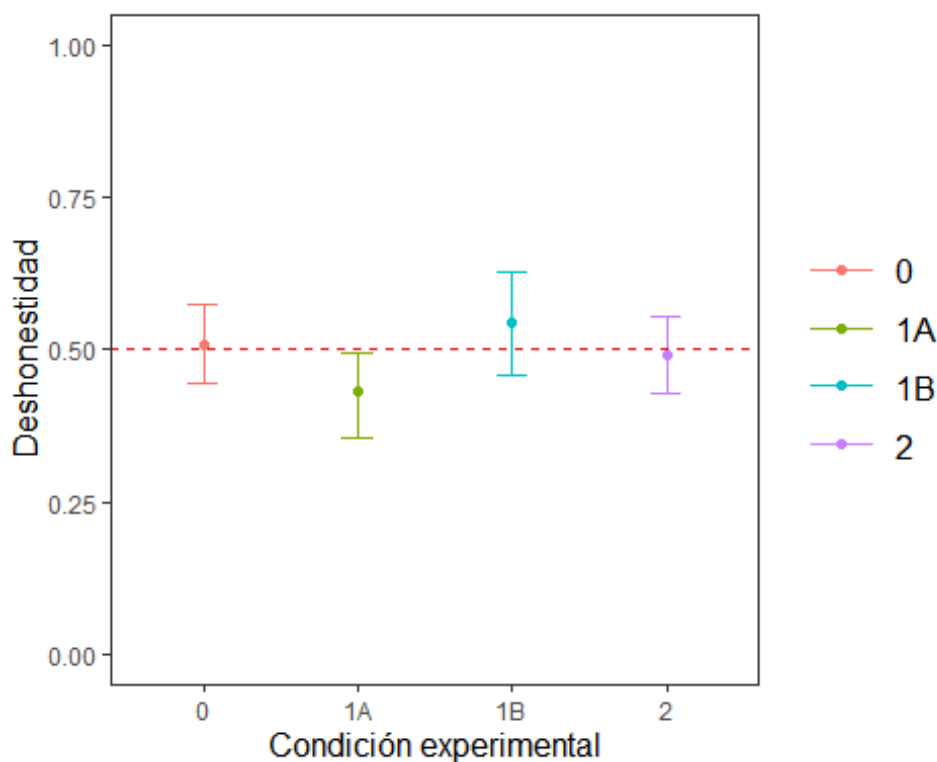


Figura 1: Deshonestidad de acuerdo a la condición experimental asignada

A nivel descriptivo, el autoconcepto se actualizó de manera positiva en todas las condiciones experimentales. Esta diferencia, respecto a lo esperado de no haberse actualizado el autoconcepto ($M = 5$, $SD = 0$), fue significativa ($p < 0.001$). No obstante, no se encontraron

diferencias significativas entre los grupos experimentales. Adicionalmente, se midieron los niveles de ingresos relativos percibidos de los participantes para controlar un posible efecto de los mismos en la deshonestidad. A nivel descriptivo se observa que los participantes asignados al grupo 1b reportaron ingresos relativos por debajo del promedio reportado. De hecho, se encontraron diferencias significativas $t(11.88) = 3, p = 0.01$ entre los ingresos relativos de los participantes del grupo 1b ($M = 4.29, SE = 1.11$) y los participantes del grupo control ($M = 5.83, SE = 1.03$). No obstante, no se encontró una relación significativa entre las variables ingresos relativos y deshonestidad.

Finalmente, es importante detallar que la mayoría de análisis estadísticos relacionados a uno de los objetivos secundarios de esta investigación (i.e., identificar la influencia de distintas emociones morales en la realización de actos deshonestos) no se llevaron a cabo debido a bajos niveles de confiabilidad en su medición psicométrica ($\alpha < .60$). No obstante, se realizó una regresión lineal múltiple que incluyó como variables independientes el malestar personal y la toma de perspectiva (variables medidas a través de las subescalas del “Interpersonal Reactivity Index” que sí mostraron indicadores confiables); y como variable dependiente la lanzada de dado promedio por participante. Los resultados del modelo fueron no significativos ($p > 0.05$).

Discusión

Los resultados de esta investigación demuestran hallazgos contradictorios a lo esperado en base a estudios previos (Gino & Pierce, 2009; Mann et al., 2016a; Mazar et al., 2008b). En primer lugar, se hipotetizó que la deshonestidad sería mayor en la condición control, en comparación con las demás condiciones. Como demuestran los resultados, dicha hipótesis no se cumplió: los participantes del grupo control fueron honestos. Es importante destacar su honestidad, en tanto evidencia previa señala todo lo contrario: las personas son deshonestas para beneficiarse a sí mismas, hasta el punto en donde aún puedan mantener un autoconcepto positivo (Cohn, Maréchal, Tannenbaum, & Zünd, 2019; Mazar et al., 2008b). En el presente estudio, sin embargo, las personas no mintieron y actualizaron su autoconcepto de manera positiva. La explicación más plausible a estos resultados sostiene la existencia de efectos del experimentador. Así, es posible que sus características personales (e.g., simpatía,

carisma, buenos modales) hayan cumplido un rol importante. Ello, sumado a que los participantes sabían el estudio formaba parte del proyecto de tesis del investigador - logro altamente valorado a nivel cultural en Perú- puede haber contribuido a que no mintieran.

