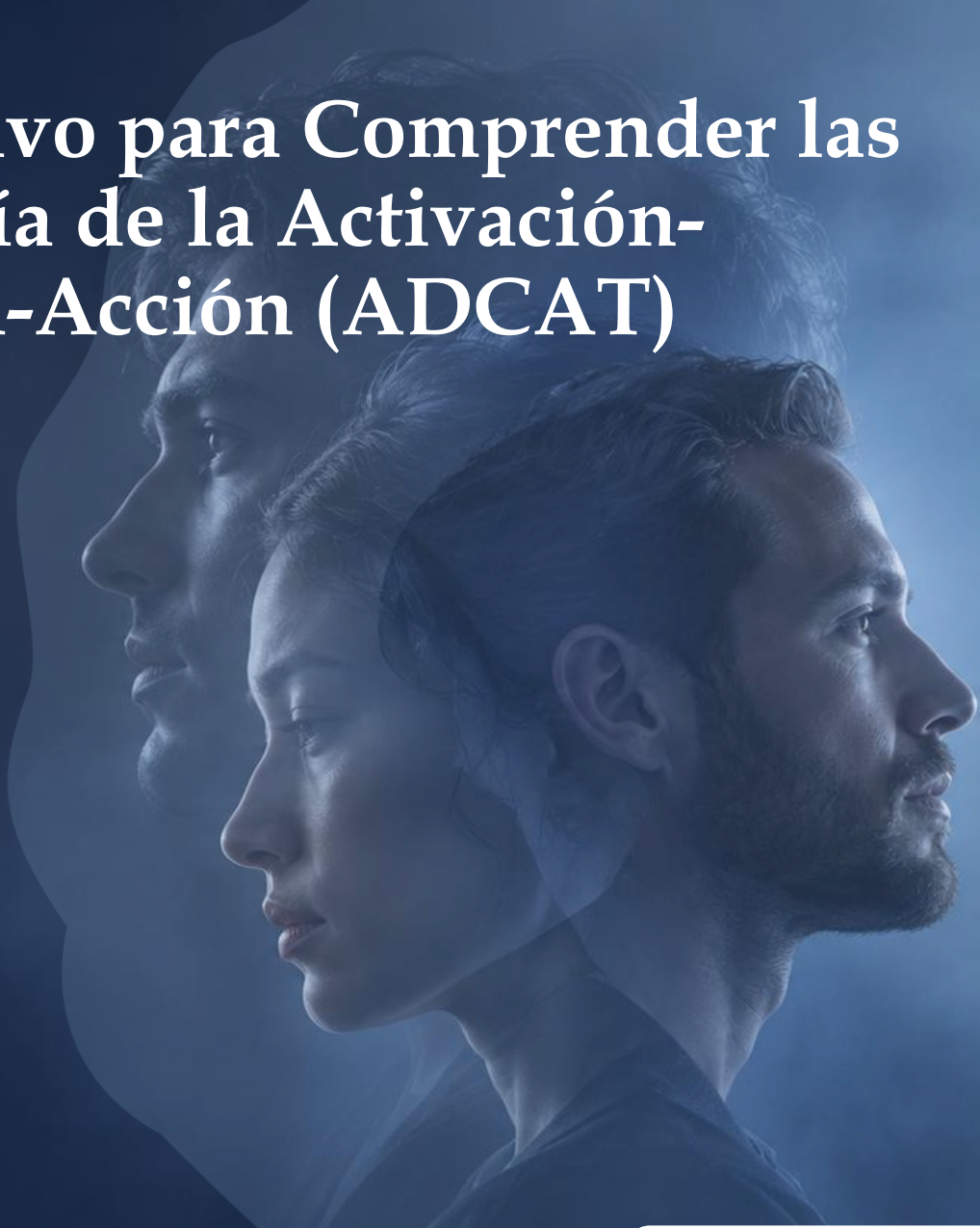
Un Marco Sociocognitivo para Comprender las Mentiras Graves: Teoría de la Activación-Decisión-Construcción-Acción (ADCAT)



Rodolfo Prado Pelayo

rodolfo@poligrafia.com.mx

Walczyk, J. J., Harris, L. L., Duck, T. K. y Mulay, D. (2014). Un marco sociocognitivo para comprender las mentiras graves: la teoría de activación-decisión-construcción-acción. New Ideas in Psychology, 34(1), 22–36.

