

**Conducta de voto en estudiantes de Educación Media, bajo la influencia del efecto señuelo**

**Hugo Hernán Arias López**

**Carlos Mario Cardona Sepúlveda**

**Eduardo Anthony Lara Sánchez**



**Universidad de Antioquia**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**

**Departamento de Psicología**

**El Carmen de Viboral**

**2018**

**Conducta de voto en estudiantes de Educación Media, bajo la influencia del efecto señuelo**

**Hugo Hernán Arias López**

**Carlos Mario Cardona Sepúlveda**

**Eduardo Anthony Lara Sánchez**

**Trabajo de grado para optar al título de Psicólogos**

**Asesor académico**

**Mg. Johny Andrey Villada Zapata**

**Magister**



**Universidad de Antioquia**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**

**Departamento de Psicología**

**El Carmen de Viboral**

**2018**

## **Agradecimientos**

A lo largo del presente trabajo investigativo, fueron varios los obstáculos que se nos presentaron: la ejecución de pilotajes con resultados fallidos, la dificultad para que los estudiantes trajeran los consentimientos informados, la búsqueda de literatura acorde al tema de investigación, etc. No obstante, también fueron muchas las personas que estuvieron ahí a para brindarnos sus conocimientos, sus experiencias y el apoyo emocional necesario para llevar a buen término nuestra investigación. Por lo cual, y con la convicción de un trabajo bien hecho, queremos agradecerles por su valiosa presencia a lo largo de este año y medio de intensa y comprometida labor.

Nuestros más sinceros agradecimientos a los 98 estudiantes participantes del experimento, a los casi 200 que participaron en el proceso de pilotaje, y a la Institución Educativa Pio XI, por permitirnos desarrollar el trabajo de campo y ser el pilar fundamental de nuestra investigación; su calidez humana, disponibilidad, empeño y buena actitud a lo largo de estos semestres, nos hace sentir orgullosos de su presencia y aporte a la educación de nuestro municipio.

Para nuestro docente asesor, Johny Villada, nuestro cuarto miembro del equipo, gracias por su disposición, profesionalismo y empeño a lo largo de estos semestres de aciertos y desaciertos en el proceso investigativo. Su acompañamiento fue indispensable para pensarnos y actuar desde una posición crítica del quehacer profesional.

Finalmente, y no menos importante, queremos dar gracias a cada una de las familias y amigos, por el sacrificio y esfuerzo con el que nos ayudaron a llegar finalmente al culmen de nuestra carrera profesional, gracias por el apoyo económico y fraternal brindado, por creer en nosotros a pesar de los errores, ¡infinitas gracias por su comprensión!

## Contenido

	<b>Pág.</b>
Agradecimientos	3
Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
1. Planteamiento del Problema	12
2. Justificación	16
3. Objetivos	21
3.1. Objetivo General.	21
3.2. Objetivos Específicos.	21
4. Marco Teórico	22
4.1. Teorías del comportamiento electoral	22
4.1.1. El modelo teórico de la Escuela de Columbia	24
4.1.2. El modelo teórico de la Escuela de Michigan	26
4.1.3. El Modelo de la elección racional	27
4.2. Efecto señuelo	32
5. Diseño Metodológico	40
5.1. Tipo de estudio	40
5.2. Nivel de la investigación	40
5.3. Población y muestra	41
5.4. Diseño específico	43
5.5. Instrumentos	45
5.5.1. Cuestionario de criterios a la hora de elegir un personero estudiantil	45
5.5.2. Tarjetón de propuestas	46
5.5.3. Tarjetón electoral	46
5.5.4. Protocolo (Véase anexo 1)	46
5.6. Procedimiento	47
5.6.1. Fase de Pilotaje	47

5.6.2.	Primer pilotaje	52
5.6.3.	Segundo pilotaje	57
5.6.4.	Tercer pilotaje	61
5.6.5.	Fase de aplicación real	64
5.7.	Consideraciones éticas	70
5.8.	Plan de análisis	74
6.	Resultados	75
6.1.	Resultados descriptivos	75
6.1.1.	Situación 1	76
6.1.2.	Situación 2	76
6.1.3.	Situación 3	77
6.1.4.	Situaciones control	78
6.2.	Análisis descriptivo atendiendo a las variables de género, edad y grado escolar.	79
7.	Discusión	81
7.1.	Análisis de las situaciones 1, 2 y 3.	81
7.2.	Aporte al campo de conocimiento político y psicológico.	86
8.	Conclusiones	89
9.	Recomendaciones	91
10.	Referencias	92
	Anexos	97

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1.</b> Composición de los paquetes	44
<b>Tabla 2.</b> Composición de los tarjetones.	45
<b>Tabla 3.</b> Principales problemáticas de la institución educativa.	49
<b>Tabla 4.</b> Propuestas de candidatos a personero estudiantil en años anteriores	50
<b>Tabla 5.</b> Propuestas a los estudiantes les gustaría que hiciera un candidato a personero	51
<b>Tabla 6.</b> Propuestas que a los estudiantes no les gustaría que hiciese un candidato a personero.	51
<b>Tabla 7.</b> Grupos y dirección del señuelo	54
<b>Tabla 8.</b> Resultados grupo caso 1 (Señuelo hacia B)	56
<b>Tabla 9.</b> Resultados grupo caso 2 (Señuelo hacia A)	56
<b>Tabla 10.</b> Resultados grupo control (Ausencia de señuelo)	57
<b>Tabla 11.</b> Resultados grupo caso 1 (Señuelo hacia B)	59
<b>Tabla 12.</b> Resultados grupo caso 2 (Señuelo hacia C)	60
<b>Tabla 13.</b> Resultados grupo control (Ausencia de señuelo)	61
<b>Tabla 14.</b> Resultado primera tanda	63
<b>Tabla 15.</b> Resultados segunda tanda	63
<b>Tabla 16.</b> Resultados tercera tanda	64
<b>Tabla 17.</b> Distribución de espacial de los estudiantes y los paquetes (ejemplo).	69
<b>Tabla 18.</b> Distribución de la muestra según el grupo.	75
<b>Tabla 19.</b> Tabla de frecuencias situación 1.	76
<b>Tabla 20.</b> Tabla de frecuencias situación 2.	77
<b>Tabla 21.</b> Tabla de frecuencias situación 3.	78
<b>Tabla 22.</b> Tabla de frecuencias según los controles de las tres situaciones.	78
<b>Tabla 23.</b> Análisis de frecuencias y Chi-cuadrada - variable género.	79
<b>Tabla 24.</b> Análisis de frecuencias y Chi-cuadrada - variable edad.	80
<b>Tabla 25.</b> Análisis de frecuencias y Chi-cuadrada - variable grado escolar.	80

## Lista de Anexos

	<b>Pág.</b>
Anexo 1. Protocolo	97
Anexo 2. Carta de permiso a la Institución Educativa Pio XI	99
Anexo 3. Consentimiento informado	100
Anexo 4. Consentimiento informado grupal	101

## Resumen

El efecto señuelo o efecto de atracción es un fenómeno en el comportamiento de elección que ha llamado la atención de los investigadores en los últimos 30 años. Dicho efecto se hace presente cuando en un conjunto inicial de dos opciones, se añade una tercera, la cual es asimétricamente dominada por una de las dos opciones iniciales. En consecuencia, su presencia aumenta las posibilidades de elección de una de las opciones iniciales (objetivo) y no de la otra (competidor). La presente investigación empleó un tipo de estudio cuantitativo, empírico-analítico, de nivel comparativo y con un diseño cuasi-experimental; donde se buscó analizar las consecuencias de la aplicación del efecto señuelo en la conducta de voto de una muestra de 89 estudiantes de educación media (44 mujeres y 45 hombres), a través de la presentación de tres situaciones hipotéticas para la elección de personero estudiantil. Los resultados muestran una relación estadísticamente significativa entre la elección de un determinado candidato y la orientación del señuelo únicamente en la situación 3. La discusión de los hallazgos se hace desde las propiedades generales que inhiben el efecto de atracción y desde algunos de los criterios de validez externa reportados en investigaciones previas. Además, se hace un análisis de la influencia del contexto y las preferencias de los participantes en los resultados de cada una de las situaciones.

**Palabras clave:** Efecto señuelo, Efecto de atracción, Dominancia asimétrica, Conducta de voto, Estudiantes de educación media.



## Abstract

The decoy effect or attraction effect is a phenomenon in the behavior of choice that has caught the attention of researchers in the last 30 years. This effect is present when, in an initial set of two options, a third one is added, which is asymmetrically dominated by one of the two initial options. Consequently, their presence increases the possibilities of choosing one of the initial options (target) and not the other (competitor). The present investigation used a type of quantitative, empirical-analytical, comparative level study with a quasi-experimental design; where we sought to analyze the consequences of the application of the decoy effect on the voting behavior of a sample of 89 middle school students (44 women and 45 men), through the presentation of three hypothetical situations for the election of student representative. The results show a statistically significant relationship between the choice of a certain candidate and the orientation of the decoy only in situation 3. The discussion of the findings is made from the general properties that inhibit the attraction effect and from some of the external validity criteria reported in previous investigations. In addition, an analysis is made of the influence of the context and the preferences of the participants in the results of each of the situations.

**Keywords:** Decoy effect, Attraction effect, Asymmetric dominance, Voting behavior, Middle school students.

## Introducción

El comportamiento del votante ha sido ampliamente estudiado desde diferentes modelos explicativos, entre los que se destacan las propuestas teóricas de la Escuela de Columbia, la Escuela de Michigan y el Modelo de elección racional. En los dos primeros prevalece una visión del ciudadano sin libertad para tomar decisiones políticas, identificado por su falta de conocimiento e información, y afectado por una serie de características sociodemográficas y políticas que determinan, en última instancia, su comportamiento electoral: religión, raza, ocupación, identificación partidaria, etc. (García, González, Aguilar y Hierro, 1999). Aspectos que, en su mayoría, son externos a la motivación del decisor.

Por otro lado, el Modelo de elección racional, propuesto por Anthony Downs (1957) tiene una pretensión más psicológica, al estudiar el comportamiento electoral desde el punto de vista del votante. Dicho autor postula, que las diferentes elecciones políticas, no devienen de nuestra participación en una clase o grupo social, sino de las percepciones de los individuos con respecto a las acciones e inacciones del gobierno de turno y de los posibles beneficios que piensan obtener de los partidos y candidatos contrincantes (Kuschick, 2004). No obstante, una de las principales críticas realizadas a este modelo, radica en su pretensión de entender la conducta y la participación electoral a partir de un balance decisonal de beneficios y pérdidas, realizado de manera racional por cada elector (Roche, 2008). Como bien se sabe desde los estudios de Simon (1957) en los procesos mentales existen limitantes; las personas eligen y razonan racionalmente, únicamente dentro de las restricciones impuestas por su búsqueda limitada y sus capacidades de cálculo. Postulados que posteriormente, autores como Kahneman y Tversky, demostrarían al encontrar que los individuos no emplean en sus estimaciones probabilísticas ningún sistema normativo, sino que,

en su lugar, hace uso de un número limitado de heurísticos que simplifican la complejidad de las tareas y favorecen una solución rápida de las mismas (Fariña, Arce y Novo, 2002).

En este sentido, la presente investigación se enfoca en el efecto señuelo o de atracción, postulado inicialmente por Huber *et al.* (1982), y que cumple una función heurística al reducir la carga cognitiva en la elección de una determinada opción. De manera particular, se analizan las consecuencias de su aplicación en la conducta de voto de los estudiantes de educación media, en una situación de elección de personero estudiantil. Se toma dicha población, atendiendo a: i) la escasa literatura científica que aborda el comportamiento electoral desde el análisis de los sesgos y heurísticos, ii) la reducida participación de los jóvenes en las contiendas electorales y, iii) la evidencia empírica, la cual postula que las personas son más propensas a votar cuando son familiarizadas con dicho mecanismo de participación ciudadana.

En las siguientes páginas, se hace una descripción más detallada de los modelos de comportamiento electoral, los orígenes del efecto señuelo y algunos de los estudios donde se ha probado. Posteriormente, se realiza una descripción de los diferentes pilotajes que permitieron la construcción de las tres situaciones hipotéticas, los resultados de la tarea experimental y la discusión de la misma. Es importante resaltar, que cada una de las propuestas fue construida por los investigadores, atendiendo a los hallazgos de los pilotajes y a las características del efecto señuelo en una contienda electoral; para lo cual se postularon tres candidatos: A) objetivo (a quien se busca dirigir el interés del votante), B) señuelo (con desventajas en alguna propuesta) y C) candidato competidor (con propuestas igualmente llamativas). Es de anotar que en algunas de las variaciones se invirtieron los roles de los candidatos A y C, sin alterar el orden del candidato B.

## 1. Planteamiento del Problema

La toma de decisiones en el campo de la política es un proceso complejo que involucra muchas veces diversas fuentes de información, que pueden estar sesgadas, ser contradictorias e incluso ser de una naturaleza falaz. Este panorama se observa con mayor fuerza en el campo de las elecciones que periódicamente se realizan bajo el modelo democrático imperante (elecciones por medio del voto). Dichos procesos demandan un esfuerzo cognitivo considerable, al movilizar recursos personales en la búsqueda de información, elaboración de argumentos y la consideración de alternativas en un amplio espectro de posibilidades ideológicas y discursivas (De Vries, 2010, citado en Garrido, Embry, Muñoz y González, 2014).

Tradicionalmente la conducta de voto ha sido abordada desde agentes externos al proceso de razonamiento, tales como el origen social de los votantes, la afiliación o postura política y la estructura de las redes sociales, en el intento de comprender la forma en que las personas eligen a sus representantes en cada ocasión; pero, en la mayoría de ocasiones se deja de lado el análisis a nivel psicológico sobre cómo los votantes asumen una decisión, pues se estudian las razones para justificar un voto ya decidido, pero no las causas de la elección, ni la tarea como tal (Garrido *et al.*, 2014).

Por lo anterior, al intentar analizar los mecanismos a través de los cuales las personas toman sus decisiones electorales, se debe comprender la forma en la que los procesos mentales más generales funcionan en este contexto. Sin embargo, los estudios sobre los procesos cognitivos que inciden en el voto han estado tradicionalmente condicionados solo al modo en que las personas piensan, lo que se traduce en una serie de supuestos que guían, pero también limitan, la manera

mediante la cual las ciencias sociales se acercan al proceso de decisión electoral (Eskibel, 2010; Pérez, 2006; citado en Garrido *et al.*, 2014).

Es así como desde la Economía tradicional se utilizan postulados, tales como el Modelo de elección racional, que sitúa al votante como un personaje que decide mediante un proceso de razonamiento riguroso sus opciones políticas, que evalúa de forma detallada cada alternativa, tomando como referente la relación costo-beneficio, y donde su elección se decanta por aquel candidato que maximice las ganancias. No obstante, una de las principales implicaciones de dicha teoría radica en que, para que esto se cumpla, es necesario considerar al sujeto como un votante insesgado, motivado en la búsqueda de información política y con pleno acceso a ella, lo que sin dudas suena poco plausible, más cuando se tiene en cuenta que la capacidad cognitiva es limitada (Garrido *et al.*, 2014) y que el razonamiento humano es, en gran medida, un proceso irracional (Simon, 1957).

En la actualidad, mucha de la producción investigativa, asume que existen ciertas limitaciones en la racionalidad al momento de tomar decisiones, algo que fue expuesto en un primer momento por Simon (1957) quien reconoce en el proceso mental humano limitaciones inherentes; las personas eligen y razonan racionalmente, pero solamente dentro de las restricciones impuestas por su búsqueda limitada y sus capacidades de cálculo. Planteamientos, que posteriormente Kahneman y Tversky demostraron, al encontrar que las personas no emplean en sus estimaciones probabilísticas ningún sistema normativo, sino que, en su lugar, se apoyan en un número limitado de heurísticos que simplifican la complejidad de las tareas y permiten una solución rápida de las mismas (Fariña *et al.*, 2002). Ahora bien, en el campo de las decisiones electorales los estudios que parten desde estos referentes son escasos; por ejemplo, en Colombia solo se reporta hasta la

fecha un estudio realizado por Hoskin, Masías y Galvis (2005), el cual aborda el tema de los heurísticos en el contexto electoral, pero sin ser su interés principal.

Es así como como el presente trabajo investigativo parte desde los postulados de la línea de trabajo que sostiene las limitaciones en la racionalidad humana, para enfocarse de manera específica en el efecto señuelo (que funciona como un atajo cognitivo o heurístico), propuesto por Huber *et al.* (1892), y que ha sido ampliamente estudiado por Dan Ariely (2008). Este último autor, señala que dicho efecto es usado como una herramienta cognitiva en la que se busca guiar la decisión de las personas hacia una de las opciones que se les presenta, para esto se vale de la comparación, donde se crea una opción que es evidentemente inferior en relación a otra, lo cual hace mostrar una de las opciones como la más ventajosa, así la otra sea del mismo valor. Aquí es importante destacar que el efecto señuelo ha sido comúnmente investigado desde las decisiones económicas y el marketing, pero son escasos los estudios publicados donde se trabaje sus consecuencias en el campo de las decisiones de tipo electoral, y mucho menos tomando como referente población estudiantil.

Estudiar la influencia del efecto señuelo en población joven, que tiene como característica sociodemográfica la instrucción y formación académica, permite analizar de manera crítica, propuestas teóricas como la de Sabucedo (1996, citado en Arias-Cardona y Alvarado, 2015) quien afirma que el nivel educativo es una de las variables sociodemográficas más relevantes con respecto a la participación electoral, debido a que la educación posibilita a los individuos la oportunidad de adquirir los recursos y las habilidades cognitivas necesarias para el análisis de la información suministrada, la generación de inquietudes y preocupaciones éticas, y la adquisición de la responsabilidad cívica por el mundo social y político en el que se vive.

De esta manera surgió el interés de estudiar las consecuencias del efecto señuelo en un grupo poblacional que ha recibido instrucción académica durante varios años; y donde se toma como referente los educandos con edades comprendidas entre los 15 y los 17 años, que si bien se encuentran en una edad donde el sufragio formal no es permitido, son individuos que están a puertas de ejercer su derecho al voto y, por consiguiente, volverse un pilar fundamental en la estructura democrática de la República de Colombia. Se le concede un valor diferencial a este rango de edad, con respecto a los demás del ciclo vital, pues en él se concentran los alumnos de los grados 10° y 11°, quienes corresponden a la educación media (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación adaptada para Colombia, 2011), y es en este momento del ciclo académico donde los educandos pueden ser miembros activos del gobierno escolar, no solo ejerciendo el voto para la elección de cargos del gobierno estudiantil, sino también postulándose a los mismos (contralor y personero estudiantil).

Lo anterior refleja la necesidad de conocer si la conducta de voto, en una población de educandos, quienes han recibido niveles formativos y experienciales en la elección de representantes escolares, está determinada por un razonamiento exhaustivo o si, por el contrario, la toma de decisiones de tipo electoral se guía por mecanismos heurísticos o atajos cognitivos, tal y como es el caso del efecto señuelo. Es así como se planteó la siguiente pregunta problema, la cual orienta el presente trabajo investigativo: ¿Cuáles son las consecuencias de la aplicación del efecto señuelo en la conducta de voto de los estudiantes de educación media, en una situación de elección de personero estudiantil?

