

La gente sincera dice la verdad porque mentir le produce rechazo o vergüenza

Hasta ahora, la visión económica estándar había apuntado a que la gente decide mentir o no según lo que espere recibir a cambio. Un estudio que acaba de publicar la revista *Experimental Economics* indica que no es siempre así: la gente dice la verdad porque tiene aversión pura a mentir.

SINC

2/10/2013 09:52 CEST



"La hipótesis es que la gente es sincera porque lo ha interiorizado, y lo contrario les hace sentir una emoción negativa como la culpa o la vergüenza, lo que conocemos como aversión pura a la mentira". / [Sylvielena](#).

Investigadores de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y la Universidad de Quebec en Montreal (Canadá) se han basado en un experimento para conocer los motivos por los cuales la gente miente o dice la verdad ante una situación concreta.

“Se trata de un ensayo muy sencillo de metodología económica experimental. El objetivo era investigar por qué la gente es sincera. En [teoría económica](#) la visión estándar –predominante hasta hace unas décadas– era que a la gente lo único que le motiva es su propio beneficio material. Es decir, que somos egoístas en ese sentido: siempre diremos la verdad si nos conviene materialmente y mentiremos si no es así”, declara a SINC Raúl López, investigador de la UAM y coautor del trabajo.

Los investigadores señalan que esta predicción parece tener ciertas limitaciones porque se han recogido numerosas evidencias de que las personas dicen la verdad aunque les suponga un coste material. De ahí surgen diferentes hipótesis sobre el porqué.

“Hemos estudiado la relevancia de una de esas explicaciones para ver qué porcentaje la respalda. La hipótesis es que la gente es sincera porque lo ha interiorizado, y lo contrario les hace sentir una emoción negativa como la culpa o la vergüenza, lo que conocemos como aversión pura a la mentira”, explica López.

Las otras motivaciones con las que se cuenta como hipótesis son el altruismo, la conformidad con lo que pensamos que el otro espera que digamos, o el compromiso y el deseo de no defraudar las expectativas de ingresos del otro.

Experimento con colores y dinero

En su ensayo participaron 258 personas que se repartían los papeles de mensajero y receptor. El que hacía de mensajero tenía delante una pantalla de ordenador y veía lo que los expertos denominan una señal aleatoria; en este caso, un círculo verde o azul que aparecía indistintamente. Una vez que el mensajero observaba el color, le tenía que mandar un mensaje al receptor indicando “ha aparecido el círculo azul” o “ha aparecido el círculo verde”, en otras palabras, podía mentir o decir la verdad. El receptor desconocía en todo momento el color, solo recibía el mensaje.

Se daban además unos pagos monetarios dependiendo de lo que se decidiera, mentir o decir la verdad. “El receptor siempre recibía 10 euros, pasara lo que pasara. El mensajero, si mandaba el mensaje verde recibía 15

euros, y si manda azul, 14 euros”.

“Hemos observado que la gente de económicas y de empresariales miente más”

Se planteaba entonces el dilema de mentir o no para ganar más dinero. Para dilucidar la motivación y ver si influía el conformismo –por el que la gente dice la verdad porque piensa que es lo que se espera que diga–, se repitió la prueba, primero con una alta probabilidad de verde, y después de azul.

Dado que mentir sólo aporta beneficios monetarios cuando la señal es azul, el receptor esperaba mentira con mayor probabilidad cuando la probabilidad de azul era alta. Anticipando esto, un mensajero conformista tendería a ser más mentiroso en este último caso.

“Comprobamos que el conformismo no influía en la decisión y que existía un 40% de gente que decía la verdad siempre. Este hecho está a favor de la hipótesis de que esa gente era adversa a la mentira. Es una evidencia aparentemente muy fuerte”, argumenta el coautor de estudio.

Solo los estudios se correlacionan con la honestidad

Ni la tendencia religiosa, ni el género, ni la preferencia política se relacionaban con ser honesto. Según los expertos, que han introducido también estas variables en el estudio, donde sí existe una correlación clara es entre el comportamiento, la honestidad y el tipo de estudios. “Hemos observado que la gente de económicas y de empresariales miente más”, apunta López.

Los autores analizaron además las expectativas de la gente que dice siempre la verdad y de los mentirosos. “También lo hicimos incentivándoles con dinero. Vimos que la gente honesta cree que los demás son honestos. Mientras que los que son deshonestos creen que los demás también van a mentir”, concluye.

Referencia bibliográfica:

Raúl López-Pérez y Eli Spiegelman. "Why do People Tell the Truth? Experimental Evidence for Pure Lie aversion*" [*Experimental Economics*](#) 16, (3): 233-247 septiembre de 2013.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

VERDAD | MENTIRA | HONESTO | SINCERIDAD | TEORÍA ECONÓMICA |
DINERO |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)