IPS INTERNATIONAL POLYGRAPH STUDIES

Teoría de la mente

Activación

El ejecutivo central

Decisión

Conclusión



Resumen

6 Diferentes teorías del porqué del engaño

ADCAT

El papel de las emociones

Los cuatro componentes

rodolfo@poligrafia.com.mx

INTERNATIONAL POLYGRAPH STUDIES

Introducción



El **engaño grave** es un proceso dentro de un contexto social en el que compartir la verdad podría resultar muy costoso para los individuos, al impedirles alcanzar sus objetivos.

El engaño grave consiste en inducir intencionadamente a otra persona a creer algo que el emisor sabe que es falso. El engaño se puede presentar de muchas formas, entre ellas:

- la falsificación (mentiras),
- la ambigüedad (evasivas, imprecisiones),
- la omisión (ocultar información importante),
- la exageración y
- la subestimación (Masip, Garrido y Herrero, 2004).

6 Diferentes teorías del porqué del engaño

Primera

Zuckerman et al. (1981) propusieron la influyente Teoría de los cuatro factores del engaño. El engaño implica:

1. Excitabilidad generalizada
2. Emociones asociadas
3. Aspectos cognitivos
4. Contro de señales verbales y no verbales para parecer honestos.

Dr. Rodolfo Prado rodolfo@poligrafia.com.mx

6 Diferentes teorías del porqué del engaño

1
2
3
4
5
6

Segunda

En el **Modelo de la Preocupación por la Secrecía** de Lane y Wegner (1995). Este modelo reconoce la dificultad que a menudo conlleva ocultar el conocimiento de culpabilidad y subraya los procesos de la memoria en el engaño.

6 Diferentes teorías del porqué del engaño

Tercera

Vrij, Granhag et al. (2010) identificaron seis formas en las que la carga cognitiva de la deshonestidad puede superar a la de la honestidad.

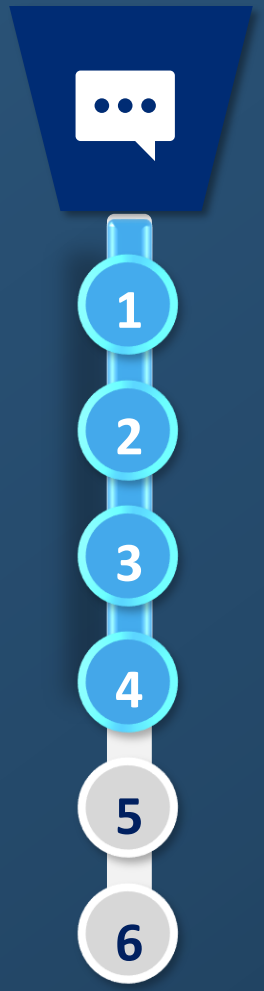
1. Formular una «mentira» es cognitivamente exigente, ya que requiere una respuesta novedosa.
2. Los mentirosos tienden a vigilar y controlar su comportamiento para parecer honestos, ante la incertidumbre de credibilidad,
3. Observan las reacciones de los destinatarios para ver si se cree su engaño.
4. Los mentirosos necesitan recordarse a sí mismos que deben interpretar un papel
5. Suprimir la verdad mientras inventan la mentira.
6. La activación de la verdad es automática y la activación de la mentira es deliberada.

rodolfo@poligrafia.com.mx

6 Diferentes teorías del porqué del engaño

Cuarta

La **Teoría de la Manipulación de la Información 2** (IMT2; McCornack, 1992; McCornack, Morrison, Paik, Wisner y Zhu, en prensa). El IMT2 define el engaño como una violación encubierta de una o varias de estas cuatro máximas conversacionales.



1. **La Calidad.** Expectativa de que la información transmitida sea precisa. Las falsificaciones son mentiras en las que se comunica a sabiendas información incorrecta.

