
Mentira, autoengaño, adicción y diferencias de género

Madrid 25 y 26 de Enero de 2007



Carlos Sirvent

El autoengaño

**“TODO EL MUNDO ESTÁ AUTOENGAÑADO”, todos tenemos
un quantum de autoengaño que echarnos a la espalda.**

Deseabilidad social o distorsión de la respuesta

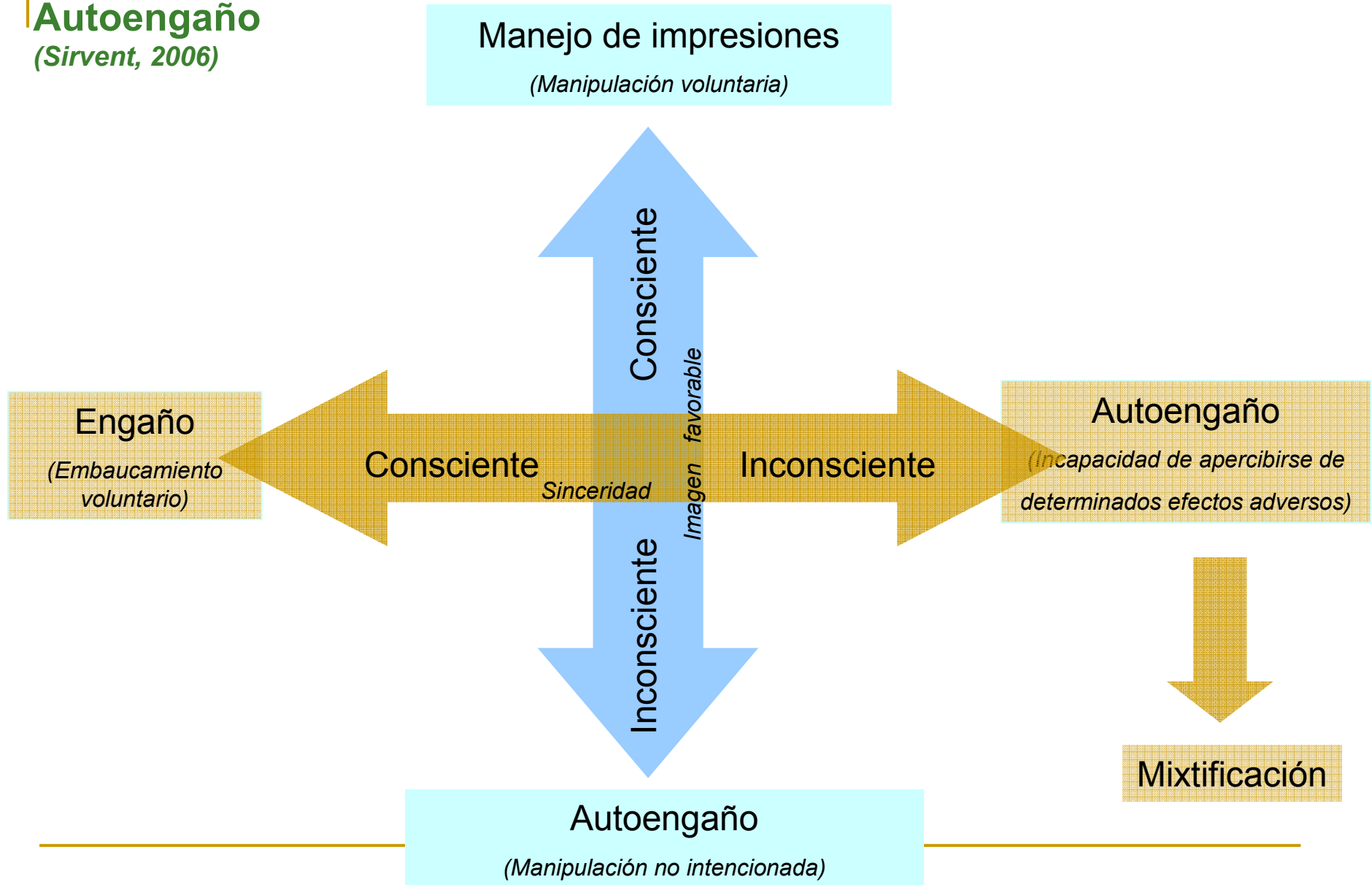
Tendencia a contestar a los ítems de modo que se responde a las presiones sociales o normativas en lugar de proporcionar un autoinforme verídico (*Ellingson, Smith y Sackett, 2001*)

Consiste en dos dimensiones, que han sido denominadas manejo de impresiones (impresión management) y auto-engaño (self-deception) (*Paulhus 1984, 2002*)

La deseabilidad social podría no ser sólo una tendencia a adaptarse a las situaciones sino una característica estable de la personalidad que indicaría diferencias más sustantivas y significativas. (*McCrae y Costa, (1983), Ones, Viswesvaran y Reiss (1996) y Salgado, Iglesias y Remeseiro (1996)*)

Dimensiones del Autoengaño

(Sirvent, 2006)



Función del autoengaño

(Trivers, 2002)

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

Instrumentos de medida del autoengaño

(Jesús F. Salgado, *Universidad de Santiago de Compostela*)

¿COMO SE DETECTA (MIDE) LA DESEABILIDAD SOCIAL? (I)

- ***Minnesota Multiphasic Personality Inventory (MMPI).*** (Hathaway y MacKinley)
 1. escala K que detecta los sesgos negativos o la tendencia a aparentar una peor imagen de uno mismo.
 2. escala *Lie* (mentira) que trata de detectar los sesgos positivos o la tendencia a aparentar una buena imagen personal.
 - Harrison Gough, creador del *California Personality Inventory (CPI; 1987)* desarrolló la escala de deseabilidad social en su cuestionario y la denominó *Good Impression Scale* (Escala de Buena Impresión). El interés de Gough residía en la tendencia a distorsionar positivamente.
-

¿COMO SE DETECTA (MIDE) LA DESEABILIDAD SOCIAL? (II)

- 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, derivada de la escala L del MMPI.
 - Además de las mencionadas han sido muy populares la escala de deseabilidad social de Edwards (1957), la escala de deseabilidad social de Crowne-Marlowe (1964), la escala de sinceridad de Eysenck (Eysenck y Eysenck, 1964; originalmente es una escala de mentira), la escala de distorsión motivacional positiva del 16PF (Cattell, Eber y Tatsuoka, 1970) y la escala de deseabilidad social de Occupational Personality Questionnaire (SHL, 1999).
-

ESCALA DE DESEABILIDAD SOCIAL DE PAULHUS

- La totalidad de estas escalas fueron confeccionadas considerando que la deseabilidad social es un concepto unidimensional. Sin embargo, a raíz de las investigaciones de Paulhus ya mencionadas, hoy se acepta que la deseabilidad social consiste en dos dimensiones y el *Balanced Inventory of Desirable Responding* (BIDR, Paulhus 1984, 2002) es el más popular de los inventarios modernos. Este inventario contiene 40 items, con dos subescalas de 20 items cada una, que evalúan el 'manejo de impresiones' y el 'auto-engaño'.
-

Escala de autoengaño de Sirvent, 2006

Fue creada en 2006 partiendo de la subescala de autoengaño del TDS-100 (Sirvent y Moral, 2004).