## 2. Justificación

Tomar decisiones es una de las tareas cotidianas a las que se enfrentan los seres humanos, por lo tanto, las personas que presentan dificultades en esta habilidad, suelen evidenciar diversos inconvenientes sociales, familiares y financieros. De este modo, la elección de decisiones apropiadas, considerando las consecuencias de las mismas, se transforma en una de las funciones humanas más elevadas.

El análisis de la toma de decisiones, tanto esperables (nivel normativo-prescriptivo) como observadas (nivel descriptivo), y los mecanismos neurales involucrados han tenido un alto nivel de desarrollo en las últimas décadas; sin embargo, el paso de todo este conocimiento hacia el ámbito práctico es aún una tarea en desarrollo (Camerer, 2003; Huettel, 2012, citado en Fuentes y Lavín, 2014). Lo anterior explica que, mientras se publican periódicamente avances y conclusiones respecto de cómo las personas razonan en un ambiente prediseñado o de laboratorio, por el contrario, no existe la suficiente especificación de los determinantes de las decisiones que los individuos realizan en ambientes naturales o menos artificiosos.

Desde el campo de las decisiones políticas, autores como Sniderman, Brody y Tetlock (1991, citado en Fuentes y Lavín, 2014) han analizado las variables involucradas en la adquisición de juicios respecto de problemáticas socio-políticas desde dos posturas, las cuales se pueden asumir para pensar la conducta de voto. En primer lugar, se habla de las reglas de juicio y razonamiento, mediante las cuales las personas adquieren creencias, expresan opiniones y llevan a cabo decisiones a partir de esos juicios. Este primer aspecto trata acerca de las estrategias cognitivas (heurísticos) por medio de las cuales los individuos reducen la complejidad de su entorno a partir



de reglas sencillas de establecimiento de relaciones. El segundo proceso involucrado es la especificación de quiénes son más propensos a usar determinadas estrategias heurísticas, según sus características individuales o sociales. Así, a partir de este análisis cognitivo del pensamiento político, sería posible pensar que una manera de acercarse a la comprensión de las ideas que sustentan una determinada orientación política (y su materialización por medio del sufragio), debe involucrar una mirada en profundidad de la interacción entre reglas que determinan juicios y decisiones, y las características específicas de los individuos que se sirven de esas reglas.

Ahora bien, la literatura reporta una gran cantidad de estudios en los que se analiza la conducta de voto desde el impacto que tienen las diferentes características sociodemográficas, como lo son la raza, la etnia, la religión, la situación económica del país, la inflación, el desempleo, etc. No obstante, estas variables no incorporan el nivel cognitivo individual, dejando de lado el análisis del tipo de razonamiento implicado en el votante (Fuentes y Lavín, 2014). Desde esta última línea, se postula la importancia que en la actualidad se le concede al razonamiento mediado por heurísticos, los cuales son herramientas cognitivas que permiten la toma de decisiones (electorales o de cualquier tipo) de forma rápida y sencilla (Garrido *et al.*, 2014).

Asimismo, vale la pena mencionar el trabajo investigativo de otros autores que han buscado entender las lógicas que subyacen en el acto del sufragio. Por ejemplo, Fraile (2007) clasifica la elección en el campo electoral desde la lógica de voto por ideología y la de voto por resultados. En la primera, los ciudadanos votarán por el partido o movimiento político que se asemeja más a sus propios intereses o ideologías; caso contrario al voto por resultados, en el cual el ciudadano tiene una idea de la dosis mínima de bienestar que el gobierno debería haberle proporcionado, haciendo un análisis más minucioso de sus intereses. Por otro lado, Martín (2002, citado en Gómez, 2015), analiza este mismo fenómeno, pero desde la noción de la persuasión. En su análisis, plantea

dos rutas esenciales de persuasión, dos caminos que se pueden entender desde la dicotomía de la razón y la emoción: la periférica y la central. En la primera, la información que se recibe por parte de un político o determinada campaña no tiene la suficiente elaboración, no hay conocimiento previo, o no hay la presencia de elementos necesarios para su procesamiento, es decir, hay un mínimo esfuerzo de procesar. Con respecto a la ruta central de la persuasión, se da cuando hay motivación, capacidad de procesamiento y de conocimiento, en otras palabras, una evaluación crítica y detallada de los argumentos.

Los anteriores estudios, sustentaron el interés del presente trabajo investigativo, donde se analizó si desde un momento temprano del ciclo vital y de formación intelectual, los procesos electorales de los estudiantes de educación media, están guiados por el análisis consciente de la información suministrada, (como se podría pensar desde el voto por resultados y la ruta central), o si por el contrario, se hace de acuerdo a preferencias subjetivas (voto por ideología y ruta periférica) las cuales pueden estar sesgadas.

Se trabajó con educandos con edades comprendidas entre los 15 y los 17 años de edad, quienes se encuentran dentro de la categoría de población joven; y que según el artículo 5 de la ley estatutaria número 1622 de 2013 (*Por medio de la cual se expide el estatuto de ciudadanía juvenil y de dictan otras disposiciones*) se entiende por joven a “toda persona entre 14 y 28 años cumplidos en proceso de consolidación de su autonomía intelectual, física, moral, económica, social y cultural que hace parte de una comunidad política y en ese sentido ejerce su ciudadanía” (p.3). Este grupo poblacional, tuvo un interés particular en la presente investigación por varios motivos; en primer lugar, porque tal y como lo indica Wattenberg (2003, citado en Valencia, Peláez, Rúa y Awad, 2010) en los países tercermundistas los jóvenes son tres veces menos propensos que las personas mayores a votar. Lo cual desde la postura de este autor estaría dado por el ciclo de vida,

encontrando que la participación electoral de un individuo tiende a aumentar con el tiempo. Este planteamiento concuerda con otros estudios, en los que se ha confirmado la existencia de una relación curvilínea en forma de “U” invertida entre la conducta de voto y la edad, lo que significaría que los porcentajes medios de participación electoral aumentarían progresivamente de forma paralela a la edad, hasta alcanzar un punto álgido entre los 36 y 45 años, a partir del cual se comienza a descender (Bar Cedón, 1982, citado en Grossi, Herrero, Rodríguez y Fernández, 2000).

En segundo lugar, se abordó la importancia de familiarizar a los jóvenes con ejercicios de simulación electoral, pues se plantea que las personas son más propensas a votar si lo han hecho en elecciones anteriores, incluso después de una serie de factores individuales que suelen estar relacionados a la abstención, lo que muestra que los votantes que son participes del sufragio de manera regular, aprenden a sentirse cómodos con esta actividad. Esto es especialmente probable cuando los individuos se ven afectados por el resultado de su acción, ya sea por la victoria o derrota del candidato de su preferencia (Geys, 2006, citado en Valencia *et al.*, 2010).

Por último, se trabajó con población estudiantil que ha sido participe de educación formal, donde la explicación más importante de la relación entre la formación académica y la participación política puede ser la aportada por la llamada teoría de la educación cívica. Esta, parte del supuesto de que la educación proporciona las habilidades y conocimientos necesarios para ser políticamente activos y aceptar los principios democráticos (Valencia *et al.*, 2010). De tal manera, parece lógico pensar que a mayores niveles de instrucción y/o formación, habrá una mayor participación electoral y una conducta de voto más razonada.

Para el análisis de estos planteamientos teóricos, se realizó una situación experimental, en la que candidatos ficticios presentaban una serie de propuestas hipotéticas, que fueron esbozadas de manera intencional, teniendo en cuenta los criterios del efecto señuelo; y que buscaba visualizar

el tipo de razonamiento usado por la población estudiantil. Dicho efecto (que tiene función heurística) ha sido investigado por Dan Ariely (2008), quien postula que nuestra mente se estructura bajo un concepto de relatividad, donde siempre observamos las cosas que nos rodean y tomamos nuestras decisiones con relación a una comparación entre elementos y opciones, lo cual es algo inherente a la naturaleza humana. Desde esta perspectiva, en el ser humano existe la tendencia, no solo de comparar las cosas las unas con las otras, sino de contrastar cosas que son fácilmente equiparables y de evitar la comparación de aquellas que no guardan algún tipo de relación o que son difusas.

Por último, el estudiar la influencia del efecto señuelo y su funcionalidad heurística en la conducta de voto de esta población, se puede ver como un aporte teórico a la postura de las decisiones políticas señalada por Todd y Gigerenzer (2000, citado en Garrido *et al.*, 2014). Quienes señalan que, en las diferentes situaciones de toma de decisiones, los heurísticos más adaptativos son de naturaleza rápida y frugal. Son rápidos en tanto sean capaces de entregar una respuesta inmediata a un problema complejo; y son frugales, por cuanto son capaces de operar con información escasa e incluso precaria. Los autores en cuestión, explican que el uso de dichos heurísticos implica una serie de pasos para la búsqueda de la información, detención de esta y finalmente la toma de decisión.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General**

Analizar las consecuencias de la aplicación del efecto señuelo en la conducta de voto de los estudiantes de educación media, en una situación de elección de personero estudiantil.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Conocer los principales criterios que los estudiantes de educación media tienen en cuenta al momento de emitir un voto.
  
- Explorar las principales características del efecto señuelo en la conducta de voto de los estudiantes de educación media.
  
- Establecer comparaciones entre los estudiantes de educación media partícipes del estudio, tomando en cuenta características como el género, la edad y el grado escolar.

## 4. Marco Teórico

### 4.1. Teorías del comportamiento electoral

Saber qué es lo que mueve o motiva el comportamiento de los votantes en las diversas situaciones de toma de decisiones de tipo electoral, es un cuestionamiento que ha estado presente durante muchos años en las indagaciones no solo de los estudios de la ciencia política, sino también de otras disciplinas científicas como la sociología, la antropología y la psicología; pero sobre todo, de los candidatos y políticos que en los comicios buscan incidir o generar determinados efectos en el comportamiento de los ciudadanos (Valdez y Huerta, 2011).

A nivel histórico, el interés por determinar la motivación del votante y los factores que afectan su comportamiento electoral se remonta al año 53 antes de Cristo, cuando Quintus Cicerón escribió el libro titulado *Prontuario Electoral*, en el que ponía de manifiesto una serie de consejos y recomendaciones a su hermano, Marco Tulio Cicerón, para que ganara un espacio de representación pública en el Consulado Romano. Conocer a la gente, saber de sus problemas, necesidades, costumbres y sueños, era una de las sugerencias que se dictaba a la clase política para ganar y mantener el poder desde aquellos tiempos. En otras palabras, saber qué intereses movilizan a los votantes, debe ser parte medular de la estrategia de quienes aspiran a ganarse su apoyo (Valdez y Huerta, 2011).

Si bien el comportamiento del votante ha sido objeto de estudio desde que tuvieron lugar las primeras elecciones, lo cual se remonta a los siglos XVIII y XIX, sobre todo en EEUU y en el Reino Unido, el estudio científico del comportamiento electoral no tomó relevancia sino hasta mediados del siglo XX. Las primeras investigaciones se sustentaban en la propuesta teórica de la

estadística del muestro y su fin último era el poder analizar el comportamiento agregado del electorado, transcurriendo algunos decenios para que el estudio científico del voto se centrará más específicamente en el comportamiento individual del votante.

En concreto, en los años 40 y 50 predominan las explicaciones del comportamiento del voto desde la sociología (Escuela de Columbia) o la psicología (Escuela de Michigan). Para la primera, las características sociales tradicionales: religión, raza y ocupación determinan las preferencias políticas, mientras que, para la segunda, los votantes están vinculados psicológicamente con un partido de manera similar a una creencia religiosa, que se aprende en la infancia y normalmente no cambia a lo largo de la vida, funcionando como una especie de «pantalla» a través de la cual se interpreta el resto de la información política (García *et al.*, 1999, p.1).

A pesar de las discrepancias entre las dos teorías y su entendimiento de la conducta electoral, ambas corrientes asumen el acto de votar como un comportamiento racionalmente fundado, sin plantearse la posibilidad de la irracionalidad del voto. Fue a finales de los años 50, cuando Anthony Downs, uno de los primeros teóricos de la elección pública, planteó la posibilidad de que votar podía ser un acto irracional a corto plazo, más si se entiende que los costes que conlleva son superiores a los beneficios que se obtienen. Surgiendo así la pregunta de si votar es racional y dando lugar a una de las principales paradojas con las que se ha enfrentado esta corriente: la predicción teórica de que el votante racional se abstiene en la mayoría de los casos, inconscientemente con una tozuda realidad que muestra que el comportamiento más habitual en el ciudadano es el de la participación (García *et al.*, 1999). A continuación, se hace una presentación más detallada de los tres modelos expuestos anteriormente.

#### **4.1.1. El modelo teórico de la Escuela de Columbia**

Esta propuesta teórica asume dicho nombre debido a que sus integrantes, bajo la dirección de Paul Lazársele, un investigador de origen austriaco, trabajaron en la Universidad de Columbia, en Nueva York. Este grupo trató de identificar los factores que ejercían una mayor influencia en las decisiones de los votantes; por lo que, mediante el uso de encuestas sobre una muestra fija de 600 personas se siguió la evolución de la toma de decisión del voto a lo largo de la campaña electoral de 1948 en los Estados Unidos (Montecinos, 2007).

El principal interés de su investigación estuvo centrado en la influencia de los medios de comunicación (prensa y radio) en la toma de decisiones de los electores, llegando a la conclusión que, si bien tienen algún tipo de impacto, las influencias de mayor peso en la decisión de las personas están motivadas por su pertenencia a sus grupos de referencia, como lo es la familia, la religión, el trabajo y el lugar o sector de residencia (Kuschick, 2004). De ahí la razón de que este enfoque se le llame también “sociológico”, pues las conclusiones de sus estudios privilegian las características sociales de las personas como principales variables explicativas de su comportamiento electoral (Montecinos, 2007).

Ahora bien, la crítica de la Escuela de Columbia a los efectos de los medios masivos estaba apoyada en el supuesto de que solo se puede lograr motivar a los inadaptados y marginales que no se encuentran integrados a sus grupos de referencia. Por lo tanto, las campañas político-electorales y el empleo de los medios masivos de comunicación no cambian el comportamiento de los votantes, pues estos deciden su voto en función de su grupo de pertenencia; esto implica un nivel bajo de movilidad entre los electores, posibilitando tan solo cambios en la decisión de voto si cambia la composición y la movilidad social-económica de los grupos de referencia (Kuschick, 2004).



Siguiendo lo expuesto por Montecinos (2007), dentro de este enfoque sociológico, se pueden señalar tres vertientes que ponen distintos énfasis para entender el comportamiento electoral: los contextos sociales, el modelo de influencia espacial, y la teoría de las redes sociales. Respecto a los primeros, se entienden como una composición social de un ambiente determinado que puede tener características diferentes que inciden en la determinación de votar o no por un candidato en particular. En otras palabras, los contextos sociales determinan las características, el tipo y grado de interacciones que realice el ciudadano con otros individuos y eso de algún modo afecta su preferencia electoral. Por ejemplo, será diferente la preferencia electoral de una persona que reside en una zona minera, a una que vive en una zona residencial de carácter urbana.

En lo concerniente al modelo de influencia social, se puede señalar que este se basa en la intimidad y la confianza como los principales elementos que definen la influencia política entre ciudadanos que no necesariamente se relacionan con intereses o fines individuales e instrumentales. Se resaltan los vínculos íntimos en los que las personas son más propensas a influir sobre los demás, en la medida que se tiene una alta valoración personal entre familiares, amigos, novios, etc. No obstante, en este modelo se deja de lado las importantes consecuencias que se derivan de la comunicación social y de la información política adquirida solo en los grupos sociales.

Con respecto a las redes sociales, vale la pena aclarar que mientras los contextos sociales se definen estructuralmente y son externos al individuo; las primeras son creadas como una consecuencia de las personas y sus elecciones. Incluso aún, cuando los individuos tienen poco control sobre la composición social y política de su entorno, tienen discreción sobre las redes de contactos que realizan en los diferentes escenarios.

#### **4.1.2. El modelo teórico de la Escuela de Michigan**

Este modelo fue elaborado a través de las investigaciones del Center for Survey Research de la Universidad de Michigan. El primer estudio se realizó en los comicios electorales de 1952 (Montecinos, 2007). Bajo la dirección del psicólogo Angus Campbell y en su obra *The American Voter*, publicó los resultados de los elementos que el elector estadounidense contempla al momento de tomar una decisión de tipo electoral, aislando tres elementos de origen psicológico: a) la identificación político partidaria, b) la imagen de los candidatos y c) los temas de interés en las campañas políticas (Campbell *et al.*, 1964, citado en Kuschick, 2004).

Esta postura teórica identificó las actitudes políticas como un factor determinante en la decisión de participar o no en una convocatoria electoral, dando una importancia preponderante a las características psicológicas y perceptivas del individuo ante diferentes elementos del sistema político y como actor con facultad para actuar e incidir en política. Sobre todo, se hacía énfasis en la identificación partidista como un elemento explicativo clave del comportamiento de los votantes. En este modelo cuando se habla de actitudes políticas se hace alusión a sentimientos, creencias, ideas y convicciones de un individuo en torno a temas o ámbitos políticos (Roche, 2008). De ahí que se le conozca también como enfoque psicosocial del comportamiento electoral.

El modelo de Michigan hace hincapié en el individualismo, al considerar al individuo como un ente que adquiere una identificación psicológica duradera con un partido a través de un proceso de socialización (Campbell, Converse, 1960, citado en Roche, 2008). Los ciudadanos desarrollan vinculaciones psicológicas en su socialización e interacción cotidiana con los diferentes partidos o posiciones ideológicas que alteran sus percepciones y comportamientos electorales.

De esta forma, la identificación hacia un partido se adquiere en principio a través de la familia, para luego ser reforzada por la pertenencia a ciertos grupos y, por el voto mismo por ese partido en el tiempo. Esta variable se ve condicionada por la socialización política y, en algunas ocasiones, puede sufrir modificaciones por la percepción de los candidatos o las relaciones mantenidas directamente con los partidos o sus representantes (Roche, 2008, p.11-12).

Por otro lado, dentro de su interés investigativo del modelo de Michigan, se destaca el énfasis hacia el estudio de la comunicación política, donde se criticó los postulados teóricos de la Escuela de Columbia, legitimando un rol central a las campañas electorales en los resultados de los comicios. Asimismo, se cuestionó la estrechez conceptual de este último modelo, el cual tomaba en cuenta únicamente la conversión de los electores como indicador de impacto de las campañas, dejando de lado otros elementos decisivos, como la activación de predisposiciones latentes o la motivación de los votantes con una identificación partidaria ya definida (Montecinos, 2007).

#### **4.1.3. El Modelo de la elección racional**

En la década de 1970, la utilización del enfoque de Columbia y el de Michigan comenzaron a quedar desfasados al momento de explicar e interpretar la participación de los votantes. Fueron varios los aspectos que se destacaron como determinantes de ese cambio, pero, se apuntaba a que el incremento en los niveles educativos y una mayor coherencia ideológica partidista como los elementos centrales. Es bajo estas condiciones que se reavivan también algunas de las premisas en las que se sustenta un tercer enfoque analítico: la teoría económica de la democracia, propuesta por Anthony Downs (1957). Como lo indica Roche (2008), esta propuesta teórica pretendía entender el comportamiento y la participación electoral a partir de un balance decisional de beneficios y pérdidas, llevado a cabo de manera racional por cada elector.

