



## PSICOPATOLOGÍA DEL AUTOENGAÑO EN ADICTOS.

**Pilar Blanco Zamora\***; **Beatriz-Soledad López Pérez\*\***; **Carlos Sirvent\*\*\***.

\* Médico Psicoterapeuta. Fundación Instituto Spiral. Madrid.

\*\* Psicóloga y metodóloga. Fundación Instituto Spiral. Madrid.

\*\*\* Psiquiatra. Fundación Instituto Spiral. Madrid.

### RESUMEN:

Aunque se le concede relativa importancia, el autoengaño es un fenómeno poco estudiado y -menos aún- trabajado, tanto por lo profesionales de la salud mental como de las adicciones. En los protocolos de deseabilidad, la escala de manejo de las impresiones (IM) representa una conocida categoría de medidas socialmente deseables dirigidas a la forma vulgar de disimulo conocida como fingir o mentir. La escala del aumento del autoengaño (SDE) representa un prejuicio de favorabilidad inconsciente cercanamente relacionado con el narcisismo (Paulhus & John, 1998, 66 1025-1060). Las altas puntuaciones muestran una forma de mejora de uno mismo mejor descrita como un inflexible exceso de confianza semejante al narcisismo. Por ejemplo, continuamente pretenden "saberlo todo", incluso cuando se les pregunta por cosas que no es posible que conozcan. Por otra parte la escala específica de autoengaño empleada en el estudio explora los siguientes ámbitos: manipulación (influir sobre los sentimientos y actitudes del otro en provecho propio), reiteración (repetir errores relacionados con el autoengaño), mecanismos de negación y no afrontamiento (invalidar una parte desagradable o no deseada de la información o de la experiencia vital como si no existiera, típica de sujetos adictos (Stephen Marmer, University of California, 2001). A una muestra de 142 adictos (71 varones y 71 mujeres) se les efectuó un estudio clínico utilizando el inventario de deseabilidad social de Paulhus 7<sup>a</sup> versión (BIDR- 7, 2004), los test de Marlowe- Crowne, MCSC (1960) el RD-16, (Schuessler, Hittle & Cardascia, 1978) y la escala de Autoengaño del TDS-100 de Sirvent y Moral. Se determinó la magnitud del autoengaño según valoración ciega interjueces (acuerdo del equipo interprofesional previa comprensión pormenorizada del fenómeno). Se presentan los resultados de dicho estudio.

### Introducción y objetivos del trabajo

Aunque se le concede relativa importancia el autoengaño es un fenómeno poco estudiado y -menos aún- trabajado, tanto por lo profesionales de la salud mental como de las adicciones.

Además el autoengaño es el principal factor precipitante de recaídas de adictos (principalmente los

que están en tratamiento y han conseguido un prudencial período de abstinencia, algo tristemente paradójico, pues afecta a pacientes con una aparente buena evolución, lo que conturba y sorprende a familiares, al propio afectado e incluso al terapeuta. De añadidura el autoengaño es elemento nuclear de numerosos trastornos, especialmente los adictivos. Concede carta de naturaleza a ese peculiar trastorno de personalidad denominado caracteropatía adquirida.

El presente trabajo tiene un triple objetivo: de un lado validar la escala de autoengaño de Sirvent (2006) y, por otro, explorar importantes características psicopatológicas vinculadas al autoengaño empleando -además de la anterior escala- el inventario de deseabilidad de Paulhus (the Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR; Paulhus, 1998) del que no conocemos ninguna aplicación en castellano sobre población adicta. Finalmente, se pretende verificar la positividad y magnitud del autoengaño comparando las dos escalas en los grupos control y de adictos respectivamente.

En los protocolos de deseabilidad, la escala de manejo de las impresiones (IM) representa una conocida categoría de medidas socialmente deseables dirigidas a la forma vulgar de disimulo conocida como fingir o mentir. La escala del aumento del autoengaño (SDE) representa un prejuicio de favorabilidad inconsciente cercanamente relacionado con el narcisismo (Paulhus & John, 1998, 66 1025-1060). Las altas puntuaciones muestran una forma de mejora de uno mismo mejor descrita como un inflexible exceso de confianza semejante al narcisismo. Por ejemplo, continuamente pretenden "saberlo todo", incluso cuando se les pregunta por cosas que no es posible que conozcan.

Por otra parte, la escala específica de autoengaño (Sirvent, 2006) empleada en el estudio explora los siguientes ámbitos: manipulación (influir sobre los sentimientos y actitudes del otro en provecho propio), reiteración (repetir errores relacionados con el autoengaño), mecanismos de negación y no afrontamiento (invalidar una parte desagradable o no deseada de la información o de la experiencia vital como si no existiera, típica de sujetos adictos (Stephen Marmer, University of California, 2001) y, por fin, autoengaño propiamente dicho que es la incapacidad para darse cuenta de los efectos adversos de una relación o contingencia nociva (pero gustosa). O advertirlo y ser incapaz de solventarlo.

El estudio se realizó con una muestra de 156 sujetos (91 varones, 58,3% y 65 mujeres, 41,7%) de los cuales 44 pertenecían al grupo control y 112 eran adictos en distintas etapas de tratamiento. Se les aplicó el inventario de deseabilidad social de Paulhus 7ª versión (BIDR- 7, 1998) y la escala de autoengaño (Sirvent, 2006), determinándose la cualidad y magnitud del autoengaño en la población adicta objeto del estudio según valoración del equipo interprofesional -experto en autoengaño- que les atendía.

## **Método**

### . Participantes: descripción de la muestra y procedimiento:

La muestra está constituida por 156 sujetos distribuidos en 7 grupos de tratamiento y un grupo de control. Los datos se recogieron en los siguientes dispositivos de la Fundación Instituto Spiral: CAD y Unidad de Alcoholismo de Madrid, y en los centros residenciales de Oviedo y Vañes. El grupo control se realizó según muestreo aleatorio entre familiares y conocidos de alumnos de practicum (entre 18 y 73 años)

### GRUPOS DE INVESTIGACION

	N	%
UNIDAD ALCOHOLISMO. MADRID	23	14,7
AMBULATORIO MADRID	32	21,1
CT VARONES	41	25,7
C.T. MUJERES	16	10,3
GRUPO CONTROL	44	28,2
<b>Total</b>	156	100,0

Para utilizar en diferentes análisis se ha distribuido la muestra entre adictos y no adictos. El 71,8% de los sujetos son adictos y el 28,2% restante es el grupo control o no adictos.

### GRUPO

	N	%
ADICTOS	112	71,8
NO ADICTOS	44	28,2
<b>Total</b>	156	100,0



Respecto al sexo, la distribución es la siguiente: del total de la muestra, el 58,3% son varones y el 41,7% son mujeres.

### SEXO

	N	%
Hombre	91	58,3
Mujer	65	41,7
<b>Total</b>	156	100,0



La edad media de los sujetos que han participado en la investigación es de 33,26 años y su  $S_x = 12,11$ , y como puede observarse en la tabla la distribución respecto a diferentes grupos de edad es muy similar, aunque el porcentaje más elevado es el grupo de más de 43 años (26,9%), y el menor porcentaje es el grupo entre 22 y 31 años (23,1%).

#### **EDAD**

	N	%
<b>HASTA 21 AÑOS</b>	38	24,4
<b>DE 22 A 31 AÑOS</b>	36	23,1
<b>DE 32 A 42 AÑOS</b>	40	25,6
<b>MÁS DE 43 AÑOS</b>	42	26,9
<b>Total</b>	156	100,0

#### . Diseño e Instrumentos de evaluación:

Se realizó un estudio transversal recogiendo la información a partir de los siguientes instrumentos de evaluación: 1) inventario de deseabilidad PDS de Paulhus (1998) y 2) escala de autoengaño de Sirvent (2006)

- Inventario de deseabilidad PDS (Paulhus, 1998):

#### Descripción del instrumento

**Manejo de las Impresiones** La escala de manejo de las impresiones (IM) representa una conocida categoría de medidas socialmente deseables dirigidas a la forma vulgar de disimulo conocida como fingir o mentir. Se les pide a los encuestados que estimen el grado hasta el cual ellos normalmente llevan a cabo diversos comportamientos deseables pero poco comunes (por ejemplo: "Siempre obedezco las leyes incluso si es poco probable que me descubran"). Si el encuestado reivindica, reclama, pretende una gran abundancia de estos comportamientos improbables, podría estar exagerando y tratando de impresionar a propósito a las personas que administran el test. Cuando los resultados IM se obtienen de una población normal sin la presión de abordar el manejo de impresiones (i.e. "baja exigencia"), se les da una interpretación sustantiva en lugar de estilística. Esto es, los resultados indican rasgos de personalidad, no prejuicios. Bajo estas condiciones, IM se

correlaciona moderadamente con las medidas de consciencia y simpatía, sugiriendo que una tendencia hacia la convención social puede ser la razón fundamental de los resultados elevados.