Este inventario contiene 38 items constituidos por el macrofactor AE y cuatro factores: manipulación, reiteración, mecanismos de negación.

Estudio sobre el autoengaño (I)

(Sirvent y Moral, 2006)

Descriptivos AUTOENGAÑO POR TIPOS DE DEPENDENCIA

1. GRUPO CONTROL

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. t.f.p.	Varianza
iii.autx	294	2,00	2,00	4,00	3,3663	0,42825	0,183
iii.atgx	260	1,78	2,43	4,22	3,6134	0,36456	0,133
N válido (según lista)	260						

2. Bidependientes

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. t.f.p.	Varianza
iii.autx	27	1,40	1,80	3,20	2,5889	0,40319	0,163
iii.atgx	25	1,78	1,61	3,39	2,6435	0,41400	0,171

3. Codependientes

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. t.f.p.	Varianza
iii.autx	38	2,20	1,70	3,90	2,9158	0,58519	0,342
iii.atgx	38	2,39	2,22	4,61	3,2849	0,52726	0,278

4. Dependientes afectivos

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. t.f.p.	Varianza
iii.autx	77	2,30	1,50	3,80	2,6623	,52114	0,272
iii.atgx	72	1,87	1,74	3,61	2,7699	,39076	0,153
N válido (según lista)	72						

DIFERENCIAS INTER-GÉNERO

Grupo control

	Descriptivos	N	Media
iii.autx	masculino	100	3,4630
	femenino	193	3,3171
	Total	293	3,3669
iii.atgx	masculino	89	3,7196
	femenino	170	3,5588
	Total	259	3,6141

Bidependencia

	Descriptivos	N	Media
iii.autx	masculino	12	2,8083
	femenino	15	2,4133
	Total	27	2,5889
iii.atgx	masculino	11	2,7589
	femenino	14	2,5528
	Total	25	2,6435

Codependencia

	Descriptivos	N	Media
iii.autx	masculino	8	2,9250
	femenino	30	2,9133
	Total	38	2,9158
iii.atgx	masculino	8	3,3804
	femenino	30	3,2594
	Total	38	3,2849

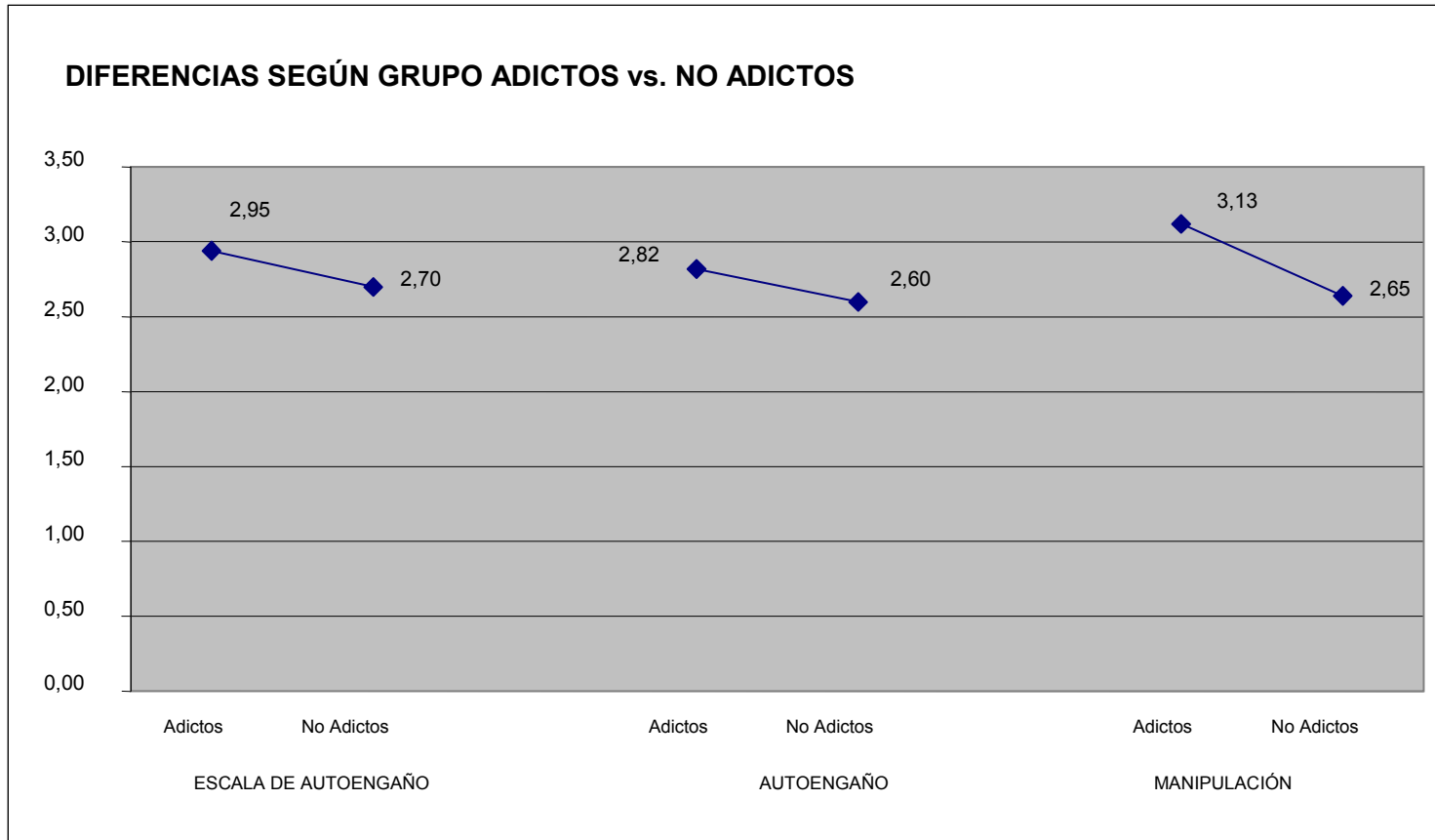
Dependencia afectiva

	Descriptivos	N	Media
iii.autx	masculino	21	2,8048
	femenino	56	2,6089
	Total	77	2,6623
iii.atgx	masculino	21	2,8530
	femenino	51	2,7357
	Total	72	2,7699

