

ATRAMIC: La Mentira Informada

ATRAMIC: The Informed Lie

Enrique Armas Vargas y Pablo García Medina
Universidad de La Laguna

Resumen. En este trabajo presentamos el cuestionario ATRAMIC (elaborado por Armas-Vargas, E. 2007). ATRAMIC es un *test multifactorial de medidas de personalidad* creado para evaluar *el autoengaño y la conducta verbal del que afirma o reconoce que miente a los demás* (valorando éstas variables como “una tendencia al ajuste-desajuste psicológico, emocional y comportamental”). El primer autor propone apresar y evaluar dichos constructos. La idea es, además, hacer uso de otras medidas actitudinales y de personalidad que nos pudiera dar pistas para así conocer y acercarnos a un posible patrón comportamental del que miente (culpa, autocrítica, inseguridad, desconfianza, hipercontrol, control, transparencia, coherencia, ser consecuente, deseabilidad social, retraimiento social, inhibición privativa, asertividad, miedo al rechazo y la crítica, empatía; actitudes de aceptación, rechazo y justificación ante el autoengaño y la mentira). ATRAMIC, apoyándose en estas otras variables psicológicas quiere estudiar e identificar cuál es la tendencia de respuesta de estas otras medidas psicológicas que nos permiten saber del desajuste en el momento en que las personas dan sus propios autoinformes. ATRAMIC quiere aportar al estudio de la personalidad una faceta en la que se incluyen las respuestas de aquellos individuos que en determinadas circunstancias o por determinadas razones pretenden justificar la conducta de mentir en la relación con los demás.

Palabras claves: medidas actitudinales y de personalidad, autoengaño, ajuste y desajuste al mentir, mentira informada.

Abstract. In this work we present the ATRAMIC questionnaire (developed by Armas-Vargas, E. 2007). ATRAMIC is a *multifactorial test of personality measurements* created to evaluate *self-deception and verbal conduct of those that admit or recognise that they lie to others* (valuing these variables as “a tendency to psychological adjustment-mismatch, emotional and behavioural”). The first author proposes to capture and evaluate the stated concepts. *The idea is to make use of other attitude measurements and of personality that could give us clues to identify and come closer to a possible behavioural pattern of the person lying* (blame, self-criticism, insecurity, mistrust, hypercontrol, control, transparency, coherence, being consistent, social desirability, social withdrawal, deprivation inhibition, assertiveness, fear of rejection and criticism, empathy; attitude to acceptance, rejection and justification associated with delusion and lies). ATRAMIC supported by these other psychological variables aims to study and identify which is the tendency of response of these other psychological measurements that permit us to know of the mismatch at the time that people are giving their own personal reports. ATRAMIC aims to contribute to the study of personality a facet which includes the responses of those individuals who in certain circumstances or for certain reasons try to justify lying in their relationships with others.

Key words: attitude and personality measurements, self-deception, adjustment and mismatch when lying, informed lie.

Correspondencia: Enrique Armas Vargas. Departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamientos Psicológicos. Facultad de Psicología. Universidad de La Laguna. 38205 La Laguna (España).
E-mail: earmas@ull.es

Introducción

La mentira, el engaño, la ocultación, la deformación y la tergiversación de la información son conductas consustanciales al ser humano (Martínez Selva, 2005). Más bien suelen ser propias de determinados seres humanos bajo circunstancias en las que encuentran razones para justificar tales conductas o respuestas. Lo que puede ser coherente con la idea muy loable, por cierto, que guía diversos fines en el mundo de la interacción social. Son los casos de ofrecer una impresión positiva a los demás, auto-beneficiarse y beneficiar a otros, evitar un castigo potencial o simplemente mantener una buena interacción social procurando no herir innecesariamente los sentimientos de los demás (Vrij, 2001). De alguna forma queda patente que la persona que miente lo hace queriendo evitar un daño mayor. En este sentido se decantan Saarni y Lewis (1993) cuando señalan que debe considerarse natural y adaptativo mentir en algunas ocasiones cuando la consecuencia de decir la verdad sería dolorosa.

La mayoría de las investigaciones que estudian el engaño y su detección han hecho intentos por definir los términos “engaño” (Buller y Burgoon, 1994), “mentira” (Ekman, 1985) o “comunicación engañosa” (Miller y Stiff, 1993). Hemos encontrado diferentes definiciones para el concepto de “mentira”, sin embargo, nos quedamos con una propuesta hecha por Gerald Miller (1983, Miller y Stiff, 1993): *“el engaño se define como el intento deliberado, exitoso o no, de ocultar, generar y/o manipular de algún otro modo información factual y/o emocional, por medios verbales y/o no verbales, con el fin de crear o mantener en otra(s) persona(s) una creencia que el propio comunicador considera falsa”*.