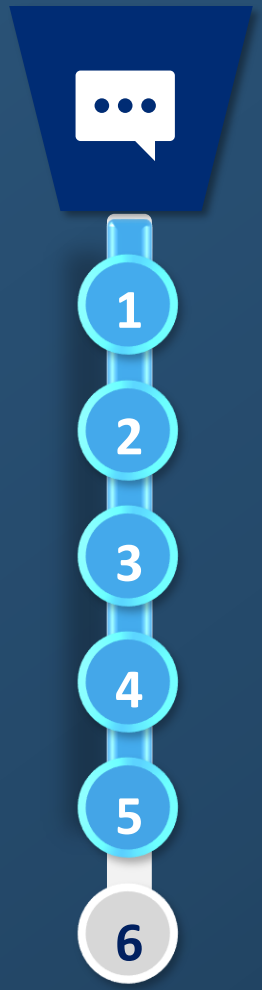
2. **La relevancia.** Expectativa de que la información sea pertinente para la discusión. Los intentos de desviar a los destinatarios de la información falsa.

3. **La Cantidad.** Expectativa de que se compartay no se oculte información importante. Las mentiras por omisión violan esta máxima.

4. **La forma.** Expectativa de que la información se transmita de manera ordenada, clara y concisa. Quienes mienten pueden ser ambiguos u oscuros para desviar la atención de los destinatarios de una información concreta.

Dr. Rodolfo Prado rodolfo@poligrafia.com.mx

6 Diferentes teorías del porqué del engaño



Quinta

El **Modelo de la Memoria de Trabajo** del engaño de Sporer y Schwandt (2006, 2007) dice que mentir requiere más esfuerzo cognitivo que decir la verdad debido a sus mayores exigencias en cuanto a «recursos cognitivos». Las narrativas deben ser plausibles y no contradecirse entre sí ni con lo que saben los destinatarios. Los mentirosos también deben vigilar a los oyentes en busca de signos de sospecha. Cuando no hay experiencias pasadas relevantes o guiones en la memoria a largo plazo (MLP), las memorias de trabajo (MT) de los mentirosos se verán muy sobrecargadas, lo que reducirá la capacidad para la producción del discurso

6 Diferentes teorías del porqué del engaño

Sexta

El **Modelo de Activación-Decisión-Construcción (ADCM)** de Walczyk et al. (2003, 2005), dice que el acto de responder a preguntas de forma engañosa tiene tres componentes.

1. Una pregunta escuchada o leída activa la verdad desde la MLP, normalmente de forma automática.

2. Con base en la verdad y el contexto social, se puede tomar la decisión de mentir, normalmente para lograr las metas del mentiroso y por lo tanto se inhibirá activamente la respuesta honesta.

3. Se construye una mentira adecuada al contexto que debe ser coherente y plausible.

Dr. Rodolfo Prado rodolfo@poligrafia.com.mx

Una teoría cognitiva del engaño ADCAT



ADCAT es una teoría cognitiva del engaño que hace hincapié en la manipulación de la información mediante la **gestión de la impresión**.

ADCAT es una teoría cognitiva del engaño que explica mentiras graves en las que los entrevistados reaccionan ante un requerimiento de ser veraces. ADCAT se basa en constructos establecidos de la ciencia cognitiva, como:

- **memoria de trabajo,**
- **teoría de la mente**
- **ejecutivo central**

Dr. Rodolfo Prado rodolfo@poligrafia.com.mx

El papel de las emociones



Las emociones desempeñan varias funciones clave:

1. Constituyen un fuerte factor motivador del engaño (Ekman, 1992)

2. Los estados emocionales extremos pueden imponer una «carga cognitiva superflua» (Beilock y Carr, 2005; Eysenck, 1992), lo que reduce los recursos disponibles para mentir.

3. las emociones, los recuerdos de las emociones provocadas, el contexto social o las reacciones anticipadas de los destinatarios ante la verdad, influyen en la decisión de engañar, en la construcción del engaño y en su ejecución.



Los cuatro componentes

El componente de activación se refiere a cualquier aspecto del entorno social que haga que el entrevistado comprenda que se solicita una verdad y la recupere o codifique en la memoria de trabajo.

El componente de construcción es la manipulación de la información para falsificar, tergiversar, omitir, exagerar o minimizar el recuerdo preparado para un engaño y posteriormente adaptado al contexto social.