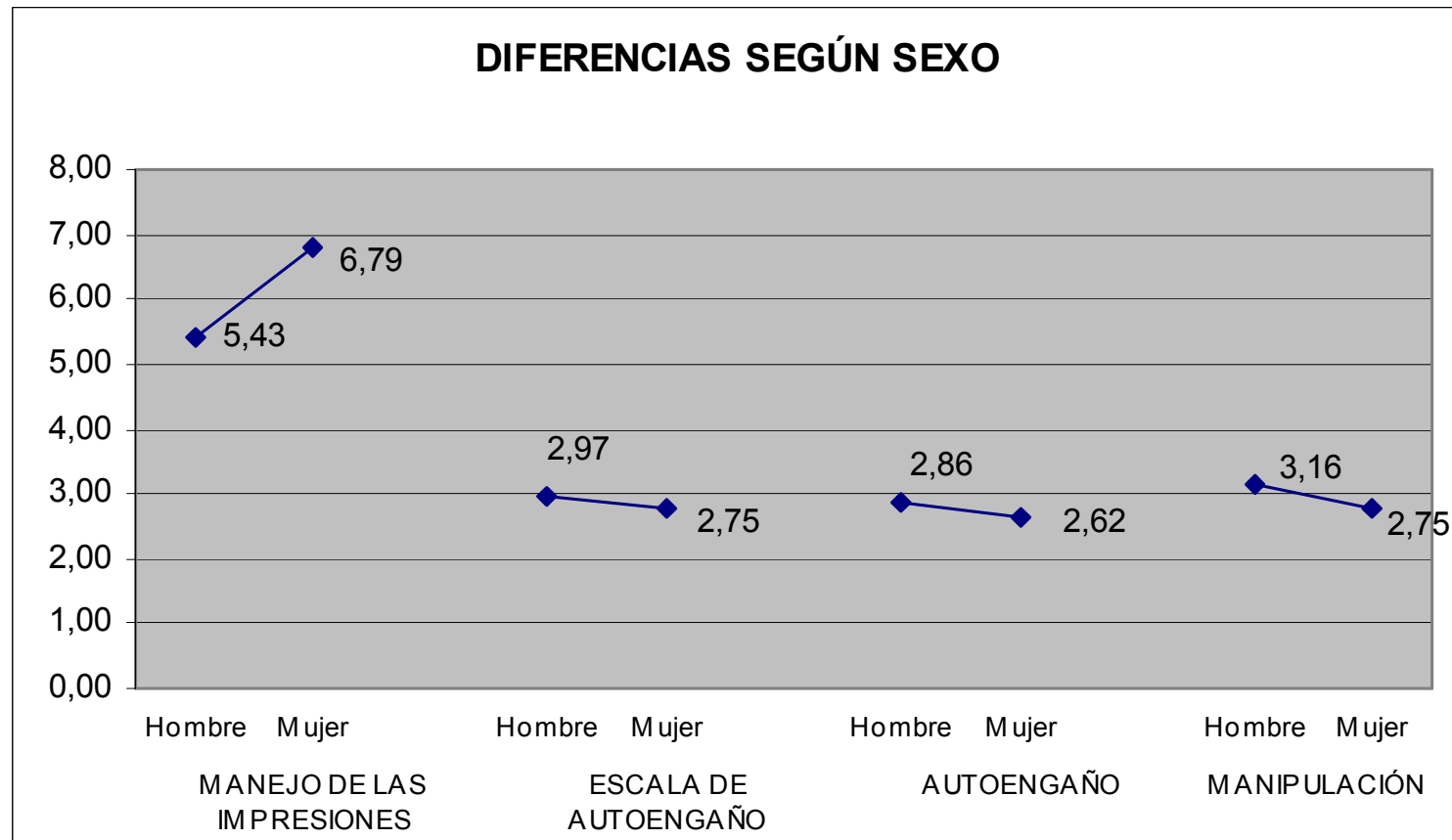
Estudio sobre el autoengaño (II)

(Sirvent, Blanco y López, 2007)