En otros contextos el individuo se encuentra bajo presión de abordar el manejo de impresiones (i.e. "alta exigencia"): la hipersensibilidad de la escala IM hacia las exigencias situacionales de autopresentación es la clave para su utilidad como indicador de diferencias contextuales en la presión del manejo de las impresiones (Paulhus, Bruce & Trapnell, 1995). Además, los resultados individuales bajo las condiciones de alta exigencia pueden ser interpretados de una forma más segura como falseamiento intencionado (Paulhus, 1991).

#### Aumento del autoengaño

La escala del aumento del autoengaño (SDE) representa -como se dijo en la introducción- un prejuicio de favorabilidad inconsciente cercanamente relacionado con el narcisismo (Paulhus & John, 1998, 66 1025-1060). Las altas puntuaciones muestran una forma de mejora de uno mismo mejor descrita como un inflexible exceso de confianza semejante al narcisismo. Así, esta medida utiliza el autoengaño en el sentido de una reinante falta de percepción.

El procedimiento de puntuación (asignando puntos solamente a las respuestas más extremas) elimina la distinción entre la serie de respuestas bajas y moderadas y en lugar de ello enfatiza la distinción entre las respuestas típicas y las que indican reclamos extremos de confianza. Así esta puntuación proporciona alguna garantía de que se utiliza el exceso de confianza más que la simple confianza.

Las puntuaciones del SDE pronostican una modificación personal, pero no de un modo claro y directo. Los resultados elevados del SDE se describen a sí mismos invariablemente como bien ajustados en cuanto a medidas de presentación personal. Pero cuando se utilizan observadores externos para medir el ajuste, el modelo es más complicado. En sus tempranas interacciones con extraños, los individuos con altas puntuaciones son considerados como interesantes, seguros de sí mismos y normalmente bien adaptados. Con más exposición, sin embargo, se les ve como arrogantes, hostiles y dominantes (Paulhus, 1998). En resumen, las altas puntuaciones del SDE reflejan una autoestima positiva pero una adaptación interpersonal potencialmente pobre.

Se ha verificado la fiabilidad del instrumento para esta investigación a través de la medida de consistencia interna por un lado y estudiando la homogeneidad entre los ítems y entre las puntuaciones totales y de las subescalas por otro.

a) Consistencia interna, Alfa de Cronbach (&#61699;)

· Escala Total (PDS) &#61699;= 0.74 · Subescala Aumento del Autoengaño(SDE) &#61699;= 0.62 · Subescala Manejo de Impresiones (IM) &#61699;= 0.75

Los valores de este estadístico para la escala total y para las subescalas son aceptables y adecuados, lo que implica que todos los ítems evalúan el aspecto de la dimensión considerada por la escala (deseabilidad social) o bien por las subescalas (autoengaño y manejo de impresiones).

b) Homogeneidad de los ítems: Para la escala total se ha calculado la correlación de los ítems con el total de la escala, y para las subescalas la correlación de los ítems con el total de la subescala.

Los resultados obtenidos informan que existe homogeneidad, ya que las correlaciones son importantes, de manera general, y significativas, a niveles de confianza del 1% y del 5% en algunos casos, tanto para la escala total como para las dos subescalas. Por otro lado las correlaciones de Pearson entre las tres puntuaciones obtenidas con este instrumento pueden observarse en la tabla 1. Todas son significativas.

	SDE	IM
SDE		
IM	,169(*)	
PDS	,580(**)	,901(**)

\*  $p \leq 0,05$   
 \*\*  $p \leq 0,01$

· Escala de autoengaño (Sirvent, 2006):

Descripción del instrumento

Autoengaño (como escala)

El autoengaño se define como "el proceso de negar o no racionalizar la relevancia, significado o importancia de oponer la evidencia al argumento. Se utiliza para mantener falsas creencias o desilusiones a las que uno tiene un apego emocional. Dicho autoengaño puede incluir también el proceso defensivo de controlar e interrumpir una conversación para incluso tratar de evitar la evidencia y el argumento del lado opuesto". El autoengaño tiene un aspecto convenenciarario que interesa en el estudio sobre adictos, desdeñando lo inconveniente y buscando lo que favorece a uno.

El Medical Center, University of Nebraska describe el autoengaño como "un fallo que le hace explícito a uno alguna verdad sobre sí mismo, a menudo algún comportamiento propio. Puede presentarse como la racionalización de un comportamiento que es inconsistente con el propio sentido del ser o adoptar la forma de fallo cuando al darse cuenta de algunas características de la situación le pareciera apropiado hacerlo así (este fenómeno es el que los psicólogos llaman "negación"). El autoengaño es un obstáculo para la autenticidad. Respecto a la acepción genérica John Elster afirma que el autoengaño es "desconocimiento voluntario, una disposición a ignorar lo inconveniente, ganas de pasar por alto lo indeseable, voluntad de rechazar lo sabido". Para el Cognitive Science Laboratory Princeton University, el autoengaño sería "una equivocación que es favorable para la persona que la tiene".

Las componentes o subescalas del autoengaño son

1. Manipulación 2. Reiteración 3. Mecanismos de negación y no afrontamiento 4. Autoengaño propiamente dicho

Manipulación emocional.

El diccionario de la RAE define manipular como "Intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares". La escala considera a la manipulación como el intento de modificar los auténticos sentimientos del interlocutor

## Reiteración

La escala considera la repetición de una cosa que se ha dicho o ejecutado antes. Reiterar sería volver a decir o hacer algo. Y la reincidencia es la reiteración del mismo error.

## Mecanismos de negación y no afrontamiento

El diccionario de la RAE describe la negación como el rechazo de la veracidad de una cosa. Decir que algo no existe, no es verdad, o no es como alguien cree o afirma. Dejar de reconocer algo, no admitir su existencia. La negación de la realidad puede ser un mecanismo de defensa del yo frente a la realidad: el yo niega hechos evidentes o situaciones reales, cerrando el paso a la percepción de cosas que no acepta. El diccionario Dorsch cita el ejemplo de una mujer que ignoraba (no percibía) el engaño de que la hacía víctima su marido. La American Psychiatrist Association califica la negación (denial) como un mecanismo de defensa que actúa inconscientemente, utilizado para resolver un conflicto emocional y aliviar la ansiedad rechazando los pensamientos, sentimientos, deseos, necesidades o factores de la realidad externa que son conscientemente intolerables. Stephen Marmer (Universidad de California) afirma que "mediante la negación se invalida una parte desagradable o no deseada de la información o de la experiencia vital como si no existiera, y se observa en muchos pacientes con adicciones que no son conscientes de las consecuencias de sus conductas. Se diferencia de la represión en que existe una cierta conciencia y se niega una parte de la realidad, no un simple contenido mental. La negativa persistente a dejarse influir por las evidencias externas también indica el funcionamiento del mecanismo de negación".

La escala considera algunas formas de negación típicas: evitar asociaciones, forzar la insensibilidad de la atención ("no tener sentimientos"), el ofuscamiento (menor nivel de arousal), la rigidez mental, la amnesia selectiva, el rechazo (negar la evidencia) y la fantasía (para evitar la realidad).

## Autoengaño (como subescala)

La escala considera la incapacidad para darse cuenta de los efectos adversos de la relación, y, si lo advierte y se queja de ello, no adopta soluciones o pretenden que estas vengan desde fuera. Ver lo que existe y rechazar lo que significa".

Se ha verificado la fiabilidad del instrumento para esta investigación a través de la medida de consistencia interna por un lado y estudiando la homogeneidad entre los ítems y entre las puntuaciones totales y de las subescalas por otro.