Downs, elaboró un esquema racional, de acuerdo con el cual los individuos deciden a partir de los beneficios proporcionados por el gobierno de turno y de los posibles o probables beneficios que piensan recibir de los partidos y candidatos contrincantes. Es así que las elecciones que realizamos no devienen tanto de nuestra participación en una clase o grupo social, sino de las percepciones de los individuos en concordancia con las acciones e «inacciones» del gobierno de turno y en función de la capacidad de los partidos opositores de generar confianza y credibilidad en las propuestas que generan a favor o en contra de los programas del gobierno actual, o de las modificaciones que estipularán si llegaran al poder; lo cual significa que las campañas políticas y comunicativas pueden intentar cambiar tales percepciones (Kuschick, 2004).

El enfoque en cuestión utiliza las teorías de la elección social provenientes de la economía para explicar la manera mediante la cual los candidatos, partidos y votantes toman sus decisiones políticas asumiendo que la vida política es un mercado donde se puede elegir el producto que más le interesa al consumidor. El Modelo de elección racional plantea que los actores políticos poseen un comportamiento racional motivado y enfocado a maximizar sus intereses individuales (Montecinos, 2007).

El modelo teórico mediante el cual se sustenta la decisión de votar se basa en tres aspectos: a) los beneficios obtenidos de que el partido de interés del votante sea elegido, los cuales pueden ser materiales, como la disminución de impuestos, o inmateriales, como la gratificación psicológica de que el candidato preferido sea elegido, b) un segundo aspecto que un elector racional debería estimar para tomar su decisión es la probabilidad de que su voto determine el resultado de la elección; no obstante, esta probabilidad es minúscula incluso en las elecciones muy competitivas, c) por último, el tercer elemento son los costes de votar, dentro de los cuales se incluiría, por

ejemplo: el tiempo y el dinero que se dispone para desplazarse hasta el recinto electoral (Downs, 1957).

Tomando en consideración estos supuestos las personas votarán siempre y cuando los beneficios que obtengan del acto de votar superen los costos del mismo. Racionalmente, como se señaló anteriormente, el resultado sería que la gente mayoritariamente no vote ya que en elecciones por muy cerradas y reñidas que sean, la posibilidad de que 1 voto afecte el resultado general de la elección tiende a ser muy bajo. Por su parte, respecto al beneficio, aunque este se disfrute individualmente de la manera más egoísta que nos imaginemos, también será disfrutado por todos ya que se trata de un bien público. Aun así, la gente mayoritariamente vota, a esta situación se le conoce tradicionalmente como la paradoja del voto o paradoja de la votación [...] (Montecinos, 2007, p.12).

A corto plazo, el valor del voto es muy pequeño y fácilmente superable por los costes, lo cual generaría la tendencia de no votar. Sin embargo, si todos los ciudadanos perciben este hecho y deciden abstenerse, el sistema democrático desaparecería. Por lo cual, y para que esto no ocurra, el ciudadano racional antepone su racionalidad a largo plazo frente a su racionalidad a corto plazo y, en consecuencia, toma la decisión de votar. Al final de su exposición Downs llega a la conclusión de que el acto de votar estaría dado por una serie de parámetros (los costes, el valor que atribuye el individuo a vivir en una democracia, su preocupación por qué partido gana, lo igualada que a su juicio será la elección y su opinión de cuántos ciudadanos van a votar) y los distintos valores de estos parámetros por cada ciudadano darán lugar a un resultado mixto de abstenciones y votaciones. En conclusión, para un determinado número de votantes será racional votar y para otro número de ellos será racional no hacerlo (García *et al.*, 1999).

En resumen, al establecer una comparación entre las propuestas de los modelos de Columbia y de Michigan prevalece una mirada de un ciudadano sin libertad para tomar decisiones de tipo electoral, caracterizado por su carencia de conocimiento, la existencia de un mecanismo estable que guía el comportamiento, sin que intervengan otros factores de racionalidad, una defensa del voto no como mecanismo de control, sino como un medio de expresión de identidades primarias; apenas si se le presta atención al mundo político, pues el ciudadano es inmune al mismo por falta de información (Roche, 2008).

En contraposición, en los modelos de tipo racional prevalece una visión más positiva, la cual atribuye en los ciudadanos la capacidad de poseer una información básica en aquellos aspectos que verdaderamente le afectan y le preocupan. No se le otorga un valor significativo a los elementos que dan estabilidad al comportamiento, se le da un grado de racionalidad al individuo, y se aprecia una ciudadanía que ejerce un mayor control del poder político por medio de los partidos o movimientos, los líderes, actores, entre otros (Roche, 2008). En otras palabras, desde este enfoque el ciudadano llega a determinar por quien votar por al menos tres razones: a) se parte de la premisa de un elector racional motivado por un interés individual, que muestra preferencia por ciertas políticas frente a otras y por ciertos rasgos de los candidatos frente a otros, que puede ordenar esas preferencias mediante un «ranking», y que tiene a su alcance la información suficiente sobre la oferta electoral, b) un elector quien hace un análisis retrospectivo, donde usa atajos informativos y valoraciones en sus razonamientos sobre la política para evaluar su pasado inmediato, del cual hace responsable al gobierno de turno, c) y donde por lo general hay una coincidencia entre los intereses particulares del votante y las posturas del partido o candidato frente a una serie de problemas que son relevantes para el votante (Montecinos, 2007).

Ahora bien, es del todo evidente que, en el caso de las elecciones, aunque se conciba un elector altamente motivado e incluso se acepten los postulados de la teoría de la elección racional, resulta evidente que la cantidad de información a la cual el ciudadano puede acceder y el tiempo para esta tarea son escasos. Si a lo anterior se suma el hecho de que la importancia del voto es baja, se puede esperar que el proceso de toma de decisiones sea llevado a cabo mediante un marco completamente diferente de la supuesta racionalidad señalada por el modelo de Downs (Gigerenzer y Selten, 2001, citado en Garrido *et al.*, 2014).

Bajo tales circunstancias, cuando el procesamiento de la información no se ejecuta de manera sistemática, ya sea por la cantidad de información disponible o por la motivación por la tarea, los individuos suelen tomar decisiones siguiendo reglas sencillas, las cuales son conocidas como heurísticos, los cuales ayudan a tomar una decisión de manera rápida y sencilla.

Son procedimientos que proveen ayuda en la solución de un problema, pero no de manera justificada. Son juicios intuitivos, que se basan en el conocimiento parcial, en la experiencia o en suposiciones que a veces son correctas y otras veces erradas, no existe una seguridad absoluta y lógica, sobre los mismos (Cortada de Kohan, 2008, p.69).

En este sentido, es importante mencionar que, si bien desde la psicología social tradicional existen antecedentes de estudios cognitivos que toman como referente aspectos como prejuicios, identidad política, decisiones electorales, etc., son pocos los antecedentes del estudio de heurísticos y sesgos de razonamiento en la comprensión de fenómenos psicosociales (Fuentes y Lavín, 2014). En el siguiente apartado se hace un análisis del efecto señuelo, que cumple una función heurística, y que en nuestro contexto no ha sido abordado hasta la fecha desde el ámbito electoral. En una primera instancia se hace una breve descripción del mismo, para posteriormente citar algunos estudios en los que se ha implementado.

## 4.2. Efecto señuelo

La toma de decisiones requiere de un determinado esfuerzo cognitivo para comparar alternativas, mantener los objetivos en mente y tratar de minimizar el riesgo. Sin embargo, en muchas circunstancias las personas requieren simplificar dicho esfuerzo desplegado y para tal fin se vale del uso de atajos mentales. La heurística es una herramienta mental, utilizada para simplificar problemas y preguntas, contribuyendo a la toma de decisiones de manera más rápida; no obstante, también puede llevar a los tomadores de decisiones a elegir opciones menos óptimas o incluso a cometer errores sistemáticos (Kahneman, 2011, citado en Helgadóttir, 2015).

Uno de los efectos estudiados en los últimos años y que comprende una función heurística es el efecto señuelo o efecto de atracción. Su historia comienza con los investigadores Huber, Payne y Puto (1982), quienes en sus investigaciones experimentaron un fenómeno conocido como *regularidad*, siendo este uno de los elementos principales de la teoría de elección racional establecida por Luce (1977, citado en Helgadóttir, 2015). De forma sucinta, la teoría de la regularidad hace referencia a que cuando hay un conjunto de dos opciones, añadir una opción extra no debería afectar la probabilidad de que se elija una de las opciones originales.

En los resultados de sus investigaciones, Huber *et al.* (1982) observaron un efecto que violaba la teoría de la regularidad, el cual denominaron efecto de atracción. El estudio llevado a cabo por estos autores no fue diseñado para crear una herramienta de marketing, sino para demostrar que teóricamente la regularidad podría ser violada; sin embargo, en los años posteriores pasó a convertirse en una estrategia de gran utilidad dentro del campo de la publicidad y el marketing.

El efecto de atracción ocurre cuando a un conjunto de opciones con dos alternativas se agrega una tercera alternativa, la cual es completamente dominada por solo una de las alternativas



anteriores. Esta última alternativa constituye el señuelo, pues es construida para ser inferior a una de las otras alternativas y (casi) nunca es elegida como la mejor opción. Aunque, su implementación puede influir en la elección de una de las otras alternativas, de ahí su nombre de señuelo (Ariely y Wallsten, 1995).

En aras a ilustrar la manera en cómo opera el efecto señuelo, se plantea el siguiente ejemplo: imagine que uno de sus amigos le propone dos posibilidades de pasatiempo para un viernes en la tarde: ver una comedia o un thriller. Usted puede ir a cualquiera de los dos géneros, por lo que compararlos podría demandarle algún esfuerzo cognitivo. Ahora, suponga que en este punto su amigo agrega una tercera opción a la serie de opciones anteriores, la cual consiste en otra comedia que ha conseguido críticas que la hacen ver en desventaja con respecto a la comedia inicial. Es así como el comparar dos comedias es mucho más fácil que el comparar la primera comedia y el thriller; por lo que su mente simplifica el conjunto de opciones reemplazando la comparación de una comedia versus un thriller, con la de una comedia potencialmente buena versus una comedia seguramente mala. Tras este proceso, la elección se ha hecho simple y la comedia de la elección original se elige y el thriller se ignora (Helgadóttir, 2015).

Dan Ariely (2008), en el capítulo dos: la verdad de la relatividad, de su libro *Las trampas del deseo*, lleva a cabo una descripción detallada del efecto señuelo, el cual apoya con los diversos estudios realizados con sus estudiantes del Massachusetts Institute of Technology (MIT). Por ejemplo, el autor cuenta a modo de anécdota que cierto día mientras navegaba por internet, se encontró con la sección de suscriptores del sitio web de la revista *The Economist*. Procedió a leer cada una de las opciones de suscripción que le ofrecían; la primera oferta consistía en una suscripción que permitía el acceso online a todos los artículos de la revista por 59 dólares, algo que consideró razonable. La segunda opción, planteaba una suscripción a la versión impresa de la

revista por 125 dólares al año, la cual le resultaba más cara, aunque razonable. Seguidamente, leyó la tercera de las opciones, donde se ofrecía el acceso online más la suscripción a la versión impresa por 125 dólares anuales (Ver a continuación).

Economist.com	
OPINION	<b>SUBSCRIPTIONS</b>  <b>Welcome to</b> The Economist Subscription Centre  Pick the type of subscription you want to buy or renew.  <input type="checkbox"/> <b>Economist.com subscription - US \$59.00</b> One-year subscription to Economist.com. Includes online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.  <input type="checkbox"/> <b>Print subscription - US \$125.00</b> One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> .  <input type="checkbox"/> <b>Print &amp; web subscription - US \$125.00</b> One-year subscription to the print edition of <i>The Economist</i> and online access to all articles from <i>The Economist</i> since 1997.
WORLD	
BUSINESS	
FINANCE & ECONOMICS	
SCIENCE & TECHNOLOGY	
PEOPLE	
BOOKS & ARTS	
MARKETS & DATA	
DIVERSIONS	

Imagen tomada del libro *Las trampas del deseo*, Dan Ariely (2008).

El autor en cuestión se mostró sorprendido, ¿quién iba a querer suscribirse solo a la versión impresa, cuando por el mismo precio se ofrecía la versión impresa más el acceso online? No dudó en pensar en que podía ser un error tipográfico en la versión impresa sola, pero sospechaba que los inteligentes chicos del Economist en realidad lo estaban manipulando. Cuando Ariely les presentó estas mismas opciones a 100 alumnos de la Escuela de Gestión Sloan, del MIT, sus elecciones fueron las siguientes:

1. Suscripción al acceso online solo por 59 dólares: 16 alumnos
2. Suscripción a la versión impresa sola por 125 dólares: 0 alumnos
3. Suscripción al acceso online y la versión impresa por 125 dólares: 84 alumnos

Los resultados dejan ver que todos ellos vieron la ventaja de la oferta combinada del acceso online y la versión impresa sobre la versión impresa sola. Pero a la vez se vieron afectados por la mera presencia de la opción de la versión impresa sola (o señuelo). Posteriormente, y para demostrar la influencia del efecto señuelo, el autor volvió a implementar la tarea experimental, pero en este caso solo con dos opciones: el acceso online y la versión combinada. En este caso 68 de los alumnos optaron por la opción del acceso online solo por 59 dólares, en lugar de los 16 anteriores. Y solo 32 eligieron la suscripción combinada por 125 dólares, en lugar de los 84 de la situación inicial.

Ariely (2008) se cuestiona el hecho de qué pudo conducir a los estudiantes a cambiar de opinión. Llegando a la conclusión de que había sido la presencia del señuelo la que había llevado a 84 de ellos a la opción combinada (y a 16 a la opción del acceso online solo). Mientras que la ausencia del señuelo les había llevado a elegir de forma diferente, 32 de ellos por la opción combinada y 68 el acceso online solo. Lo anterior es para el autor, no solo irracional, sino también previsiblemente irracional. Posteriormente explica sus hallazgos mediante el concepto de relatividad:

Siempre observamos las cosas que nos rodean en relación con las demás. No podemos evitarlo. Y esto vale no solo para las cosas físicas -tostadoras, bicicletas, cachorros, segundos platos o cónyuges -, sino también para experiencias tales como las vacaciones y las opciones educativas, y asimismo para las cosas efímeras: emociones, actitudes y puntos de vista [...]. No solo tendemos a comparar las cosas unas con otras, sino que tendemos asimismo a comparar cosas que son fácilmente comparables, y a evitar comparar cosas que no son fáciles de comparar (Ariely, 2008, pp.27-28).

En otro de sus estudios con los estudiantes del MIT, fotografió a varios de ellos que se ofrecieron a participar de manera voluntaria. De las fotos recolectadas imprimió 30 de hombres y 30 de mujeres. Luego le pidió a 25 de sus alumnos que emparejaran los retratos en función de su atractivo físico, eligiendo tres de cada sexo. Posteriormente, mediante Photoshop transformó ligeramente las fotos, creando una versión menos atractiva de cada una (señuelo). En otro momento, entregó a los participantes una hoja con tres imágenes. Algunas de ellas incluían una foto normal “A”, el señuelo de dicha foto “-A”, y la otra foto normal B. Otras incluían la foto normal “B”, el señuelo de dicha foto “-B”, y la otra foto normal “A”. El objetivo era poder determinar si la presencia de la imagen distorsionada (-A o -B) llevaría a los estudiantes a elegir la foto A en lugar de la B o viceversa. Ante la pregunta, ¿quién elegirían para salir?, los resultados arrojaron que en general (un 75% de las veces) optaron por la persona «normal», que era parecida, aunque claramente superior a la versión distorsionada, en lugar de la otra persona normal, no distorsionada, incluida en la hoja.

Ariely (2008) concluye el capítulo, haciendo una reflexión acerca del fenómeno de la relatividad, donde postula que, si bien nos ayuda a tomar decisiones en la vida, también puede hacernos desgraciados, pues el comparar nuestra suerte en la vida con la de los otros genera celos y envidia. Por lo que una posible solución que nos brinda sería controlar los «círculos» que nos rodean, moviéndonos a círculos más pequeños que faciliten nuestra felicidad relativa. Para ejemplificar, menciona las siguientes situaciones: si estamos presentes en la reunión de antiguos alumnos, y en medio de la habitación hay un «gran círculo» con una bebida en la mano, jactándose de su enorme salario, podemos conscientemente alejarnos unos cuantos pasos y hablar con otra persona. Si deseamos comprar una nueva casa, podemos mostrarnos selectivos, prescindiendo de ante mano de las que están por encima de nuestra capacidad adquisitiva.

Por otra parte, en los últimos años se han planteado diversos estudios en los que se busca replicar el efecto señuelo en diferentes grupos poblaciones y con diversas situaciones experimentales. Es así como Zhen y Yu (2016) realizaron un estudio en el cual participaron un total de 227 sujetos (52 adultos jóvenes, y 175 niños). Basados en la edad biológica, el grupo de los niños fue dividido en tres grupos de tres, cinco y siete años; quienes fueron reclutados de una escuela primaria de carácter público y un jardín de una región del sur de China. La muestra de adultos jóvenes fue tomada de la South China Normal University. El paradigma experimental consistió en una tarea perceptual, en la cual los participantes fueron sentados ante un computador, solicitándoles que en cada intento eligieran de una serie de tres rectángulos, el que consideraran que tuviera la mayor área disponible. En cada intento los rectángulos fueron presentados en la pantalla del monitor de izquierda a derecha, reflejando una posición fija (es decir, 1, 2, 3). Con respecto a las premisas del efecto de atracción, en la tarea experimental el señuelo fue presentado en la posición izquierda, el blanco (u objetivo) en el centro, y el competidor al lado derecho. En cada ensayo los participantes disponían de 15 segundos para realizar su elección.

Los resultados evidencian la incidencia del efecto señuelo en el contexto de decisión de los niños con edades de cinco y siete años, al igual que en el grupo de adultos jóvenes. No obstante, los menores con tres años de edad no fueron sensibles al mismo. Por lo anterior, Zhen y Yu (2016) aducen que dicho efecto se desarrolla de manera gradual con la edad y emerge de manera explícita entre los cinco y siete años de edad. De igual manera, apoyan la noción de que los niños necesitan más experiencia social para mostrar preferencias significativas dependientes del contexto en la toma de decisiones, incluso en una tarea sencilla de discriminación perceptual. Se podría razonar que a la edad de tres años pueden tener menos experiencia que los niños mayores en el uso de información contextual (efecto señuelo).

En otro estudio, Hu y Yu (2014) investigaron los mecanismos neuronales involucrados en el efecto señuelo. La muestra participante fue de 16 voluntarios con una edad media de 24,80 (SD: 1,32), quienes fueron evaluados mediante imagen por resonancia magnética funcional – fMRI (por sus siglas en inglés) en el desempeño de un juego de apuestas computarizado. Todos ellos tenían un grado universitario o estaban en proceso de obtenerlo. De igual manera, el estudio fue aprobado por el Comité Académico de la Escuela de South China Normal University. Con respecto al paradigma experimental, los participantes fueron situados ante un monitor. En la pantalla aparecía un asterisco durante dos segundos, con el fin de focalizar la atención y fijar la mirada. Se dispuso de dos condiciones, la primera de ellas doble opción, cuyos valores de apuesta eran equivalentes (sin señuelo); y la segunda de tres opciones: objetivo, señuelo y competidor. En lo concerniente al señuelo, este disponía de una probabilidad o cantidad de dinero menor que una de las opciones originales del juego de azar, su objetivo era orientar al jugador hacia el blanco u objetivo.