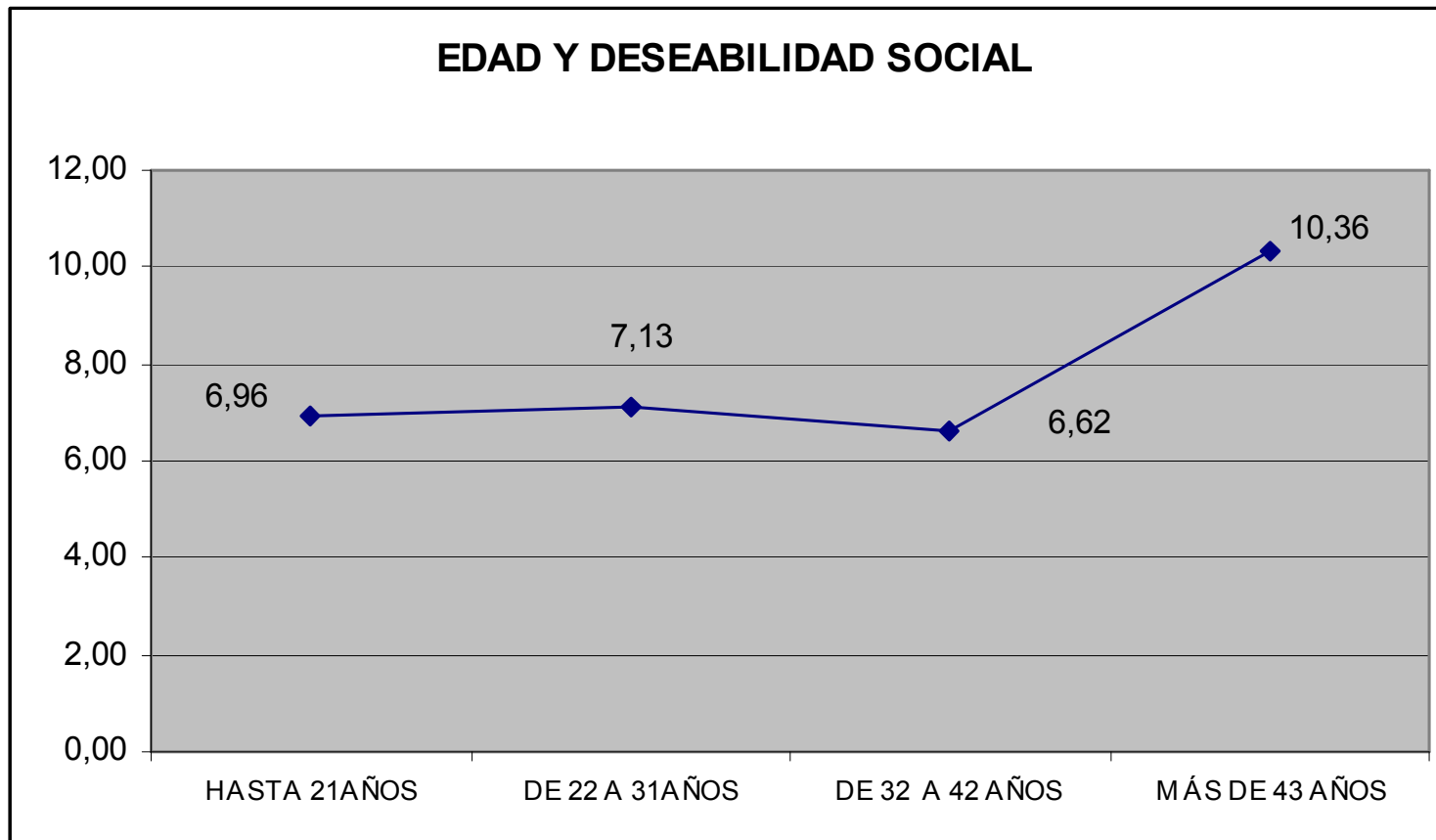
Respecto a la comparación entre *adictos no adictos* existen diferencias significativas y de elevada magnitud a favor de los primeros en la puntuación total de la escala de Autoengaño, y en las subescalas de esta prueba Autoengaño y Manipulación. Es decir los adictos tienen un considerable aumento de autoengaño respecto al grupo control, lo que abunda en la hipótesis del autoengaño como elemento asociado a la adicción



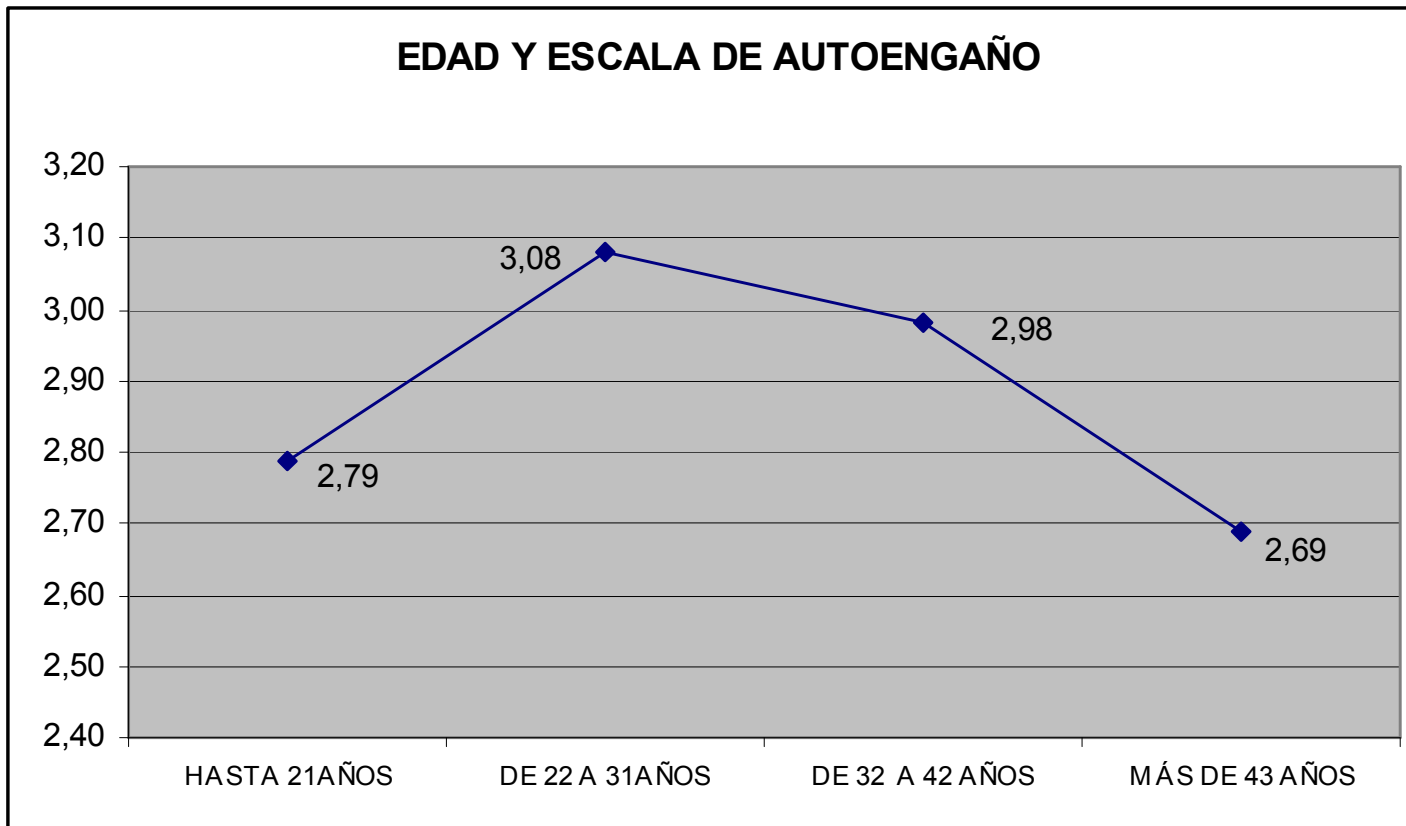
Entre las *diferencias según sexo* cabe destacar que los hombres presentan una media superior a las mujeres en la escala y subescala de Autoengaño y en la subescala de Manipulación, en tanto que las mujeres puntúan más en Manejo de Impresiones. En otras palabras, ellos manipulan más en tanto que ellas buscan brindar mejor imagen.