Este estilo de comunicación engañosa supone una estrategia de persuasión que tiene, presumiblemente, por objetivo influir en las creencias, actitudes y comportamientos de los demás. Tal vez ese sea el motivo por el que se acude a las distorsiones deliberadas. Puede quedar, por tanto, en el acto de mentir constancia del elemento intencional (el intento deliberado), de vital importancia para, por ejemplo, el sistema penal. Tal vez ésta misma constituya una razón para el empleo de diversas estrategias para distorsionar la información. Con ello se busca un fin

determinado, se trata de una parte constituyente del proceso de interacción social, conocido, aceptado y consensuado por las partes integrantes, siempre y cuando dichas estrategias se encuentren dentro de los dominios de lo socialmente admisible (Kashy y DePaulo, 1996).

El ser humano es el único animal capaz de usar la mentira con relación a su persona, a su identidad. En este sentido, estudiar el “auto-engaño” es estudiar un aspecto relevante en la casuística psicopatológica. El autoengaño ignora, encubre la realidad y consigue, a veces sin remedio, tomar caminos sin medir las consecuencias. Quisiéramos hacer una mera distinción entre ambos conceptos. Mientras que la mentira apunta a un objetivo consciente, el autoengaño forma parte, desde nuestro punto de vista, de una dimensión en la que se es “más o menos inconsciente, ignorando en unos casos y en otros no lo que uno/a mismo/a hace” Los trastornos psicológicos exhiben esta peculiaridad en la mayoría de las ocasiones.

En palabras de Fuentes Ortega (1994), aparece el fenómeno del autoengaño como algo crucial, en el sentido de que el esfuerzo en concentrarse en los elementos psicológicos acaba por ocultar los elementos sustanciales de un conflicto personal no resuelto y eso termina por dar naturaleza psíquica a un problema que sólo el afrontamiento personal finalmente puede resolver.

Para Pérez Álvarez (2003), el autoengaño es solidario (compatible) con la idea de síntoma, ya que se manifiesta como un problema real, pero también cumple la función de ser un intento adaptativo, una tregua o incluso una forma de vida. El autoengaño puede sumergir a la persona en un conflicto personal no resuelto, que se concentra en problemas secundarios de orden psicológico (miedos, angustias, rumiaciones, etc.) no afrontando el conflicto original.

Que duda cabe de que el ser humano, con la intención de quedar bien, conseguir determinados objetivos o cubrir ciertas necesidades, miente intencionadamente a los demás. Esta tendencia a quedar bien se ha recogido en multitud de estudios relacionados con el concepto de deseabilidad social y, en particular, en el ámbito de la evaluación psicológica mediante autoinforme. La ciencia psicológica no es ajena a la existencia de distorsiones de la información producidas por diversos motivos por los sujetos evaluados: *las dis-*

torsiones de respuesta (Miguel-Tobal, 1993; Baer, Rinaldo y Berry, 2003). El estudio de las distorsiones de respuesta y de las estrategias o instrumentos más eficaces para detectarlos es un campo en pleno auge y evolución que, sin duda, tiene y tendrá importantes consecuencias en la práctica clínica, jurídico-forense, criminológica y médico-legal.

La deseabilidad social o distorsión de la respuesta, definida por Ellington, Sackett y Hough (1999) como “*la tendencia a contestar a los ítems de modo que se responde a las presiones sociales o normativas en lugar de proporcionar un autoinforme verídico*”, proporciona una medida de autoengaño.

Para Paulhus (1984, 2002), la deseabilidad social consiste en dos dimensiones, que han sido denominadas “*manejo de impresiones*” (impression management) y “*auto-engaño*” (self-deception). El manejo de impresiones indica una tendencia a adaptar intencionalmente la imagen pública de uno mismo con objeto de obtener una visión favorable por parte de los demás. El auto-engaño, por el contrario, se refiere a la tendencia no intencionada de describirse a uno mismo de un modo favorable y que se manifiesta en auto-descripciones sesgadas positivamente pero en las que se cree honestamente. En este caso el autoengaño no es una manipulación deliberada aunque pueda conducir a distorsiones en la percepción que los otros tengan de nosotros. Este matiz diferenciador resulta interesante para algunos investigadores del campo de la psicología de la personalidad, según lo cual existen diferencias individuales en la deseabilidad social (Block, 1965; McCrae y Costa, 1983). Por ejemplo, McCrae y Costa (1983) y otros autores, han encontrado que la deseabilidad social correlaciona con la estabilidad emocional y con una dimensión de toma de consciencia. Esta es una interesante paradoja que en relación a la conducta de mentir habría que tener en cuenta en futuras investigaciones.