En segundo lugar, tampoco se cumplió la segunda hipótesis: “la deshonestidad será menor en la condición experimental 1”. De hecho, sucedió lo contrario: la deshonestidad fue mayor en una de las subcondiciones de la condición experimental 1, en comparación con todas las demás condiciones. Con respecto a estos resultados, existen muchos aspectos importantes a destacar. El primero y más importante es que, si bien la deshonestidad fue mayor en la condición experimental 1a., esta no fue para beneficio propio sino de la víctima. Es decir, los participantes de este grupo reportaron más lanzadas bajas o desfavorables (que les daban menor ganancia monetaria) en relación a lo esperado por azar. El hecho de que los participantes del grupo 1a. hayan mentido en perjuicio de sí mismos para beneficiar a una víctima, permitiría catalogar estos actos como altruistas (i.e., comportamientos costosos para el actor y beneficiosos para el destinatario) (Kurzban, Burton-Chellew, & West, 2015). No obstante, queda la interrogante de qué elementos (e.g., emociones) subyacerían a dicho altruismo. Asimismo, queda por explorar por qué los participantes del grupo 1b., quienes vieron la fotografía de la víctima única mujer de 4 años, no tuvieron un comportamiento similar a los participantes del grupo 1a., quienes vieron la fotografía de la víctima única hombre de 2 años.

En tercer lugar, los datos recogidos en el presente estudio no permiten obtener inferencias sólidas en relación a un posible efecto de víctima única identificable en relación a la deshonestidad. Si bien este efecto se ha identificado en el ámbito de las donaciones (Kogut & Ritov, 2005), la presente investigación quiso explorar un efecto similar en el ámbito de la deshonestidad: menor deshonestidad cuando hay una víctima y mayor deshonestidad cuando hay más de una víctima. Tal como se ha mencionado, únicamente los participantes del grupo 1a. mintieron para beneficiar a las víctimas en perjuicio de sí mismos; los del grupo 1b., que también vieron a una víctima única (la niña), fueron en general honestos. Estos hallazgos posibilitan distintas explicaciones inicialmente no contempladas. Así, es posible que las expresiones faciales del niño y la niña, su edad o incluso su sexo hayan

influido en los resultados; no obstante, no es posible elaborar conclusiones en tanto el impacto emocional de dichas variables no fue medido.

Dentro de las limitaciones principales, destaca la imposibilidad de identificar la influencia de distintos rasgos emocionales en la realización de actos deshonestos. Esto debido principalmente a la baja confiabilidad en las propiedades psicométricas de las escalas utilizadas en este estudio. En línea con ello, la escala que midió el mantenimiento del autoconcepto tampoco fue la más apropiada. Así, difirió de la escala original utilizada en los estudios de Mazar et al. (2008b), en donde las opciones de respuestas fluctuaban entre -5, pasando por 0, hasta +5; a diferencia de la utilizada en esta investigación, en donde las opciones fluctuaban entre 0 y 10. Finalmente, otra limitación importante fue la reducida muestra incluida para analizar los resultados de esta investigación ($n = 40$). En ese sentido, si bien fue posible inferir deshonestidad de manera agregada por grupo experimental ($n = 200$), el poder estadístico para detectar deshonestidad en uno de veinte lanzamientos en promedio, con un nivel de significancia ($\alpha = 0.05$) no fue suficiente ($1 - \beta = 0.29$). Así, puede que las personas en cada uno de los grupos hayan mentido en solo uno de los veinte lanzamientos, en promedio, y los análisis estadísticos realizados no los hayan podido detectar.

ESTUDIO 2

Este estudio tomó como referencia los aprendizajes del estudio 1 y buscó replicar su hallazgo más importante: la posibilidad de ser deshonesto para favorecer a una víctima. Con este objetivo en mente, se realizaron las modificaciones necesarias al diseño experimental para tener mayor confianza estadística en los resultados obtenidos.

Así, se crearon únicamente dos condiciones: una control y una experimental. En la condición control, los participantes tenían la posibilidad de mentir para beneficiarse a sí mismos, sin ser conscientes explícitamente de quién o quiénes serían los perjudicados por dichos actos (tal cual en la condición control del estudio 1). En la condición experimental, por su parte, se explicitó la presencia de una víctima que podría ser perjudicada/beneficiada por las decisiones tomadas durante la tarea experimental (tal cual en la condición

experimental 1a. del estudio 1. Considerando los hallazgos obtenidos en los estudios de Mann et al. (2016a), así como los hallazgos obtenidos en el estudio 1 anteriormente realizado, se hipotetizó que los participantes del grupo control mentirían para beneficiarse a sí mismos, pero los participantes del grupo experimental mentirían para beneficiar a la víctima.

Adicionalmente, este estudio buscó explorar qué sentimientos podían estar presentes durante la tarea experimental del juego del dado. Para tener una medición de ello, se diseñaron preguntas específicas que guardaban relación teórica directa con las emociones de “culpa”, “vergüenza de sí mismo”, “empatía” y “preocupación empática”. De la misma manera, se exploró la actualización del autoconcepto después de realizadas conductas que podrían tornarse deshonestas. Se hipotetizó que habrían diferencias significativas en los sentimientos de “culpa”, “empatía” y “preocupación empática” de acuerdo a la condición asignada; y que no habría diferencias significativas ni en los sentimientos de “vergüenza de sí mismo” ni en la actualización del autoconcepto entre las distintas condiciones.

Finalmente se quiso explorar si la empatía y la preocupación empática podían influir en los resultados reportados por los participantes, independientemente de la condición experimental asignada. Tomando como referencia los estudios de Jordan et al. (2016), se hipotetizó que aquellas personas que experimentaran mayor preocupación empática, pero no empatía, reportarían un menor lanzamiento promedio en el juego del dado que aquellas que experimentaran menor preocupación empática. No se incluyó un objetivo similar en relación a las variables de culpa y vergüenza de sí mismo, puesto que se considera ambos sentimientos se experimentarían a posteriori del reporte de los lanzamientos; no a priori.

Es importante mencionar que el trabajo de campo de este estudio se llevó a cabo en el mes de junio del año 2020 de manera remota. Durante dicho período, el Perú se encontraba en estado de emergencia (i.e., “cuarentena”) debido a la pandemia del COVID-19.