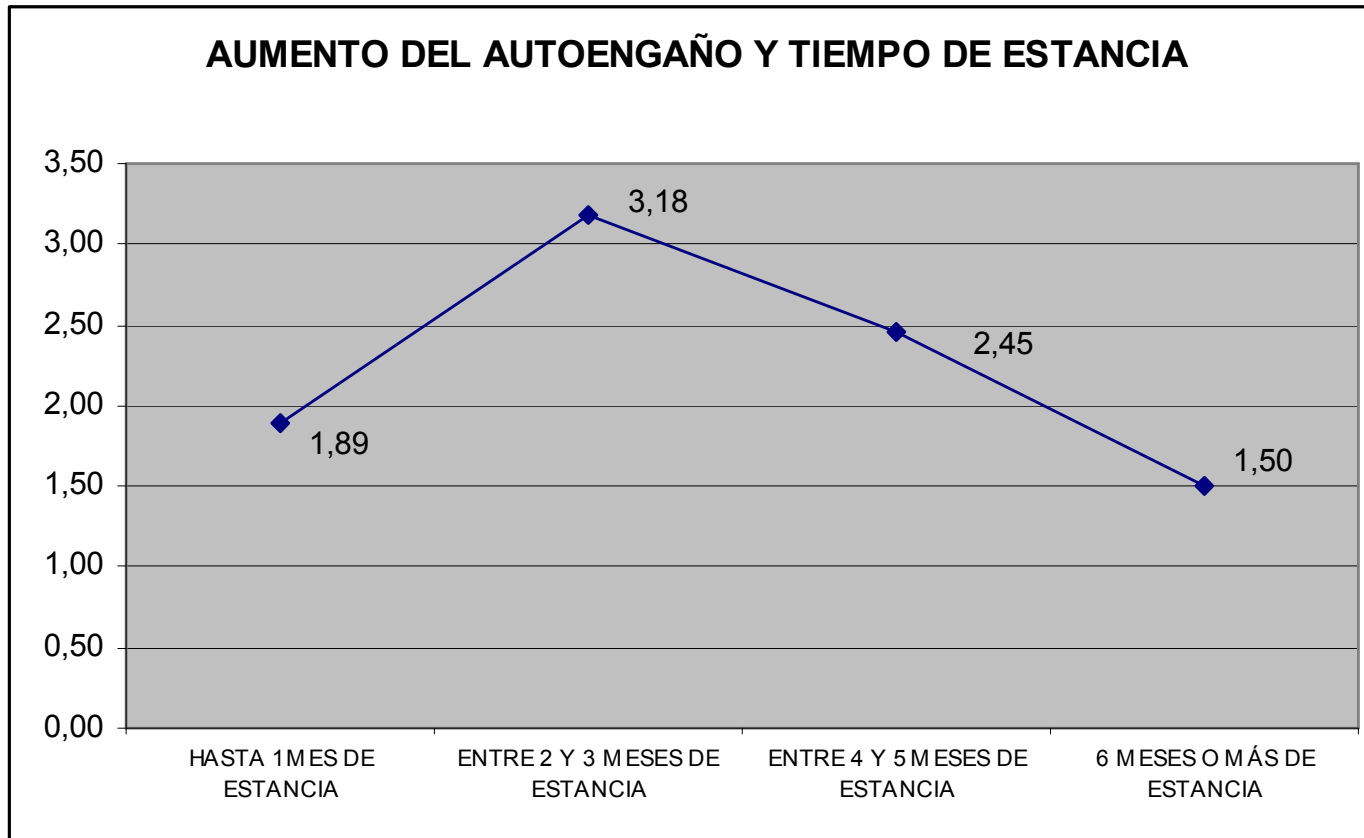
Respecto a Deseabilidad Social, por un lado están lo sujetos con edades menores de 43 años. Los sujetos con más de 43 años tienen niveles de Deseabilidad Social superiores al resto de los sujetos



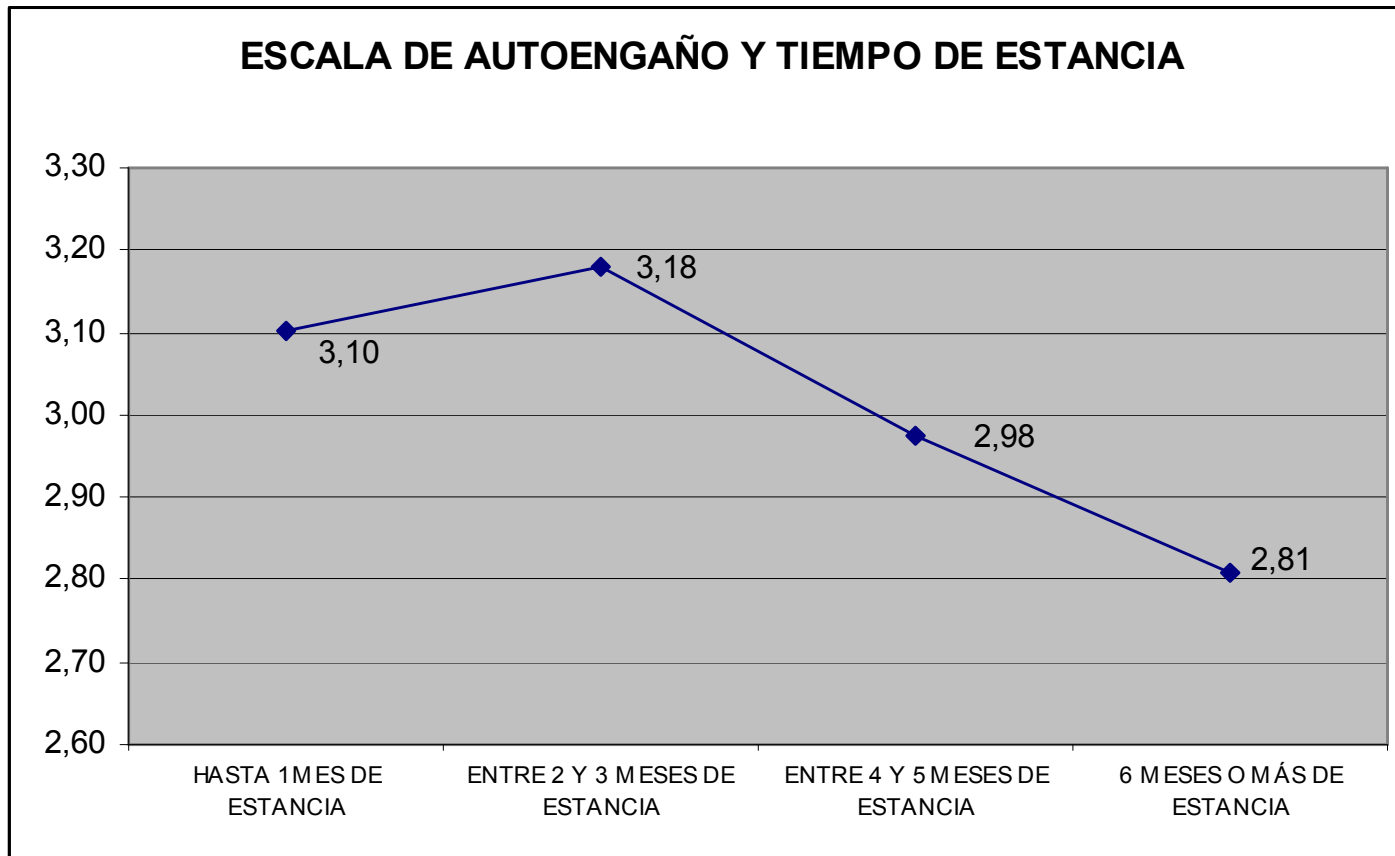
En cuanto a las *diferencias respecto a la edad*, cabe destacar que los sujetos con más de 43 años tienen niveles superiores de Deseabilidad Social y Manejo de las Impresiones. Sin embargo en la Escala de Autoengaño, el grupo de Edad de 22 a 31 años es el que presenta la media más elevada. En cuanto a Manipulación el grupo de Más de 43 presenta niveles más bajos