### a) Consistencia interna, Alfa de Cronbach (&#61699;)

· Escala de Autoengaño &#61699;= 0.88 · Subescala Autoengaño &#61699;= 0.82 · Subescala Manipulación &#61699;= 0.73 · Subescala Reiteración &#61699;= 0.04 · Subescala Mecanismos de Negación &#61699;= 0.78

	ESCAUTO	AUTOENGA	MANIPULA	REITERA
AUTOENGA	,949(**)			
MANIPULA	,707(**)	,538(**)		
REITERA	,739(**)	,705(**)	,404(**)	
MECANEGA	,897(**)	,877(**)	,471(**)	,661(**)

\*  $p \leq 0,05$   
 \*\*  $p \leq 0,01$

b) Homogeneidad de los ítems: Para la escala total se ha calculado la correlación de los ítems con el total de la escala, y para las subescalas la correlación de los ítems con el total de la subescala.

Los resultados obtenidos informan que existe homogeneidad, ya que las correlaciones son importantes, de manera general, y significativas, a niveles de confianza del 1% y del 5% en algunos casos, tanto para la escala total como para las cuatro subescalas. Por otro lado las correlaciones de Pearson entre las cinco puntuaciones obtenidas con este instrumento pueden observarse en la tabla 2. Todas son significativas.

#### . Análisis de datos:

Los datos se analizaron mediante paquete estadístico SPSS versión 14.0. Para los análisis comparativos se emplearon -según pertinencia- la prueba "T" de comparación de medias y análisis de variancia y el chi-cuadrado de Pearson en variables categóricas

.El tipo de análisis realizado ha sido diferente en función de las variables agrupadoras. Para Sexo y Grupo se ha utilizado Pruebas de T para muestras independientes, mientras que para Edad y Tiempo de Estancia, se ha utilizado el Anova de un factor.

Para ver en qué sentido y entre qué grupos de Tiempo de Estancia concretos se dan las diferencias, se han realizado comparaciones múltiples post hoc entre los grupos, y se ha utilizado el método de Tukey (asumiendo varianzas iguales).

## **Resultados**

Respecto al grupo de adictos, se consideró tiempo de permanencia de los sujetos que forman los grupos de tratamiento. La media en meses es de 9,68, y la  $S_x = 10,16$ . Como se puede observar en la tabla, el porcentaje de sujetos más elevado es de 51,8% que se corresponde con un tiempo de estancia superior a 6 meses.

### ESTANCIA EN MESES

		N	%	% válido
<b>Adictos</b>	<b>HASTA 1 MES DE ESTANCIA</b>	22	14,1	19,6
	<b>ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA</b>	19	12,2	17,0
	<b>ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA</b>	13	8,3	11,6
	<b>6 MESES O MÁS DE ESTANCIA</b>	58	37,2	51,8
<b>Total</b>		112	71,8	100,0
<b>Grupo Control</b>		44	28,2	
<b>Total</b>		156	100,0	

### ESTUDIO DE DIFERENCIAS

En primer lugar, presentamos una tabla con los estadísticos descriptivos en las dos escalas utilizadas en el estudio, tanto para sus puntuaciones totales como para todas las subescalas, para la muestra total del estudio.

	N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
<b>DESEABILIDAD SOCIAL</b>	156	7,8	4,5	,0	24,0
<b>AUMENTO DEL AUTOENGAÑO</b>	156	1,8	2,0	,0	9,0
<b>MANEJO DE LAS IMPRESIONES</b>	156	6	4	0	17
<b>ESCALA DE AUTOENGAÑO</b>	156	2,88	,53	1,63	4,34
<b>AUTOENGAÑO</b>	156	2,76	,56	1,57	4,24
<b>MANIPULACIÓN</b>	156	2,99	,77	1,29	5,00
<b>REITERACIÓN</b>	156	2,90	,76	1,00	5,00
<b>MECANISMOS DE NEGACIÓN</b>	156	2,86	,60	1,29	4,43

En segundo lugar, se han estudiado las diferencias existentes tanto en el Inventario de Deseabilidad Social como en la Escala de Autoengaño respecto a diferentes características del grupo de estudio: Sexo, Edad, Grupo al que pertenecen (Adictos o No Adictos) y Tiempo de Estancia. El tipo de análisis realizado ha sido diferente en función de las variables agrupadoras. Para Sexo y Grupo se ha utilizado Pruebas de T para muestras independientes, mientras que para Edad y Tiempo de Estancia, se ha utilizado el Anova de un factor.

Para ver en qué sentido y entre qué grupos de Tiempo de Estancia concretos se dan las diferencias, se han realizado comparaciones múltiples post hoc entre los grupos, y se ha utilizado el método de Tukey (asumiendo varianzas iguales).

Hemos realizado tablas de contingencia y con el índice de acuerdo Kappa

Resultados respecto al Sexo:

En la tabla siguiente, se puede observar los estadísticos descriptivos según el género de las variables estudiadas en la investigación, así como los valores correspondientes a las pruebas de t y su significación.

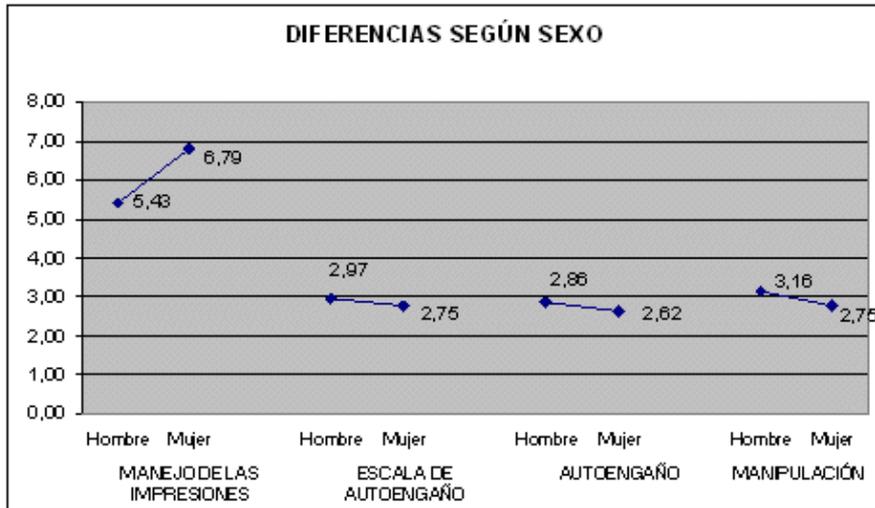
	SEXO	N	Media	D.T.	t	Sig.
<b>DESEABILIDAD SOCIAL</b>	Hombre	91	7,32	4,49	-1,689	NS
	Mujer	65	8,54	4,41		
<b>AUMENTO DEL AUTOENGAÑO</b>	Hombre	91	1,90	2,04	0,423	NS
	Mujer	65	1,77	1,87		
<b>MANEJO DE LAS IMPRESIONES</b>	Hombre	91	5,43	3,57	-2,296	*
	Mujer	65	6,79	3,77		
<b>ESCALA DE AUTOENGAÑO</b>	Hombre	91	2,97	0,53	2,548	*
	Mujer	65	2,75	0,52		
<b>AUTOENGAÑO</b>	Hombre	91	2,86	0,57	2,608	**
	Mujer	65	2,62	0,51		
<b>MANIPULACIÓN</b>	Hombre	91	3,16	0,72	3,349	**
	Mujer	65	2,75	0,77		
<b>REITERACIÓN</b>	Hombre	91	2,92	0,77	0,476	NS
	Mujer	65	2,86	0,74		
<b>MECANISMOS DE NEGACIÓN</b>	Hombre	91	2,93	0,62	1,738	NS
	Mujer	65	2,76	0,56		

(\* p ≤ 0,05, \*\* p ≤ 0,01)

Como se puede observar en la tabla, existen diferencias significativas en la subescala de Manejo de Impresiones de la escala de Deseabilidad Social. También en la puntuación total de la Escala de Autoengaño, y en las subescalas de esta prueba Autoengaño y Manipulación.

Según los resultados obtenidos, las Mujeres presentan una media en Manejo de Impresiones superior a los Hombres y la diferencia existente respecto a estos últimos es significativa (t = -2,296, p ≤ 0,05). En cambio, los Hombres son superiores a las Mujeres en la Escala de Autoengaño (t = 2,548, p ≤ 0,05), en la subescala de Autoengaño (t = 2,608, p ≤ 0,01) y en la subescala de Manipulación (t = 3,349, p ≤ 0,01), siendo estas diferencias estadísticamente significativas.