Método

Participantes

Este estudio se realizó con estudiantes universitarios con el objetivo de tener mayor validez interna en comparación con el estudio 1. Así, la muestra estuvo conformada por 100

estudiantes universitarios, de los cuales 43 fueron hombres y 57 mujeres. Sus edades fluctuaron entre 18 y 28 años, con una edad promedio de 21.64 (DE = 2.23). El total de participantes se dividió aleatoriamente en 2 grupos: grupo control 0 (n = 52) y grupo experimental 1 (n = 48). Es importante mencionar que todos los participantes fueron informados de la naturaleza del estudio mediante un consentimiento informado escrito y accedieron voluntariamente a participar del mismo.

Medición

Materiales. Este estudio 2 utilizó la misma tarea experimental (i.e., juego del dado) que el estudio 1. No obstante, para evitar sesgos del experimentador, se programó el juego del dado y las secciones subsiguientes del experimento en la plataforma abierta para experimentos sociales oTree (Chen, Schonger, & Wickens, 2016). Así, la tarea experimental consistió en lanzar un dado virtual 20 veces y realizar los pasos ya descritos en la sección “Materiales” del estudio 1. En este estudio 2, no obstante, solo existieron dos versiones del juego del dado: 1) la versión control, en donde no existía víctima alguna; y 2) la versión experimental, en donde se mostraba la fotografía real de un niño de 2 años, catalogado como víctima.

Encuesta experimental. Después de culminar la tarea experimental, los participantes respondieron a una serie de preguntas, las cuales formaron parte de una encuesta experimental. Para evaluar los sentimientos generados por la tarea experimental se utilizaron las preguntas a) “¿La situación te generó malestar emocional?”, b) “¿La situación te generó sentimientos de culpa?”, c) “¿La situación te generó desagrado personal?” y d) “¿La situación te generó motivaciones altruistas?”; todas con opción de respuesta Likert (1 = “Nada en absoluto” y 5 = “Totalmente”). Estas preguntas tuvieron el objetivo de cuantificar los sentimientos de empatía, culpa, vergüenza de sí mismo y preocupación empática, respectivamente. Por otro lado, para evaluar la actualización del autoconcepto se utilizó la misma pregunta que en el estudio 1, pero con la escala original de -5 (“Mucho peor”) a 5 (“Mucho mejor”) tal cual fue utilizada en los estudios de Mazar et al. (2008b). Finalmente, se incluyó la pregunta “¿Consideras que el COVID-19 ha impactado financieramente a tu familia?” con una opción de respuesta Likert de 11 puntos (0 = Nada en absoluto, 10 =

Totalmente) para controlar posibles influencias externas no previstas, dado los efectos sociales de la pandemia por el COVID-19.

Datos sociodemográficos. La ficha de datos sociodemográficos incluyó las variables sexo, edad y escala de pago (en la universidad). En cuanto a esta última variable, se recolectó para tener una medición objetiva de los ingresos relativos de la familia de los participantes. Sus valores fluctuaron entre 1 y 9, siendo 1 la escala de pago más baja y 9 la escala de pago más alta.

Procedimiento

El estudio se anunció como un estudio de toma de decisiones en el que los participantes podían ganar entre S/7 y S/17 dependiendo del resultado. Cada sesión duró aproximadamente 10 minutos y consistió en realizar la tarea experimental 20 veces y completar una serie de cuestionarios al final. Este estudio fue realizado en línea a través del servidor web Heroku. Los participantes fueron asignados aleatoriamente a uno de dos grupos experimentales: grupo control 0 o grupo experimental 1. El primer grupo (grupo control 0) realizó la tarea experimental del dado y reportó su elección mental después de realizado el lanzamiento. A ellos se les indicó que en todos los intentos recibirían un pago proporcional al lado de su elección (mientras mayores puntos aparecieran en el lado escogido, mayores serían las ganancias). El segundo grupo (grupo exp. 1), por su parte, realizó la misma tarea que el primero, pero se les indicó adicionalmente que las ganancias correspondientes al lado no escogido irían donadas a una víctima identificable (representada por la fotografía del niño de dos años). Después de realizada la tarea experimental, todos los participantes completaron una serie de cuestionarios en línea. Finalizado el experimento, a todos los participantes se les pagó la cantidad de dinero correspondiente vía aplicaciones móviles bancarias y se les agradeció por su participación. Cabe mencionar que el pago monetario fue de 10 céntimos por cada punto exhibido en el lado del dado escogido y que todos los participantes recibieron una tarifa fija de S/5 (cinco soles) únicamente por presentarse en la sesión experimental.

Estimación del tamaño de muestra

Se condujo un análisis de poder estadístico para estimar el tamaño de muestra mínimo requerido por cada grupo experimental. El cálculo se realizó en base a la comparación de los

resultados en deshonestidad de manera agregada (i.e., número de participantes x número de lanzamientos del dado) y los resultados en deshonestidad esperados poblacionalmente ($p = 0.5$). Los parámetros considerados fueron un nivel de significancia a dos colas ($\alpha = 0.05$); un poder estadístico ($1 - \beta = 0.80$); y un tamaño del efecto pequeño ($h = 0.10$), según los criterios de Cohen. Dados estos parámetros, el tamaño de muestra mínimo requerido por grupo experimental, para detectar diferencias estadísticamente significativas en el reporte deshonesto de uno de veinte lanzamientos en la tarea experimental, fue de 785 observaciones.