Respecto a Aumento del Autoengaño,(de la escala PDS) se forman dos grupos diferentes entre sí y cuya diferencia viene marcada por los dos grupos de Tiempo de Estancia 6 meses ó más y entre 2 y 3 meses. En el primer mes de estancia, el nivel de Aumento del Autoengaño es bajo, aumenta entre 2 y 3 meses de estancia para más tarde ir disminuyendo según aumenta el tiempo de estancia, alcanzando los valores más bajos el grupo de 6 meses o más. Parece que el tiempo de estancia al principio aumenta el autoengaño y luego va disminuyendo cuando la estancia se prolonga en el tiempo .



El inicial incremento de autoengaño en sujetos en tratamiento para luego decrecer según avanza el tratamiento lo interpretamos como una defensividad reactiva que se va neutralizando según va cobrando el sujeto conciencia del problema y confiando en lo que hace (o desmontando la desconfianza reactiva inicial). Es decir, el tratamiento influye sobre el autoengaño, máxime en los centros estudiados donde el autoengaño forma parte del currículo del programa terapéutico.



Situación de recaída y autoengaño

Comparación datos de Cummings, Gordon y Marlatt con pacientes actuales
(Spiral 2006, N=189)

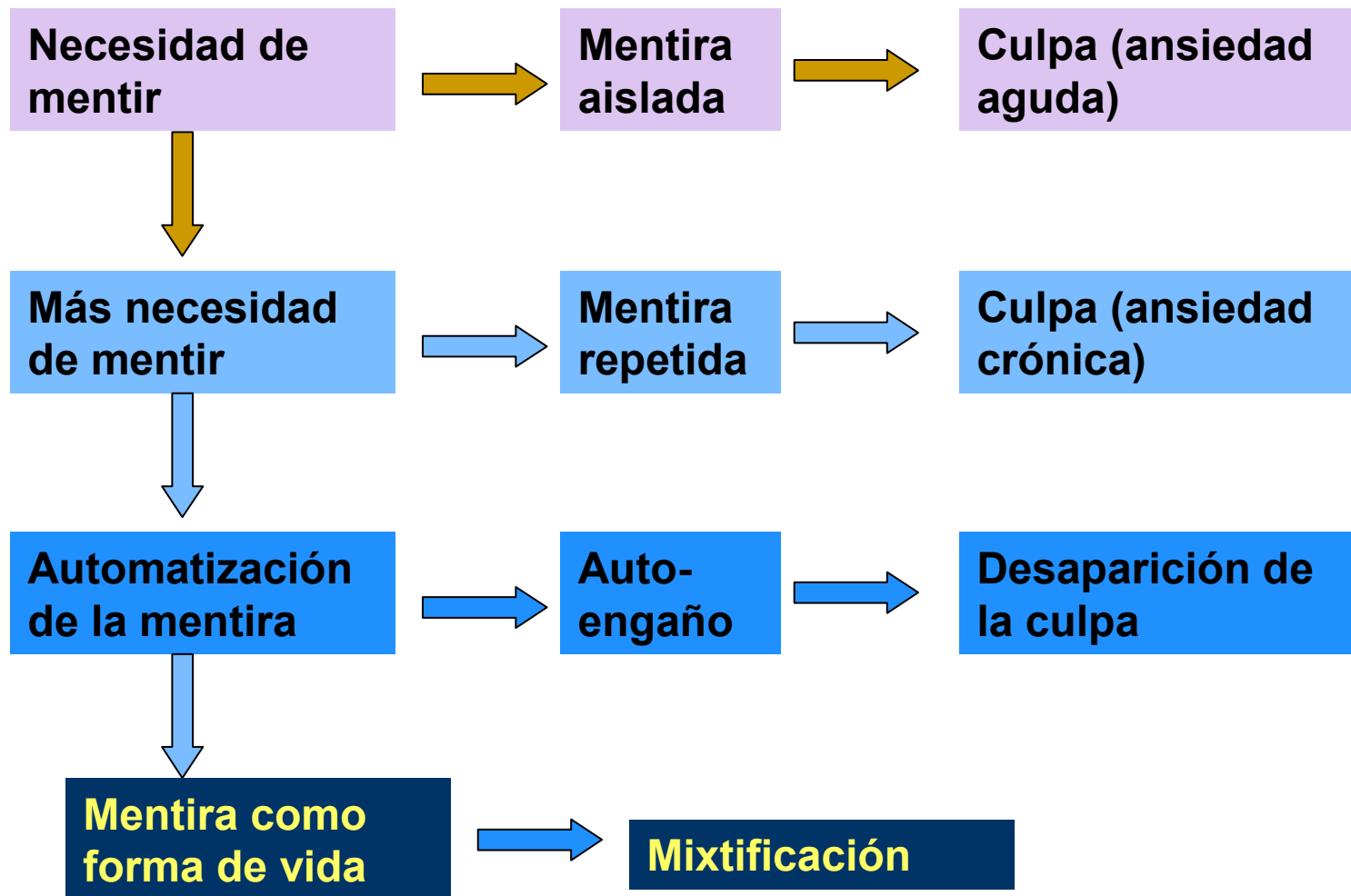
Situación de recaídas	Influencias AE	% Total	% corta estancia	% larga estancia
Esfera de placer (“deseo y tentaciones”) (Incluye: búsqueda de sensaciones, craving y nostalgia del consumo)	Notable	10	30	10
Esfera afectivo-emocional				
Estados emocionales negativos	Escasa	25	20	25
Estados emocionales positivos	Intensa	12	5	13
Estados físicos negativos	Escasa	3	5	2
Esfera cognitiva				
Poner a prueba el control personal	Intensa	10	5	30
Esfera relacional				
Conflictos interpersonales	Notable	20	20	15
Presión social	Intensa	20	15	5

