

José María Martínez Selva



La nueva ciencia de la mentira

Qué nos enseñan la neurociencia,
la psicología y la inteligencia artificial
sobre la mentira y su detección

PAIDÓS

JOSÉ MARÍA MARTÍNEZ SELVA

LA NUEVA CIENCIA DE LA MENTIRA

Qué nos enseñan la neurociencia, la psicología y la inteligencia artificial sobre la mentira y su detección

PAIDÓS Divulgación

1.ª edición, mayo de 2024

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento. En Grupo Planeta agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor. Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

© José María Martínez Selva, 2024
© de todas las ediciones en castellano,
Editorial Planeta, S. A., 2024
Paidós es un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona, España
www.paidos.com
www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-493-4240-0
Maquetación: Realización Planeta
Depósito legal: B. 5.005-2024
Impresión y encuadernación en Liberdúplex, S. L.

Impreso en España - *Printed in Spain*



SUMARIO

Prólogo	11
Introducción	15
1. En la mente del mentiroso	21
2. Tipos de mentiras, su evolución y mutaciones	55
3. Cuándo, cómo y por qué empiezan a mentir los niños	91
4. Fabuladores y grandes mentirosos. Psicopatología de la mentira	105
5. La mentira individual y colectiva en internet. Las noticias falsas	133
6. La mentira política. Las nuevas dictaduras y sus herramientas	167
7. Indagación. Cuestiones generales sobre la detección del engaño	205
8. De lo emocional a lo cognitivo. Conversación, entrevista, interrogatorio	233
9. Detección no verbal. De la emoción a la cognición y de la observación a la inteligencia artificial.	269
10. Neurociencia de la mentira. Del polígrafo a la lectura de la mente	293
Conclusiones	319
Referencias y bibliografía	335

Capítulo 1

EN LA MENTE DEL MENTIROSO

A todos los efectos, tú y yo nos hemos visto hoy.

Una mujer hablando por su móvil en
la calle Fuencarral de Madrid (mayo de 2010)

La frase anterior, pronunciada con toda naturalidad y contundencia, revela varios aspectos antiguos y actuales de la mentira. Entre ellos, la necesidad de *ocultar* algo, un encuentro que no se produjo y que de descubrirse podría dar lugar a una reprobación, un *castigo* o una sanción. Se intuyen *objetivos*, *motivos* o *beneficios* ocultos acerca posiblemente del tiempo de trabajo que parece ser que se ha dedicado a otros asuntos o, simplemente, del deseo de acortar o aligerar la jornada laboral y ahorrarse el fastidio o coste del desplazamiento a ver a su interlocutor; también, *busca protección* para no ser descubierta por otros, tal vez por su jefe, en el incumplimiento de una tarea. Igualmente, se asegura la *concertación* de la ocultación con otra persona, con el empleo del teléfono móvil como sustituto de una reunión necesaria. Mentir es un comportamiento muy variado, multiforme, presente en nuestras interacciones y que alcanza a todos.

Consiste en proporcionar información falsa, es decir, manifestar algo que no se corresponde con la realidad. También lo es ocultar algo que no se quiere que se sepa. Hablamos de *engaño* cuando nos referimos al aspecto intencional de la mentira y a su efecto

sobre quien la recibe. Aunque *mentir* y *engañar* se suelen emplear como sinónimos, según el *Diccionario de la Real Academia* (2001), *mentir* se refiere más al uso del lenguaje para «decir o manifestar lo contrario de lo que se sabe, cree o piensa», y *engañar* a «hacer creer a alguien que algo falso es verdadero». Así, mentir equivale a decir mentiras, aunque se puede mentir también con gestos. Una definición más completa es «el intento deliberado, exitoso o no, de ocultar, generar o manipular de algún modo información relativa a hechos o emociones, de forma verbal o no verbal, con el fin de crear o mantener en otra u otras personas una creencia que quien la emite considera falsa». Los especialistas resumen en tres los elementos clave de una mentira: proporcionar información falsa, que el emisor conozca bien esa falsedad y que quiera hacer creer al destinatario que es cierto lo que es falso (Masip *et al.*, 2004; Vrij *et al.*, 2010).