Análisis de datos

Los análisis estadísticos se realizaron en el paquete estadístico R. En primer lugar, se compararon las proporciones de lanzadas favorables reportadas por grupo experimental (distribución muestral) con las proporciones de lanzadas favorables esperadas por azar (distribución poblacional), a través de pruebas t-student para una muestra. En segundo lugar, se compararon las proporciones de lanzadas favorables de acuerdo al grupo experimental asignado a través de pruebas t-student para dos muestras. En tercer lugar, se realizaron los mismos análisis de t-student para dos muestras con las variables autoconcepto, culpa, vergüenza de sí mismo, empatía y preocupación empática. Finalmente, se crearon tres modelos de regresión para predecir el lanzamiento de cada participante en base a 1) la condición experimental asignada y el impacto financiero del COVID-19 en los participantes; 2) el malestar emocional generado (i.e., empatía) y las motivaciones altruistas experimentas durante la tarea experimental (i.e., preocupación empática); y 3) una combinación de los modelos 1 y 2.

Resultados

El grado de deshonestidad se evaluó a nivel agregado para cada condición experimental. Tanto los participantes que fueron asignados a la condición control como a la condición experimental fueron deshonestos. Esta diferencia, en relación a lo esperado poblacionalmente ($M = 0.5$, $SD = 0$), fue significativa tanto para el grupo control $t(51) = 6.18$, $p < 0.0001$; como para el grupo experimental $t(47) = 2.875$, $p = 0.006$. De acuerdo con

el coeficiente r de Pearson, el tamaño del efecto fue grande $r = 0.655$ para el grupo control; y mediano $r = 0.387$, para el grupo experimental.

Ahora bien, ambos grupos no fueron deshonestos en la misma proporción. Así, los participantes que fueron asignados al grupo control fueron deshonestos en mayor medida ($M = 0.68$, $SE = 0.06$) que los participantes que fueron asignados al grupo experimental ($M = 0.58$, $SE = 0.07$). Esta diferencia fue significativa $t(97.49) = 2.7$, $p = 0.01$ y tuvo un efecto pequeño $r = 0.26$. La figura 2 muestra el promedio de deshonestidad observada de acuerdo a la condición experimental asignada, en comparación con los resultados esperados por azar.

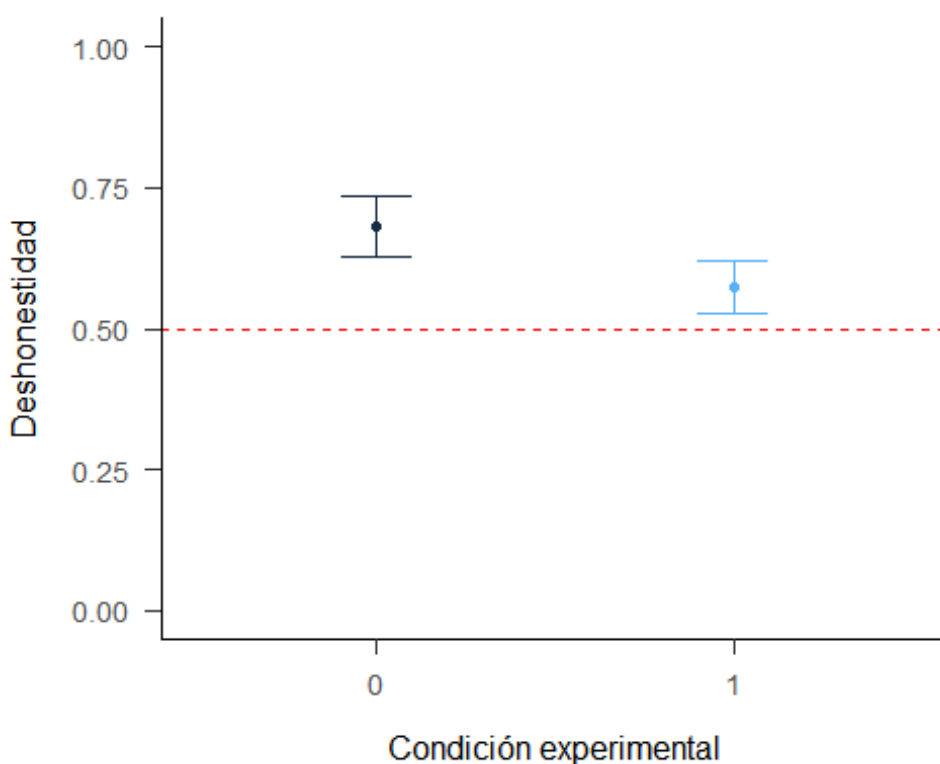


Figura 2: Deshonestidad de acuerdo a la condición experimental asignada

Por otro lado, se encontraron diferencias significativas $p < 0.05$ en los sentimientos de empatía, preocupación empática, culpa y vergüenza de sí mismo entre la condición control y la condición experimental. Así, los participantes asignados a la condición control reportaron menores sentimientos de empatía que los participantes asignados a la condición experimental $t(87.892) = -2.078$ ($M = 1.71$, $SE = 0.89$; $M = 2.15$, $SE = 1.17$); menores sentimientos de preocupación empática $t(97.772) = -2.933$ ($M = 2.48$, $SE = 1.26$; $M = 3.21$, $SE = 1.22$); menores sentimientos de culpa $t(94.371) = -2.954$ ($M = 1.87$, $SE = 1.17$; $M =$

2.60, SE = 1.32); y menores sentimientos de vergüenza de sí mismos $t(94.023) = -2.335$ ($M = 1.52$, SE = 0.92; $M = 1.98$, SE = 1.04). Cabe resaltar que no se encontraron diferencias significativas $p > 0.05$ en los puntajes de autoconcepto $t(95.949) = 0.256$ ($M = 1.48$, SE = 1.60).

Finalmente, se crearon tres modelos de regresión lineal para predecir el lanzamiento promedio de los participantes. El primer modelo tomó como variables independientes la condición experimental asignada y el impacto financiero relativo del COVID-19 en las familias de los participantes ($R^2 = 0.08$, $p = 0.017$). De estas dos variables, únicamente el ser asignado a la condición experimental 1 predijo el reporte de un menor lanzamiento promedio ($b = -0.363$, CI[-0.625, -0.1], $p = 0.008$); por su parte, el impacto financiero del COVID-19 no predijo el reporte de un mayor o menor lanzamiento promedio de los participantes ($b = 0.017$, CI[-0.033, 0.067], $p = 0.507$).