En el Gráfico que aparece a continuación puede verse reflejado los resultados significativos comentados respecto al Sexo.



Resultados respecto a la condición Adicto vs. No adicto

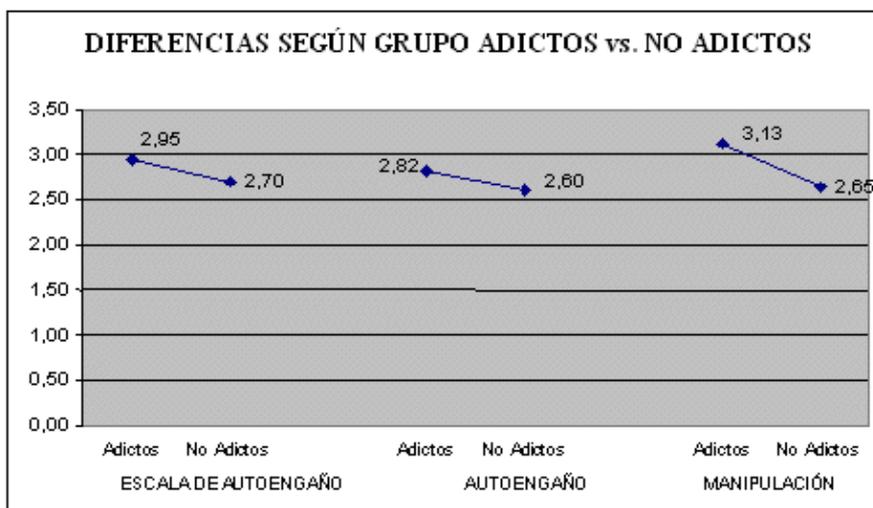
En la tabla siguiente, se puede observar los estadísticos descriptivos según el grupo (Adictos/No Adictos) de las variables estudiadas en la investigación, así como los valores correspondientes a las pruebas de t y su significación.

	GRUPO	N	Media	D.T.	t	Sig.
<b>DESEABILIDAD SOCIAL</b>	Adictos	112	7,74	4,56	-0,386	NS
	No Adictos	44	8,05	4,32		
<b>AUMENTO DEL AUTOENGAÑO</b>	Adictos	112	1,97	2,11	1,278	NS
	No Adictos	44	1,53	1,50		
<b>MANEJO DE LAS IMPRESIONES</b>	Adictos	112	5,78	3,66	-1,136	NS
	No Adictos	44	6,53	3,80		
<b>ESCALA DE AUTOENGAÑO</b>	Adictos	112	2,95	0,55	2,685	**
	No Adictos	44	2,70	0,44		
<b>AUTOENGAÑO</b>	Adictos	112	2,82	0,58	2,339	*
	No Adictos	44	2,60	0,45		
<b>MANIPULACIÓN</b>	Adictos	112	3,13	0,76	3,64	**
	No Adictos	44	2,65	0,68		
<b>REITERACIÓN</b>	Adictos	112	2,94	0,75	1,274	NS
	No Adictos	44	2,77	0,78		
<b>MECANISMOS DE NEGACIÓN</b>	Adictos	112	2,91	0,61	1,681	NS
	No Adictos	44	2,73	0,56		

(\*  $p \leq 0,05$ , \*\*  $p \leq 0,01$ )

Como se puede observar en la tabla, existen diferencias significativas en la puntuación total de la Escala de Autoengaño, y en las subescalas de esta prueba Autoengaño y Manipulación.

Según los resultados obtenidos, el grupo de Adictos presenta medias superiores al grupo Control (No Adictos) en la Escala de Autoengaño ( $t = 2,685$ ,  $p \leq 0,01$ ), en la subescala de Autoengaño ( $t = 2,339$ ,  $p \leq 0,05$ ) y en la subescala de Manipulación ( $t = 3,64$ ,  $p \leq 0,01$ ), siendo estas diferencias estadísticamente significativas. En el Gráfico que presentamos a continuación se pueden observar estas diferencias comentadas respecto a la variable Grupo.



Resultados respecto a la Edad:

En la tabla siguiente, se puede observar los estadísticos descriptivos según el grupo de Edad de las variables estudiadas en la investigación, así como los valores de F y su significación.

	EDAD	N	Media	D. T.	F	Sig.
<b>DESEABILIDAD SOCIAL</b>	HASTA 21 AÑOS	38	6,96	3,54	6,922	**
	DE 22 A 31 AÑOS	36	7,13	4,31		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	6,62	4,01		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	10,36	4,93		
	Total	156	7,88	4,48		
<b>AUMENTO DEL AUTOENGAÑO</b>	HASTA 21 AÑOS	38	1,62	1,57	0,867	NS
	DE 22 A 31 AÑOS	36	1,69	1,57		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	1,77	2,13		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,26	2,40		
	Total	156	1,85	1,97		
<b>MANEJO DE LAS IMPRESIONES</b>	HASTA 21 AÑOS	38	5,35	3,42	7,234	**
	DE 22 A 31 AÑOS	36	5,45	3,96		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	4,87	3,18		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	8,11	3,44		
	Total	156	5,99	3,70		
<b>ESCALA DE AUTOENGAÑO</b>	HASTA 21 AÑOS	38	2,79	0,49	4,746	**
	DE 22 A 31 AÑOS	36	3,08	0,54		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	2,98	0,53		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,69	0,50		
	Total	156	2,88	0,53		
<b>AUTOENGAÑO</b>	HASTA 21 AÑOS	38	2,68	0,49	2,583	NS
	DE 22 A 31 AÑOS	36	2,93	0,60		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	2,88	0,58		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,62	0,52		
	Total	156	2,76	0,56		
<b>MANIPULACIÓN</b>	HASTA 21 AÑOS	38	2,94	0,82	10,484	**
	DE 22 A 31 AÑOS	36	3,24	0,66		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	3,31	0,63		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,52	0,69		
	Total	156	2,99	0,77		
<b>REITERACIÓN</b>	HASTA 21 AÑOS	38	2,88	0,76	2,07	NS
	DE 22 A 31 AÑOS	36	3,12	0,84		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	2,93	0,75		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,70	0,67		
	Total	156	2,90	0,76		
<b>MECANISMOS DE NEGACIÓN</b>	HASTA 21 AÑOS	38	2,71	0,57	2,283	NS
	DE 22 A 31 AÑOS	36	3,02	0,63		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	2,95	0,66		
	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,77	0,50		
	Total	156	2,86	0,60		

(\*p ≤ 0,05, \*\*p ≤ 0,01)

Como podemos observar en la tabla, los resultados del análisis de varianza indican que existen diferencias entre los distintos grupos de Edad formados en: Deseabilidad Social, Manejo de Impresiones, Escala de Autoengaño y en Manipulación. Estas diferencias son significativas a un nivel de confianza del 1%.

Para ver en qué sentido y entre qué grupos de edad concretos se dan las diferencias, se han realizado comparaciones múltiples post hoc entre los grupos, y se ha utilizado el método de Tukey (asumiendo varianzas iguales).

Respecto a Deseabilidad Social, como se ve reflejado en la tabla siguiente y en el Gráfico, se forman dos grupos claramente diferentes entre sí. Por un lado están todos los sujetos con edades menores de 43 años, y por otro el grupo de edad de más de 43 años. Luego la diferencia existente implica que los sujetos con más de 43 años tienen niveles de Deseabilidad Social superiores al

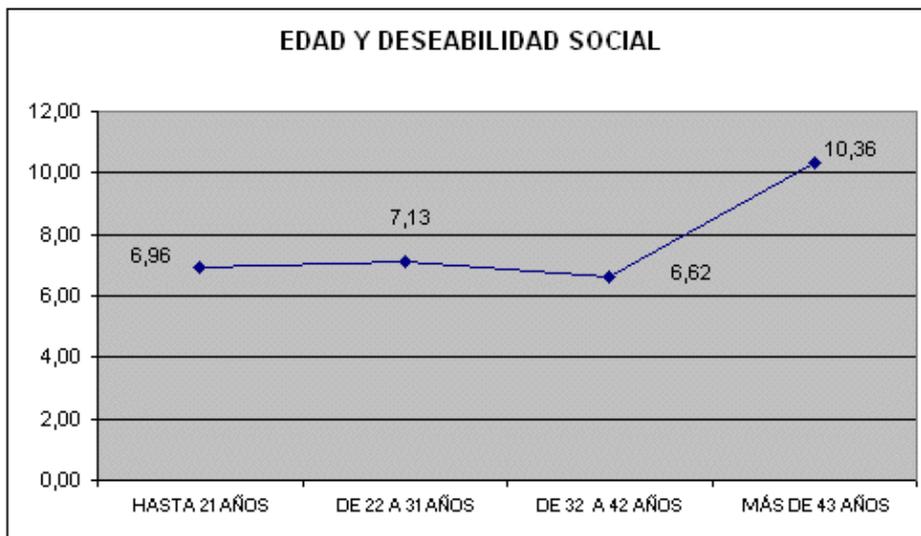
resto de los sujetos.