El componente de decisión implica que persuada al entrevistador para que lo engañe de una manera concreta

Por último, el **componente de acción** corresponde a los mentirosos que transmiten mentiras a sus destinatarios.

Dr. Rodolfo Prado rodolfo@poligrafia.com.mx

Teoría de la mente



Un constructo central del modelo ADCAT es la **teoría de la mente (ToM)**, que sustenta el funcionamiento sociocognitivo. Se trata de «la capacidad de inferir los estados mentales, pensamientos y sentimientos de los demás» y de razonar sobre sus creencias, deseos, intenciones y conocimientos. Esta capacidad es necesaria para crear falsas impresiones en los destinatarios (DePaulo, 1992; Peskin, 1992; Talwar, Gordon y Lee, 2007; Wellman, Cross y Watson, 2001; Wimmer y Perner, 1983) y desempeña otros papeles fundamentales en la mentira, como cuando los interlocutores adivinan el probable impacto en los destinatarios de compartir la verdad o evalúan si las posibles mentiras son plausibles (Gombos, 2006).

Diagrama del modelo ADCAT



Módulos de MLP / Preconscientes

Si son accesibles, los recuerdos semánticos, episódicos y/o emocionales relevantes se activan desde la memoria a largo plazo (MLP) y se transfieren.

[B]

Memoria de Trabajo (WM)

Componente de Activación

El contexto social y la solicitud de verdad son codificados; la Teoría de la Mente infiere qué verdad se busca, tal como es recibida en la memoria de trabajo. WM

Entorno

Solicitud de verdad / contexto social

[A]

Truth

[C]

[D]

[E]

La experiencia guía las inferencias de la Teoría de la Mente sobre los resultados probables de compartir la verdad y, quizás, uno o más engaños.

Componente de Decisión

Cuanto más negativo sea **el valor esperado de decir la verdad**, más probable será que se elija un engaño específico. Se establece la intención de mentir.

[F]

[G]

Verdad, objetivos del respondiente y contexto social: La verdad, los objetivos del respondiente y el contexto social de la memoria de trabajo activan recuerdos episódicos, esquemas, etc., según sea necesario para la construcción del engaño. La Teoría de la Mente aporta información para refinar la perspectiva objetivo con base en la experiencia.

[H]

Componente de Construcción

Si se preparó previamente una perspectiva objetivo, se recuerda y ajusta. De lo contrario, se construye una nueva versión plausible que satisfaga múltiples restricciones.

[J]

Perspectiva objetivo y/o mentira ensayada: Una perspectiva objetivo y/o una mentira ensayada, si está disponible, alimenta el sistema de producción del habla o se comunica de forma no verbal.

[K]

inhibida

[I] Componente de Acción

Recordar y emitir mentiras preparadas, si están disponibles. El mentiroso puede autocontrolarse y monitorear al objetivo. La verdad es inhibida.

Comportamiento del objetivo (persona objetivo)

[L]

Dr. Rodolfo Prado rodolfo@poligrafia.com.mx

Activación



Muchas señales dentro de un contexto social pueden indicar al entrevistado que el destinatario solicita una verdad importante. La solicitud puede requerir que se recupere de la memoria a largo plazo (MLP) un recuerdo episódico correspondiente a la verdad. Cada pregunta se codifica en la memoria de trabajo (MT) y se activan los significados de las palabras desde la memoria semántica junto con los recuerdos episódicos relacionados.

Ejemplo????