MENTIRA Y ESTRATEGIA

Este último elemento, la intencionalidad, presenta a su vez derivaciones importantes. Porque, con frecuencia, no se trata solo de mentir, ya que la mayoría de las mentiras tienen un objetivo, ya sea tapar u ocultar algo, conseguir algo indebido o traicionar a alguien, por ejemplo. Este aspecto es su carácter instrumental o *estratégico*. Por medio de ellas se quiere influir en cómo la persona receptora, destinataria o víctima, valora o procesa la información que se le transmite. Esta información creará una falsa creencia acerca de un hecho o dato, o acerca de la emoción que experimenta el emisor, quien sacará provecho de ello. Así, Dante Alighieri, en la *Divina comedia*, no sitúa a los mentirosos en ningún lugar del infierno, pero sí a los que la utilizan: los que siembran la discordia, los hipócritas, los maldicientes y los conspiradores. La traición, la

corrupción, el fraude y otros delitos van unidos de forma inseparable a la mentira. Hay que tener en cuenta también que algunas personas mienten a veces por el simple placer de mentir. En tal caso, el objetivo es su propia satisfacción personal.

Rechazamos la mentira en general, y más aún cuando perjudica a alguien sin ningún motivo, beneficia a quien no lo merece, afecta a muchas personas, se extiende en el tiempo o se refiere a un tema especialmente importante o sensible para uno, para sus allegados o para la sociedad en la que vive. Estas son las malas mentiras, pequeñas o grandes, que se desea evitar, detectar y sancionar; son las que nos hacen dudar de la lealtad y la confianza de quienes nos rodean o de quienes poseen una gran influencia en nuestras vidas.

Decir lo contrario de lo que se piensa no se considera siempre una mentira. Muchas mentiras se toleran en mayor o menor medida, y muchas personas no las consideran auténticas mentiras. Son, como se verá al tratar los tipos de mentiras en el capítulo siguiente, las de cortesía, similares a las mentiras piadosas, así como los chistes o bromas. Se pueden anticipar, no hacen daño o evitan males a otros. Algunas intentan ahorrar problemas en las relaciones interpersonales y se disculpan cuando tratan sobre temas menores; siguen el principio que defendemos muchos psicólogos: la inteligencia es la capacidad de resolver problemas, no de crearlos o agravarlos. En este tono de disculpa y de levedad está la exageración simple de la conversación de todos los días, el alardear o fardar. Si bien la exageración no es una auténtica mentira, si se mantiene dentro de ciertos límites, su reiteración no se suele tolerar.

La exageración y su opuesto, la minimización, tienen en algunos casos aspectos muy negativos. Pueden crear falsas impresiones acerca de una persona o sustentar el fraude en el ámbito publicitario y comercial al aumentar artificialmente los beneficios de productos o servicios, o al minimizar o negar los inconvenien-

tes o efectos perjudiciales. Un ejemplo es el profesional que alardea de su experiencia insuficiente o inexistente a la hora de ofrecerse a resolver un problema o el constructor o maestro de obras al informar sobre costes o plazos de la reforma de una vivienda que, a la postre, crecerán.

Las promesas incumplidas son también mentiras si, cuando se pronuncian, se sabe que será muy improbable o imposible hacerlas realidad. Algunas promesas son mentiras evidentes por su exageración o por características de quien las hace o del contexto en el que se producen. Sirva como ejemplo el relato del abogado e historiador Eric Berkowitz (2013) sobre las reclamaciones de paternidad en la Inglaterra renacentista, cuando las mujeres embarazadas pedían ante un tribunal al presunto padre que se hiciera cargo del hijo. Algunas peticiones se rechazaban de plano: la demanda de una mujer que había creído en las promesas de matrimonio de un mercader ambulante era recibida con desdén.