El segundo modelo tomó como variables independientes los sentimientos de empatía y de preocupación empática experimentados durante la tarea experimental ($R^2 = 0.08$, $p = 0.018$). De estas dos variables, únicamente los sentimientos de empatía predijeron el reporte de un menor lanzamiento promedio ($b = -0.139$, CI[-0.265, -0.013], $p = 0.033$); por su parte, los sentimientos de preocupación empática no predijeron el reporte de un mayor o menor lanzamiento promedio de los participantes ($b = -0.08$, CI[-0.183, 0.022], $p = 0.129$).

El último modelo combinó los otros dos modelos anteriores y tomó como variables independientes la condición experimental asignada, el impacto financiero relativo del COVID-19 en las familias de los participantes, los sentimientos de empatía y los sentimientos de preocupación empática ($R^2 = 0.127$, $p = 0.011$). De todas las variables incluidas, únicamente la condición experimental asignada ($b = -0.266$, CI[-0.54, 0.009], $p = 0.061$) y los sentimientos de empatía ($b = -0.122$, CI[-0.249, 0.004], $p = 0.061$) predijeron de manera marginalmente significativa ($p < 0.10$) el reporte de un menor lanzamiento promedio de los participantes. La tabla 1 muestra los estadísticos del último modelo construido.

Tabla 1: Predictores del lanzamiento promedio de los participantes

Predictor	<i>b</i>	95% CI	<i>t</i> (95)	<i>p</i>
Intercepto	4.29	[3.78, 4.81]	16.53	< .001

Grupo experimental	-0.27	[−0.54, 0.01]	-1.90	.061
Impacto COVID-19	0.02	[−0.03, 0.07]	0.92	.361
Preocupación empática	-0.05	[−0.16, 0.05]	-1.00	.320
Empatía	-0.12	[−0.25, 0.01]	-1.90	.061

Discusión

Los resultados de este estudio 2 replicaron los hallazgos presentes en las investigaciones de Mann et al. (2016a) y Mazar et al. (2008a): cuando los participantes son asignados a una tarea en donde pueden ser deshonestos, son deshonestos para beneficiarse a sí mismos pero no tanto como la perspectiva económica estándar predeciría. Además, este estudio 2 también encontró evidencia a favor del mecanismo de categorización propuesto en la teoría de mantenimiento del autoconcepto de Mazar et al. (2008a). Así, el objetivo de incluir la foto de una víctima como mecanismo para reducir la deshonestidad fue disminuir la maleabilidad y/o darle a los participantes menos espacio a interpretar sus acciones como moralmente correctas (Mazar et al., 2008b). En tanto los participantes asignados a la condición experimental 1 (i.e., quienes vieron la fotografía del niño) fueron menos deshonestos en comparación con quienes fueron asignados a la condición control 0 (i.e., quienes no vieron ninguna fotografía), es probable que ver la fotografía del niño haya disminuido la maleabilidad con la cual los participantes eran capaces de reinterpretar sus acciones de manera beneficiosa para sí mismos y, con ello, se haya disminuido también su deshonestidad.

Adicionalmente, también se encontró evidencia a favor de que las personas mienten únicamente hasta el punto en donde no tienen que actualizar su autoconcepto (Mazar et al., 2008a); puesto que no se encontraron diferencias significativas entre la condición control y la condición experimental en los puntajes de esta variable. Ahora bien, aunque sea posible realizar acciones moralmente incorrectas sin la necesidad de actualizar el autoconcepto de manera negativa, es probable que sí experimenten recompensas negativas (i.e., culpa) por la comisión de dichos actos; y que dichos sentimientos disuadan la deshonestidad (Gino et al., 2013; Mann et al., 2016b). En esta línea de investigación, el presente estudio sí encontró

diferencias significativas en los sentimientos de culpa y vergüenza de sí mismo entre ambas condiciones: cuando la posibilidad de categorizar una acción moralmente incorrecta como justificable fue menor (i.e., ser deshonesto siendo consciente de que se estaba perjudicando a una víctima única), las recompensas negativas experimentadas fueron mayores. No obstante, no se encontró que dichos sentimientos predijeran un menor o mayor lanzamiento promedio en la tarea del dado. Teniendo en cuenta estos resultados, sería interesante explorar otras funciones adaptativas de la culpa y vergüenza de sí mismo tales como las acciones reparadoras (Tangney et al., 2007). Así, se podría investigar si los sentimientos de culpa efectivamente pueden tener acciones reparadoras cuando se incurre en deshonestidad (e.g., devolver el dinero que le corresponde a la víctima en caso se le ofrezca la posibilidad o, incluso, donar las propias ganancias personales en un acto pro-social) y si, en cambio, los sentimientos de vergüenza de sí mismo no.

Finalmente, se encontraron diferencias significativas en los sentimientos de empatía y preocupación empática entre la condición control y la condición experimental; siendo esta última condición la cual reportó mayores puntajes en ambos sentimientos. Ello era de esperarse en tanto los participantes asignados a la condición experimental presenciaron de manera explícita a una víctima única identificable, estímulo se sabe es responsable de este tipo de sentimientos (Bloom, 2016; Kogut & Ritov, 2005; Slovic, 2007; Small et al., 2007). No obstante, los hallazgos que sí no se esperaron de acuerdo a la postura teórica que se adoptó (Batson et al., 2007; Goetz et al., 2010; Jordan et al., 2016) fue que los sentimientos de empatía, y no de preocupación empática, predijeran el reporte de un lanzamiento promedio más bajo (i.e., menores ganancias financieras para beneficio personal). Ahora bien, hay que tener en cuenta que sí se ha identificado que los sentimientos de empatía (entendidos como la angustia o tristeza personal experimentada, producto de presenciar el sufrimiento de otra persona) predicen mayores conductas prosociales (Cohen et al., 2011; Kogut & Ritov, 2005). En ese sentido, los hallazgos de este estudio están alineados con investigaciones previas. No obstante, difieren de los hallazgos de Jordan et al. (2016) en donde se encontró que cuando la empatía y la preocupación empática fueron consideradas en un modelo de regresión múltiple, solo la preocupación empática predijo mayores conductas prosociales; en este estudio ocurrió lo opuesto: solo la empatía, entendida como malestar emocional, predijo el reporte de lanzamientos más bajos en la tarea del dado.