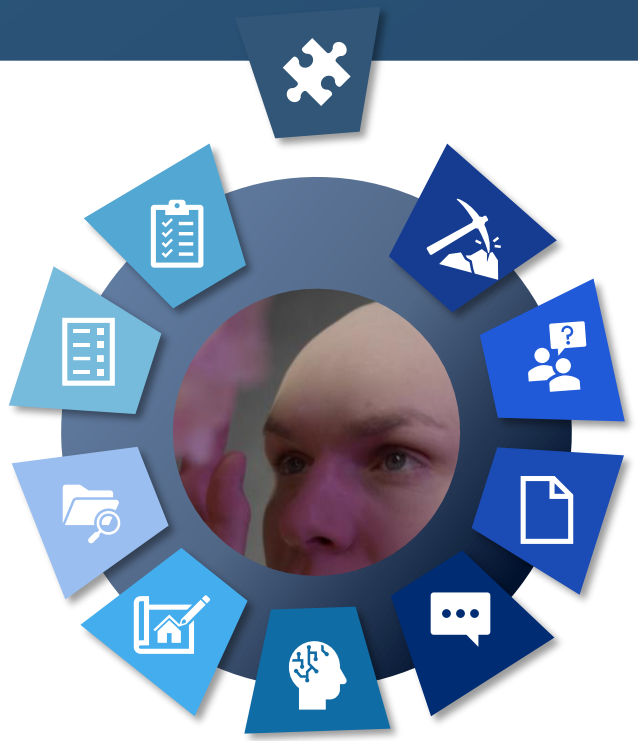
Activación



El recuerdo episódico de la verdad se transfiere de la memoria a largo plazo (MLP) a la memoria de trabajo (MT), recibiendo una mayor activación. Aunque la transferencia suele ser automática, cuando se accede a verdades episódicas esto requiere recursos cognitivos para buscarlas explícitamente en la memoria, lo que involucra al ejecutivo central.

Ejemplos???

El ejecutivo central



El **ejecutivo central** es el «supervisor» de la memoria de trabajo (es decir, la función ejecutiva) que coordina los sistemas subordinados; selecciona estrategias y establece objetivos, hace frente a la novedad y la complejidad, anticipa resultados, distribuye y desplaza la atención entre tareas y estrategias, e inhibe las respuestas incompatibles con los objetivos. También es responsable de la conciencia de los estados mentales de los demás (ToM) y del procesamiento metacognitivo del autocontrol, y la búsqueda explícita de información en la memoria (Baddeley, 1996). Todas estas capacidades son necesarias en las respuestas engañosas (Debey et al., 2012; Gombos, 2006; Visu-Petra et al., 2014; Visu-Petra et al., 2012) más que en decir la verdad.

Decisión



Este componente, **el más importante de ADCAT**, se refiere a aquello que lleva a los entrevistados a manipular de forma engañosa la información que comparten en situaciones en las que se solicita la verdad y hay mucho en juego. Las emociones que suelen impulsar tales mentiras. Las mentiras graves suelen implicar que el entrevistado está muy motivado para alcanzar objetivos ante las opciones disponibles y puede producirse en gran medida de forma inconsciente.

Decisión Motivos comunes del engaño grave

Instrumental: esta mentira obtiene recompensas, poder, posición social u otras ventajas, a veces explotando a otros.

(Placer por la sensación de control, emoción ante la perspectiva de una recompensa; codicia)

Evitar el castigo: una mentira evita el castigo o la culpa de los mentirosos por sus malas acciones.

(Deseo de sentir alivio, reducir la ansiedad)

Autoprotección: esta mentira protege a los mentirosos, a menudo psicológicamente, evitando la confrontación o la vergüenza.

(Inseguridad, miedo a la vergüenza, reducción de la ansiedad)

Relacionada con la identidad, imagen, salvar las apariencias: Estas mentiras crean falsas impresiones acerca de la identidad de los mentirosos o sobre experiencias relacionadas con su identidad.

(Deseo de respeto, sensación de orgullo, reducir la inseguridad)

Decisión Motivos comunes del engaño grave

Proteger/ayudar a otros: Se cuenta una mentira altruista para proteger a los destinatarios u otras personas.

(Compasión, empatía, cuidado)

Derecho: Los mentirosos se sienten justificados al ocultar una verdad que consideran injustamente criticada o prohibida por los destinatarios.

(Sentimiento de resentimiento o indignación)

Hacer daño a los demás: Se cuenta una mentira como represalia para hacer daño al destinatario.

(Ira, venganza)

Afectar a las relaciones interpersonales/afiliación:

Se dice una mentira para aumentar, disminuir, mantener o poner fin a la interacción con otra persona o para controlar la intimidad.

(Ira, por inseguridad)



Recordemos que los inputs influyen en las decisiones (Dawes, 2001; Stanovich, 2010), desencadenadas en parte por el contexto social y la verdad.

INTERNATIONAL POLYGRAPH STUDIES