La mentira esperada no es tal. El ilusionismo y la ficción literaria, cinematográfica y de las obras de arte no pueden considerarse mentiras, pues son esperados y aceptados. En ellas no hay intención de engañar y se avisa de antemano. La ficción, del tipo que sea, posee valores muy positivos: abre la posibilidad de negar la realidad, de cambiarla, de ser libre, de crear y describir sucesos y escenarios nuevos e inexistentes (Iglesias, 1988). Así lo describe la actriz María Adán: «[El teatro es] una gran mentira, maravillosa y mágica, que se da cuando el espectador compra la entrada, entra, se sienta y se encuentra con unos personajes con los que llora y ríe» (*El Mundo*, 6 de abril de 2013). Los escritores se consideran a sí mismos grandes mentirosos y fabuladores, y están orgullosos de serlo.

Otras veces, los mensajes no veraces surgen del uso del lenguaje, a menudo ambiguo, y de la propia naturaleza de la memoria, frágil, constructiva e imprecisa. Conducen a decir lo que no es, a recordar

y narrar sucesos diferentes a los que sucedieron e incluso inexistentes. La memoria reconstruye y modifica los recuerdos cuando los recupera. Cuando se narra un recuerdo alterado, que se considera cierto o correcto, sin que exista intencionalidad, no se puede considerar que se esté mintiendo, pero se pueden inducir comportamientos inesperados o no deseados.

UNA PARADOJA Y SU SOLUCIÓN

Hay una ambivalencia moral hacia la mentira: la sociedad persigue la mentira pero con frecuencia la tolera. Engaños y mentiras socavan el orden social, son malos o muy malos, pero, al mismo tiempo, nos parecen a veces necesarios, inevitables e incluso buenos.

Poseemos una tendencia a decir y a querer saber la verdad debido a nuestra educación y a nuestros valores morales. Desde pequeños, nos enseñan a decir la verdad y nos castigan o amenazan con hacerlo si decimos una mentira. Al mismo tiempo, existen sanciones de tipo religioso o legal cuando se descubre la mentira y, más aún, si esta es grave. Así, en los diez mandamientos se ordena: «No darás testimonio falso contra tu prójimo» (Éxodo, 20, 16). Los historiadores atribuyen este mandamiento a la importancia de ser veraz en acusaciones, desavenencias y conflictos dentro de una comunidad pequeña, y no tanto a un principio moral general. El catecismo cristiano añade «ni mentirás», lo que confiere a la norma un valor universal y desborda su carácter local.

Todos los sistemas morales, todas las escuelas filosóficas y todas las religiones dicen buscar, poseer, defender o propagar la verdad. El filósofo contemporáneo André Comte-Sponville así lo reconoce: «Sí, por supuesto, la filosofía es la búsqueda de la verdad, el placer de entender, pero no solo para los filósofos» (*El País Semanal*,

24 de noviembre de 2012). La verdad es un valor social importante que las personas desean y por el que se lucha. La sociedad necesita conocer la verdad, y la mentira es una amenaza contra este empeño colectivo. Los países disponen de instrumentos, de profesionales y entidades públicas y privadas para averiguar la verdad, distinguir el testimonio cierto del falso y, si es el caso, descubrir y castigar al mentiroso.

Victor Hugo describe magistralmente la intolerancia hacia la mentira en *Los miserables*: «¿Pequeña mentira? ¿Mentira inocente? ¿Existe acaso? Mentir es lo absoluto del mal. Mentir poco no es posible; el que miente miente en toda la extensión de la mentira; mentir es el rostro mismo del demonio; Satán tiene dos nombres, se llama Satán y se llama Mentira». El escritor francés se apoyó posiblemente en las palabras del Evangelio de san Juan (8, 44): «Vosotros sois de vuestro padre el diablo y queréis cumplir los deseos de vuestro padre. Este era homicida desde el principio, y no se mantuvo en la verdad, porque no hay verdad en él; cuando dice la mentira, dice lo que le sale de dentro, porque es mentiroso y padre de la mentira».

Una de las razones de este rechazo es que la sociedad se basa en la confianza mutua, y las palabras de Victor Hugo parecen reflejar el miedo y la aversión hacia el hábito de mentir, contrario a la confianza y la lealtad esperables en las relaciones humanas. Decimos la verdad, esperamos que crean y confíen en nosotros y deseamos que no nos mientan. Tanto en procesos judiciales como en asuntos de peso que afectan a la población general, es imperativo conocer la verdad. La mentira es, en cierto modo, una agresión hacia quien la recibe y a quienes rodean al que la emite. En palabras de Antón Chéjov, «la mentira insulta a quien la escucha y le pone en una situación humillante a los ojos de quien la cuenta» (carta a su hermano Nicolai, *El País*, 26 de diciembre de 2021).