Autoengaño / tiempo de estancia

(Spiral 2006, N=189)

Influencia del autoengaño	Total Cumming	corta estancia	larga estancia
Escasa	28 %	25 %	26 %
Notable	30 %	50 %	23 %
Intensa	42 %	25 %	51 %

Génesis del autoengaño *(Sirvent 2002)*



Mixtificación *(Sirvent, 1989)*

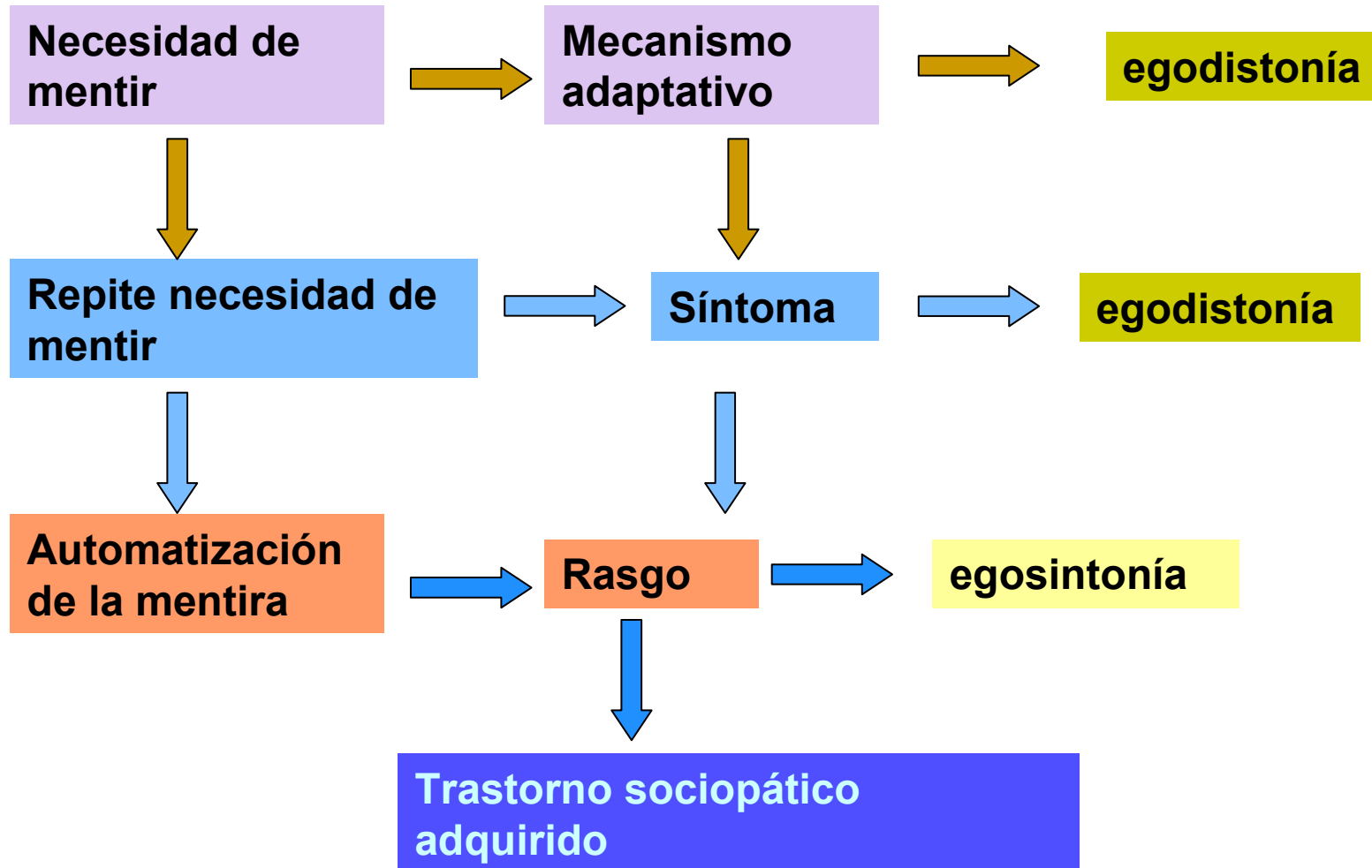
Es una forma extrema de autoengaño que afecta a su quehacer entero. El sujeto mixtificado vive instalado en el autoengaño, envuelto en una coraza de desconfianza que le impermeabiliza al cambio

- **Defensividad reactiva**
 - **Irreflexividad y pensamiento irreductible**
 - **Susplicacia que puede llegar al pensamiento paranoide**
 - **Típica de sujetos adictos de larga o intensa trayectoria**
-

Resumen características autoengaño y adicción

- **Autoengaño**
 - **Insinceridad/ Fabulación**
 - **Coraza de mistificación**
 - **Pérdida del sentido de realidad**
-

Autoengaño estado-rasgo (Sirvent 2002)



Autoengaño y adicción

- **El sujeto adicto aprende a mentir como respuesta adaptativa a su difícil vida en la que debe justificar (falazmente) comportamientos socialmente inaceptables**
 - **El engaño forma parte de la constelación sociopática general del adicto, condición aprendida y desarrollada a lo largo de la vida adictiva.**
 - **El adicto se (auto) desconoce, comportándose de acuerdo con patrones que le resultan cómodos pero que le son ajenos.**
 - **La propia desconfianza le provoca un rechazo reactivo: todos los adictos se parecen**
 - **El drogodependiente vive en un mundo propio dominado por la falta de objetividad, perdido el sentido práctico y alejado del mundo natural**
 - **En síntesis, el autoengaño sería como un lenguaje automático regido por un impulso mediatizado por necesidades apremiantes y acomodaticias**
-

Componentes del autoengaño

(Carlos Sirvent, 2003)