Los resultados arrojados evidencian que no hubo una diferencia significativa con respecto a los porcentajes de elección en la condición de doble opción (47,5% vs. 48,9%). Cuando el señuelo fue agregado en la segunda condición, los participantes revelaron una preferencia por la opción objetivo sobre la opción de competidor (57,3% > 40,8%). Con respecto a la activación cerebral en la primera de las condiciones se dio una mayor activación en el córtex del cíngulo anterior (ACC, por sus siglas en inglés); en contraste con la condición de tres opciones, donde la presencia del señuelo conllevó a una mayor activación en la ínsula anterior izquierda. Los autores entienden estos resultados a la luz del modelo de procesamiento dual propuesto por Evans (2003, citado en Hu y Yu, 2014), concluyendo que:

La toma de decisiones en condiciones de dos opciones es más gravosa que en la condición de tres opciones. Confrontado con la condición de tres opciones, los individuos comparan los objetivos y

los competidores con señuelos, respectivamente. La ínsula anterior puede detectar la similitud perceptiblemente saliente entre el señuelo y el blanco. Tal señal de saliencia puede entonces guiar la toma de decisiones heurísticas de dominancia en el efecto señuelo. Cuando los participantes se basan más en la estrategia analítica, pueden experimentar el conflicto entre el Sistema 1 y el Sistema 2, necesitando un control cognitivo adicional para inhibir la función del Sistema 1. Cuanto más probable es que vayan en contra del efecto señuelo, más conflicto experimentan, posiblemente acusando una activación mejorada en el ACC (Hu y Yu, 2014, p.7).

Para concluir, vale la pena mencionar algunas condiciones y limitaciones que se deben considerar al momento de formular una tarea experimental mediada por la presencia de un señuelo. En lo que respecta a las condiciones, Helgadóttir (2015) postula que hay dos aspectos que se deben tener en cuenta para que el efecto señuelo tenga influencia. En primer lugar, el tomador de decisiones tiene que identificar fácilmente y de manera intuitiva el dominio del objetivo sobre el señuelo. En segundo lugar, la persona debe ser capaz de descartar el señuelo, lo que la llevaría tener una preferencia marcada por el objetivo. En conclusión, el señuelo y el objetivo (blanco) deben ser comparados fácilmente, con atributos similares pero que están dominados hacia una de las partes.

Por otro lado, en lo correspondiente a las limitaciones Huber *et al.* (2014) a través de sus propias investigaciones y las de otros investigadores (incluyendo las de sus detractores), han encontrado las cinco formas en las que el efecto de atracción es más probable que sea disminuido o inhibido, siendo estas: a) compromisos anteriores / mayor propensión hacia una de las opciones; b) fuertes preferencias entre el objetivo y el competidor; c) una relación de dominancia entre el señuelo y objetivo que es difícil de identificar; d) un fuerte desagrado por el señuelo; o e) un fuerte agrado por el mismo.

## 5. Diseño Metodológico

### 5.1. Tipo de estudio

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) “la investigación cuantitativa es aquella que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.4). Algunas de las características de este enfoque de investigación son, entre otras: a) el investigador plantea un problema de estudio delimitado y concreto, b) se hace una revisión literaria sobre el tema a trabajar, de la cual se deriva un marco teórico y una hipótesis, c) se hace recolección de datos y se analizan mediante métodos estadísticos.

El trabajo investigativo que se llevó a cabo: *conducta de voto en estudiantes de educación media, bajo la influencia del efecto señuelo*, se empleó un tipo de estudio empírico-analítico, puesto que partiendo de constructos teóricos como lo son: racionalidad limitada, toma de decisiones, sesgos y heurísticos, se buscó analizar mediante el examen estadístico las consecuencias de la aplicación del efecto señuelo (Huber *et al.*, 1982; Ariely, 2008) en la conducta de voto de los estudiantes de educación media, en una tarea de elección de personero estudiantil. Para tal fin, se partió del pilotaje de las situaciones de elección, su diseño final, la aplicación a los estudiantes de educación media, la comparación entre variables, y el análisis posterior de resultados.

### 5.2. Nivel de la investigación

La presente investigación presentó un nivel comparativo. La comparación consiste en poner dos o más fenómenos, uno al lado del otro, para establecer sus similitudes y diferencias, y así sacar



conclusiones que definan un problema, o que establezcan caminos futuros para mejorar el conocimiento de algo. “De este modo, la comparación se presenta como una estrategia analítica con fines no solamente descriptivos sino también explicativos, un procedimiento orientado por sobre todo a poner hipótesis a prueba” (Pérez-Liñán, 2008, p.3). La investigación desarrollada buscó comparar la relación existente entre la variable independiente: efecto señuelo (Huber *et al.*, 1982; Ariely, 2008) y la variable dependiente conducta de voto en estudiantes de educación media. Asimismo, se establecieron comparaciones entre las variables de análisis: género, edad y grado escolar.

### **5.3. Población y muestra**

La población de interés en la presente investigación fueron los estudiantes de educación media, (grado décimo y undécimo) del municipio de La Unión - Antioquia; de los cuales se tomó una muestra de 89 (44 mujeres), todos ellos alumnos de la Institución Educativa Pio XI. La muestra fue intencional, pues se seleccionaron directa e intencionadamente los estudiantes que serían parte de la investigación. Dentro de los criterios de inclusión, podían participar los estudiantes adolescentes con edades comprendidas entre los 15 y 17 años, y que se encontraran en los grados mencionados. Se entiende por adolescente, tal y como lo plantea el artículo 3 del *Código de la Infancia y la Adolescencia* (Ley 1098 de 2006), las personas entre los doce y dieciocho años de edad. Con respecto a la delimitación del rango de edad, se asumió lo expuesto por la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación adaptada para Colombia (2011), donde se expone que en promedio los educandos tienen edades que fluctúan entre los 15 y 17 años al momento de ingresar al nivel 3 (educación media o secundaria). De igual manera, se tuvo en cuenta el que los estudiantes participaran de manera voluntaria, amparados en el consentimiento informado de sus padres o representante legal.

En cuanto a los criterios de exclusión, no podían participar aquellos estudiantes que estuvieran por fuera del rango de edad, que no se encontraran en los grados contemplados, que no hayan presentado el consentimiento informado o quienes manifestaran algún tipo de limitación física o cognoscitiva que afectara el desempeño de la tarea planteada. Los anteriores criterios se manifestaron tanto a los docentes, directivos de la institución educativa, como a los estudiantes, en aras a evitar, en la medida de lo posible, la aparición de variables extrañas.

Por otro lado, se consideró esta muestra por las siguientes razones: a) por su accesibilidad, b) los estudiantes de los grados décimo y undécimo tienen una mayor participación en procesos del gobierno escolar, como lo es la postulación y elección del contralor y personero estudiantil, c) son quienes están más próximos a la graduación, convirtiéndose en los futuros ciudadanos que decidirán mediante el ejercicio del voto, el destino del municipio y el país en general.

Lo anterior se justifica, además en la ley 115 de 1994, *Por la cual se expide la ley general de educación*, en el título V (de los educandos); la cual estipula la figura del representante de los estudiantes y del personero estudiantil, quienes cumplen con las siguientes características:

Artículo 93: Representante de los estudiantes. En los Consejos Directivos de los establecimientos de educación básica y media del Estado habrá un representante de los estudiantes de los tres (3) últimos grados, escogido por ellos mismos, de acuerdo con el reglamento de cada institución.

Artículo 94: Personero de los estudiantes. En todos los establecimientos de educación básica y de educación media y en cada año lectivo, los estudiantes elegirán a un alumno del último grado que ofrezca el establecimiento, para que actúe como personero de los estudiantes y promotor de sus derechos y deberes.

Asimismo, el artículo 142, de la ley en cuestión, expone: las instituciones educativas privadas establecerán en su reglamento, un gobierno escolar para la participación de la comunidad educativa a que hace referencia el artículo 68 de la Constitución Política. En el gobierno escolar serán consideradas las iniciativas de los estudiantes, de los educadores, de los administradores y de los padres de familia en aspectos tales como la adopción y verificación del reglamento escolar, la organización de las actividades sociales, deportivas, culturales, artísticas y comunitarias, la conformación de organizaciones juveniles y demás acciones que redunden en la práctica de la participación democrática en la vida escolar.

#### **5.4. Diseño específico**

La investigación presentó un diseño cuasi-experimental. En este tipo de diseños se “manipulan deliberadamente, al menos, una variable independiente para observar su efecto sobre una o más variables dependientes, solo que difieren de los experimentos «puros» en el grado de seguridad que pueda tenerse sobre la equivalencia inicial de los grupos” (Hernández *et al.*, 2010, p.151). Asimismo, la investigación fue cuasi-experimental debido a que no se pudo garantizar una equivalencia absoluta entre los grupos de estudiantes; además, no se controlaron todas las variables que estaban inmersas en la tarea a plantear, por ejemplo, no se pudo controlar la motivación de los estudiantes, su interés en la actividad; y algunas limitaciones propias de un ambiente escolar como lo son el ruido, el estrés, el cansancio, entre otras.

El experimento consistió en la elaboración de tres situaciones hipotéticas, las cuales a su vez contenían tres variaciones cada una (caso 1, caso 2 y control), para un total de nueve propuestas de elección, que fueron diseñadas atendiendo a los pilotajes previamente realizados. En las variaciones caso 1 y caso 2, el estudiante debía elegir entre tres candidatos delimitados por las letras A, B y C; en lo que respecta a la variación denominada control, el participante contaba con

dos opciones de candidatos, demarcados por las letras A y B. Las propuestas fueron organizadas en nueve tarjetones, que fueron agrupados formando tres paquetes. En otras palabras, cada uno de los tres paquetes contenía tres tarjetones, donde cada uno de estos, a su vez, estaba integrado por los candidatos A, B y C (caso 1, caso 2) y por A y B (control). Con respecto al desarrollo de la tarea experimental, la población participante del estudio fue dividida en tres grupos (en tres salones diferentes) a quienes se les fue suministrando cada uno de los tres paquetes de manera aleatoria en tres momentos diferentes. Una vez los educandos terminaban con el primer paquete de propuestas, los investigadores procedían a suministrar un segundo, y posteriormente un tercer; cada uno fue armado de tal manera que los tres grupos participaran en todas las variaciones de las diferentes situaciones (ver tabla 1 y aplicación real).

**Tabla 1.** Composición de los paquetes

	Tarjetón 1	Tarjetón 2	Tarjetón 3
Paquete 1	S1/C1	S2/C2	S3/C
Paquete 2	S1/C2	S2/C	S3/C1
Paquete 3	S1/C	S2/C1	S3/C2

Convenciones: S-Situación, C1-Caso 1, C2-Caso 2, C-Control.

En los paquetes correspondientes a las variaciones C1 y C2, los candidatos A y C, tenían propuestas igualmente llamativas; por su parte, el candidato B presentó una propuesta igualmente llamativa, pero desventajosa en algún aspecto en relación a uno de los candidatos, su función fue dirigir la conducta de voto en C1 hacia el candidato A, y en C2, hacia el candidato C. El tarjetón perteneciente a la variación C solo presentaba a los candidatos A y B, estos postulaban propuestas igualmente llamativas, y no existía la presencia de un tercer candidato que fungiera como señuelo (Ver tabla 2).

**Tabla 2.** Composición de los tarjetones.

Tarjetones	Candidatos	Orientación del señuelo
Caso 1	A, B, C	Hacia A
Caso 2	A, B, C	Hacia C
Control	A, B	Ausencia de señuelo

## **5.5. Instrumentos**

### **5.5.1. Cuestionario de criterios a la hora de elegir un personero estudiantil**

Es un instrumento construido por los investigadores, con el fin de indagar por aquellos criterios que los estudiantes tenían en cuenta al momento de emitir un voto a favor de un determinado candidato. El cuestionario fue indispensable para la elaboración de cada una de las situaciones suministradas a los educandos en la fase de aplicación real. También permitió el análisis y discusión de los resultados.

En su estructura, el cuestionario consta de cinco preguntas, donde solo la segunda de ellas es de frecuencia, pues se les pide a los estudiantes que de acuerdo a su preferencia ordene del 1 al 4, la importancia conferida a las prioridades que debe tener un personero al momento de ejercer su cargo. Las cuatro preguntas restantes son de tipo abiertas, lo cual se hace con el fin de permitir la libre expresión de las opiniones que tienen los participantes. En estas últimas se indaga por las principales problemáticas de la institución educativa, las propuestas que les gustaría que un personero planteara, las que no les gustaría que formularan, y las propuestas realizadas en años anteriores por otros candidatos.

### **5.5.2. Tarjetón de propuestas**

Es el instrumento en el cual se sustenta la tarea de elección de los participantes. En su estructura cuenta con las propuestas de tres candidatos ficticios, delimitados por las letras A, B y C. El tarjetón fue suministrado a cada estudiante para que de acuerdo a su intención de voto eligiera aquel candidato que mejor representara sus intereses. Además, se implementó de diferentes maneras; por ejemplo, en el primer pilotaje, se presentó por medio de una serie de diapositivas, en el segundo de manera impresa, y en el tercero se adaptó mediante un cuestionario vía online. En la aplicación real, se optó por la formación de tres paquetes, cada uno con tres tarjetones de propuestas.

### **5.5.3. Tarjetón electoral**

Dicho instrumento se implementó en el primer pilotaje y presenta dos versiones; la primera se elaboró para ser dirigida a los grupos caso y consta de las letras A, B y C, que representan a tres candidatos ficticios. En la segunda versión, solo se cuenta con la presencia de los candidatos A y B, siendo la diseñada para el grupo control. En ambos tarjetones, el estudiante debía marcar mediante una X el representante a personero estudiantil de su elección.

### **5.5.4. Protocolo (Véase anexo 1)**

Es un instrumento diseñado por los investigadores, con la intención de lograr una aplicación lo más homogénea y controlada posible. En su estructura cuenta con: a) un guion en el que se encuentra las premisas y restricciones que se deben comunicar a los estudiantes participantes, b) una guía de respuestas rápidas a posibles preguntas formuladas por los educandos, c) el cierre y los agradecimientos por la participación.

## **5.6. Procedimiento**

El trabajo de campo comprendió dos fases temporales: la primera consistió en el diseño e implementación del pilotaje en los alumnos de los grados noveno de la Institución Educativa Pio XI; con base a los resultados obtenidos, se pasó a la segunda fase, que consistió en la aplicación del instrumento final (tarjetones de propuestas, agrupados en paquetes) en los estudiantes de educación media (grados décimo y undécimo) de dicha institución educativa.

### **5.6.1. Fase de Pilotaje**

#### **5.6.1.1. *Primer contacto y aplicación de cuestionario***

En un primer momento se tuvo un acercamiento a la institución educativa, mediante una carta en la que se exponía el objetivo de la investigación, las diferentes fases que comprendía, los lineamientos éticos y demás disposiciones estipuladas en la ley 1090 de 2006 (Véase anexo 2).

Posteriormente, y una vez obtenido el permiso de la institución educativa, los investigadores se presentaron ante la rectora de la institución, quien permitió el acompañamiento por parte de algunos de los docentes del plantel. Asimismo, se tuvo un acercamiento a los grados noveno, donde se hizo una breve presentación de la investigación y se pidió la participación voluntaria de los estudiantes, a quienes se les entregó un consentimiento informado, el cual tenían que hacer firmar por sus padres o representante legal (Véase anexo 3).

En un segundo encuentro, y tomando en cuenta que muchos de los estudiantes habían olvidado hacer firmar el consentimiento informado, se aplicó un consentimiento de carácter grupal, el cual se leyó detenidamente y se hizo firmar por aquellos educandos que de manera voluntaria quisieran participar (Véase anexo 4). Es de aclarar que el objetivo era poder garantizar la mayor participación estudiantil, mientras los alumnos hacían firmar el consentimiento inicial por sus padres o

representante legal. Una vez que los estudiantes firmaron con su nombre completo, número de documento de identidad y grado respectivo, se pasó al diligenciamiento de un cuestionario semiestructurado en el cual se hacían preguntas abiertas, estas indagaban por los criterios que los participantes contemplan a la hora de elegir un personero estudiantil (Ver a continuación).

### **5.6.1.2. Cuestionario de criterios a la hora de elegir un personero estudiantil**

Edad: \_\_\_\_\_ Género: F\_\_ M\_\_ Grado: \_\_\_\_\_

En este cuestionario se le indaga por los criterios que usted contempla a la hora de elegir un personero estudiantil. Responda de manera clara y concisa; y en caso de presentar alguna duda acerca de cómo responder a una pregunta en concreto, puede acercarse al investigador presente en el aula para resolverla. De ante mano muchas gracias por su participación.

¿Cuál considera usted que es la principal problemática en la institución educativa?

---

---

---

---

Organice los siguientes campos, de acuerdo a las prioridades que usted cree que debe tener un personero a la hora de ejercer su puesto. Marque del 1 al 4, siendo 1 el más importante y 4 el de menor importancia.

- Los derechos estudiantiles ( )
- La gestión de espacios recreativos ( )
- La correcta representación de los estudiantes ante los miembros del gobierno estudiantil ( )
- Participar activamente en la creación y modificaciones de los planes educativos y curriculares de la institución ( )

¿Qué propuestas recuerda usted que hayan hecho los candidatos de años anteriores a personero estudiantil?

---

---

---

---

¿Qué propuestas le gustaría que hiciese un candidato a personero estudiantil?

---

---

---



¿Qué propuestas no le gustaría que hiciese un candidato a personero estudiantil?

---

---

---

---

Las respuestas obtenidas de dicho cuestionario se clasificaron en categorías a juicio de los investigadores para facilitar su sistematización; una vez realizado este proceso se obtuvieron los siguientes resultados, según las preguntas planteadas:

La primera de las preguntas indagaba por la principal problemática de la institución educativa, donde la mayoría de los estudiantes hicieron alusión al uso adecuado de espacios, la convivencia, la relación del colegio con los estudiantes, el consumo de Sustancias Psicoactivas (SPA), la recreación, etc. (Ver tabla 3).

**Tabla 3.** Principales problemáticas de la institución educativa.

Propuestas	Número de estudiantes
Uso adecuado de espacios	16
Convivencia	12
Relación colegio-estudiante	11
Consumo de SPA	10
Recreación	5
Incumplimiento de promesas / Cargos institucionales	5
Recursos	4
Descansos	2
Infraestructura	2
Uniforme	1
Horario	1
No entiende la pregunta	1

En la segunda pregunta se le pedía al estudiante que ordenara una serie de campos, de acuerdo a las prioridades que debe tener un personero al momento de ejercer su puesto. El orden de

preferencia fue el siguiente: 1) los derechos estudiantiles, 2) correcta representación de los estudiantes ante los miembros del gobierno estudiantil, 3) participación activa en la creación y modificación de los planes educativos / curriculares de la institución, y 4) gestión de espacios recreativos.