Pero, al mismo tiempo, todo el mundo muestra cierta tolerancia hacia la mentira en determinadas situaciones. Del mismo modo que nos educan para decir siempre la verdad, observamos cómo los adultos que tenemos cerca, incluyendo a nuestros padres y a las personas que queremos, nos mienten y se mienten entre ellos. El hecho es que la mentira en sí no se sanciona, más bien es la intención, la instrumentalización o las consecuencias de mentir las que se persiguen.

A nivel individual, las personas necesitamos saber, sobre todo en temas que nos afectan mucho, quién, cuándo y en qué nos miente en las relaciones íntimas, familiares, laborales o de amistad. Pero en asuntos que no son especialmente graves – y, a veces, en algunos muy importantes – también existe tolerancia y comprensión hacia la mentira. Por ello, en muchas circunstancias está bien vista y es bien recibida. De hecho, se miente mucho, sobre todo en asuntos menores, y se hace por numerosas razones. Se miente más, por ejemplo, cuando lo que se ha hecho y se desea ocultar es de poca importancia, o cuando la recompensa o el bien que se obtenga por el hecho de mentir compense el castigo por ser descubiertos. Y unos mienten más que otros: un 23% de las mentiras las dicen un 1% de las personas, y el 50% las dicen un 5%, por lo que alrededor del 75% de las mentiras corresponden a un 6% (Oesch, 2016). De los 19.000 artículos retirados de revistas científicas por algún tipo de fraude, el 25% (algo menos de 5.000) son obra de 200 autores (*The Economist*, 25 de febrero de 2023). Distintas investigaciones, como se verá, resaltan esta desigual distribución: la mayoría miente poco y unos pocos no paran de mentir. Ahora bien, se es mentiroso o se es deshonesto dentro de ciertos límites.

Una mentira que, siendo reconocida como tal, suele ser bien vista es la mentira del débil frente al poderoso, cuando el desvalido no tiene otra forma de defenderse o de luchar contra la injusticia. Las mentiras sociales de distinto tipo (saludos, felicitaciones,

excusas), las mentiras piadosas o de bondad, de las que se habla en el capítulo que sigue, son ejemplos de mentiras toleradas. Esta benevolencia abarca también acciones que no siempre son ejemplares. Las mentiras provocadas por la necesidad (*necessitas caret lege*, «con necesidad no hay ley», es decir, que la pobreza o la penuria no entienden de normas) pueden tener consecuencias graves. Algunas personas, necesitadas, ofendidas o heridas, por resentimiento o venganza, pueden hacer de este principio su norma y conseguir además la simpatía de otros.

La solución a la paradoja procede aparentemente de cómo se pueden considerar nuestras acciones y sus consecuencias en función de su ajuste a las normas o criterios morales del grupo al que pertenecemos. En caso de conflicto entre decir o no la verdad, pueden distinguirse dos actitudes básicas que pueden estar, a su vez, influidas por una serie de aspectos. Una primera actitud es automática y emotiva, suele llamarse *deontológica* o moralista, y se rige por el respeto o seguimiento máximo de una norma o principio moral general como «no matarás» y, en este caso, «no mentirás», que se antepone a la mayor o menor gravedad del contexto y las consecuencias. La aplicación de un principio general de este tipo aparece como indiscutible, viene a la mente rápidamente y sin reflexión. Obedece a la experiencia personal, a la educación y a las normas de la sociedad en la que se vive.