DISCUSIÓN GENERAL

En líneas generales, esta investigación tuvo como objetivo principal evaluar qué estímulos ambientales son capaces de disminuir la deshonestidad; así como explorar qué mecanismos psicológicos pueden estar involucrados. En relación a los estímulos ambientales capaces de disminuir la deshonestidad, los estudios realizados como parte de esta investigación muestran resultados que difieren entre sí. En primer lugar, en el estudio 2, los participantes asignados a la condición control mintieron para beneficiarse a sí mismos; a diferencia del estudio 1, en donde no se encontró evidencia de que los participantes fueran deshonestos. Los resultados del estudio 2 concuerdan con lo hallado en diversas investigaciones realizadas en el ámbito de la deshonestidad: las personas mienten un poco, de tal manera que puedan obtener los beneficios materiales que ello trae sin necesidad de actualizar su autoconcepto de manera negativa (Cohn et al., 2019; Gino & Pierce, 2009; Mazar et al., 2008a). Es muy probable que en el estudio 1 no se haya encontrado resultados similares debido a la falta de poder estadístico y a posibles efectos del experimentador. Así pues, en nuestra visión, los resultados del estudio 2 tienen mayor validez interna que los resultados del estudio 1 en tanto los procedimientos que se utilizaron fueron más estandarizados.

Otro punto importante a destacar es que el público objetivo del estudio 2 fueron estudiantes universitarios; a diferencia del estudio 1, en donde los participantes fueron parte del público general encontrado en un centro comercial. Tal como las investigaciones de Mann et al. (2016a) han demostrado, parece ser que los estudiantes universitarios suelen ser más deshonestos que el público en general. Esto quizás podría deberse a un mayor grado de creatividad en las personas que siguen estudios superiores formales. Esta hipótesis se sustenta en investigaciones como las de Gino & Ariely (2012) y Gino & Wiltermuth (2014), donde se ha encontrado evidencia de que las personas más creativas tienden a elaborar mejores justificaciones morales acerca de sus motivos para ser deshonestos y, con ello, previenen la actualización negativa de su autoconcepto. Esta hipótesis de que los estudiantes universitarios pueden ser más creativos que el público en general y, en consecuencia, más deshonestos podría estudiarse a mayor profundidad en futuras investigaciones.

En segundo lugar, esta investigación encuentra resultados que difieren entre los dos estudios debido a que, en el estudio 1, los participantes mintieron para beneficiar a la víctima; sin embargo, en el estudio 2, los participantes mintieron para beneficiarse a sí mismos. Con relación a este hallazgo, es difícil extraer conclusión alguna; pero se proponen dos consideraciones a tener en cuenta, así como futuras líneas de investigación. La primera consideración, y más importante en nuestra visión, es el momento de ejecución del trabajo de campo de ambos estudios. Así, uno se realizó en un momento pre-pandemia COVID-19; y otro en un momento crítico de dicha pandemia. Si bien los modelos de regresión contruidos no encontraron una relación significativa entre el impacto financiero de la pandemia en los participantes y sus lanzamientos reportados en el juego del dado, no se midió el impacto psicológico (Brooks et al., 2020) de las múltiples consecuencias posiblemente generadas por el COVID-19 en el Perú (e.g., desconfianza hacia las autoridades, irritabilidad, estrés psicológico, entre otros). Así pues, resulta muy importante investigar la existencia de estas posibles consecuencias negativas y cómo ello puede impactar en el comportamiento “normal” (i.e., pre-pandemia) de los y las peruanas.

La segunda consideración está relacionada con el modo en que se realizó el trabajo de campo en ambos estudios: en el primero, un investigador (i.e., estudiante universitario) explicaba el estudio a los participantes y los acompañaba durante toda la sesión experimental; en el segundo, los participantes únicamente interactuaban con las indicaciones que su computadora les mostraba (i.e., indicaciones de un laboratorio de una universidad privada de Lima). En relación con ello, puede ser que la percepción de los participantes con respecto a quiénes estaban a cargo del experimento (i.e., estudiante universitario vs. laboratorio de una universidad privada de Lima) haya influido en la confianza inspirada hacia los emisores en ambos escenarios. En consecuencia, para futuras investigaciones se recomienda controlar por la confianza que distintos emisores pueden inspirar (Dolan et al., 2012) cuando se trata de evaluar la deshonestidad y hay ganancias monetarias de por medio. Dicho esto, los hallazgos de ambos estudios son dignos de resaltarse: incluir la imagen de una víctima única en una tarea de deshonestidad puede disminuirla o, incluso, incrementarla para beneficio de la víctima y en perjuicio personal. Futuras investigaciones buscarán replicar estos hallazgos una vez las posibles consecuencias negativas generadas por la pandemia COVID-19 se hayan neutralizado.