La tercera pregunta indagaba por aquellas propuestas que los estudiantes recordaran de candidatos de años anteriores a personero estudiantil. La mayoría de los participantes manifestó que plantaban propuestas que tenían que ver con la creación / entretenimiento, y con el manejo de los recursos de la institución (Ver tabla 4).

**Tabla 4.** Propuestas de candidatos a personero estudiantil en años anteriores

Propuestas	Número de estudiantes
Recreación y entretenimiento	33
Recursos de la institución	13
Cumplimiento de funciones	8
Infraestructura	8
Uso de los espacios	6
Emisora	3
Propuestas no realizables	2
Descansos	1
Actitud docente	1

La cuarta pregunta buscaba conocer aquellas propuestas que a los estudiantes les gustaría que realizara un candidato a personero estudiantil. La mayor parte de los participantes mostraron interés por propuestas que tuvieran que ver con la recreación, al igual que el cumplimiento de sus funciones como representante de los estudiantes (Ver tabla 5).

**Tabla 5.** Propuestas a los estudiantes les gustaría que hiciera un candidato a personero

Propuestas	Número de estudiantes
Recreación	26
Cumplimiento de funciones	16
Objetivos realizables	9
Uso de los espacios	8
Uniforme	7
Gestión de recursos	4
Infraestructura	4
Modificaciones académicas	3
Emisora	2
Relación docente – estudiante	1

La quinta y última pregunta del cuestionario, preguntaba los estudiantes participes, por aquellas propuestas que no les gustaría que hiciese un candidato a personero estudiantil. Se pudo observar que la gran mayoría planteaba el que no fueran objetivos no realizables, siendo esta la respuesta que más se repetía en el estudiantado (Ver tabla 6).

**Tabla 6.** Propuestas que a los estudiantes no les gustaría que hiciese un candidato a personero.

Propuestas	Número de estudiantes
Objetivos no realizables	40
Carga académica	4
No entiende la pregunta	4
No promoción de espacios recreativos	1
Desordenar los grupos establecidos	1

## 5.6.2. Primer pilotaje

En un tercer encuentro, y partiendo de los resultados del cuestionario, se diseñaron las propuestas de los candidatos A, B y C. Como metodología se utilizó la presentación mediante diapositivas de las instrucciones generales del ejercicio y las propuestas de los candidatos, tal y como se muestra a continuación:

### 5.6.2.1. Diseño de propuestas, primer pilotaje

*Presentación e instrucciones generales*

## Elección personero estudiantil institución educativa pio XI

Periodo 2017

Institución Educativa  
**Pio XI**



- A continuación se les presentaran las propuestas de los candidatos que aspiran a la personería de la institución educativa Pio XI.
- Posterior a la presentación de las propuestas el investigador pasará con los respectivos tarjetones para llevar a cabo el ejercicio
- *Todas las propuestas presentadas por los candidatos son totalmente realizables*

*Grupo caso 1, señuelo hacia B*

### Candidato A

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad de Antioquia (sede Medellín), la cual tendrá un almuerzo incluido proporcionado por la cafetería de dicha institución.

### Candidato B

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad Nacional (sede Medellín), la cual tendrá un almuerzo incluido proporcionado por la cafetería de dicha institución.

### **Candidato C**

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad Nacional (sede Medellín), en la que cada estudiante deberá llevar su respectivo almuerzo.

### *Grupo caso 2, señuelo hacia A*

#### **Candidato A**

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad de Antioquia (sede Medellín), la cual tendrá un almuerzo incluido proporcionado por la cafetería de dicha institución.

#### **Candidato B**

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad Nacional (sede Medellín), la cual tendrá un almuerzo incluido proporcionado por la cafetería de dicha institución.

#### **Candidato C**

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad de Antioquia (sede Medellín), en la que cada estudiante deberá llevar su respectivo almuerzo.

## Grupo control

### Candidato A

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad de Antioquia (sede Medellín), la cual tendrá un almuerzo incluido proporcionado por la cafetería de dicha institución.

### Candidato B

- Velaré porque cada estudiante conozca sus derechos y sus deberes.
- Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros de deportivos.
- Gestionaré junto con la alcaldía municipal y el colegio, una salida a la Universidad Nacional (sede Medellín), la cual tendrá un almuerzo incluido proporcionado por la cafetería de dicha institución.

Se controló el tiempo de exposición a cada propuesta, el cual fue de dos minutos, y al final se presentaban los respectivos candidatos (en una sola pantalla) con el fin de que pudieran establecer comparaciones. En uno de los salones del grado noveno (grupo caso 1) se presentó la propuesta de los candidatos A, B, y el señuelo C; la intención era dirigir la conducta de voto hacia el candidato B. En otro de los salones del grado noveno (grupo caso 2), se presentaron los mismos candidatos, pero el señuelo C estaba enfocado en hacer resaltar la propuesta de A. En otro de los salones (grupo control) se presentó solo la propuesta de los candidatos A y B, sin señuelo C (Ver tabla 7).

**Tabla 7.** Grupos y dirección del señuelo

Grupos	Candidatos	Orientación del señuelo
G1	A, B, C	Hacia B
G2	A, B, C	Hacia A
G3	A, B	Ausencia de señuelo

Con anticipación se le entregó a cada estudiante un tarjetón en el que debían marcar el candidato de su elección, colocar el género, y grupo respectivo (Ver a continuación). Vale la pena mencionar que este instrumentó resultó poco útil en el trabajo de campo, pues los estudiantes requerían tener

a la vista el contenido de las propuestas de cada representante a personero, y no solo el tarjetón donde marcar.

**5.6.2.2. Tarjetón electoral**

***Versión 1 – Grupos casos***

**Elección del personero estudiantil  
2017**

Marque con una X el candidato de su preferencia

Código del estudiante \_\_\_\_

<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
----------	----------	----------

***Versión 2 - Grupo control***

**Elección del personero estudiantil  
2017**

Marque con una X el candidato de su preferencia

Código del estudiante \_\_\_\_

<b>A</b>	<b>B</b>
----------	----------

Los resultados para el grupo caso 1, (candidato B a resaltar) arrojaron que la mayoría de los estudiantes eligieron a B, seguido de A, y por último C (Ver tabla 8). Resultados que en un primero momento dieron la impresión de que el efecto señuelo había operado exitosamente.

**Tabla 8.** Resultados grupo caso 1 (Señuelo hacia B)

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	9	16	4
Hombres	2	9	1
Mujeres	7	7	3
No marcó género	0	0	0

No obstante, los resultados del grupo caso 2, donde se buscaba resaltar la propuesta del candidato A, arrojaron los mismos resultados de preferencia que en el grupo caso anterior (Ver tabla 9). La mayoría de los estudiantes marcó en sus tarjetones la propuesta de B, seguida de la del candidato A, y por último el candidato C. Lo anterior permite concluir que la victoria del candidato B (en los dos grupos caso) no se puede adjudicar a la influencia del efecto señuelo.

**Tabla 9.** Resultados grupo caso 2 (Señuelo hacia A)

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	10	17	1
Hombres	7	7	1
Mujeres	3	10	0
No marcó género	0	0	0

En el grupo control, que establecía una comparación entre los candidatos A y B, arrojaron una preferencia por parte del estudiantado hacia el candidato A (Ver tabla 10). Los resultados anteriores, tanto de los grupos caso como del control, mostraron la necesidad de realizar



modificaciones a la metodología utilizada, al igual que una mejor adecuación del instrumento de votación para su aplicación en un momento posterior.

**Tabla 10.** Resultados grupo control (Ausencia de señuelo)

	Candidato A	Candidato B
General	18	10
Mujeres	5	6
Hombres	13	4
No marcó género	0	1

### 5.6.3. Segundo pilotaje

En un cuarto encuentro, y una vez analizados los resultados del pilotaje anterior, se modificó tanto las propuestas, como el método de aplicación de la tarea de elección; ahora en lugar de presentar los candidatos en diapositivas, se optó por entregar a cada estudiante un tarjetón con las propuestas de los tres postulantes a personero estudiantil, se les dejaba analizar el mismo por un periodo de tiempo de cuatro minutos, una vez terminado este tiempo, se les pedía que por favor marcaran con un lapicero o marcador el candidato de su preferencia, e indicaran el respectivo género. Nuevamente se aplicó la tarea de elección a dos grupos caso y un grupo control, pero en esta ocasión, quienes habían pertenecido en el anterior pilotaje a un grupo control pasaron a ser grupo caso 1, quienes fueron grupo caso 1, pasaron a ser grupo caso 2, y quienes habían hecho de grupo caso 2, pasaban a ser grupo control. Por otro lado, ahora el candidato señuelo no era el C, en este caso fue el A, haciendo resaltar la propuesta de B en el primer caso, y la de C en el segundo (Ver a continuación).

### 5.6.3.1. *Diseño de propuestas, segundo pilotaje*

#### *Grupo control*

<b>Candidato A</b>	<b>Candidato B</b>
Gestionaré un dispensador de papel higiénico en cada baño, el cual arrojara un paquete a cambio de 100 pesos.	Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.
Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.	Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.
Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.	Gestionaré un dispensador de papel higiénico en cada baño, el cual arrojara un paquete a cambio de 100 pesos.

#### *Grupo caso 1 – Señuelo hacia B*

<b>Candidato A</b>	<b>Candidato B</b>	<b>Candidato C</b>
Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.	Gestionaré un dispensador de papel higiénico Scott en cada baño, el cual arrojara un paquete a cambio de 100 pesos.	Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.
Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.	Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.	Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.
Gestionaré un dispensador de papel higiénico Scott en cada baño, el cual arrojara un paquete a cambio de 200 pesos.	Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.	Gestionaré un dispensador de papel higiénico Familia en cada baño, el cual arrojara un paquete a cambio de 100 pesos.

*Grupo caso 2 - Señuelo hacia C*

<b>Candidato A</b>	<b>Candidato B</b>	<b>Candidato C</b>
Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.	Gestionaré un dispensador de papel higiénico Scott en cada baño, el cual arrojará un paquete a cambio de 100 pesos.	Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.
Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.	Facilitaré junto con el cuerpo docente, la creación de semilleros artísticos que ocupen una hora semanal en horario de clase.	Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.
Gestionaré un dispensador de papel higiénico Familia en cada baño, el cual arrojará un paquete a cambio de 200 pesos.	Programaré junto con la Gobernación de Antioquia una salida pedagógica al Museo de Antioquia.	Gestionaré un dispensador de papel higiénico Familia en cada baño, el cual arrojará un paquete a cambio de 100 pesos.

Los resultados en el grupo caso 1, donde se pretendía hacer más llamativa la propuesta del candidato B, arrojaron un efecto contrario, es decir, la mayoría de los estudiantes votó fue por el candidato C; no obstante, los participantes de ambos géneros reconocieron que la propuesta del candidato A era la menos atractiva, lo cual se sustenta en el hecho de que ninguno eligió dicho representante a personero estudiantil (Ver tabla 11).

**Tabla 11.** Resultados grupo caso 1 (Señuelo hacia B)

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	0	9	19
Hombres	0	4	9
Mujeres	0	5	9
No marcó género	0	0	1

Por otra parte, los resultados en el grupo caso 2, en el cual se buscaba hacer más llamativa la propuesta del candidato C, volvieron a mostrar el mismo efecto que en grupo anterior, pues la mayor parte de los alumnos se decantó por el candidato B. De igual forma, en este grupo los resultados fueron más dispersos, contando con cuatro estudiantes que eligieron el candidato A o señuelo (Ver tabla 12).

**Tabla 12.** Resultados grupo caso 2 (Señuelo hacia C)

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	4	16	6
Hombres	2	10	2
Mujeres	2	6	4
No marcó género	0	0	0

Por último, en el grupo control, los resultados permitieron ver una preferencia de los estudiantes por las propuestas que postulaba el candidato A (Ver tabla 13). En conclusión, en este segundo pilotaje, se hizo evidente que aquellos candidatos que los investigadores querían hacer parecer como más desventajosos, fueron quienes más eligieron los educandos; aunque esto pudo deberse a un error metodológico, donde se usaron marcas comerciales reales en las propuestas, lo que posiblemente marcó un sesgo que fue definitorio en la tarea de elección, y obligó a replantear el experimento e implementar un tercer pilotaje.

**Tabla 13.** Resultados grupo control (Ausencia de señuelo)

	Candidato A	Candidato B
General	18	7
Mujeres	0	0
Hombres	0	0
No marcó género	18	7

#### **5.6.4. Tercer pilotaje**

Para el tercer pilotaje, se redujo el tamaño global de las preguntas, sintetizando la información que contenían, para tal fin se propuso un enunciado en la parte superior del cuestionario, donde se presentaban las propuestas de los candidatos de manera general, de este modo las preguntas se pudieron hacer de forma más corta, evitando mencionar el modo cómo se iba a realizar la propuesta. Otra de las modificaciones que se introdujo fue la de colocar el señuelo en la primera propuesta de las tres que tiene cada candidato, las otras dos siempre fueron las mismas, solo que se alternó el lugar, del segundo al tercero y viceversa.

La metodología utilizada fue online, vía formulario de Google, los resultados arrojaron la participaron 35 personas, en un periodo de tiempo de dos días que estuvo abierto el formulario, de las cuales, 14 fueron mujeres y 21 fueron hombres, con un rango mínimo de edad de 16 años y máximo de 51, con una mediana de 22, una moda de 23 y una desviación estándar de 5,7. Dentro del formulario online, cada participante se encontraba con tres tandas, donde se exponían las campañas de cada candidato. En cada tanda, dos de las propuestas eran similares para A, B y C, existiendo solo diferencia en la primera de ellas, que contemplaba el señuelo (según la intención de los investigadores), y donde el estudiante podía establecer las respectivas comparaciones (Ver

a continuación). Es de anotar que en las tres tandas el señuelo se encontraba en el candidato B y se buscaba hacer más llamativa las propuestas de A.

#### 5.6.4.1. *Diseño de propuestas, tercer pilotaje*

##### *Primera tanda*

CANDIDATO A	CANDIDATO B	CANDIDATO C
Salida pedagógica al Museo de Antioquia.	Salida pedagógica al Museo de Antioquia, con el acudiente.	Salida pedagógica al Museo de Arte Moderno de Medellín.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

##### *Segunda tanda*

CANDIDATO A	CANDIDATO B	CANDIDATO C
Dispensador de papel higiénico: 1 metro por 100\$	Dispensador de papel higiénico: 75 centímetros por 100\$	Dispensador de papel higiénico: 2 metros por 200\$
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

##### *Tercera tanda*

CANDIDATO A	CANDIDATO B	CANDIDATO C
Semilleros artísticos 1 hora a la semana durante la jornada académica.	Semilleros artísticos 1 hora a la semana fuera de la jornada académica.	Semilleros artísticos 2 horas cada quince días durante la jornada académica.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Los resultados de la primera tanda, mostraron una preferencia de los participantes por el candidato C, quien fue elegido por la mayoría de los participantes, seguido por el candidato A, y en última instancia el candidato B (Ver tabla 14). Como se puede observar en la tabla, se hace necesario replantear las propuestas de esta tanda, pues no fue predominante la influencia del efecto señuelo, tal y como se buscaba.

**Tabla 14.** Resultado primera tanda

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	13	7	15
Hombres	7	6	8
Mujeres	6	1	7

En los resultados de la segunda tanda, se evidenció la influencia del señuelo, donde la mayoría de los participantes votaron por el candidato A, seguido por C y B, quienes obtuvieron una cantidad de votos inferior (Ver tabla 15). Es de resaltar que fueron las mujeres quienes más eligieron el candidato A.

**Tabla 15.** Resultados segunda tanda

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	20	5	10
Hombres	8	4	9
Mujeres	12	1	1

En la tercera y última tanda del formulario online, los resultados fueron nuevamente consistentes con los propósitos del efecto señuelo, donde la mayor parte de los participantes del ejercicio eligió al candidato A, seguido por el B, y en último lugar C (Ver tabla 16). Sin embargo,

una buena parte de los hombres votó por el candidato B o señuelo. En conclusión, dos de las tandas (la dos y la tres) arrojaron resultados concordantes con la propuesta teórica del efecto señuelo, postulada por Huber *et al.* (1982) y ampliamente estudiado por Dan Ariely (2008); la primera tanda debe ser ajustada para el ejercicio real en los estudiantes de educación media.

**Tabla 16.** Resultados tercera tanda

	Candidato A	Candidato B	Candidato C
General	16	11	8
Hombres	7	9	5
Mujeres	9	2	3

#### **5.6.5. Fase de aplicación real**

Una vez realizados los diferentes pilotajes, en los que se fue ajustando la tarea experimental, se retomaron algunas de las propuestas desarrolladas anteriormente y se planteó una nueva. Asimismo, se pensó en la opción de aplicar todos los tarjetones de propuestas a cada uno de los estudiantes, para lo cual se diseñaron tres paquetes, cada uno con tres tarjetones electorales, que fueron suministrados uno a la vez; contemplando los siguientes aspectos: situación, variación (caso 1, caso 2, control), número del tarjetón y orientación del señuelo (Ver a continuación).



*Paquete 1*

Situación 1, tarjetón 1, caso 1, señuelo hacía A.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>	<b>CANDIDATO C</b>
Dispensador de papel higiénico: 1 metro por 100 \$.	Dispensador de papel higiénico: 75 cm por 100 \$.	Dispensador de papel higiénico: 2 metros por 200\$.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Situación 2, tarjetón 2, caso 2, señuelo hacía C.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>	<b>CANDIDATO C</b>
Semilleros artísticos 1 hora a la semana, reemplazando 1 hora de clase.	Semilleros artísticos 2 horas cada quince días, fuera de horas de clase.	Semilleros artísticos 2 horas cada quince días, reemplazando 2 horas de clase.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Situación 3, tarjetón 3, control, ausencia de señuelo.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>
Salida a un municipio del oriente cercano con transporte de ida y regreso gratis.	Salida a un municipio del oriente cercano con almuerzo gratis.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Paquete 2

Situación 1, tarjetón 1, caso 2, señuelo hacía C.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>	<b>CANDIDATO C</b>
Dispensador de papel higiénico: 1 metro por 100 \$.	Dispensador de papel higiénico: 1.5 metros por 200 \$.	Dispensador de papel higiénico: 2 metros por 200\$.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Situación 2, tarjetón 2, control, ausencia de señuelo.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>
Semilleros artísticos 1 hora a la semana, reemplazando 1 hora de clase.	Semilleros artísticos 2 horas cada quince días, reemplazando 2 horas de clase.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Situación 3, tarjetón 3, caso 1, señuelo hacía A.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>	<b>CANDIDATO C</b>
Salida a un municipio del oriente cercano con transporte de ida y regreso gratis.	Salida a un municipio del oriente cercano con transporte de regreso gratis.	Salida a un municipio del oriente cercano con almuerzo gratis.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Paquete 3

Situación 1, tarjetón 1, control, ausencia de señuelo.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>
Dispensador de papel higiénico: 1 metro por 100 \$.	Dispensador de papel higiénico: 2 metros por 200\$.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Situación 2, tarjetón 2, caso 1, señuelo hacía A.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>	<b>CANDIDATO C</b>
Semilleros artísticos 1 hora a la semana reemplazando 1 hora de clase.	Semilleros artísticos 1 hora a la semana, fuera de horas de clase.	Semilleros artísticos 2 horas cada quince días reemplazando 2 horas de clase.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Situación 3, tarjetón 3, caso 2, señuelo hacía C.