A pesar de esta fuerte actitud, se decide a veces que mentir puede no ser tan malo o que puede ser aceptable o, incluso, lo mejor que se puede hacer en un momento dado. En ocasiones se debe a emociones poderosas, pero a menudo sigue un segundo principio unido a la valoración racional, pragmática o *utilitarista*, de circunstancias y consecuencias, tanto sociales – el bien común o el de otros – como personales. Lo más frecuente es verse influido por una mezcla de factores y el resultado final obedece a varios aspectos: protegerse de un posible castigo, acceder a una ganan-

cia, el daño mayor o menor que se cause, la opinión de las posibles víctimas del engaño, tener en cuenta el sentir general de la sociedad o la opinión de expertos o allegados. Entran también la anticipación de sentimientos negativos fuertes, como la culpa o el remordimiento por las posibles consecuencias desagradables o por el rechazo de otros, la distancia o implicación personal, que pueden inclinar la balanza a mentir o no mentir, a menudo, solo en su propio beneficio.

En el primer caso, un mundo gobernado por principios de carácter moral universal, como «nunca mientas en nada, incluso para evitar un mal a otro», sería insoportable y, a menudo, injusto. Esta postura deontológica maximalista debería reservarse para asuntos y ámbitos graves, de riesgo, con fuertes repercusiones sociales – por ejemplo, en el caso de la información pública sobre una pandemia o una guerra –. Por ello, si tenemos en cuenta el carácter a menudo contextual de la mentira, la tendencia es ser utilitarista. En este segundo caso, un mundo regido en demasía por principios y personas pragmáticas, lleva a la cultura del pasteleo, de la mentira fácil y acomodaticia. Dado que los aspectos situacionales o de contexto son muy importantes a la hora de mentir, ser honesto o no depende más de la situación en la que se encuentre uno que de la forma de ser. Al adoptar la perspectiva utilitarista, se intenta reducir el daño o aumentar el beneficio para uno y para los demás, lo que lleva de cuando en cuando a mentir.

Nos enfrentamos de forma recurrente a esta paradoja sin solución definitiva. Asociada a ella están la tensión o el conflicto moral, del que se habla más adelante, resultante del deseo de obtener un beneficio no siempre merecido y de la tendencia a verse y ser visto de manera moralmente favorable. La gente se ve de forma moralmente correcta, pero no puede evitar contravenir los principios morales dentro de unos límites. Además, el ser humano distingue rápidamente entre el grupo al que pertenece o con el que

se identifica –*nosotros* o *los nuestros*– y los demás –*ellos* o *los otros*– (Sapolsky, 2017). Se creen, se difunden y se justifican más las mentiras del grupo o partido propios; se disculpan o perdonan más las mentiras de *los nuestros*, siguiendo este principio de *tribalidad*. Al valorar los actos de otros se tendrá en cuenta la relación de cercanía o distancia con ellos. Se inclinará por recurrir a principios deontológicos para juzgar las mentiras de otros y utilitaristas para juzgar las de uno y las de los suyos.

LOS MOTIVOS PARA MENTIR

Hablamos de futbolistas que ganan doscientos euros al mes y que con una apuesta por el número de córneres se pueden llevar hasta cinco mil euros en un partido. ¿Cómo te defiendes de eso?

JOSÉ ANTONIO MARTÍN ORTÍN, exfutbolista,
Papel (30 de julio de 2017)

Dos razones fundamentales para mentir, que a menudo van unidas, son obtener un beneficio y protegerse de un daño.

En el primer caso, se quiere ganar o conseguir algo, merecido o no, de una forma más rápida, más fácil o con menos esfuerzo. Un ejemplo es mentir por codicia, para tener más dinero o más bienes. También se hace por ambición, sea para obtener el poder, mantenerlo o dañar al contrario, o para avanzar rápidamente en la carrera profesional. Si se van a conseguir beneficios por mentir y nadie lo va a saber, la opción por defecto suele ser mentir. Para contrarrestar tal impulso es necesario cierto autocontrol. La tendencia a engañar para obtener un beneficio es una constante en

todas las sociedades y en todos los ámbitos. Cuando la ganancia esperada es muy elevada, algunas personas prestan menos atención a las normas morales y al bien común, actúan de forma más egoísta y no pueden evitar aprovecharse de la situación. Como afirmaba Patricia García, exministra de Sanidad de Perú: «A más dinero en juego, más corrupción».