Antes de concluir, debe retomarse la discusión en relación a los mecanismos psicológicos que pueden haber estado presentes durante la tarea experimental de deshonestidad. En primer lugar, puede afirmarse con un alto nivel de confianza que la imagen del niño de 2 años en la condición experimental, tanto en el estudio 1 como en el estudio 2, generó mayores comportamientos prosociales en comparación con todos aquellos participantes que formaron parte de otra condición y no vieron dicha imagen. Así, es muy probable que la imagen haya logrado su cometido: llevar al límite la maleabilidad con la cual las personas pueden reinterpretar comportamientos moralmente incorrectos de manera beneficiosa para sí mismos (Mazar et al., 2008a). En segundo lugar, si bien la comisión de actos deshonestos en pequeña medida no generó una actualización negativa del autoconcepto, sí generó recompensas negativas a través de los sentimientos de culpa (Mann et al., 2016b) y vergüenza de sí mismo. En relación con ello, se recomienda investigar a mayor profundidad cuáles serían las funciones adaptativas de estos sentimientos en relación a los comportamientos deshonestos. Asimismo, se podría investigar qué sucede con la deshonestidad si este tipo de sentimientos es inducido antes de realizar una tarea similar.

Finalmente, es importante discutir a mayor detalle la diferencia entre empatía, preocupación empática y su relación con la deshonestidad. Particularmente, los hallazgos del estudio 2 conllevan a reconsiderar la empatía como un constructo que va más allá de la sola experiencia vicaria de los sentimientos de otra persona (Goetz et al., 2010; Jordan et al., 2016). De acuerdo con Zaki (2014), la empatía involucra una serie de procesos motivacionales en donde el curso de acción que los individuos tomen (i.e., acercarse o alejarse) estará íntimamente relacionado con su regulación emocional, ya sea esta intrínseca (i.e., regular el propio afecto) o extrínseca (i.e., cambiar la trayectoria emocional de otra persona). Ello quiere decir que la empatía no debe estudiarse de manera aislada y pensarse como universalmente “buena” (e.g., fomenta mayores donaciones) o “mala” (e.g., conlleva al agotamiento emocional), sino que debe estudiarse de acuerdo a cada contexto y los cursos de acción que motiva (Zaki, 2016, 2020). En este experimento, los modelos de regresión indicaron que quienes experimentaron mayor malestar emocional fueron más propensos a reportar lanzadas más bajas que quienes no experimentaron tanto dicho malestar. Así, es probable que la imagen del niño haya generado las motivaciones adecuadas (i.e., acercarse) y, con ello, los comportamientos deseados.

En conclusión, esta investigación demuestra el potencial efecto de incluir víctimas únicas como disuasoras de conductas deshonestas para beneficio propio. Los mecanismos psicológicos detrás de una intervención de este tipo todavía merecen estudiarse a mayor profundidad. No obstante, parece ser que operan recompensas negativas a través de sentimientos como la culpa y la vergüenza de sí mismo; así como sentimientos de empatía y preocupación empática, los cuales conllevan a la realización de conductas prosociales. Futuras investigaciones buscarán replicar estos hallazgos y esclarecer con mediciones más precisas los mecanismos específicos que minaron la deshonestidad para beneficio personal.

Referencias

- Alabernia-Segura, M., Feixas-Viaplana, G., & Gallardo-Pujol, D. (2018). *Guilt and shame proneness scale (GASP) adaptation and psychometric properties in spanish population*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/dtm6k>
- Aquino, K., & Reed, A. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.83.6.1423>
- Ariely, D., Garcia-Rada, X., Gödker, K., & Hornuf, L. (2019). The impact of two different economic systems on dishonesty. *European Journal of Political Economy*. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2019.02.010>
- Aronson, E. (1969). A Theory of Cognitive Dissonance: A Current Perspective. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, pp. 1–34). Nueva York: Academic Press.
- Batson, D., Hakansson, J., Chermok, V., Hoyt, J., & Ortiz, B. (2007). An additional antecedent of empathic concern: Valuing the welfare of the person in need. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(1), 65–74. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.1.65>
- Becker, G. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169–217.
- Bloom, P. (2016). Empathy and its discontents. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(1). <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.11.004>
- Brooks, S., Webster, R., Smith, L., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: Rapid review of the evidence. *Lancet*, 395, 912–920. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30460-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30460-8)

- Bryan, C., Adams, G., & Monin, B. (2013). Cheating would make you a cheater: Implicating the self prevents unethical behavior. *Journal of Experimental Psychology*, 142(4), 1001–1005. <https://doi.org/10.1037/a0030655>
- Campbell, E. (1964). The internalization of moral norms. *Sociometry*, 27(4), 391–412.
- Chen, D., Schonger, M., & Wickens, C. (2016). oTree—An open-source platform for laboratory, online, and field experiments. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 9, 88–97. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2015.12.001>
- Cohen, T., Panter, A., & Turan, N. (2013). Predicting counterproductive work behavior from guilt proneness. *J. Bus. Ethics*, 114, 45–53. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1326-2>
- Cohen, T., Wolf, S., Panter, A., & Insko, C. (2011). Introducing the GASP scale: A new measure of guilt and shame proneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(5), 947–966. <https://doi.org/10.1037/a0022641>
- Cohn, A., Maréchal, M., Tannenbaum, D., & Zünd, C. (2019). Civic honesty around the globe. *Science*. <https://doi.org/10.1126/science.aau8712>
- Davis, M. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10.
- Defensoría del Pueblo. (2017). *Radiografía de la Corrupción en el Perú* [Reporte de corrupción N°1]. Recuperado de <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2018/08/Reporte-de-corrupcion-DP-2017-01.pdf>
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., Metcalfe, R., & Vlaev, I. (2012). Influencing behaviour: The mindspace way. *Journal of Economic Psychology*, 33, 264–277. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.10.009>
- Gino, F., & Ariely, D. (2012). The dark side of creativity: Original thinkers can be more dishonest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(3), 445–459. <https://doi.org/10.1037/a0026406>