### DESEABILIDAD SOCIAL

HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	EDAD	N	Subconjunto para alfa = .05	
			1	2
	DE 32 A 42 AÑOS	40	6,618	
	HASTA 21 AÑOS	38	6,957	
	DE 22 A 31 AÑOS	36	7,132	
	MÁS DE 43 AÑOS	42		10,360
	Sig.		,950	1,000

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 38,872.
- b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



Respecto a Manejo de Impresiones, como se ve reflejado en la Tabla y Gráfico siguiente, se forman dos grupos claramente diferentes entre sí, como en el caso anterior.

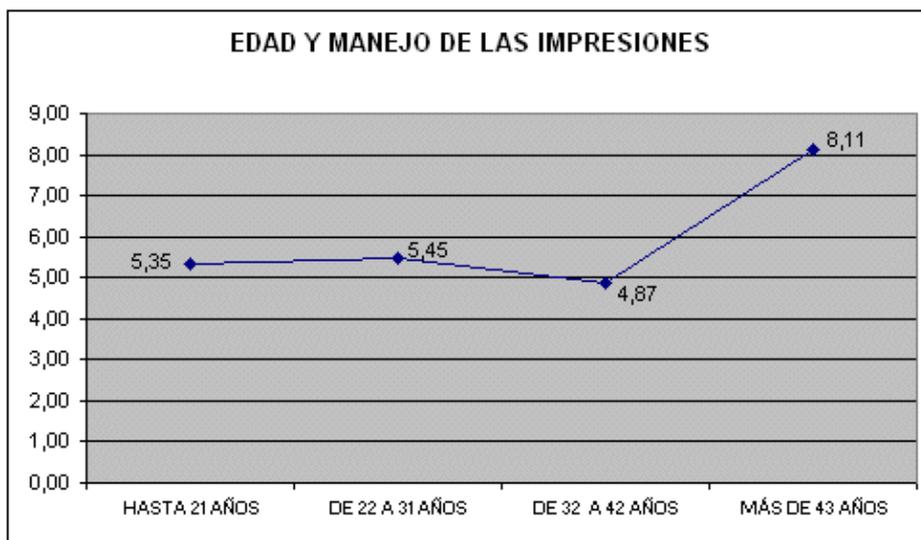
Por un lado están todos los sujetos con edades menores de 43 años, y por otro el grupo de Edad de Más de 43 años. Luego la diferencia existente implica que los sujetos con Más de 43 años tienen niveles de Manejo de las Impresiones superiores al resto de los sujetos.

### MANEJO DE LAS IMPRESIONES

EDAD	N	Subconjunto para alfa = .05	
		1	2
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>			
DE 32 A 42 AÑOS	40	4,870	
HASTA 21 AÑOS	38	5,346	
DE 22 A 31 AÑOS	36	5,452	
MÁS DE 43 AÑOS	42		8,112
Sig.		,883	1,000

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- Usa el tamaño muestral de la media armónica = 38,872.
- Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



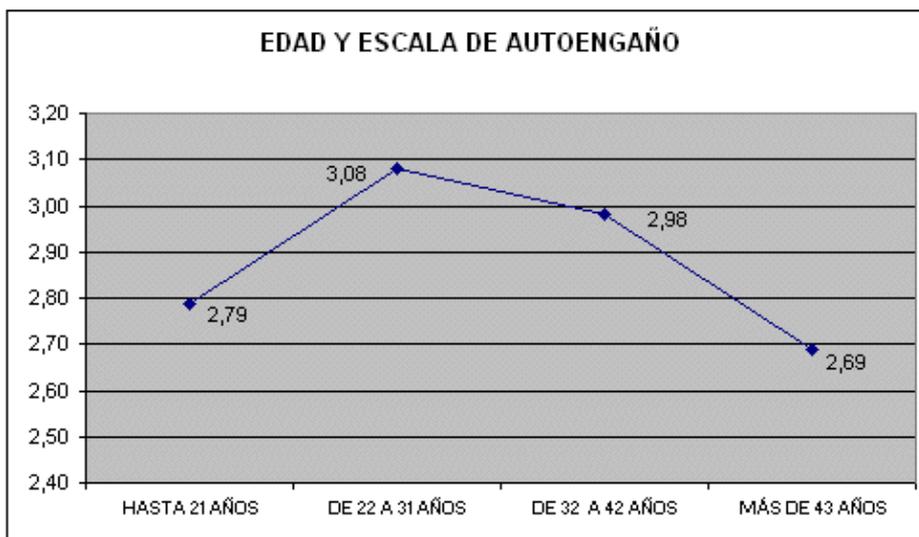
En cuanto a la Escala de Autoengaño, según refleja la tabla siguiente, se forman dos grupos que difieren entre sí por las diferencias existentes entre dos grupos de edad, los sujetos de 22 a 31 años y el grupo de más de 43 años. El grupo de Edad de 22 a 31 años es el que presenta la media de Autoengaño más elevada ( = 3,08) y su diferencia con la del grupo de más de 43 años ( = 2,69) es estadísticamente significativa ( $p \leq 0,05$ ). La diferencia con el resto de los grupos y entre éstos no es significativa.

### ESCALA DE AUTOENGAÑO

		N	Subconjunto para alfa = .05	
			1	2
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,6867	
	HASTA 21 AÑOS	38	2,7888	2,7888
	DE 32 A 42 AÑOS	40	2,9796	2,9796
	DE 22 A 31 AÑOS	36		3,0819
	Sig.		,061	,061

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 38,872.
- b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



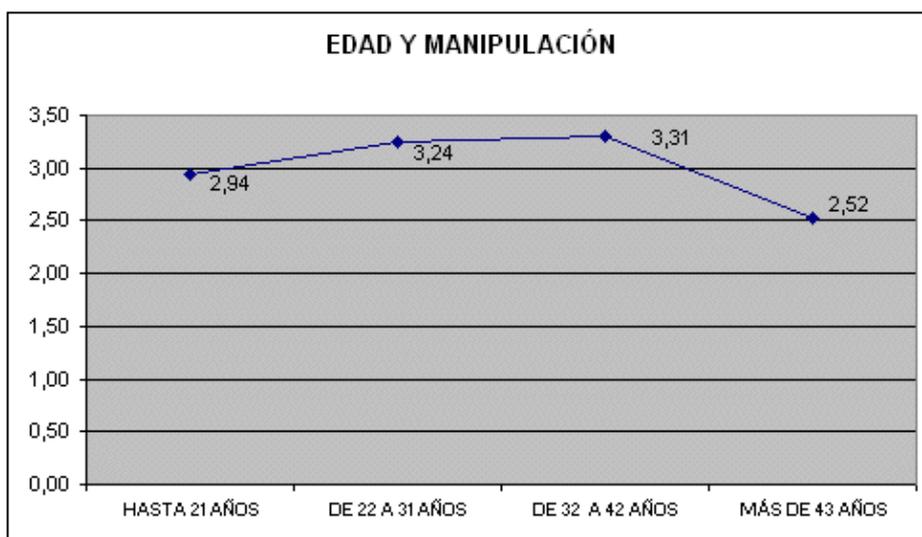
Por último los resultados relacionados con Manipulación se pueden observar en la tabla que aparece a continuación. Se forman dos grupos que difieren entre sí. Uno de ellos formado por los sujetos del grupo de Edad de Más de 43 y Hasta 21 años, frente al resto de los grupos. El grupo de Hasta 21 años pertenecería a ambos grupos pero presenta diferencias significativas con el grupo de Más de 43 años. Por lo tanto se puede decir que la diferencia se centra entre el grupo de Más de 43 años con el resto de los grupos de edad, presentando los niveles de Manipulación más bajos (= 2,52).