En otras ocasiones, lo que se busca es la atención o admiración de otros para destacar o adquirir fama y notoriedad, aunque sea por poco tiempo. Vivimos en la cultura de la imagen; se otorga mucha importancia a la visibilidad y a las adhesiones que se reciben en la red. Muchos jóvenes confiesan que prefieren ser famosos a ser ricos, porque piensan que la fama es un camino rápido para conseguir bienes económicos o de otro tipo. Se miente para tener más seguidores en las redes sociales y así conseguir fama y dinero. Por las razones anteriores, se tiende más a mentir cuanto más motivado se está o más importancia se da al objetivo o a la meta que se persigue. Siempre que hay incentivos de peso, aparece la posibilidad de engaño o fraude, como reflejan las palabras de la política peruana.

No depende solo de la cuantía del beneficio económico esperado, sino que, en un momento dado, surge la ocasión de aprovechar lo que uno sabe o puede hacer para obtener algo sin méritos o para aprovecharse de otros. La mentira, como hacer trampas para conseguir algo, es un instrumento del perezoso, del comodón o listillo que quiere conseguir algo con poco o ningún esfuerzo, y busca o encuentra el momento para ello. En la vida diaria pueden darse muchas situaciones para conseguir un beneficio a través del engaño. Un ejemplo es la posesión de información o experiencia que no está al alcance de todos, lo que se suele denominar *asimetría de la información*. Puede surgir en las relaciones profesionales, cuando una persona solicita los servicios de un experto.

La relación entre profesional y cliente se basa en la confianza. Así, el Tribunal Constitucional define una profesión liberal como «una profesión titulada que se ejercita en el marco de la confianza con el cliente» (Villarino, 2005). La asimetría de la información entre el profesional y su cliente, y la confianza que este deposita en él, pueden llevar al engaño y al fraude. El profesional o experto, que sabe más que los demás de su ámbito, puede caer en la tentación de no verle a uno como cliente, sino como un ignorante de quien aprovecharse. Un mecanismo es convertir la información en miedo para, a continuación, presentarse como la solución de un problema que ha creado en un terreno desconocido para el cliente. Como uno no sabe ni entiende, el especialista le puede hacer creer que se enfrentará a desgracias sin límite si no contrata sus servicios (Levitt y Dubner, 2006). Buena parte de la publicidad de profesionales se basa en describir problemas, a veces muy exagerados o improbables, que pueden producirse si uno no compra o contrata ciertos productos o servicios. Así, un técnico de una empresa de instalación de sistemas de seguridad puede usar como argumento de venta frases como «últimamente ha habido varios robos en este barrio, pero no se ha publicado nada» o «se han ocupado ilegalmente varios pisos en este vecindario», que influirán en el ánimo del posible cliente. En esta línea, las consultoras de negocios producen periódicamente informes, encuestas, estudios o investigaciones alertando de peligros, por ejemplo, de pérdida de datos por ataques informáticos y, al mismo tiempo, ofrecen sus servicios para prevenirlos o suprimirlos.

INVENTAR ENFERMEDADES PARA CURARLAS

Bárbara Starfield, profesora de la Universidad Johns Hopkins, opinaba así acerca del poder del sector tecnológico y farmacéutico sobre la profesión médica: «La medicalización excesiva nos está poniendo en peligro. La prevalencia de las enfermedades está cre-

ciendo rápidamente en las sociedades con una medicina de alta tecnología y no porque aumente la morbilidad, que, de hecho, se está reduciendo. La razón es que la profesión médica está creando enfermedades. Debemos dar marcha atrás y meditar si no lo hacemos para generar nuevos mercados a las empresas de tecnología y a las farmacéuticas. Hay que enseñar a la población que demasiada atención especializada es peligrosa» (*El Mundo*, 10 de marzo de 2007).

El profesional posee un conocimiento exclusivo y tiene la obligación de ejercerlo con honestidad. La sociedad se protegía antiguamente de esta asimetría exigiendo un juramento al profesional. Este se llamaba así porque era el *professus*, el «públicamente afirmado». Esta palabra proviene de la religión, «profesar una religión», de donde pasó a la medicina y al derecho. En caso de duda ante la opinión, el dictamen o el diagnóstico de un profesional es deseable, y casi siempre posible, recabar una segunda opinión.