Uno de los tests que se ha interesado por investigar la cuestión de la deseabilidad social y sus efectos sobre las puntuaciones de las medidas de personalidad es el MMPI (Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota) aspecto que ha sido desarrollado originariamente por Hathaway y McKinley (1940). Su posterior revisión y restandarización para adultos (MMPI-2) y para adolescentes

(MMPI-A) es uno de los cuestionarios más ampliamente utilizados para evaluar alteraciones psicopatológicas en el ámbito clínico en general y en el contexto forense y jurídico en particular.

Una de sus escalas, la escala de Mentiras (escala L) consiste en 15 ítems seleccionados con el fin de identificar a individuos que tratan deliberadamente de mostrar un patrón defensivo de respuestas; en este caso, tiene el sentido de ocultar aquellos aspectos más negativos de su personalidad, especialmente si se obtienen puntuaciones T (tipificadas) por encima de 66 (Butcher, 2005). Las puntuaciones T entre 60 y 65 reflejarían un intento del individuo por mostrar una imagen lo más favorable posible de sí mismo (disimulando problemas de ajuste personal o a la realidad), incapacidad para admitir las transgresiones morales más leves y un excesivo sentido de la virtud y la moralidad (Butcher y Williams, 1992; Graham, 1993).

Eysenck, en su primer cuestionario de personalidad, Maudsley Personality Inventory (MPI: predecesor del Eysenck Personality Inventory; EPI), incluyó también una escala para evaluar la deseabilidad social. En realidad la escala de sinceridad de Eysenck (Eysenck y Eysenck, 1964) originariamente es una escala de mentira.

Resumiendo, el autoengaño nos ayuda a mentir a otros de manera más convincente y la capacidad para creernos nuestras propias mentiras nos ayuda a embaucar más eficazmente a los demás. Por otra parte, como señala Lemos-Giráldez (2005), el autoengaño nos permite alcanzar el grado de perfección de “*mentir con sinceridad*”, sin necesidad de hacer un montaje teatral para fingir que estamos diciendo la verdad. Robert Trivers (2002) sostiene que la función capital del autoengaño es poder engañar más fácilmente a otros, por cuanto la credulidad en el propio cuento lo hace más convincente para los demás.

Propuesta de medida

Pensamos que merece la pena dedicar esfuerzos a la evaluación de la mentira como faceta de manifestación humana. La vía que permite un cuestionario puede ser un buen comienzo dejando para más tarde la evaluación en términos de congruencia comporta-

mental. Para ello vamos a utilizar el cuestionario denominado ATRAMIC elaborado por Enrique Armas Vargas (2007).

El cuestionario ATRAMIC, es un *test multifactorial de medidas de personalidad* creado inicialmente para evaluar *el autoengaño y la conducta verbal del que afirma o reconoce que miente consciente y deliberadamente a los demás*. ATRAMIC como medida autoevaluativa, pretende contribuir a la ciencia psicológica profundizando y aportando más información sobre las características y peculiaridades comportamentales de la persona que miente. Las siglas “ATRAMIC” significan:

- A:** autoengaño, autocrítica/autoexigencia, asertividad;
 - T:** transparencia;
 - R:** retraimiento social;
 - A:** actitudes ante autoengaño y la mentira (actitudes de rechazo, aceptación y de justificación ante el autoengaño y la mentira);
 - M:** mentir (ajuste, desajuste y sincerarse al mentir), miedo al rechazo y a la crítica;
 - I:** inseguridad, inhibición privativa;
 - C:** culpa, confianza/desconfianza, control-hipercontrol, coherencia, conducta consecuente;
- (ATRAMIC incluye también otras medidas: *deseabilidad social; empatía, sensibilidad hacia los demás*).

El cuestionario ATRAMIC tiene, por tanto, entre sus objetivos principales *ofrecer una medida de las variables autoengaño y de la conducta de mentir* (valorando a éstas como “una tendencia al ajuste-desajuste psicológico, emocional y comportamental”).