<b>CANDIDATO A</b>	<b>CANDIDATO B</b>	<b>CANDIDATO C</b>
Salida a un municipio del oriente cercano con transporte de ida y regreso gratis.	Salida a un municipio del oriente cercano con almuerzo gratis.	Salida a un municipio del oriente cercano con transporte de ida y almuerzo gratis.
Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.
Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.	Mediador entre el estudiante y la institución.	Velar por los derechos y deberes de los estudiantes.

Las propuestas consignadas en los nueve tarjetones, consistieron en tres situaciones hipotéticas, cada una de las cuales, a su vez, contenían tres variaciones: caso 1, caso 2, control, que fueron elaboradas en función de las características del efecto señuelo. En la primera (situación 1), se proponía un dispensador de papel higiénico que variaba en función de la longitud y el precio. La segunda (situación 2) consistió en un semillero artístico, donde las diferencias se hicieron con respecto a la intensidad horaria y a si era en horario de clase o fuera del mismo. La tercer y última (situación 3), plasmaba la propuesta de salida a un municipio del oriente cercano, tomando en cuenta aspectos como el transporte (ida y regreso, solo ida) y la presencia de almuerzo.

En lo que respecta al trabajo de campo, con previa autorización de la Institución Educativa Pio XI, se pasó por cada uno de los salones de los grados décimo (A y B) y undécimo (A y B), invitando a los estudiantes a participar de manera voluntaria en el trabajo investigativo. Los educandos que desearon hacer parte del estudio fueron amparados mediante la firma del consentimiento informado grupal (Véase anexo 4), que buscaba incentivar el interés y compromiso de participación, mientras hacían diligenciar el consentimiento individual por parte de sus padres o representante legal (Véase anexo 3). Es de anotar que hubo que aprovechar una de las reuniones de entrega de calificaciones para poder obtener la mayoría de los consentimientos, pues muchos de los educandos olvidaban el mismo.

Una vez se estableció el total de participantes, los investigadores diseñaron la base de datos que contenía nombre completo de cada uno de los estudiantes, género, edad y grado escolar, salón en el que desarrollarían la tarea y su respectivo código. Vale la pena mencionar que la institución educativa permitió el acceso a tres salones de una sede alterna, donde se distribuyeron de manera intencional los jóvenes que confirmaron su participación. Del mismo modo, se contó con una disponibilidad horaria de dos horas, en el horario de la mañana, para que los alumnos desarrollaran

la actividad planteada. A continuación, se presenta la distribución espacial de una de las aulas, la asignación de los paquetes, y el código del estudiante; correspondiente al primer momento de la tarea ejecutada (Ver tabla 17).

**Tabla 17.** Distribución de espacial de los estudiantes y los paquetes (ejemplo).

Posición del evaluador					
Fila 1 / código		Fila 2 /código		Fila 3 / código	
p1	1	p1	2	p1	3
p2	4	p2	5	p2	6
p3	7	p3	8	p3	9
p1	10	p1	11	p1	12
p2	13	p2	14	p2	15
p3	16	p3	17	p3	18
p1	19	p1	20	p1	21
p2	22	p2	23	p2	24
p3	25	p3	26	p3	27
p1	28	p1	29	p1	30
p2	31	p2	32	p2	33

Convenciones: p1-paquete 1, p2-paquete 2, p3-paquete 3

Como se puede observar cada una de las tres aulas fue distribuida en tres filas de aproximadamente 11 sillas, para un total de 33. En algunas aulas dicho número presentó variaciones. Cada silla fue marcada con un código, el cual representaba a un determinado alumno, y que permitió posteriormente realizar los análisis estadísticos entre las variables: edad, grado escolar y género. En la distribución se buscó que en cada salón estuvieran educandos tanto de los grados décimo A y B, como de los grados undécimo A y B.

En el momento de la aplicación, se aseguró que cada participante estuviera sentado en la silla de su respectivo código. Seguidamente se atendieron algunas inquietudes y se dictó la consigna del experimento; esto se hizo atendiendo a lo estipulado en el protocolo que fue diseñado con anterioridad (Véase anexo 1). Como se expuso en el diseño específico, la tarea estuvo dividida en

tres momentos, donde cada estudiante respondía un paquete (para un total de tres por cada persona) no necesariamente en orden secuencial. Por ejemplo, tal y como se observa en la tabla anterior, el estudiante correspondiente al código 4 de la primera fila, en el primer momento respondió el paquete número dos. En el segundo momento se le asignó el número tres; concluyendo con el número uno, en el tercero y último de los momentos.

### **5.7. Consideraciones éticas**

La presente investigación se acoge al *Código de Ética en Investigación de la Universidad de Antioquia*, donde se contempla que toda persona que realice actividades de investigación usando el nombre de la institución, debe ser consciente de la trascendencia que tiene su función no solo en la generación de conocimiento, sino también en la incidencia sobre los seres vivos y en el manejo de la información que su investigación requiere y produce. Por lo anterior, el trabajo investigativo vela, de manera específica, por los siguientes preceptos: a) respetar los derechos humanos y el valor de los demás seres vivos, b) considerar el marco ético-jurídico –institucional, local, nacional e internacional – para la toma de decisiones en la investigación; incluyendo acuerdos, convenios y términos de referencia, c) respetar la propiedad intelectual con el debido reconocimiento según las contribuciones de los actores que llevan a cabo la investigación; verbigracia, coinvestigadores, estudiantes, técnicos y personal auxiliar, d) referenciar correctamente el trabajo de otras personas, entidades u organizaciones. El investigador se compromete a no plagiar, copiar o usurpar otras investigaciones y publicaciones, e) cumplir a cabalidad su papel en la investigación sin abrogarse logros que no se correspondan con las responsabilidades asumidas, ni incurrir en prácticas de suplantación o encubrimiento con el fin de obtener un beneficio para sí o para un tercero.

Por otro lado, como la muestra está conformada por estudiantes con un rango de edad entre los 15 y 17 años, es decir menores de edad, se protege y vela por el cumplimiento de todos sus derechos humanos que, si bien no son vulnerados de manera intencional en ninguna de las fases de la investigación, se asumen como un derrotero que guía el accionar de los investigadores en todo momento. En Colombia los menores de edad son amparados por el *Código de infancia y adolescencia* (Ley 1098 de 2006) que tiene como finalidad garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armonioso desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión. Para efectos de los lineamientos éticos y legales, los investigadores asumen que:

Artículo 3°. *Sujetos titulares de derechos*. Para todos los efectos de esta ley son sujetos titulares de derechos todas las personas menores de 18 años. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 34 del Código Civil, se entiende por niño o niña las personas entre los 0 y los 12 años, y por adolescente las personas entre 12 y 18 años de edad.

Artículo 7°. *Protección integral*. Se entiende por protección integral de los niños, niñas y adolescentes el reconocimiento como sujetos de derechos, la garantía y cumplimiento de los mismos, la prevención de su amenaza o vulneración y la seguridad de su restablecimiento inmediato en desarrollo del principio del interés superior.

Artículo 8°. *Interés superior de los niños, las niñas y los adolescentes*. Se entiende por interés superior del niño, niña y adolescente, el imperativo que obliga a todas las personas a garantizar la satisfacción integral y simultánea de todos sus Derechos Humanos, que son universales, prevalentes e interdependientes.

Artículo 9°. *Prevalencia de derechos.* En todo acto, decisión o medida administrativa, judicial o de cualquier naturaleza que deba adoptarse en relación con los niños, las niñas y los adolescentes, prevalecerán los derechos de estos, en especial si existe conflicto entre sus derechos fundamentales con los de cualquier otra persona. En caso de conflicto entre dos o más disposiciones legales, administrativas o disciplinarias, se aplicará la norma más favorable al interés superior del niño, niña o adolescente.

Desde el campo de psicología, la presente investigación se ampara en la Ley 1090 de 2006: *Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de la Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones.* En primera instancia, como se tiene acceso a datos e información obtenida de los participantes, se asume lo expuesto en los artículos 27 y 28:

Artículo 27. Las enumeraciones o listas de sujetos evaluados en los que deban constar los diagnósticos o datos de la evaluación y que se le requieran al psicólogo por otras instancias, a efectos de planificación, obtención de recursos u otros, deberán realizarse omitiendo el nombre y datos de identificación del sujeto, cuando no sean estrictamente necesarios.

Artículo 28. De la información profesionalmente adquirida no debe nunca el profesional servirse ni en beneficio propio o de terceros, ni en perjuicio del interesado.

Otro aspecto ético importante que se considera, es el informar a los estudiantes de su participación voluntaria en el presente estudio, de sus características generales y de su derecho a no continuar con las tareas planteadas, en cualquier momento. Para tal fin, se busca que sus padres o representantes legales autoricen su participación mediante el consentimiento informado. Al respecto el inciso “i” del artículo 36 y el artículo 52 de la Ley 1090 de 2006, estipula:



Artículo 36 - inciso i) No practicar intervenciones sin consentimiento autorizado del usuario, o en casos de menores de edad o dependientes, del consentimiento del acudiente.

Artículo 52. En los casos de menores de edad y personas incapacitadas, el consentimiento respectivo deberá firmarlo el representante legal del participante.

En lo concerniente a la investigación dentro del campo de la psicología, se debe asegurar que sus pretensiones no vayan en contra de los derechos de los participantes, garantizándose el valor ético de la dignidad de la persona en todo momento. Los artículos 49, 50 y 55 de la ley en cuestión lo expresan mejor:

Artículo 49. Los profesionales de la psicología dedicados a la investigación son responsables de los temas de estudio, la metodología usada en la investigación y los materiales empleados en la misma, del análisis de sus conclusiones y resultados, así como de su divulgación y pautas para su correcta utilización.

Artículo 50. Los profesionales de la psicología al planear o llevar a cabo investigaciones científicas, deberán basarse en principios éticos de respeto y dignidad, lo mismo que salvaguardar el bienestar y los derechos de los participantes.

Artículo 55. Los profesionales que adelanten investigaciones de carácter científico deberán abstenerse de aceptar presiones o condiciones que limiten la objetividad de su criterio u obedezcan a intereses que ocasionen distorsiones o que pretendan darle uso indebido a los hallazgos.

Por último, y no menos importante, se debe tener en consideración el respeto que merece la propiedad intelectual ajena. Por ello, el presente trabajo vela por la debida citación y referenciación de los trabajos, artículos, libros y textos en general. El artículo 56 de la ley 1090 lo plantea:

Artículo 56. Todo profesional de la Psicología tiene derecho a la propiedad intelectual sobre los trabajos que elabore en forma individual o colectiva, de acuerdo con los derechos de autor establecidos en Colombia. Estos trabajos podrán ser divulgados o publicados con la debida autorización de los autores.

### **5.8. Plan de análisis**

En lo referente al plan de análisis, se utilizó en un primer momento el programa Microsoft Excel 2016, donde fueron registrados los datos obtenidos para posteriormente ser analizados y gestionados mediante el paquete estadístico SPSS en su versión 23; que es un programa de análisis de información general, que facilita la obtención de estadísticos descriptivos, y el posterior análisis inferencial. En lo concerniente a las variables contempladas en el estudio: edad, género y grado escolar, se compararon con la variable elección de un determinado candidato, mediante la prueba Chi-cuadrada de Pearson. Este último estadístico se usa para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. En esencia, es una comparación entre la tabla de frecuencias observadas y la denominada tabla de frecuencias esperadas, la cual constituye la tabla que esperaríamos encontrar si las variables fueran estadísticamente independientes o no estuvieran relacionadas (Wright, 1979, citado en Hernández *et al.*, 2010).

## 6. Resultados

Se realizó una única aplicación del instrumento final (paquetes), en la cual se evaluó a 89 estudiantes de la I.E. Pio XI, quienes cumplían con los criterios de inclusión y exclusión de la tarea experimental. Los datos recolectados fueron sistematizados en Microsoft Excel 2016 y posteriormente analizados en el paquete estadístico SPSS versión 23.

### 6.1. Resultados descriptivos

La muestra estuvo conformada por 89 estudiantes de los grados decimo y undécimo (Ver tabla 18), de los cuales 44 fueron del género femenino y 45 del masculino; la edad media fue de 15,9 (SD  $\pm$  0.8). Los participantes se distribuyeron de manera aleatoria en tres grupos, donde 26 pertenecían al grupo número uno, 33 al grupo número dos y 30 al grupo número tres.

**Tabla 18.** Distribución de la muestra según el grupo.

Grupo	Edad Media	Género		Grado			
		F	M	10A	10B	11A	11B
1	15,8	14	12	6	10	7	3
2	15,9	18	15	10	10	7	6
3	15,9	12	18	9	10	7	4
Total	15,9	44	45	25	30	21	13

Los estudiantes fueron expuestos a nueve evaluaciones, las cuales se aplicaron en tres momentos distintos, arrojando un total de 801 datos, que se repartieron equitativamente en cada una de las situaciones y sus variaciones (casos y controles). En cuanto a las situaciones, cabe recordar que en el caso 1 el señuelo buscaba orientar la elección del participante hacia el candidato

A, y en el caso 2 hacia el C. A continuación, se hace una presentación de los resultados descriptivos de cada una de las situaciones.

### 6.1.1. Situación 1

En el caso 1, el candidato preferido por los participantes fue el A, seguido del C y finalizando con el B. Con respecto al caso 2, la preferencia de los candidatos, mantuvo el mismo orden; sin embargo, se observa un leve aumento en los votos hacia el candidato C. En el análisis mediante la prueba Chi-cuadrada de Pearson, se encontró una significación asintótica de 0,288; por lo tanto, no hubo relación entre la elección del candidato y la orientación del señuelo (caso 1 y caso 2) (Ver tabla 19).

**Tabla 19.** Tabla de frecuencias situación 1.

Candidato		Situación 1		Total
		Caso 1 (Señuelo hacia A)	Caso 2 (Señuelo hacia C)	
A	Frecuencia	52	42	94
	Porcentaje	58,4%	47,2%	52,8%
B	Frecuencia	7	7	14
	Porcentaje	7,9%	7,9%	7,9%
C	Frecuencia	30	40	70
	Porcentaje	33,7%	44,9%	39,3%
Total		89	89	178
Porcentaje Total		100%	100%	100%

*Valor p: 0,288*

### 6.1.2. Situación 2

Los resultados en el caso 1 y en el caso 2, evidencian una preferencia de los participantes por el candidato A, seguida por el B, y finalmente el C. En esta situación hubo un comportamiento

atípico de los datos, pues el candidato B (señuelo) obtuvo un nivel elección que lo ubicaba cerca al candidato A en el caso 1, y que superaba ampliamente a C en el caso 2; suceso contrario a lo esperado por los investigadores. Al ejecutar la prueba Chi-cuadrada de Pearson se halló una significancia asintótica de 0,935; por lo que no existe una relación entre la elección de los candidatos y la orientación del señuelo (Ver tabla 20).

**Tabla 20.** Tabla de frecuencias situación 2.

Candidato		Situación 2		Total
		Caso 1 (Señuelo hacia A)	Caso 2 (Señuelo hacia C)	
A	Frecuencia	37	38	75
	Porcentaje	41,6%	42,7%	42,1%
B	Frecuencia	32	33	65
	Porcentaje	36,0%	37,1%	35,6%
C	Frecuencia	20	18	38
	Porcentaje	22,5%	20,2%	21,3%
Total		89	89	178
Porcentaje Total		100%	100%	100%

*Valor p: 0,935*

### 6.1.3. Situación 3

En el caso 1 el orden de preferencia de los candidatos fue primero A, luego C, y por último el B. En lo concerniente al caso 2, los educandos eligieron en mayor proporción al candidato C, seguido por el A, y finalizando con el B. En ambos casos, el comportamiento de los participantes fue justamente el esperado, tal y como se refleja en una propuesta orientada desde el efecto señuelo. Lo anterior es respaldado por el valor de significancia asintótica de 0,002 (Ver tabla 21).

**Tabla 21.** Tabla de frecuencias situación 3.

Candidato		Situación 3		Total
		Caso 1 (Señuelo hacia A)	Caso 2 (Señuelo hacia C)	
A	Frecuencia	61	38	99
	Porcentaje	68,5%	42,7%	55,6%
B	Frecuencia	7	8	15
	Porcentaje	7,9%	9,0%	8,4%
C	Frecuencia	21	43	64
	Porcentaje	23,6%	48,3%	36,0%
Total		89	89	178
Porcentaje Total		100%	100%	100%

*Valor p: 0,002*

#### 6.1.4. Situaciones control

En el control de las tres situaciones se hizo presente una fuerte preferencia de los estudiantes de educación media hacia el candidato A, por encima del candidato B (Ver tabla 22).

**Tabla 22.** Tabla de frecuencias según los controles de las tres situaciones.

Candidato		Control de las 3 situaciones		
		Control 1	Control 2	Control 3
A	Frecuencia	55	62	61
	Porcentaje	61,8%	69,7%	68,5%
B	Frecuencia	34	27	28
	Porcentaje	38,2%	30,3%	31,5%
Total		89	89	89
Porcentaje Total		100%	100%	100%

## 6.2. Análisis descriptivo atendiendo a las variables de género, edad y grado escolar.

Al comparar la elección de los participantes del experimento con el género al que pertenecían, mediante la prueba Chi-cuadrada de Pearson, no se encontró relación entre dichas variables; lo anterior se justifica en que el valor p excedió a 0,05 en todos los casos de las respectivas situaciones (Ver tabla 23). En otras palabras, la pertenencia a un determinado género no parece tener incidencia en el tipo de elección realizada.

**Tabla 23.** Análisis de frecuencias y Chi-cuadrada - variable género.

		Masculino			Femenino			Valor p
		A	B	C	A	B	C	
Papel	C1	23	4	18	29	3	12	0,363
	C2	19	4	22	23	3	18	0,634
	C	28	17		27	17		0,934
Semillero	C1	15	18	12	22	14	8	0,271
	C2	16	17	12	22	16	6	0,227
	C	29	16		33	11		0,279
Salida	C1	28	3	14	33	4	7	0,238
	C2	20	4	21	18	4	22	0,943
	C	28	17		33	11		0,194

Convenciones: C1 Caso 1, C2 Caso 2, C Control.

Con respecto a la comparación entre las variables edad (15, 16 y 17 años) y elección de un determinado candidato, no se halló relación significativa. En todas las situaciones y variaciones (casos) el valor p fue superior a 0,05 (Ver tabla 24). Por lo que no se puede asumir que, la pertenecía a una determinada edad dentro del rango establecido en el estudio, afectaba la conducta de voto.