En el segundo caso, protegerse de un daño, se miente para esquivar sanciones, reprobaciones o castigos, o para que no se sepan cosas que no se quiere que se conozcan o que se piense que, de saberse, podrían perjudicarle a uno. Son mentiras claramente defensivas asociadas al miedo, y sirven, por ejemplo, para salir del paso en una situación apurada y evitar daños, conflictos o discusiones. Pueden desencadenarlas emociones como la envidia, el resentimiento o la vergüenza. En general, cuando las consecuencias son más graves y hay más en juego, menos atención se presta a las normas morales y se actúa de forma más egoísta.

Se miente a menudo para intentar eludir una reprobación, un castigo o un daño inmediato y seguro, y se opta así por otro futuro más dudoso. El mentiroso subestima la probabilidad de que lo pillen y el castigo que en tal caso recibirá. Esta forma de pensar es un ejem-

plo de *descuento temporal* del castigo, proceso mental por el que se valora menos o se piensa que tiene menos intensidad el castigo futuro, menos probable que el inmediato, que es, por su parte, más probable y cercano, y que se anticipa de mayor intensidad (Ekman, 1999).

Muchas personas ocultan datos porque quieren mantener un ámbito privado, solo para ellas, que les hace sentirse cómodas y libres, y en el que no quieren que entren los demás. Se oculta igualmente información personal – por ejemplo, sobre la salud o sobre el pasado – para dar una buena imagen o causar una buena impresión, o para no ponerse en una situación de vulnerabilidad, ya que, de caer en manos de ciertas personas, ello podría acarrear problemas en un futuro. Alguien que ahora es nuestro amigo o nuestro amante puede convertirse con el paso del tiempo en un ser rencoroso que utilice todos los medios a su alcance para hacernos daño. Así, las relaciones sentimentales anteriores de alguien, sus detalles, desarrollos y desenlaces, pueden convertirse, si se conocen algunos aspectos delicados, en un serio obstáculo para un compromiso posterior con otra persona. Esconder información protege. La mentira se presenta ante uno y ante los demás como una especie de refugio o escudo que permite esquivar circunstancias temidas.

EL PAPEL DE LA SOCIEDAD Y DE LA CULTURA

La mentira va unida a las normas y convenciones del grupo, y distintos factores sociales pueden fomentarla. Así, la ambigüedad o inexistencia de normas la potencian. Ocultar una acción, o una inacción, reprobable es más fácil que se dé cuando no existe un castigo para quien miente. Se favorece también cuando existe la posibilidad de que nadie se entere o de que tarde mucho en descu-

brirse lo que se hizo. Más aún si no hay controles o si son laxos. Pero lo más grave es que no pase nada si pillan al mentiroso. En resumen, se miente más cuando el riesgo o el coste de ser descubiertos son muy bajos.

El ejemplo de los demás también influye y, cuando lo hace alguien del grupo – el líder, por ejemplo –, este empuja a los demás a hacerlo. Esta imitación sustenta el adagio latino *corruptio optimi pessima est*, «la corrupción del mejor es la peor» de todas. Además, el nivel de poder o responsabilidad que se posee en una institución o una empresa puede hacer que mentir sea más fácil.

La consideración de mayor o menor gravedad de haber mentido tiene su efecto, por lo que una mayor tolerancia social hacia la mentira y no existir castigos severos para ella la hacen crecer. Por ejemplo, suele decirse que en las culturas mediterráneas hay más tolerancia que en otras, como las centroeuropeas, hacia la mentira pública. Es difícil cuantificar estas actitudes. En nuestro país se manifiesta en distintas situaciones. Por ejemplo, y según datos del propio Ministerio de Hacienda, cerca de la mitad de los empresarios españoles justifican el fraude fiscal (*El País*, 3 de diciembre de 2007). Datos similares aportaba la Agencia EFE en 2010. En un nivel más popular, un informe de la aseguradora Línea Directa, basado en una encuesta, revelaba al extrapolar los datos que siete millones de conductores estarían dispuestos a cometer fraude si saben que no se descubriría. Un 13% de conductores, equivalente a 3,3 millones de personas, reconocía haber creado un informe de daños falso; lo justificaba además con expresiones del tipo «las aseguradoras ganan mucho dinero» (*El Mundo*, 31 de enero de 2022).