Para ello, el primer autor de este trabajo, propone apresar, evaluar y medir dichos constructos. Pretende con ello dotarles de una mayor solidez tanto al hablar de validez de contenido como discriminante. La idea no es otra que *hacer uso de otras medidas actitudinales y de personalidad, que nos pudiera dar pistas para así conocer y acercarnos a un posible patrón comportamental del que miente*. Así pues, ATRAMIC, apoyándose en estas otras variables psicológicas (sin contar, a priori, con las variables de autoengaño y la conducta de mentir), quiere ser un intento por estudiar e identificar cuál es la tendencia de res-

puesta de estas otras medidas psicológicas que nos permiten saber del desajuste en el momento en que las personas dan sus propios autoinformes (particularmente ante la culpa, la autocrítica, la transparencia, el miedo al rechazo y la crítica, el retraimiento social, el hipercontrol, etc.). Con ello se trata de aislar aquellas que apoyen la idea de un perfil conductual de la persona que miente deliberadamente en determinados casos a los demás.

El cuestionario ATRAMIC quiere aportar al estudio de la personalidad una faceta en que se incluyen las respuestas de aquellos individuos que en determinadas circunstancias o por determinadas razones pretenden justificar su conducta en la relación con los demás; lo que nos lleva nuevamente al concepto de deseabilidad. Circunstancia que lleva a la ocultación, minimización o sesgo, lo que supone aspectos que deben ser considerados negativos o “desajustados” a la hora de engañar o mentir a los demás. Esto es, ofrecen un patrón defensivo en sus respuestas a los ítems que evalúan la conducta de mentir, de autoengaño, entre otras.

Objetivo principal

ATRAMIC trata de describir y explicar qué relación existe entre la conducta informada del que miente, en qué medida lo reconoce y lo afirma. Se pretende estudiar la relación que dicha conducta tiene con otros aspectos de personalidad como pueden ser la inseguridad, la transparencia, la deseabilidad social, la autocrítica, la coherencia, asertividad, el miedo al rechazo y la crítica, el retraimiento social, etc.

Se trata de reconocer e identificar a la persona que miente de una forma que hemos definido como “desajuste al mentir”.

Método

Participantes

La muestra que colabora en este trabajo está formada por 64 personas adultas (32 hombres y 32 mujeres, con una de edad media de 37 años), de las que el 50% pertenece al grupo clínico (16 personas

por cada sexo) y el otro 50% al grupo de control o de contraste (16 personas por cada sexo). En relación al estado civil 31 son solteros, 30 casados, 2 separados y 1 divorciado. Respecto a la formación académica, 3 personas (4.7%) tiene estudios primarios, 17 educación secundaria (26.6%), 12 formación profesional y bachillerato (18.8%) y 32 personas formación universitaria (50%). Las condiciones bajo las que participaron pueden considerarse como neutras en términos de motivación.

Instrumentos

1.- El cuestionario **ATRAMIC** (Armas-Vargas, E. 2007). Es una prueba que en fase experimental consta de dos partes (**forma A**: variables oréclicas de personalidad; **forma B**: variables actitudinales).

Inicialmente la prueba la formaban 318 ítems para la *forma A* y 36 ítems para la *forma B*. Actualmente y tras los análisis estadísticos multivariados realizados, se ha reducido a 192 ítems (*forma A*) y 30 ítems (*forma B*). En esta presentación de la prueba se han añadido dos nuevos constructos denominados “*Empatía y Sensibilidad hacia los demás*”.

La **forma A** actualmente abarca 20 factores o medidas oréclicas de personalidad, sus nombres: desajuste al mentir (DM), ajuste al mentir (AM), sincerarse al mentir (SCM), autoengaño (ÑO); culpa (CUL), auto-crítica/autoexigencia (CRI), ser coherente (COHE), ser consecuente (CONSE), miedo a la crítica y al rechazo (MiCR), retraimiento social (RS), inhibición privativa (IP), hipercontrol (HC), control (C), asertividad (A), transparencia (T), inseguridad (INSE), desconfianza (DESC) y deseabilidad social (DS). En posteriores análisis se añaden los constructos *Empatía (E)* y *Sensibilidad hacia los demás (SED)*.

La **forma B** la forman 3 factores actitudinales: *Aceptación* ante el autoengaño y la mentira (AEM); *Rechazo* ante el autoengaño y la mentira (REM); *Justificación* ante el autoengaño y la mentira (JEM).

Procedimiento

La administración de los cuestionarios se llevó a cabo en consulta psicológica, homogeneizando hora

y margen de tiempo necesario para permitir a los participantes de ambas muestras (control vs. clínica) que contestaron sin premura de tiempo. ATRAMIC fue administrado por el primero de los autores, quien destacó en todo momento la voluntariedad en la realización de las pruebas, la finalidad del trabajo y el anonimato de los resultados individuales. Asimismo, se les explica a los participantes la importancia de la sinceridad en las respuestas a las preguntas.