### MANIPULACIÓN

		N	Subconjunto para alfa = .05	
			1	2
HSD de Tukey <sup>a, b</sup>	MÁS DE 43 AÑOS	42	2,5204	
	HASTA 21 AÑOS	38	2,9361	2,9361
	DE 22 A 31 AÑOS	36		3,2421
	DE 32 A 42 AÑOS	40		3,3071
Sig.			,050	,099

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 38,872.
- b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



Resultados respecto al Tiempo de Estancia:

En la tabla siguiente, se puede observar los estadísticos descriptivos según el Tiempo de Estancia de las variables estudiadas en la investigación, así como los valores de F y su significación.

	ESTANCIA	N	Media	D. T.	F	Sig.
<b>DESEABILIDAD SOCIAL</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	7,50	3,53	0,109	NS
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	7,72	4,71		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	7,25	6,74		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	7,95	4,38		
	Total	112	7,74	4,56		
<b>AUMENTO DEL AUTOENGAÑO</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	1,89	1,62	3,507	*
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	3,18	2,68		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,45	2,43		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	1,50	1,86		
	Total	112	1,97	2,11		
<b>MANEJO DE LAS IMPRESIONES</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	5,62	3,06	1,801	NS
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	4,55	2,93		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	4,76	5,46		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	6,48	3,52		
	Total	112	5,78	3,66		
<b>ESCALA DE AUTOENGAÑO</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,10	0,42	3,142	*
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	3,18	0,61		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,98	0,44		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	2,81	0,57		
	Total	112	2,95	0,55		
<b>AUTOENGAÑO</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,00	0,47	1,979	NS
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	2,98	0,64		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,80	0,49		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	2,71	0,60		
	Total	112	2,82	0,58		
<b>MANIPULACIÓN</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,32	0,62	5,165	***
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	3,56	0,62		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	3,26	0,56		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	2,88	0,81		
	Total	112	3,13	0,76		
<b>REITERACIÓN</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,11	0,69	1,422	NS
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	3,16	0,76		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,83	0,84		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	2,84	0,73		
	Total	112	2,94	0,75		
<b>MECANISMOS DE NEGACIÓN</b>	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,09	0,60	1,859	NS
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	3,05	0,74		
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,93	0,50		
	6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	2,79	0,57		
	Total	112	2,91	0,61		

(\*p ≤ 0,05, \*\*\*p ≤ 0,01)

Según se observa en la tabla, los resultados del análisis de varianza indican que existen diferencias entre los distintos grupos de Tiempo de Estancia formados en: Aumento del Autoengaño (Subescala de Deseabilidad Social), Escala de Autoengaño y Manipulación. Estas diferencias son significativas a un nivel de confianza del 1% (Manipulación) y 5% (Aumento del Autoengaño y Escala de Autoengaño).

Para ver en qué sentido y entre qué grupos de Tiempo de Estancia concretos se dan las diferencias, se han realizado comparaciones múltiples post hoc entre los grupos, y se ha utilizado el método de Tukey (asumiendo varianzas iguales).

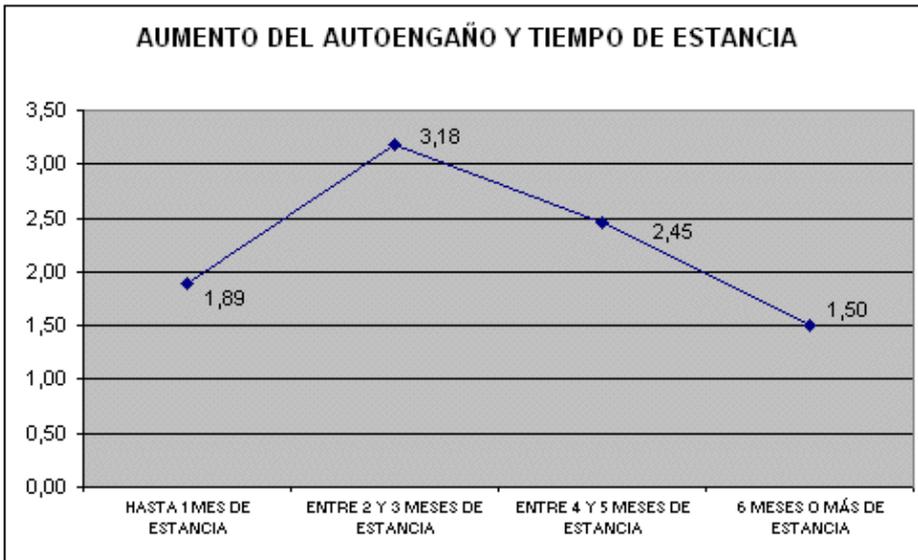
Respecto a Aumento del Autoengaño, como se ve reflejado en la Tabla siguiente y en el Gráfico, se forman dos grupos diferentes entre sí y cuya diferencia viene marcada por los dos grupos de Tiempo de Estancia 6 meses o más y Entre 2 y 3 meses. En el primer mes de estancia, el nivel de Aumento del Autoengaño es bajo (= 1,89), aumenta entre 2 y 3 meses de estancia (= 3,18), para más tarde ir disminuyendo según aumenta el tiempo de estancia, alcanzando los valores más bajos el grupo de 6 meses o más (= 1,49), la diferencia entre estos dos intervalos del Tiempo de Estancia es significativa ( $p < 0,05$ ). Parece que el tiempo de estancia al principio aumenta el autoengaño y luego va disminuyendo cuando la estancia se prolonga en el tiempo.

#### AUMENTO DEL AUTOENGAÑO

		N	Subconjunto para alfa = .05	
ESTANCIA EN MESES			1	2
HSD de Tukey <sup>a,b</sup>	6 MESES O MÁS DE ESTANCIA	58	1,498	
	HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	1,893	1,893
	ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,454	2,454
	ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19		3,183
	Sig.		,437	,182

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 20,806.
- b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



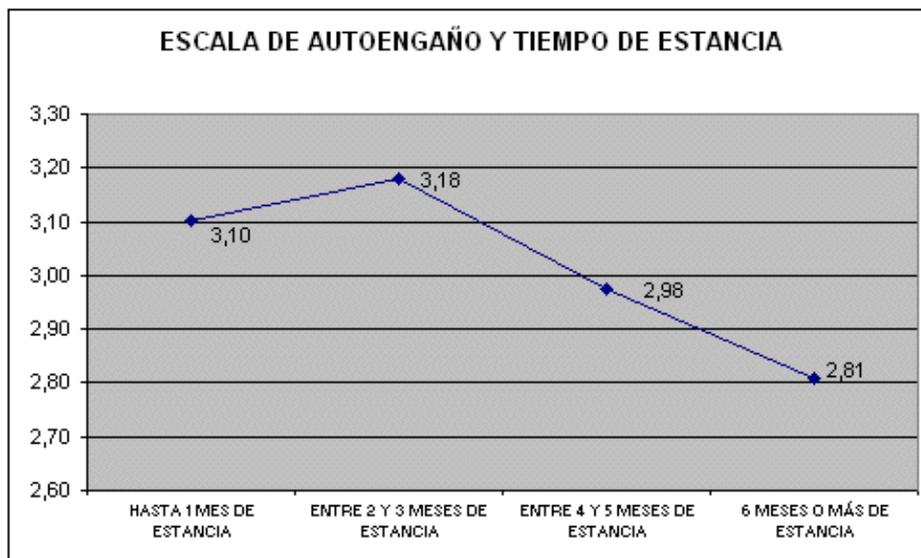
Los resultados respecto a la Escala de Autoengaño, se pueden observar en la Tabla y en el Gráfico siguientes. La tendencia en los niveles de Autoengaño medidos con esta escala es la misma que la observada con la Subescala de Aumento del Autoengaño del PDS. Los sujetos inician con un nivel de Autoengaño elevado, aumenta entre los 2 y 3 meses de estancia y más tarde con el paso del tiempo estos niveles van disminuyendo. La diferencia significativa existente es entre 2 y 3 meses de estancia y 6 meses o más ( $p \leq 0,05$ ).