En una cultura en la que se recompensa el rendimiento y en la que perder o fracasar está mal visto, competir con otros y quedar bien es muy importante. Se busca, a menudo, salvar la cara, conservar y acrecentar la estima de los demás, y la imagen favorable que tienen de nosotros. Cuanto más competitivo es el entorno,

mayor es la tentación para mentir y puede que los más competitivos sean quienes más mientan.

El nivel de honestidad subjetivo, es decir, en qué medida piensa uno que es honesto, está relacionado a su vez con las normas sociales del grupo al que se pertenece y con la correspondiente tolerancia hacia la mentira. Se miente, como se ha dicho, para obtener beneficios, pero dentro de unos límites que responden a en qué medida uno se siente cómodo (Ariely, 2013). Así, decir una mentira es tolerable para uno si se corresponde con la imagen que uno mismo posee de su nivel o grado de honestidad. El ser humano se vería impulsado por dos fuerzas opuestas. Por un lado, aprovecharse al máximo de una situación y sacar todo lo que pueda de ella, aunque sea mintiendo y, por otro, estar satisfecho con uno mismo, esto es, verse y que los demás lo vean como una persona honesta, porque cumple la norma social de ser sincero. Esto empuja a no mentir o a hacerlo de forma moderada o tolerable.

Diversas investigaciones prueban la relación entre la moralidad general de la sociedad y la propensión al engaño y al fraude de sus miembros. Existe una relación entre el buen funcionamiento de las instituciones y los valores de un país, por un lado, y la honestidad individual, por otro. Lo encontró un estudio con más de dos mil quinientos voluntarios de veinticinco países, en el que se tomaron como medida de la honestidad colectiva los datos generales de casos de corrupción, evasión fiscal y fraude político. Como medida de la honestidad o de los valores morales individuales, se tomó el engaño en un juego de lanzar dados en el que el participante podía falsear los resultados. El nivel de mentira lo indicaba la diferencia entre los valores estadísticos esperados y los que decían haber obtenido los participantes. La honestidad colectiva iba a la par de la honestidad individual. Los factores de esta conexión son variados. Por ejemplo, si abundan los casos de fraude y no se castigan, el engaño parece ser más justificable. Según los autores

del estudio, intervienen también los modelos públicos de comportamiento moral e inmoral, así como la calidad de la educación que se recibe (Gächter y Schultz, 2016). Además, una deshonestidad generalizada hace más probable que quienes la padecen cometan actos deshonestos (Houser *et al.*, 2012).

Por su parte, el rechazo social puede inducir el fraude y la mentira. Estudios de laboratorio muestran que la persona que se siente rechazada tiende, en general, a mentir o a cometer un fraude o un acto deshonesto más que quien no experimenta el rechazo, si tiene ocasión para ello. En una serie de experimentos, Van der Zee *et al.* (2016) encontraron que esta tendencia a ser deshonestos aumenta cuando el rechazo es subjetivo y no se basa en ninguna razón aparente. La persona rechazada se siente víctima de una injusticia que debería, tal vez, compensarse causando daño a otro. Además, la conducta fraudulenta, agresiva o de venganza resultante está dirigida por razones emocionales. El rechazo provoca sentimientos de ansiedad e infelicidad que pueden desencadenar actos deshonestos: quienes lo experimentan se sienten menos felices, más tristes, más frustrados y más ansiosos. Cometerían más frecuentemente actos que estarían guiados más por las emociones que por la ganancia económica. Esto nos dice también que el grado en que una persona se siente o no culpable al cometer un acto deshonesto depende de las emociones que experimenta. En las personas que se sienten rechazadas, y que lo sufren, la culpabilidad por el acto cometido se atenuaría o no existiría, porque encontrarían justificado hacer lo que hacen. Sin embargo, la justicia o la justificación de una acción no son siempre claras; más bien suelen ser ambiguas y estar sujetas a interpretación. Una situación vivida como injusta o no merecida puede llevar a interpretaciones de ser rechazado o maltratado que justificarían la conducta deshonestas.