**Tabla 24.** Análisis de frecuencias y Chi-cuadrada - variable edad.

		15 años			16 años			17 años			Valor p
		A	B	C	A	B	C	A	B	C	
Papel	C1	23	1	11	14	5	11	15	1	8	0,221
	C2	15	3	17	14	1	15	13	3	8	0,585
	C	19	16		20	10		16	8		0,502
Semillero	C1	15	13	7	12	10	8	10	9	5	0,976
	C2	15	13	7	14	9	7	9	11	4	0,834
	C	28	7		18	12		16	8		0,202
Salida	C1	23	3	9	20	3	7	18	1	5	0,916
	C2	14	2	9	13	4	13	11	2	11	0,805
	C	25	10		18	12		18	6		0,446

Por último, al comparar la relación entre el grado escolar de los participantes en el experimento y la elección de un candidato, no se encontraron relaciones estadísticamente significativas en ninguno de los casos contrastados, dado que el valor p fue superior a 0,05 en todas las comparaciones realizadas (Ver tabla 25). Lo anterior permite afirmar que, el grado escolar al que pertenecían los estudiantes no tuvo relación con su elección en la tarea experimental.

**Tabla 25.** Análisis de frecuencias y Chi-cuadrada - variable grado escolar.

		Décimo			Undécimo			Valor p
		A	B	C	A	B	C	
Papel	C1	35	4	16	17	3	14	0,44
	C2	27	4	24	15	3	16	0,892
	C	35	20		20	14		0,408
Semillero	C1	24	20	11	13	12	9	0,761
	C2	22	22	11	16	11	7	0,748
	C	42	13		20	14		0,066
Salida	C1	37	5	13	24	2	8	0,857
	C2	21	5	29	17	3	14	0,53
	C	36	19		25	9		0,289



## 7. Discusión

### 7.1. Análisis de las situaciones 1, 2 y 3.

En la presente investigación se buscó analizar las consecuencias de la aplicación del efecto señuelo en la conducta de voto de estudiantes de educación media, en una tarea de elección de personero estudiantil. Para tal propósito se diseñaron tres situaciones hipotéticas, basadas en los hallazgos del cuestionario aplicado antes del primer pilotaje (Véase procedimiento); en dicho instrumento se indagaba por las problemáticas de la institución educativa, las propuestas que les gustaría (y las que no) que hiciese un candidato, así como las propuestas de candidatos de años anteriores. La primera de las situaciones proponía la instalación de un dispensador de papel higiénico en los baños, donde sus atributos eran la longitud del papel vs el precio. La segunda, ofrecía la creación de semilleros artísticos, donde las diferencias se establecían con respecto a la intensidad horaria y su asistencia, reemplazando horas de clase o por fuera de las mismas. Finalmente se planteaba una salida a un municipio del oriente cercano, tomando en cuenta aspectos como el transporte y la presencia del almuerzo.

Cada una de las situaciones fue presentada a los participantes teniendo en cuenta algunos de los aspectos que Huber *et al.* (1982) postula al momento de diseñar un experimento bajo las condiciones del efecto señuelo o de atracción. En un primer momento se proporcionó a los participantes la información sobre el conjunto de alternativas, es decir, las diferentes propuestas de los candidatos. En segundo lugar, se les solicitó que analizaran la información estipulada en cada uno de los tarjetones, donde se les dio la oportunidad de descubrir la relación de dominancia preestablecida en todas las variaciones (caso 1 y caso 2) o su preferencia particular en las

propuestas que fungieron de control. Por último, se les solicitó que hicieran la respectiva elección del candidato de su interés; para lo cual se les proporcionó el tiempo necesario para cada uno de los sufragios.

El efecto de atracción se da cuando en un conjunto de opciones con dos alternativas se agrega una tercera, la cual es completamente dominada por solo una de las alternativas anteriores (Ariely y Wallsten, 1995). En el análisis estadístico de los resultados se evidencia que solo la situación número tres cumplió con las expectativas del diseño de una tarea bajo la influencia del efecto señuelo, en otras palabras, los educandos reconocieron que en el caso 1 y en el caso 2, los candidatos A y C (respectivamente) dominaban al señuelo B. Cabe recordar, que para el caso 1 de las tres situaciones, el candidato que cumplía la función de objetivo, era el candidato A, mientras que el candidato C, hacía las veces de competidor, y finalmente el B era el candidato señuelo. En el caso 2, los roles de objetivo y competidor se invirtieron, permaneciendo la función de señuelo en el candidato B. Por lo expuesto, merece la pena discutir por qué en las demás situaciones los participantes no reconocieron, de la manera esperada, la dominancia asimétrica presente en las propuestas.

En la situación 1 (Ver tabla 19) si bien no se encontró una relación estadísticamente significativa entre la elección de un determinado candidato por parte de los estudiantes y la dominancia asimétrica establecida por los investigadores, se puede percibir que un número mayor de alumnos reconoció la función objetivo que cumplía el candidato A en el caso 1. Por otro lado, en el caso 2, aunque hay un leve aumento de simpatizantes por el candidato C, este no es lo suficientemente fuerte, como para atribuir dicho resultado a la influencia del señuelo. La poca efectividad del señuelo, puede ser producto de la dificultad por parte del decisor para reconocer la relación de dominancia entre el señuelo y objetivo (Huber *et al.*, 2014). De manera particular, se podría pensar

que los participantes no captaron de manera rápida y sencilla las diferencias establecidas entre los candidatos; posiblemente, esto se dio por la falta de experiencia en el uso de dispensadores de papel higiénico dentro del plantel educativo, dificultando la representación mental del funcionamiento de los mismos. Ahora bien, es probable que el leve aumento de preferencia por el candidato C en el caso 2, obedezca más a la práctica constante que tienen los educandos con los intercambios económicos.

En la situación 2 (Ver tabla 20) se parte del hecho de que no se dio una relación estadísticamente significativa entre la orientación del señuelo y la respectiva elección. Por ejemplo, se puede observar en ambos casos, la poca preferencia que en términos de sufragio tuvo el candidato C. En este mismo sentido, se hace evidente que un gran porcentaje del estudiantado eligió el señuelo (candidato B), inclusive superando el porcentaje de elección del competidor y asemejándose mucho al porcentaje del objetivo. Este fenómeno es llamativo, más si atiende a la evidencia empírica suministrada por Huber *et al.* (2014) donde los promedios de las proporciones de elección del señuelo en sus investigaciones se limitaron a aproximadamente el 2%, un porcentaje que es considerablemente inferior al encontrado en las tres situaciones del presente trabajo investigativo. Estos mismos autores afirman que este fenómeno se hace presente cuando las personas eligen el señuelo por casualidad, porque presenta mayores beneficios, por falta de dominio percibido, o por una falta de atención al problema de elección. En esta situación en particular, se podría estipular la posibilidad de que las propuestas de los candidatos A y B ofrecían mejores ventajas al ser comparados con el candidato C. Es probable que esto hable de una dificultad en el diseño de las propuestas por parte de los investigadores, quienes no lograron formular propuestas que despertaran una mayor motivación por parte de los educandos. “Después de todo, una mayor motivación llevará a un tomador de decisiones a examinar todas las alternativas y a ser más

propenso a determinar la relación de dominación, amplificando así el efecto de atracción” (Huber *et al.*, 2014, p.522).

Ahora bien, los resultados de las dos situaciones anteriores también se podrían analizar desde la influencia de una fuerte aversión hacia el señuelo. Heath y Chatterjee (1995, citado en Huber *et al.*, 2014), demuestran que el efecto atracción se atenúa cuando el señuelo está localizado en una región no deseada del producto. Por ejemplo, evidencian que los señuelos de alto precio / alta calidad, tienen un mayor efecto en los encuestados que pueden permitirse el lujo de pagar por artículos de alta calidad. Asimismo, muestran que el señuelo de bajo precio / baja calidad funciona mejor entre los encuestados con recursos financieros limitado. Por lo cual, un señuelo ubicado en una región no deseada puede ser menos eficaz simplemente porque los decisores no son en absoluto atraídos a ella.

En este sentido, en el cuestionario de preferencias realizado en la fase de pilotaje, los campos que obtuvieron una menor preferencia en el ítem *propuestas que les gustaría que hiciese un candidato a la personería estudiantil*, fueron: modificaciones académicas (horarios, mayor carga académica), infraestructura y gestión de recursos (Ver tabla 5). Partiendo de estos hallazgos, los investigadores formularon la situación de los dispensadores de papel higiénico como una propuesta de gestión de recursos que intervenía directamente en la precariedad de los baños del plantel educativo (infraestructura). Sin embargo, se pasó por alto el hecho de que ambos campos (gestión de recursos / infraestructura) representaban muy poco interés para los participantes, formulándose señuelos ante los cuales los educandos no respondieron de la manera esperada. De igual forma, la situación 2, fue realizada según el criterio de entretenimiento; no obstante, parece ser que los estudiantes percibieron dicha iniciativa (semilleros artísticos) como una carga académica extracurricular, que como se vio plasmado en el cuestionario, era una de las propuestas que en

menor frecuencia les gustaría que realizara un candidato a personero. De ahí podría explicarse la mayor preferencia hacia el candidato B el cual proponía que la ejecución de estos semilleros se realizara en horarios de clase.

Por otro lado, la situación 3 (Ver tabla 21) fue la única que evidenció una relación estadísticamente significativa entre la dominancia asimétrica de las propuestas de los candidatos y la conducta de voto observada en la muestra. El éxito de esta situación experimental puede justificarse por el cumplimiento de dos de los siete criterios de validez externa identificados por Lichters, Bengart, Sarstedt y Vogt (2015). El primero de ellos hace referencia a la necesidad de implementar atributos realistas a la tarea experimental; lo cual en esta situación se ve reflejado en cómo los investigadores utilizaron la información recolectada en el *cuestionario de criterios a la hora de elegir un personero estudiantil*, para elaborar un conjunto de opciones que obedeciera a los intereses primordiales de los estudiantes (salidas de campo). El segundo criterio, trata de que las alternativas de elección propuestas al decisor correspondan a situaciones aplicables al contexto. En la situación 3, salida a un municipio del oriente cercano, las propuestas de los candidatos eran totalmente replicables en el mundo real, de hecho, en años anteriores, la población estudiantil se había enfrentado de manera vivencial a experiencias muy similares a las formuladas en la tarea.

En conclusión, las tres situaciones ponen de relieve la influencia que tiene el contexto en la construcción de las preferencias. Por un lado, al develar la necesidad formular propuestas que sean acordes a los intereses y necesidades particulares de la población objeto de estudio. Por el otro, al mostrar que la forma en que una propuesta se presenta en comparación con su competencia, importa más que la calidad o robustez de la misma. En otras palabras, las preferencias a menudo se construyen y no se leen simplemente de una lista maestra de valores predeterminados (Huber *et al.*, 2014).

## **7.2. Aporte al campo de conocimiento político y psicológico.**

Hasta el momento, se ha realizado un análisis de las situaciones con respecto a las posibles explicaciones teóricas que dan cuenta de los resultados. Sin embargo, es necesario mencionar las contribuciones del presente estudio a la literatura científica existente, con respecto a la incidencia del efecto señuelo en la intención de voto del electorado. De manera específica, se comparten los hallazgos de Herne (1997) y Pan, O 'Curry y Pitts (1995) en situaciones experimentales diferentes. En el primer estudio referenciado, los resultados muestran que la toma de decisiones políticas puede verse afectada por alternativas irrelevantes, para tal propósito la investigadora le solicitó a un grupo de encuestados que completaran una serie de problemas hipotéticos tomados de la política cotidiana, los cuales fueron diseñados ateniendo a lo estipulado por el efecto de atracción y el efecto de compromiso. En la segunda investigación, y por medio de una serie de estudios, los investigadores llegaron a las siguientes conclusiones: (a) el efecto de atracción es generalizable a un contexto de elección política y no se limita exclusivamente a un ambiente de elección del consumidor, y (b) estructuras de dominancia perceptual asimétrica inducidas por investigadores o desarrollados por los propios sujetos, provocan resultados de elección que son consistentes con el efecto de la atracción.

Por consiguiente, los candidatos políticos difieren de los productos de consumo en que la gente no puede probar el desempeño de un político como lo puede hacer con la mayoría de productos del mercado. En el ámbito político, la forma en que las personas interiorizan las alternativas es a través de calificaciones de aprobación u otra información numérica (encuestas) que se les brinda mediante los medios de comunicación y las campañas políticas. De ahí que los procedimientos típicos utilizados en un efecto de atracción parecen corresponder más naturalmente al contexto de elección política que quizás al contexto típico del consumidor (Pan *et al.*, 1995). Tomando en

cuenta este último aspecto, la investigación realizada se basó en una tarea hipotética de elección de personero estudiantil, que pretendió, en la medida de lo posible, asegurar la validez ecológica de las tareas o situaciones de elección. Por ejemplo, se pensó en un escenario de votación lo más realista posible, (el plantel educativo) con candidatos y propuestas acordes a los intereses de los educandos, plasmados en tarjetones electorales.

Una de las principales consecuencias del efecto señuelo en el estudio de las decisiones políticas tiene que ver con el hecho de que, en las contiendas electorales, los políticos tienen que “vender sus productos” (candidatos y propuestas) al electorado, así como a otros actores políticos, por lo que la introducción de una relación de dominancia asimétrica tiende a influir en la decisión individual, social y, por último, en los resultados de las votaciones (Herne, 1997). Además, el que una persona se vea afectada por una relación asimétrica entre las propuestas de los candidatos, es una comprobación empírica que cuestiona la teoría económica de elección racional en contextos políticos propuesta por Anthony Downs (1957). Dicha teoría tenía como fin explicar el comportamiento y la participación electoral a partir de un balance decisional de beneficios y pérdidas, ejecutado de manera racional por cada elector (Roche, 2008). La situación tres (salida) evidencia que más allá de un análisis racional, los electores guían sus decisiones por atajos cognitivos que facilitan la toma de decisiones. Es posible que esto se dé por el nivel de demanda cognitiva que exige la comparación entre varias opciones, por lo que la opción señuelo podría actuar sobre las percepciones de los votantes como una válvula de escape que facilita la elección del objetivo sobre el señuelo y el competidor (González-Prieto y Lordan, 2013). En este mismo sentido, Ariely (2008) señala que el efecto señuelo ocurre porque el tomador de decisiones no puede evaluar fácilmente las compensaciones necesarias para elegir entre las dos alternativas superiores. De ahí que la introducción de una alternativa asimétricamente dominada permite al

decisor reducir la carga cognitiva, creando una comparación relativamente simple entre el señuelo y el objetivo.

En otros estudios, como los de Hu y Yu (2014), y Masicampo y Baumeister (2008) se analiza el efecto de atracción y su influencia irracional en el proceso de decisión, desde la predominancia del sistema 1, que es automático, intuitivo e influenciado por la heurística; sobre el sistema 2, basado más en reglas, deliberativo y sujeto a los límites de la memoria de trabajo (Evans, 2003, citado en Hu y Yu, 2014). En el primer estudio, los autores concluyen que, a nivel neuronal, las decisiones de dos opciones son más demandantes a nivel cognitivo, que las de tres opciones (target, competidor y señuelo) por lo que hay una mayor activación de la ínsula, siendo esta la encargada de detectar la similitud perceptiblemente sobresaliente entre el señuelo y el objetivo, conllevando a la elección asimétricamente dominada. En el segundo estudio referenciado, los investigadores parten de los hallazgos empíricos que señalan que cuando los recursos cognitivos (sistema 2) son bajos, el efecto de atracción tiende a incrementarse (Pocheptsova, Amir, Dhar y Baumeister, 2007, citado en Masicampo y Baumeister, 2008). Por medio de un experimento probaron que la incorporación de azúcar a una bebida redujo el efecto de atracción; concluyendo que la influencia de la heurística era más prevalente cuando los recursos fisiológicos eran bajos.

En conclusión, en los últimos 30 años, han aparecido muchos estudios que han replicado de manera exitosa el efecto de atracción en diferentes tipos de problemas de elección. No obstante, sigue siendo un campo de investigación polémico, debido a la generalización excesiva de resultados practicada por muchos autores (Huber *et al.*, 2014). Por lo que, es importante seguir estudiando los procesos de toma de decisiones políticas en adolescentes desde la propuesta del efecto de atracción, pero teniendo en cuenta la sistematización adecuada de la información, su alcance, y las conclusiones generadas a partir de la misma.



## 8. Conclusiones

- Los resultados de la presente investigación ponen de manifiesto que únicamente la situación 3 presentó una relación estadísticamente significativa, entre la elección de un determinado candidato y la orientación del señuelo ( $p: 0.002$ ). Lo anterior, se encuentra sustentado en que se tuvieron en cuenta diferentes criterios de validez externa; por ejemplo: la implementación de atributos realistas, y la correspondencia de las alternativas propuestas al decisor con sucesos aplicables al mundo real. Igualmente, se elaboró una situación que atendía las necesidades develadas en el *cuestionario de criterios a la hora de elegir un personero estudiantil*.
- Las situaciones 1 y 2, no presentaron relaciones estadísticamente significativas, entre la orientación del señuelo y la elección de un candidato a personero estudiantil. Es probable que dichos resultados obedezcan a uno o varios de los siguientes criterios: dificultad en el reconocimiento de la dominancia asimétrica, una elección mayoritaria del señuelo, y una fuerte aversión al mismo. Lo cual pudo estar dado por errores metodológicos en la formulación de las propuestas y el desconocimiento de las preferencias de los participantes.
- Se concluye, además, que los educandos son más susceptibles de verse afectados por una relación de dominancia asimétrica, cuando las alternativas de elección obedecen a las características del contexto. Por lo cual, las propuestas elaboradas por un determinado candidato deben partir de los intereses reales de la población; evitando, en la medida de lo posible, la generación de alternativas irrelevantes, en las que los electores podrían carecer

de la motivación y atención necesaria para reconocer las relaciones de dominancia asimétrica preestablecidas.

- En la muestra de estudiantes que fueron expuestos al efecto señuelo, no se encontraron relaciones estadísticamente significativas entre la conducta de voto y las variables de género, edad y grado escolar. Lo cual puede estar dado por la homogeneidad de la muestra, donde se contó con un grupo de 44 mujeres y 45 hombres, con una edad promedio de 15.9, pertenecientes a los grados de décimo y undécimo del mismo plantel educativo. También, se controló la participación de los educandos mediante lo contemplado por los criterios de inclusión / exclusión, evitando, en lo posible, la aparición de variables extrañas.
- La presente investigación arroja evidencia empírica que apoya el uso de heurísticos en la toma de decisiones políticas. Lo cual se ampara en que el efecto de atracción funciona como un atajo cognitivo que simplifica el proceso de elección. Lo anterior, cuestiona el Modelo de elección racional en el ámbito político, en donde se concibe al decisor como alguien que, basado en su realidad, elige objetivamente el candidato que pueda representar una potencial mejoría de su situación actual, sin importar su afiliación a un determinado movimiento o partido político.

## 9. Recomendaciones

Para futuras investigaciones relacionadas con este tema, se sugiere la inclusión de una muestra mayor de estudiantes, que cuente con participantes de diferentes instituciones educativas, y en lo posible, de varios municipios, para lograr así una mayor generalización de resultados. De igual manera, se debería contemplar la inclusión de personas mayores de edad en la muestra, esto con el fin de establecer si hay diferencias entre los individuos que actualmente ejercen el derecho al voto y los que están a puertas de adquirirlo.

En cuanto a la metodología, para estudios que utilicen cuestionarios que generen categorías de un tema en concreto, la decodificación de la información cualitativa constituye la base de la aplicación del efecto señuelo, y el éxito de las situaciones experimentales estará determinado por la forma en la que las opciones se acoplen adecuadamente a la información obtenida de dichos instrumentos.