**ESCALA DE AUTOENGAÑO**

ESTANCIA EN MESES	N	Subconjunto para alfa = .05
		1
HSD de Tukey <sup>a,b</sup> 6 MESES O MÁS DE ESTANCIA	58	2,8076
ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	2,9757
HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,1029
ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19	3,1787
Sig.		,119

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 20,806.
- b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



Por último los resultados relacionados con Manipulación se pueden observar en la tabla y Gráfico que aparecen a continuación. Se forman dos grupos diferentes entre sí y cuya diferencia viene marcada por los dos grupos de Tiempo de Estancia 6 meses o más y Entre 2 y 3 meses. En el primer mes de estancia, el nivel de Manipulación es elevado ( = 3,32), aumenta entre 2 y 3 meses de estancia ( = 3,56), para más tarde ir disminuyendo según aumenta el tiempo de estancia, alcanzando los valores más bajos el grupo de 6 meses o más ( = 2,88).

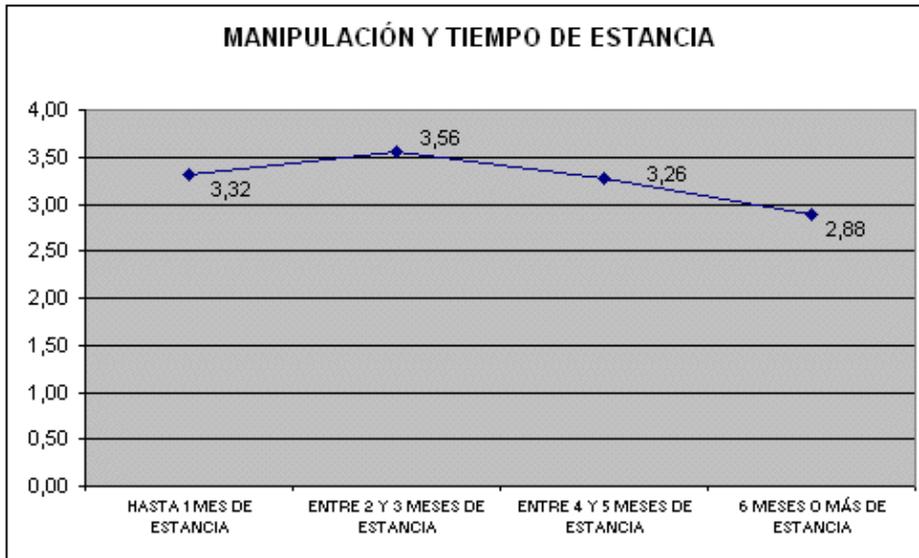
Parece que el tiempo de estancia al principio aumenta el nivel de Manipulación y luego va disminuyendo cuando la estancia se prolonga en el tiempo, esta diferencia es significativa entre estos dos intervalos de tiempo ( $p \leq 0,05$ ).

#### MANIPULACIÓN

ESTANCIA EN MESES	N	Subconjunto para alfa = .05	
		1	2
HSD de Tukey <sup>a,b</sup> 6 MESES O MAS DE ESTANCIA	58	2,8793	
ENTRE 4 Y 5 MESES DE ESTANCIA	13	3,2637	3,2637
HASTA 1 MES DE ESTANCIA	22	3,3182	3,3182
ENTRE 2 Y 3 MESES DE ESTANCIA	19		3,5564
Sig.		,211	,562

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

- a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 20,806.
- b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.



DIFERENCIAS EN EL GRUPO DE ADICTOS (respecto al Sexo, Edad y Tiempo de Estancia).

Resultados de SEXO:

Hay diferencias significativas en Manejo de Impresiones y en Deseabilidad Social. Como se puede ver en la tabla son las mujeres adictas las que tienen niveles más elevados que los varones adictos en estas variables.

	SEXO	N	Media	D.T.	t	p
MANEJO DE LAS IMPRESIONES	Hombre	87	5,41	3,60	-2,032	*
	Mujer	25	7,08	3,65		
DESEABILIDAD SOCIAL	Hombre	87	7,27	4,50	-2,041	*
	Mujer	25	9,36	4,49		

(\*  $p \leq 0,05$ , \*\*  $p \leq 0,01$ )

Resultados de EDAD: Hay diferencias significativas en Manejo de Impresiones, Deseabilidad Social, Escala de Autoengaño y Manipulación.

	EDAD	N	Media	D.T.	F	P
MANEJO DE LAS IMPRESIONES	HASTA 21 AÑOS	8	3,20	2,32	6,905	**
	DE 22 A 31 AÑOS	31	5,38	3,91		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	4,87	3,18		
	MÁS DE 43 AÑOS	33	7,90	3,34		
	Total	112	5,78	3,66		
DESEABILIDAD SOCIAL	HASTA 21 AÑOS	8	5,46	3,31	5,606	**
	DE 22 A 31 AÑOS	31	7,11	4,19		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	6,62	4,01		
	MÁS DE 43 AÑOS	33	10,24	4,89		
	Total	112	7,74	4,56		
ESCALA DE AUTOENGAÑO	HASTA 21 AÑOS	8	3,18	,51	3,960	**
	DE 22 A 31 AÑOS	31	3,11	,57		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	2,98	,53		
	MÁS DE 43 AÑOS	33	2,70	,50		
	Total	112	2,95	,55		
MANIPULACIÓN	HASTA 21 AÑOS	8	3,77	,70	11,491	**
	DE 22 A 31 AÑOS	31	3,31	,68		
	DE 32 A 42 AÑOS	40	3,31	,63		
	MÁS DE 43 AÑOS	33	2,58	,71		
	Total	112	3,13	,76		

(\*  $p \leq 0,05$ , \*\*  $p \leq 0,01$ )

Como se puede ver en la tabla las diferencias son significativas en Manejo de Impresiones, Deseabilidad Social, Escala de Autoengaño y Manipulación entre los distintos grupos de edad de los sujetos adictos. Si analizamos las medias de cada grupo en cada una de las variables, el grupo de más de 43 años es el que tiene niveles más elevados frente a los demás grupos en Manejo de Impresiones y Deseabilidad Social, y más bajos en Manipulación. Por otro lado, el grupo más joven, hasta 21 años, es el que establece las diferencias con el resto en Escala de Autoengaño, presentando los niveles más elevados.

#### Análisis y Resultados Autoengaño medido por las escalas (autopercebido) y por el equipo evaluador (heteropercebido):

Cuando se aplicaron las escalas se les pedía a los adictos que se autoevaluaran el autoengaño. Estos datos se cotejaron con la evaluación externa efectuada por un equipo evaluador (psicólogos que les atendían y conocían suficientemente). Se intentaba ver el grado de acuerdo había

Se hicieron dos grupos en Deseabilidad Social y en Escala de Autoengaño, utilizando las Puntuaciones T previamente obtenidas con su transformación correspondiente para cada una de esas variables.

Por otro lado con la puntuación de los jueces hemos realizado dos grupos (1, no tienen autoengaño, y 2 tienen autoengaño).

Hemos realizado tablas de contingencia y con el índice de acuerdo Kappa se obtienen la conclusión de que la escala de autoengaño y los jueces obtienen la misma clasificación de los sujetos respecto a los niveles de autoengaño. Es decir, hay acuerdo

Deseabilidad social:

**Tabla de contingencia**

			GRJUECES		Total
			1,00	2,00	
GRPDS	1,00	Recuento	1	28	29
		% del total	1,7%	48,3%	50,0%
	2,00	Recuento	5	24	29
		% del total	8,6%	41,4%	50,0%
Total	Recuento	6	52	58	
	% del total	10,3%	89,7%	100,0%	

El Chi-cuadrado de Pearson es 2,97 (no significativo) y el Índice de Acuerdo Kappa es -0,138 (no significativo). A pesar de estos resultados se puede decir que un 41,4% de los sujetos con niveles de Deseabilidad Social elevado son considerados por los jueces con niveles de autoengaño altos.

Por otra parte respecto a la Escala de Autoengaño los resultados son:

**Tabla de contingencia**

			GRJUECES		Total
			1,00	2,00	
GRES	1,00	Recuento	3	20	23
		% del total	5,1%	33,9%	39,0%
	2,00	Recuento	0	36	36
		% del total	,0%	61,0%	61,0%
Total	Recuento	3	56	59	
	% del total	5,1%	94,9%	100,0%	

El Chi-cuadrado de Pearson es 4,947 ( $p \leq 0,05$ ) y el Índice de Acuerdo Kappa es 0,155 ( $p \leq 0,05$ ). El 61% de sujetos que los jueces y la escala consideran que tienen autoengaño elevado están bien clasificados ya que los estadísticos así lo confirman.