- Gino, F., Ayal, S., & Ariely, D. (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior. The effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science*, 20(3).
- Gino, F., Ayal, S., & Ariely, D. (2013). Self-serving altruism? The lure of unethical actions that benefit others. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 93. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2013.04.005>.
- Gino, F., & Galinsky, A. (2012). Vicarious dishonesty: When psychological closeness creates distance from one's moral compass. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 119, 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2012.03.011>
- Gino, F., & Pierce, L. (2009). Dishonesty in the name of equity. *Psychological Science*, 20(9), 1153–1160.
- Gino, F., & Wiltermuth, S. (2014). Evil genius? How dishonesty can lead to greater creativity. *Psychological Science*, 1–9. <https://doi.org/10.1177/0956797614520714>
- Gneezy, U. (2005). Deception: The role of consequences. *The American Economic Review*, 95(1).
- Goetz, J., Keltner, D., & Simon-Thomas, E. (2010). Compassion: An evolutionary analysis and empirical review. *Psychological Bulletin*, 136(3), 351–374. <https://doi.org/10.1037/a0018807>
- Haidt, J. (2003). *The moral emotions* (R. Davidson, K. Scherer, & H. Goldsmith, Eds.). Oxford: Oxford University Press.
- Instituto de Opinión Pública. (2017). *La cultura de la transgresión en el Perú de hoy* (Boletín No. 146). Recuperado de http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/71395/IOP_0717_01_R3.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Encuesta nacional de hogares sobre condiciones de vida y pobreza 2017*. Recuperado de https://webinei.inei.gob.pe/anda_inei/index.php/catalog/543

- Jiang, T. (2013). Cheating in mind games: The subtlety of rules matters. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 93, 328–336. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2013.04.003>
- Jordan, M., Amir, D., & Bloom, P. (2016). Are empathy and concern psychologically distinct? *Emotion*, 1–10. <https://doi.org/10.1037/emo0000228>
- Klimecki, O., Leiberg, S., Ricard, M., & Singer, T. (2013). Differential pattern of functional brain plasticity after compassion and empathy training. *Social, Cognitive and Affective Neuroscience*, 9, 873–879. <https://doi.org/10.1093/scan/nst060>
- Kogut, T., & Ritov, I. (2005). The identified victim effect: An identified group, or just a single individual. *Journal of Behavioral Decision Making*, 18, 157–167. <https://doi.org/10.1002/bdm.492>
- Kurzban, R., Burton-Chellew, M., & West, S. (2015). The evolution of altruism in humans. *Annual Review of Psychology*. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010814-015355>
- Lewis, H. (1971). *Shame and Guilt in Neurosis*. Nueva York: Int. Univ. Press.
- Lewis, M. (2016). Self-Conscious Emotions: Embarrassment, Pride, Shame, Guilt and, Hubris. In L. Feldman Barrett, M. Lewis, & J. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of emotions* (4th ed). Nueva York: The Guilford Press.
- Mann, H., Garcia-Rada, X., Hornuf, L., & Tafurt, J. (2016a). What deters crime? Comparing the effectiveness of legal, social and internal sanctions across countries. *Frontiers in Psychology*, 7(85). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00085>
- Mann, H., Garcia-Rada, X., Hornuf, L., Tafurt, J., & Ariely, D. (2016b). Cut from the same cloth: Similarly dishonest individuals across countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/0022022116648211>
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008a). More ways to cheat: Expanding the scope of dishonesty. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 650–653.

- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008b). The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 633–644.
- Mazar, N., & Ariely, D. (2006). Dishonesty in everyday life and its policy implications. *American Marketing Association*, 25(1), 117–126.
- Niedenthal, P., & Ric, F. (2017). *Psychology of Emotion* (2nd ed.). Nueva York: Routledge.
- Pérez-Albéniz, A., de Paúl, J., Montes, M., & Torres, E. (2003). Adaptación de Interpersonal Reactivity Index (IRI) al español. *Psicothema*, 15(2), 267–272.
- Prentice, M., Jayawickreme, E., Hawkins, A., Hartley, A., Furr, M., & Flesson, W. (2019). Morality as a Basic Psychological Need. *Social Psychological and Personality Science*, 10(4), 449–460. <https://doi.org/10.1177/1948550618772011>
- Proética. (2019). *XI Encuesta Nacional sobre percepciones de la corrupción en el Perú*. Recuperado de <https://www.proetica.org.pe/contenido/xi-encuesta-nacional-sobre-percepciones-de-la-corrupcion-en-el-peru-2019/>
- Shu, L., Gino, F., & Bazerman, M. (2011). Dishonest deed, clear conscience: When cheating leads to moral disengagement and motivated forgetting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3), 330–349. <https://doi.org/10.1177/0146167211398138>
- Shu, L., Mazar, N., Gino, F., Ariely, D., & Bazerman, M. (2012). Signing at the beginning makes ethics salient and decreases dishonest selfreports in comparison to signing at the end. *PNAS*, 109(38). <https://doi.org/10.1073/pnas.1209746109>
- Slovic, P. (2007). "If I look at the mass I will never act": Psychic numbing and genocide. *Judgment and Decision Making*, 2(2), 79–95.
- Small, D., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102, 143–153. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.01.005>
- Tangney, J., & Dearing, R. (2002). *Shame and guilt*. Nueva York: Guilford Press.

- Tangney, J., Stuewig, J., & Mashek, D. (2007). Moral emotions and moral behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 345–372.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070145>
- Wenzel, M. (2004). The social side of sanctions: Personal and social norms as moderators of deterrence. *Law and Human Behavior*, 28(5), 547–567.
- Zaki, J. (2014). Empathy: A motivated account. *Psychological Bulletin*, 140(6), 1608–1647.
<https://doi.org/10.1037/a0037679>
- Zaki, J. (2016). Moving beyond stereotypes of empathy. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(2).
<https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.12.004>
- Zaki, J. (2020). Integrating empathy and interpersonal emotion regulation. *Annual Review of Psychology*, 71(18), 18.1–18.24.