Resultados: Análisis y discusión

El cuestionario ha demostrado hasta el momento tener validez empírica y de contenido a la hora de poder aislar los constructos propuestos. Para ello hemos realizado un estudio con dos grupos, población clínica y grupo control o contraste. Se ha seguido una analítica de tipo multivariado: análisis factorial y correlacional. En este trabajo ofreceremos los resultados del análisis factorial para cada factor, la consistencia interna (Alpha de Cronbach) y las correlaciones entre las medidas de los diferentes factores del cuestionario ATRAMIC.

Asumiendo a priori que toda respuesta humana puede sufrir de sesgos, queremos destacar que los encuestados mostraron desde el principio la intención de no tergiversar sus respuestas. Esto es lo que hizo posible obtener una medida de base para posteriores contrastes.

Esto también hizo posible aislar a un grupo de personas que han reconocido e informado que mienten con una intensidad identificable estadísticamente. Son asimismo, los que han tratado de hacerlo con la intención sana de ser transparentes en sus respuestas. Sin este primer punto de partida los resultados estadísticos con los que contamos podrían presentar un mayor sesgo en la medida, lo que haría que difícilmente pudiéramos aproximarnos a conclusiones que reflejen el fenómeno estudiado.

La construcción de los ítems no se ha hecho con la finalidad de medir el uso de la mentira analizando un contexto o un contenido determinado. Esto es, se trata de medirla descontextualizada, como si de un rasgo se tratara. Deseábamos que los ítems permitieran ser contestados sin esa limitación. La misma

dinámica la hemos seguido para la variable de autoengaño.

Ahora presentamos los factores obtenidos mediante el procedimiento de rotación varimax, así como el índice de consistencia interna (coeficiente alfa de Cronbach). Lo que se hace para las variables de la **forma A** del cuestionario de medidas oréticas de personalidad. De esta forma, se han obtenido 5 sub-cuestionarios que aglutina a 18 factores de personalidad.

El **cuestionario A**, abarca 4 factores: autoengaño (16.95 %; $\alpha=.91$), desajuste al mentir (12.17%; $\alpha=.86$), ajuste al mentir (10.67%; $\alpha=.83$) y sincerarse/confesar que ha mentido (9.15%; $\alpha=.79$). La varianza explicada para el primer cuestionario es de 48.94%.

El **cuestionario B**, está formado por 4 factores: Miedo al rechazo y la crítica (20.58%; $\alpha=.94$); Inhibición privativa (12.53%; $\alpha=.87$); Asertividad (11.58%; $\alpha=.82$) Retraimiento social (10.75%; $\alpha=.83$). La varianza explicada para el segundo cuestionario es de 55.44 %.

El **cuestionario C**, aglutina a 4 factores: conducta Coherente (19.63%; $\alpha=.90$), ser Consecuente (11.44%; $\alpha=.78$, Inseguridad (10.69%; $\alpha=.78$) y Desconfianza (9.91%; $\alpha=.75$). La varianza explicada para el tercer cuestionario es de 51.67%

El **cuestionario D**, abarca a 3 factores: Hipercontrol (19.6%; $\alpha=.87$), Control (17.25%; $\alpha=.80$) y Transparencia (16.9%; $\alpha=.82$). La varianza explicada para este cuestionario es de 53.75%.

El **cuestionario E**, integra a 3 factores: Deseabilidad social (15.46%; $\alpha=.75$), Culpa (12.29%; $\alpha=.70$) y Autocrítica/autoexigencia

(12.04%; $\alpha=.71$). La varianza explicada para este cuestionario es de un 39.79%.

El cuestionario de **Actitudes ante el autoengaño y la mentira (forma B)** está formado por 3 factores: Aceptación ante el autoengaño y la mentira (14.42%; $\alpha=.75$), Rechazo ante el autoengaño y la mentira (14.12%; $\alpha=.70$), Justificación ante el autoengaño y la mentira (10.08%; $\alpha=.71$). La varianza explicada para este cuestionario es de 38.62%.

Del análisis correlacional entre las medidas de las diferentes factores observamos que el factor “desajuste al mentir” correlaciona positiva y significativamente con el factor “autoengaño” ($r=.49$; $p\leq.001$). Esto es, cuando una persona reconoce y afirma que miente, por ejemplo, al contestar “*cuando creo que me van a descubrir en una mentira, agudizo el ingenio aportando más información para que la mentira parezca todavía más real*” está afirmando y reconociendo también que se autoengaña “*me he dicho cosas que sé que no son ciertas (sobre experiencias o hechos vividos) para evitarme dolor o sufrimiento, y he terminado creyéndomelas*”. Esto es la capacidad de creernos nuestras propias mentiras al engañarnos, nos predispone con mayor probabilidad a engañar a los demás mintiéndoles. Es esta la función principal del autoengaño, engañar más fácilmente a los demás como decía Robert Trivers (2002).