## Conclusiones

Se consiguen los tres objetivos pretendidos: 1) validar la escala de autoengaño de Sirvent (2006) 2) explorar las características psicopatológicas vinculadas al autoengaño y 3) verificar la magnitud del autoengaño comparando los grupos control y de adictos

Los instrumentos de evaluación empleados (Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR; Paulhus, 1998) y Escala de Autoengaño, Sirvent 2006), se muestran como eficaces elementos diagnósticos del autoengaño en general. La escala de autoengaño de Sirvent es especialmente útil con población adicta dado que evalúa componentes sustanciales del autoengaño: mecanismos de negación, manipulación, tendencia a reiterar y autoengaño propiamente dicho para una ulterior prevención de recaídas, incluso para orientar al terapeuta. (Recordemos que el autoengaño es uno de los principales factores de recaída de sujetos adictos).

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 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.

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.

Percepción del autoengaño: Respecto a la coincidencia entre autoengaño percibido por el equipo técnico, el autopercebido por los propios pacientes y el determinado por las pruebas, se obtiene la conclusión de que la escala de autoengaño y los jueces obtienen la misma clasificación que los propios sujetos respecto a los niveles de autoengaño. Es decir, hay acuerdo

En lo relativo a tiempo de tratamiento y nivel de autoengaño y manipulación, los sujetos inician el tratamiento con un nivel de autoengaño ya de por sí elevado que todavía aumenta más entre los 2 y 3 meses de estancia y, más adelante -según pasa el tiempo- estos niveles van disminuyendo, alcanzando los valores más bajos en el grupo de 6 meses ó más.

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.

## **Bibliografía**

1. Anastasi, Jeffrey S.. Brain fiction: self-deception and the riddle of confabulation. W. Hirstein. The MIT Press: Cambridge, Massachusetts, 2005. No. of pages 289. ISBN 0-262-08338-8. Applied Cognitive Psychology. Vol. 20 Issue 2, p277-278.2006.
2. Booth-Kewley, Stephanie; Rosenfeld, Paul; Edwards, Jack E. Impression Management and Self-Deceptive Enhancement Among Hispanic and Non-Hispanic White Navy Recruits. Journal of Social Psychology, Vol. 132 Issue 3, p323-329.1992.
3. Cardús, S. "Sociología de l'engany I de l'autoengany". Universitat Autònoma de Barcelona. Papers 59, 21-23.1999.
4. Davies, Martin F.; French, Christopher C.; Keogh, Edmund. Self-deceptive enhancement and impression management... Journal of Psychology, Vol. 132 Issue 4, p401.1998.
5. Derakshan, Nazanin; Eysenck, Michael. When the bogus pipeline interferes with self-deceptive strategies: Effects on state anxiety in repressors. Cognition & Emotion, Vol. 19 Issue 1, p83-100.2005.

6. Duriez, Bart; Soenens, Bart; Beyers, Wim. Defensive Copers Show a Deficit in Passive Avoidance Learning on Newman's Go/No-Go Task: Implications for Self-Deception and Socialization. *Journal of Personality*. Vol. 72 Issue 5, p939-966.2004.
7. Furnham, Adrian; Traynar, Jonathan. Repression and effective coping styles. *European Journal of Personality*. Vol. 13 Issue 6, p465-492.1999.
8. Gudjonsson, Gisli H.; Sigurdsson, Jon Fridrik. The Relationship of Suggestibility and Compliance with Self-Deception and Other-Deception. *Psychology, Crime & Law*. Vol. 10 Issue 4, p447-453.2004.
9. Hayes, Steven C.; Strosahl, Kirk; Wilson, Kelly G.; Bissett, Richard T.; Pistorello, Jacqueline; Toarmino, Dosheen; Polusny, Melissa A.; Dykstra, Thane A.; Batten, Sonja V.; Bergan, John; Stewart, Sherry H.; Zvolensky, Michael J.; Eifert, Georg H.; Bond, Frank W.; Forsyth, John P.; Karekla, Maria; McCurry, Susan M. Measuring Experiential Avoidance: A Preliminary Test of a Working Model. *Psychological Record*, Vol. 54 Issue 4, p553-578.2004.
10. Joseph, Stephen. Religiosity and social desirability: a response to Eysenck (1999). *Mental Health, Religion & Culture*. Vol. 3 Issue 1, p37-38.2000.
11. Leak, Gary K.; Parsons, Chad J. The Susceptibility of Three Attachment Style Measures to Socially Desirable Responding. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, Vol. 29 Issue 1, p21.2001.
12. Meston, Cindy M.; Heiman, Julia R.; Trapnell, Paul D.; Paulhus, Delroy L.. Socially Desirable Responding and Sexuality Self-Reports. *Journal of Sex Research*, Vol. 35 Issue 2, p148-157.1998.
13. Moomal, Zubair; Henzi, Stephanus Petrus. The Evolutionary Psychology of Deception and Self-Deception. *South African Journal of Psychology* Vol. 30 Issue 3, p45, 7p.2000.
14. Newman, Leonard S. Motivated Cognition and Self-Deception. *Psychological Inquiry*, Vol. 10 Issue 1, p59.1999.
15. Patten, David. How do we deceive ourselves? *Philosophical Psychology*, Vol. 16 Issue 2, p229.2003.
16. Paulhus, Delroy L. and Douglas B. Reid. "Enhancement and Denial in Socially Desirable Responding.". University of British Columbia. Vancouver, British Columbia, Canada.
17. Paulhus, Delroy L.; John, Oliver P.. Egoistic and Moralistic Biases in Self-Perception: The Interplay of Self-Deceptive Styles With Basic Traits and Motives. *Journal of Personality*, Vol. 66 Issue 6, p1025-1060.1998.
18. Paulhus L., Delroy Socially . "The responding: the evolution of a construct.". In "The role of constructs in psychological and educational measurement (pp49-69). Mahwah NJ: Erlbaum. H.I. Braun, D.N. Jackson and D.E. Wiley Eds.2002.
19. Rudmin, Floyd W.. Norwegian short-form of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. *Scandinavian Journal of Psychology*, Vol. 40 Issue 3.1999.
20. Sirvent Ruiz, Carlos "Autoengaño y adicción". *Revista Norte de Salud Mental*. Bizcaia. nº 26, pp

21. Sirvent, C., Blanco P. "La mentira transformada". Conferencia en el Congreso Virtual de Psiquiatría. Interpsiquis 2007.
22. Stanford, Rex G.. Deception and Self-Deception: Investigating Psychics (Book Review). Journal of Parapsychology. Vol. 64 Issue 2, p213.2000.
23. Stöber, Joachim; Dette, Dorothea E.; Musch, Jochen. Comparing Continuous and Dichotomous Scoring of the Balanced Inventory of Desirable Responding. Journal of Personality Assessment, Vol. 78 Issue 2, p370-389.2002.
24. Stroessner, Steven J.; Green, Charles W.. Effects of Belief in Free Will or Determinism on Attitudes Toward Punishment and Locus of Control. Journal of Social Psychology. Vol. 130 Issue 6, p789-799.1990.
25. Strong, David R.; Greene, Roger L.; Kordinak, S. Thomas. Taxometric Analysis of Impression Management and Self-Deception in College Student and Personnel Evaluation Settings. Journal of Personality Assessment, Vol. 78 Issue 1, p161-175.2002.
26. Tester, Melissa L.; Gleaves, David H.. Self-Deceptive Enhancement and Family Environment: Possible Protective Factors Against Internalization of the Thin Ideal. Eating Disorders, Vol. 13 Issue 2, p187-199.2005.
27. Von Hippel, W.. Self-serving bias and self-deception. Australian Journal of Psychology, Supplement, Vol. 55, p66-66.2003.
28. Williams, Margaret L.; Podsakoff, Philip M.; Todor, William D.; Huber, Vandra L.; Howell, Jon P.; Dorfman, Peter W.. A preliminary analysis of the construct validity of Kerr & Jermier's Substitutes for Leadership Scales. Journal of Occupational Psychology. Vol. 61 Issue 4, p307-333.1988.