- **Manipulación**
 - **Reiteración**
 - **Mecanismos de negación y no afrontamiento**
 - **Autoengaño propiamente dicho**
-

Síntomas asociados a la mixtificación

- **Síntomas – satélite**

 - Desconfianza**

 - Coraza defensiva (de mistificación)**

 - Misantrópía /Negación de la realidad**

 - Autoengaño / mentira / equivocación**

- **Trastorno de personalidad:**

 - Insinceridad**

 - Heteromanipulación y automanipulación**

 - Incredulidad,**

 - Falta de sentido de realidad.**

 - Autodesconocimiento**

 - Talante hosco e irritable (a veces)**

Psicoterapia del autoengaño

Autoengaño y adicción. Obstáculos

- **Las onerosas asociaciones del epíteto “mentiroso”**
 - **Un adicto no puede permitirse el lujo de mantener el autoengaño en lo relativo a su dependencia**
 - **Esa errónea percepción del mundo, le puede suponer un eterno retorno a la recaída sin siquiera darse cuenta.**
-

Autoengaño *(M. Porcel y R. González, 2005)*

(terapia de aceptación y compromiso)

- **Ejemplos de autoengaño en psicopatología común: disfunción eréctil, fobia social, adelgazamiento sin dieta**
 - **Energía derivada a la lucha contra los elementos secundarios de orden psicológico (miedo, angustia, rumiaciones...) no afrontando el conflicto original.**
 - **Aplicación de la técnica de la intención paradójica para restar el sentido funcional al síntoma.**
-

Diagrama de Ishikawa o de espina de pescado

(adaptado por Carlos Sirvent) Caso sujeto psicótico adicto a opiáceos

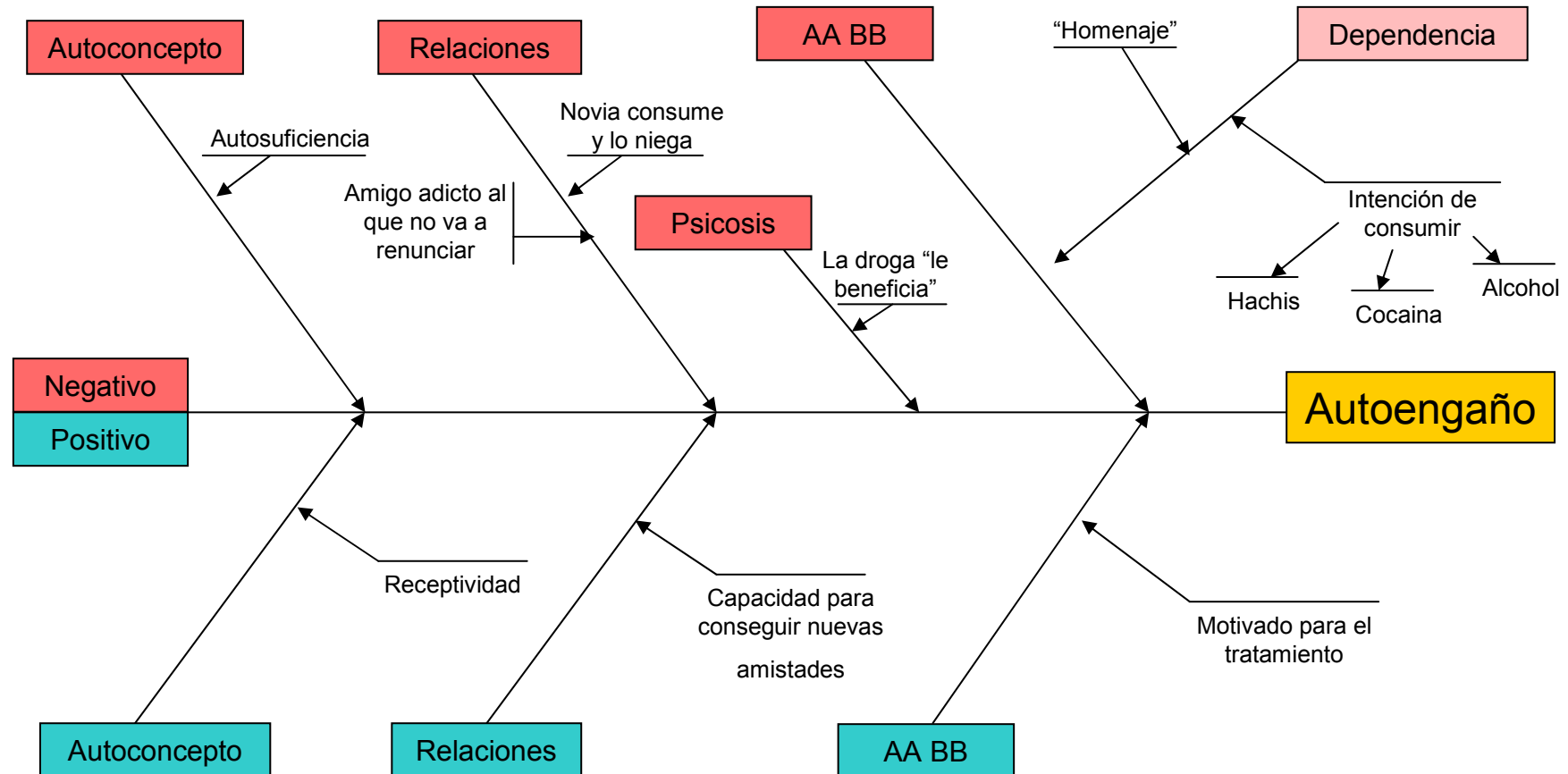


Diagrama de Ishikawa o de espina de pescado

(adaptado por Carlos Sirvent)

Fases:

Definir las características del problema

Escribir el problema y dibujar la espina principal

Identificar las 3,4, 5 categorías que ocasionan la aparición del problema y dibujar una gran espina para cada una. Ej.: relaciones familiares, falta de renuncias, relaciones de pareja, maquinaciones, consumir drogas diferentes

Identificar las posibles causas de cada categoría (*se puede utilizar por ej. la tormenta de ideas*). Una causa puede estar en más de una espina

Subdividir cada categoría principal en secundaria, esta en terciaria y así hasta dar con unidades elementales que sean subsidiarias de resolver a corto plazo

Contraponer a cada categoría y subcategoría una compensación antagónica de signo positivo

Utilidad:

Determina factores involucrados en un problema

Se puede aplicar en múltiples ámbitos

No es cuantitativo pero aporta datos objetivos

Se puede utilizar para analizar causas o soluciones