Por el contrario, sincerarse o reconocer que ha mentido (Ejemplo: “*si me sintiera descubierto en una mentira, lo reconocería y aprovecharía para aclararlo todo*”) correlaciona de forma negativa y significativa con desajuste al mentir ($r= -.57$; $p\leq.001$) y con autoengaño ($r= -.52$; $p\leq.001$). Al hacer evidente y llevar a la práctica dicha manifes-

Tabla 1. Correlaciones entre los factores de personalidad del cuestionario ATRAMIC (N=64; n=32 mujeres, n=32 hombres)

	AM	DM	SCM	ÑO	A	MiRC	RS	IP	DS
AJUSTE AL MENTIR (AM)	-	-.43****	.23*	.01	-.14	-.04	.04	-.02	.18
DESAJUSTE AL MENTIR (DM)		-	-.57****	.49****	-.13	-.39****	.06	-.07	-.62****
SINCERARSE AL MENTIR (SCM)			-	-.52****	.42****	-.41****	-.44****	.05	.65****
AUTOENGAÑO (ÑO)				-	-.31***	.64****	.30***	.03	-.63****
ASERTIVIDAD (A)					-	-.50****	-.36***	-.25**	.49****
MIEDO AL RECHAZO Y A LA CRÍTICA (MiRC)						-	.28**	.34***	-.64****
RETRAIMIENTO SOCIAL (RS)							-	.23*	-.26**
INHIBICIÓN PRIVATIVA (IP)								-	-.11
DESEABILIDAD SOCIAL (DS)									-

(*) $p \leq 0.05$; (**) $p \leq 0.025$; (***) $p \leq 0.01$; (****) $p \leq 0.001/0.000$ Armas-Vargas, E. (2008)

tación verbal, esto es, al sincerarnos y reconocer que hemos mentido, nos podría alejar de un posible desajuste en la personalidad y nos acerca, en el continuo de salud-patología, a una conducta más adaptativa y a una sana autoestima (Armas-Vargas, E. 2008b). En otras palabras, la sinceridad nos aleja de un perfil patológico.

No podemos olvidar las consecuencias que dicha actitud y comportamiento tienen, no sólo en los diferentes ámbitos del ejercicio profesional del psicólogo a la hora de una correcta evaluación de cada caso y en la posterior toma de decisiones, sino también en las consecuencias que esta actitud y comportamiento sincero tienen para el sistema legal-penal.

En este sentido, reconocer y aceptar la realidad evidente por parte del individuo, aparece asociado, no sólo a no fomentar el autoengaño, sino que además, permite dirigir a la persona al análisis de las consecuencias de su conducta ($r = .59$; $p \leq .001$) (Ejemplo: *“cuando me doy cuenta de que soy el responsable del daño causado a otros, busco la manera de arreglarlo”*; *“me siento responsable de las cosas que digo y hago”*) (ver Tabla nº 2). Lo cual puede ser entendido como una actitud positiva ante la vida, además de una capacidad de mayor análisis de la realidad con la que se enfrenta.

Otra relación positiva y significativa se establece entre el factor “miedo al rechazo y a la crítica” con el factor “desajuste en la conducta de mentir” ($r = .39$; $p \leq .001$). Un ejemplo del factor de miedo al rechazo es *“no me muestro ante los demás como me gustaría, por temor a que descubran algo sobre mí que me pueda delatar”*.

Evidentemente evitar daño o un castigo potencial, como señala Vrij (2001), puede ser uno de los motivos para engañar o mentir a los demás. Esta podría ser a priori una conducta que podríamos interpretar como adaptativa en unas circunstancias concretas o en un momento determinado. Sin embargo, habría que estudiar si ese desajuste en la conducta de mentir estaría indicando también que dicha conducta de miedo pudiera estar más condicionada e interiorizada de lo que a priori creemos. Esto podría llevar a la persona a querer evitar manifestar ciertas emociones o a sincerarse cuando ha mentido ($r = -.41$; $p \leq .001$).