Para la elaboración de las alternativas de elección en próximos abordajes al tema, es necesario tener presente el concepto de fatiga cognitiva, como un factor psicológico que puede alterar el desempeño de los participantes en la tarea; la simplificación de alternativas y la facilidad para encontrar la diferencia entre estas, deben ser criterios a tener en cuenta por el investigador en todo momento durante el proceso de creación y ejecución de la situación experimental.

## 10. Referencias

- Arias-Cardona, A. M., y Alvarado, S. V. (2015). Jóvenes y política: de la participación formal a la movilización informal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 581-594. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1692-715X2015000200003](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-715X2015000200003)
- Ariely, D., y Wallsten, T. S. (1995). Seeking subjective dominance in multidimensional space: An explanation of the asymmetric dominance effect. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 63(3), 223-232. Recuperado de <http://web.mit.edu/ariely/www/MIT/Papers/ade.pdf>
- Ariely, D. (2008). *Las trampas del deseo*. Barcelona, España: Ariel.
- Clasificación Internacional Normalizada de la Educación Adaptada para Colombia. (2011). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Recuperado de [https://www.dane.gov.co/files/sen/normatividad/CINE\\_VERSION\\_FINAL.pdf](https://www.dane.gov.co/files/sen/normatividad/CINE_VERSION_FINAL.pdf)
- Cortada de Kohan, N. (2008). Los sesgos cognitivos en la toma de decisiones. *International Journal of Psychological Research*, 1(1), 68-73. Recuperado de <http://revistas.usb.edu.co/index.php/IJPR/article/view/968>
- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150. Recuperado de <http://www.journals.uchicago.edu/doi/pdfplus/10.1086/257897>
- Fariña, F., Arce, R., y Novo, M. (2002). Heurístico de anclaje en las decisiones judiciales. *Psicothema*, 14(1), 39-46. Recuperado de <http://www.psicothema.com/pdf/684.pdf>

- Fuentes, C., y Lavín C. (2014). Elementos teóricos y metodológicos para evaluar la relación existente entre orientación política y sesgo cognitivo en contextos políticos de desacuerdo profundo. En G. Arroyo., T. Matienzo., R. Marafioti., y C. Santibañez. (1ª Ed.), *Explorando el desacuerdo: epistemología, cognición y sociedad* (pp.81-95). Bueno Aires, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Fraille, M. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones de voto. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (120), 41-74. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480849>
- García, M.P., González, L., Aguilar, M., y Hierro, L.A. (1999). ¿Es racional votar?: El estado de la cuestión desde la perspectiva de la elección pública. *VI Encuentro de Economía Pública: el gasto social y su financiación*, 1-18. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/17942>
- Garrido, C., Embry, R., Muñoz, A., y González, C. (2014). Uso de heurísticos de decisión política en estudiantes universitarios en una tarea de elección con candidatos desconocidos. *Revista Sul Americana de Psicología*, 2 (2), 274-298. Recuperado de <http://www.revista.unisal.br/am/index.php/psico/article/view/48>
- Gómez, L. M. (2015). La heurística, recurso creativo para el marketing político. *Universidad Jorge Tadeo Lozano*, pp. 1-20. Recuperado de <https://scholar.google.es/scholar?hl=es&q=la+heur%C3%ADstica%2C+recurso+creativo+para+el+marketing&btnG=&lr=>
- González-Prieto, D., y Lordan, O. (2013). Influencia de efectos contextuales y rasgos psicológicos sobre opciones señuelo: *Revisión de la literatura y propuestas de investigación. Intangible Capital*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.3926/ic.398>
- Grossi, F. J., Herrero, F. J., Rodríguez, F. J., y Fernández, J. A. (2000). Conducta de voto en los jóvenes. *Psicothema*, 12(2), 255-259. Recuperado de <https://www.unioviado.es/reunido/index.php/PST/article/view/7587/7451>

- Herne, K. (1997). Decoy alternatives in policy choices: Asymmetric domination and compromise effects. *European Journal of Political Economy*, 13(3), 575-589.  
[https://doi.org/10.1016/S0176-2680\(97\)00020-7](https://doi.org/10.1016/S0176-2680(97)00020-7)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Helgadóttir, A. (2015). Asymmetric dominance effect in choice for others. Ph.D Thesis, School of business of Reykjavík University, Iceland. Recuperado de  
[https://skemman.is/bitstream/1946/22644/1/Arna\\_Helgadottir\\_Lokaverkefni-ADE.pdf](https://skemman.is/bitstream/1946/22644/1/Arna_Helgadottir_Lokaverkefni-ADE.pdf)
- Hoskin, G., Masías, R., y Galvis, M. (2005). Modelos de Decisión Electoral y Perfiles de Votante en Colombia: Elecciones Presidenciales 2002. *Análisis Político*, 18(55), 60-74. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-47052005000300005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47052005000300005)
- Huber, J., Payne, J. W., y Puto, C. (1982). Adding asymmetrically dominated alternatives: Violations of regularity and the similarity hypothesis. *Journal of consumer research*, 9(1), 90-98. Recuperado de [http://www.jstor.org/stable/2488940?seq=1&cid=pdf-reference#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/2488940?seq=1&cid=pdf-reference#page_scan_tab_contents)
- Huber, J., Payne, J. W., y Puto, C. P. (2014). Let's be honest about the attraction effect. *Journal of Marketing Research*, 51(4), 520-525. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0208>
- Hu, J., y Yu, R. (2014). The neural correlates of the decoy effect in decisions. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*, 8, 271. <http://doi.org/10.3389/fnbeh.2014.00271>
- Kuschick, M. (2004). Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46(190), 47-70. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5059627>
- Ley estatutaria No. 1622. Por medio de la cual se expide el estatuto de ciudadanía juvenil y se dictan otras disposiciones. Bogotá. 29 de abril de 2013. Recuperado de <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/2013/LEY%201622%20DEL%2029%20DE%20ABRIL%20DE%202013.pdf>

Ley No. 115. Por la cual se expide la ley general de educación. Bogotá. 8 de febrero de 1994.

Recuperado de [http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906\\_archivo\\_pdf.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf)

Ley No. 1090. Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones. Bogotá. 6 de septiembre de 2006.

Recuperado de

[https://www.colpsic.org.co/aym\\_image/files/LEY\\_1090\\_DE\\_2006\\_actualizada\\_junio\\_2015.pdf](https://www.colpsic.org.co/aym_image/files/LEY_1090_DE_2006_actualizada_junio_2015.pdf)

Ley No. 1098. Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia. Bogotá. 8 de noviembre de 2006. Recuperado de

<http://www.ins.gov.co/normatividad/Leyes/LEY%201098%20DE%202006.pdf>

Lichters, M., Bengart, P., Sarstedt, M., y Vogt, B. (2015). What really matters in attraction effect research: when choices have economic consequences. *Marketing Letters*, 28(1), 127-138. doi: 10.1007/s11002-015-9394-6

Masicampo, E. J., y Baumeister, R. F. (2008). Toward a physiology of dual-process reasoning and judgment: *Lemonade, willpower, and expensive rule-based analysis*. *Psychological science*, 19(3), 255-260. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1111/j.1467-9280.2008.02077.x>

Montesinos, E. (2007). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 9-22. Recuperado de

<http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/13450/13434>

Pan, Y., O' Curry, S., y Pitts, R. (1995). The attraction effect and political choice in two elections. *Journal of Consumer Psychology*, 4(1), 85-101.

[https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0401\\_04](https://doi.org/10.1207/s15327663jcp0401_04)

Pérez-Liñán, A. (2008). El método comparativo: fundamentos y desarrollos recientes. *Política comparada*. Recuperado de [http://metodos-](http://metodos-avanzados.sociales.uba.ar/files/2014/04/Li%C3%B1an1.pdf)

[avanzados.sociales.uba.ar/files/2014/04/Li%C3%B1an1.pdf](http://metodos-avanzados.sociales.uba.ar/files/2014/04/Li%C3%B1an1.pdf)

- Roche, M. L. (2008). Modelos de comportamiento electoral: ¿Por qué las personas votan de una manera y no de otra? *GestioPolis*. Recuperado de [http://granvision.josebatiz.com/docs/Lecturas/Modelos\\_de\\_comportamiento\\_electoral\\_Por\\_que\\_las\\_personas\\_votan\\_de\\_una\\_manera\\_y\\_no\\_de\\_otra.pdf](http://granvision.josebatiz.com/docs/Lecturas/Modelos_de_comportamiento_electoral_Por_que_las_personas_votan_de_una_manera_y_no_de_otra.pdf)
- Simon, H. A. (1957). *Models of man: Social and rational*. New York: Wiley.
- Valencia, A., Peláez, E., Rúa, C.C., Awad, G. (2010). Abstencionismo: ¿por qué no votan los jóvenes universitarios? *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 1 (31), 363-387. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/49>
- Valdez, A., y Huerta, D. A. (2011). ¿Qué mueve a los votantes? un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector. *Razón y palabra*, 16(75). Recuperado de [http://wwwwww.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia\\_75/varia2parte/16\\_Valdez\\_V75.pdf](http://wwwwww.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia2parte/16_Valdez_V75.pdf)
- Vicerrectoría de Investigación. Código de Ética en Investigación de la Universidad de Antioquia. Medellín-Colombia. Recuperado de <http://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/e79da6b4-1402-496b-88bc-0dc0321ba827/codigo-etica-udea.pdf?MOD=AJPERES>
- Zhen, S., y Yu, R. (2016). The development of the asymmetrically dominated decoy effect in young children. *Scientific Reports*, 6, 22678. Recuperado de <http://doi.org/10.1038/srep22678>



## **Anexos**

### **Anexo 1. Protocolo**

#### **Contexto**

Cada investigador se encuentra a cargo de un grupo de aproximadamente 30 estudiantes, quienes se distribuyen de manera intencional, buscando asegurar la mayor homogeneidad posible. Durante la tarea se busca contar con la compañía de un docente colaborador, quien tiene la función de facilitar la comunicación entre el investigador y los participantes del experimento, así como el manejo de la disciplina.

El propósito del siguiente protocolo es poder garantizar que el modo de presentación de la tarea no presente cambios significativos entre los investigadores. Asimismo, formular respuestas a preguntas hipotéticas que pueden ser formuladas por los participantes.

#### **Presentación del investigador y de la tarea**

El siguiente guion es una guía de presentación, si bien no tiene que recitarse al pie de la letra, no se puede quitar o agregar palabras que puedan cambiar el sentido de la premisa. Se recomienda que cada investigador lo interiorice previamente.

#### **Paso 1**

Presentación simple, que debe incluir el nombre del administrador de la tarea y el nombre de la investigación.

#### **Paso 2**

Organización de los espacios dentro del salón donde se va a realizar la tarea.

#### **Paso 3**

Se pide que dejen en el puesto solo un lapicero de cualquier color, y que por favor se guarden los celulares o demás dispositivos móviles.

#### **Paso 4**

Se hace una breve descripción de la prueba, tal y como sigue: “muchachos la actividad del día de hoy va a ser un simulacro de elección de personero estudiantil, la actividad consiste en tres momentos, en cada uno, les voy a entregar un paquete con tres tarjetones, que a su vez muestran una lista de candidatos y sus respectivas propuestas, después de que lean cada propuesta tendrán que elegir a uno de los candidatos presentados, lean bien y voten por la opción que ustedes consideren la mejor; una vez que terminen permanezcan en su respectiva silla hasta que todos sus compañeros finalicen”.

## **Paso 5**

Se pregunta si tienen alguna duda o comentario sino se tiene se hace aclaración que durante la votación no se puede preguntar. En caso de que se formulen algunas inquietudes, se debe responder de manera concisa. A continuación, algunas preguntas hipotéticas y sus respuestas:

¿Esta prueba es sobre qué? sobre toma de decisiones electorales.

¿Tiene alguna consecuencia? ninguna, es un proyectivo investigativo sustentado en principios éticos.

¿Usted (es) qué van a hacer con esa información? estamos realizando un proceso investigativo sobre toma de decisiones electorales, donde aseguramos en todo momento el anonimato de los participantes.

¿Si ningún candidato me gusta que puedo hacer? intenta marcar la opción con la que más te sientas identificado, no te preocupes, recuerda que esto es un ejercicio investigativo.

¿Si marco mal el voto es nulo? es importante que dejes claro la opción por la cual deseas votar, si requieres otro tarjetón lo puedes pedir al administrador de la tarea.

¿Vamos a saber quién ganó? como investigadores de la Universidad de Antioquia vamos a hacer una devolución al plantel educativo; asimismo, se dictará una charla sobre toma de decisiones en la cual se podrá compartir los resultados de las votaciones.

¿Qué pasa si no quiero participar? recuerda que es una investigación voluntaria y puedes retirarte cuando quieras.

¿Tiene alguna nota? no

¿Puedo responder con lápiz? no, la idea es que sea con lapicero, si no tienes te podemos facilitar uno.

¿Cuánto tiempo dura la prueba? no dura más de cinco minutos por tarjetón y son tres tarjetones en total.

¿Cuándo termine me puedo ir? no, vamos a quedarnos en el puesto esperando que los demás compañeros terminen.

¿Cuándo termine la prueba puedo hablar con mis compañeros? no, vamos a respetar la votación de los otros.

## **Paso 6**

Se recogen todos los votos, una vez se compruebe que nadie falta, se procede a repartir la segunda y la tercera tanda de tarjetones respectivamente.

## **Paso 7**

Se pregunta por cómo se sintieron en la realización del ejercicio, se aclaran dudas puntuales, y se da las gracias por la participación voluntaria.

## **Anexo 2. Carta de permiso a la Institución Educativa Pio XI**

La Unión Antioquia,

Señora

MADELEYNE CEBALLOS DONCEL

Rectora de la Institución Educativa Pio XI

ASUNTO: Solicitud para llevar a cabo trabajo investigativo

Respetuoso saludo:

Los estudiantes de octavo/noveno semestre de la Universidad de Antioquia – Seccional Oriente, Hugo Hernán Arias López, Carlos Mario Cardona Sepúlveda, y Eduardo Anthony Lara Sánchez, solicitamos de manera respetuosa la participación de los estudiantes de los grados noveno, décimo y undécimo, en un estudio titulado *Conducta de voto en estudiantes de educación media, bajo la influencia del efecto señuelo*, el cual tiene por objetivo principal, analizar las consecuencias de la aplicación del efecto señuelo en la conducta de voto de los estudiantes de educación media, en una situación de elección de representantes estudiantiles.

Es de aclarar que la investigación se ampara en los lineamientos éticos y del ejercicio profesional del Psicólogo en Colombia, estipulados en la ley 1090 de 2006. Por lo tanto, se protege la integridad de los participantes y se garantiza la participación voluntaria mediante el consentimiento válido de sus padres o representante legal. En lo metodológico el trabajo de campo cuenta, con una serie de estadios, iniciando por el pilotaje de la investigación en los estudiantes del grado noveno, para posteriormente ser desarrollado en los grados décimo y undécimo. En un último momento y a manera de retribución, los responsables del estudio se comprometen a dictar una charla en toma de decisiones en la población objeto de estudio.

Para concluir, el proceso investigativo se cuenta con el acompañamiento del docente Johny Andrey Villada Zapata, Magister en Psicología de la Universidad de Antioquia, quien es la persona encargada de asesorar el diseño y ejecución de la propuesta investigativa. A continuación, se adjunta el link de su hoja de vida o CvLAC en COLCIENCIAS: [http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001368137](http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001368137)

Agradecemos su colaboración.

HUGO HERNÁN ARIAS LÓPEZ

CARLOS MARIO CARDONA SEPÚLVEDA

EDUARDO ANTHONY LARA SÁNCHEZ

### Anexo 3. Consentimiento informado

Fecha:

Señor(a) padre (madre) de familia o representante legal,

Cordial saludo.

Los estudiantes de octavo/noveno semestre del programa de Psicología de la Universidad de Antioquia: Hugo Hernán Arias López, Carlos Mario Cardona Sepúlveda y Eduardo Anthony Lara Sánchez, solicitan la participación de manera voluntaria del estudiante: \_\_\_\_\_ en el trabajo de grado *Conducta de voto en estudiantes de educación media, bajo la influencia del efecto señuelo*. Entiendo que el propósito de este trabajo investigativo es conocer la incidencia del efecto señuelo (Huber *et al.*, 1982; Ariely, 2008) en la conducta de voto mediante la simulación de un escenario electoral. Para esto yo \_\_\_\_\_ identificado(a) con Cédula de ciudadanía No. \_\_\_\_\_ en mi posición de representante legal autorizo a \_\_\_\_\_ identificado con T.I. No. \_\_\_\_\_ a participar en las diferentes fases del estudio mencionado anteriormente; también entiendo que el estudiante al cual autorizo es libre de abandonar el mismo en cualquier momento.

## Anexo 4. Consentimiento informado grupal

Estimado(a) estudiante:

Le estoy invitando a participar en la investigación: “CONDUCTA DE VOTO EN ESTUDIANTES EN EDUCACIÓN MEDIA, BAJO LA INFLUENCIA DEL EFECTO SEÑUELO”, a cargo de los estudiantes: Hugo Hernán Arias López, Carlos Mario Cardona Sepúlveda y Eduardo Anthony Lara Sánchez, estudiantes de octavo/noveno semestre del pregrado de psicología de la Universidad de Antioquia – Seccional Oriente. Usted podrá hacer preguntas en cualquier momento acerca de nuestra experiencia, conocimientos y acerca del proceso de investigativo.

### INFORMACIÓN GENERAL

El objetivo del estudio es poder identificar los principales mecanismos de toma de decisiones de los estudiantes de educación media en la elección de representantes estudiantiles. En lo metodológico el trabajo de campo cuenta con una serie de estadios, iniciando por el pilotaje de la investigación en los estudiantes del grado noveno, para posteriormente ser desarrollado en los décimo y undécimo.

### CONFIDENCIALIDAD, COSTO Y EFECTOS COLATERALES.

Los resultados del estudio no se proporcionarán a ninguna otra fuente; por lo que los responsables aseguran su uso para fines académico. Asimismo, se garantiza el anonimato del participante, aclarándose de ante mano que usted no recibirá ningún beneficio económico o terapéutico producto del trabajo de campo. Por último, se respeta su autonomía a no participar en los diferentes estadios del proceso investigativo, por lo que puede retirar el consentimiento e interrumpir el proceso en cualquier momento.

Agradecemos su participación.

El presente documento se elabora de conformidad como claramente lo establece la **Ley 1090 de 2006** (Por lo cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones), en su **Artículo 2** (DISPOSICIONES GENERALES), **numeral 2** (Competencia), **numeral 4** (Anuncios públicos), **numeral 5** (Confidencialidad), **numeral 8** (Evaluación de técnicas) y **numeral 9** (Investigación con participantes humanos).

El psicólogo está obligado a actuar estrictamente dentro del campo de su competencia profesional. Por consiguiente, el **Artículo 36** (DEBERES DEL PSICÓLOGO CON LAS PERSONAS OBJETO DE SU EJERCICIO PROFESIONAL), **numeral A**, establece que el profesional debe *“hacer uso apropiado del material psicotécnico en el caso que se necesite, con fines diagnósticos, guardando el rigor ético y metodológico prescrito para su debido manejo”*.