En este sentido, tendríamos que plantearnos la utilidad para otros contextos y condiciones. Por

ejemplo, ampliando la afirmación de Saarni y Lewis (1993) cuando dicen que tan sólo se trata de una cuestión adaptativa y puntual, situacional, el que alguien mienta. Como hemos adelantado, cabe la exploración en términos de que el mentir o el autoengaño definan un constructo tipo rasgo, y tal vez nos conduzcan a hallazgo de ciertas patologías asociadas.

Observamos también que la conducta de “miedo al rechazo y a la crítica” está asociada además de forma positiva y significativa al factor “autoengaño” ($r = .64$; $p \leq .001$) y de forma negativa a “sincerarse al mentir” ($r = -.41$; $p \leq .001$). Para los profesionales que trabajan en el ámbito de la evaluación psicológica estos datos no deben pasarles desapercibido. Se trata de unos de los motivos de distorsiones en las respuestas por parte de los sujetos evaluados; sobre todo en la evaluación psicológica mediante autoinformes tal y como señalan los autores Miguel-Tobal, (1993); Baer, Rinaldo y Berry (2003).

Otro dato que nos llama la atención es la relación de un “desajuste en la conducta de mentir” con los factores “transparencia” ($r = -.44$; $p \leq .001$); “hipercontrol” ($r = .34$; $p \leq .01$) y “deseabilidad social” ($r = -.62$; $p \leq .001$). Resulta llamativo, en principio, que una persona que reconoce y afirma que miente, oculta o deforma la realidad (cuando “paradójicamente sí reconoce ser sincero al contestar a estas preguntas”) se defina o se perciba como poco transparente (Ejemplo: *“por mi forma de ser, se puede ver claramente qué tipo de persona soy”*). Tampoco quizás la relación que establece con el factor que hemos denominado hipercontrol (Ejemplo: *“expreso mis pensamientos a los demás sin tener que estar controlando todo lo que digo...”* con signo negativo).

Nos llama la atención especialmente porque podría parecer un contrasentido, el que se establezca una relación significativa y negativa con el factor de deseabilidad social (Ejemplo: *“aunque no lo reconozca, jamás he tenido que ocultar ni disimular ante los demás...”* con signo negativo).

Quizás tiene una explicación que ya hemos podido comentar en la introducción a este trabajo. La deseabilidad social que mide ATRAMIC está asociada a la dimensión de deseabilidad social relacionado con el manejo de impresiones como diría

Tabla 2. Correlaciones entre los factores de personalidad del cuestionario ATRAMIC (N=64; n=32 mujeres, n=32 hombres)

	CULPA (CUL)	AUTO- CRITICA (CRI)	COHE	CONSE	INSE	DESC	T	HC	C
AJUSTE AL MENTIR (AM)	.39****	.31***	-.09	.30***	.33***	-.16	.16	.06	.15
DESAJUSTE AL MENTIR (DM)	-.16	-.21*	-.35***	-.51****	-.03	.09	-.44****	.34***	-.06
SINCERARSE AL MENTIR (SCM)	-.06	-.01	.54****	.59****	-.28**	-.04	.34***	-.51****	-.14
AUTOENGAÑO (ÑO)	-.11	.19	-.53****	-.29**	.37****	-.06	-.36***	.53****	.28**
ASERTIVIDAD (A)	-.12	-.24*	.73****	.26**	-.60****	-.14	.35***	-.67****	-.20*
MIEDO AL RECHAZO Y A LA CRÍTICA (MiRC)	.01	.33***	-.64****	-.25**	.43****	.20*	-.43****	.72****	.51****
RETRAIMIENTO SOCIAL (RS)	.32***	.16	-.32***	-.20*	.44****	-.04	.02	.31***	.21*
INHIBICIÓN PRIVATIVA (IP)	.03	.23*	-.09	-.07	.03	.57****	-.20*	.39****	.38****
DESEABILIDAD SOCIAL (DS)	.15	-.11	.73****	.47****	-.23*	-.16	.66****	-.68****	-.10

(*) $p \leq 0.05$; (**) $p \leq 0.025$; (***) $p \leq 0.01$; (****) $p \leq 0.001/0.000$ Armas-Vargas, E. (2008)

Nota: CULPA (CUL); AUTOCRÍTICA (CRI); COHERENCIA (COHE); CONSECUENTE (CONSE); INSEGURIDAD (INSE); DESCONFIANZA (DESC); TRANSPARENCIA (T); HIPERCONTROL (HC); CONTROL (C).

Paulhus (1984, 2002), donde el estilo de respuesta en esa modalidad indica una tendencia a adecuar intencionalmente la imagen pública de uno mismo con objeto de obtener una visión favorable por parte de los demás. No está relacionada con la dimensión de autoengaño. Por otro lado, tal y como mencionan algunos autores como McCrae y Costa (1983), este factor está asociado a variables de estabilidad emocional. En el cuestionario ATRAMIC está asociado a variables de autoestima. En este sentido, hemos encontrado una relación positiva y significativa con una valoración positiva del Yo/self y negativa con el sentimiento de inferioridad y de fracaso, y de sentirse inútil e incapaz (Armas-Vargas, E. 2008b).

Bibliografía

- Armas-Vargas, E. (2008a). Self-esteem and communication in adults. *International Journal of Psychology*, 43, 484.
- Armas-Vargas, E. (2008b). *Desajuste al mentir y autoestima*. VII Congreso Iberoamericano de Psicología Jurídica [En línea], <http://www.congresoipjtenerife.es>.
- Baer, R. A., Rinaldo, J. C. y Berry, D. T. R. (2003). Self-report distortions (including faking, lying, malingering, social desirability). En R. Fernández-Ballesteros (Ed.), *Encyclopedia of Psychological Assessment*. Vol. 2 (pp. 861-866). London: SAGE.
- Burgoon, J. K., Buller, D. B. y Woodall, W. G. (1994). *Nonverbal communication*. Columbus, OH: Greyden Press.
- Butcher, J. N. (2005). Assessing MMPI-2 profile validity. En G. P. Koocher, J. C. Norcross y S. S. Hill III (Eds.), *Psychologists' desk reference*. 2nd edition (pp. 128-132). New York: Oxford University Press.
- Butcher, J.N. y Williams, C. L. (1992). *Essentials of MMPI-2 and MMPI-A interpretation*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Ellington, J., Sackett, P. R. y Hough, L. M. (1999). Social desirability corrections in personality measurement: issues of applicant comparison and construct validity. *Journal of Applied Psychology*, 84, 155-166.
- Ekman, P. (1985). *Telling lies. Clues to deceit in the marketplace, politics, and marriage*. New York: W. W. Norton & Company.
- Eysenck, H. J. y Eysenck, S. B. (1964). *The Eysenck Personality Inventory manual*. London: Routledge.
- Fuentes Ortega, J. B. (1994). Introducción del "conflicto de normas irresuelto personalmente" como figura antropológica (específica) del campo psicológico. *Psicothema*, 6 (3), 421-446.
- Graham, J. R. (1993). *MMPI-2: Assessing personality and psychopathology*. New York: Oxford University Press.
- Hathaway, S. R. y McKinley, J. C. (1940). A multi-phasic personality schedule (Minnesota): I.

- Construction of the schedule. *Journal of Psychology*, 10, 249-254.
- Kashy, D. A. y DePaulo, B. M. (1996). Who lies?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 1037-1051.
- Lemos Giráldez, S. (2005). Simulación, engaño y mentira. *Papeles del Psicólogo, Sección Monográfico, Vol. 26, pp. 57-58*.
- Martínez Selva, J. M. (2005). *La psicología de la mentira*. Barcelona: Paidós.
- McCrae, R. R. y Costa, P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51, 882-888.
- Miguel-Tobal, J. J. (1993). Cuestionarios, inventarios escalas. En F. J. Labrador, J.A. Cruzado y M. Muñoz (Eds.), *Manual de técnicas de modificación y terapia de conducta* (pp. 151-180). Madrid: Pirámide.
- Miller, G. R. (1983). Telling it like it isn't and not telling it like it is: Some thoughts on deceptive communication. In J. I. Sisco (Ed.), *The Jensen lectures* (pp. 91-116). Tampa, FL: University of South Florida.
- Miller, G. R. y Stiff, J. B. (1993). *Deceptive communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 598-609.
- Paulhus, D. L. (2002). Socially desiable responding: The evolution of a construct. En H. I. Braun y D. N. Jackson (Eds.), *Role of constructs in psychological and educational measurement* (pp 49-69). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pérez Álvarez, M. (2003). *Las cuatro causas de los trastornos psicológicos*. Madrid: Editorial Universitas.
- Saarni, C., & Lewis, M. (1993). Deceit and illusion in human affairs. In M. Lewis & C. Saarni (Eds.), *Lying and deception in everyday life* (pp. 1-29). London: The Guilford Press.
- Trivers, R. (2002). *Natural selection and social theory: Selected Papers of Rober Trivers (Evolution and Cognition Series)*. New York: Oxford University Press.
- Vrij, A. (2001). *Detecting lies and deceit*. New York: John Wiley & Sons.

Manuscrito recibido: 11/12/2008

Revisión recibida: 13/03/2009

Aceptado: 30/03/2009