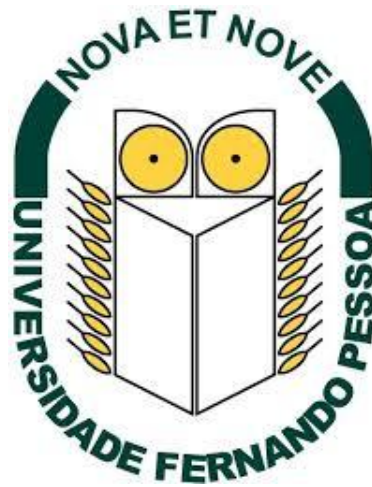


Silvana Fernanda Larouco Gomes

Análise da relação entre as perceções e hábitos de mentira de jovens adultos, a estrutura da personalidade e o contexto socioeconómico

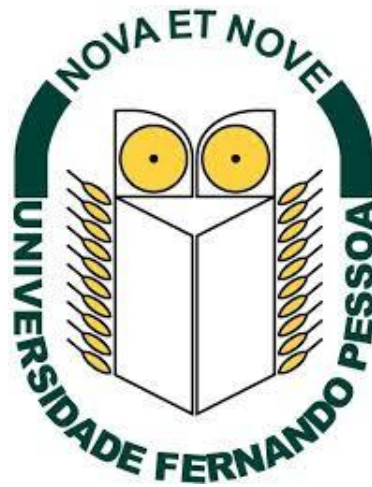


Universidade Fernando Pessoa

Porto, 2015

Silvana Fernanda Larouco Gomes

Análise da relação entre as perceções e hábitos de mentira de jovens adultos, a estrutura da personalidade e o contexto socioeconómico



Universidade Fernando Pessoa

Porto, 2015

Silvana Fernanda Larouco Gomes

Análise da relação entre as perceções e hábitos de mentira de jovens adultos, a estrutura da personalidade e o contexto socioeconómico

Assinatura: Silvana L. G. -es

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Psicologia Jurídica sob orientação da Professora Doutora Sónia Caridade e da Professora Doutora Ana Cristina Neves

Resumo

A presente investigação teve como objetivo principal analisar as perceções e hábitos de mentira numa amostra de 169 jovens adultos, procurando relacioná-los com a sua estrutura da personalidade e com o seu contexto socioeconómico. De uma forma mais específica procurou-se estudar diversas crenças e comportamentos relacionados com a mentira, comparar os mais pertinentes para o estudo entre jovens do sexo masculino e feminino e entre participantes de níveis socioeconómicos distintos. Foi também verificado se existe uma relação entre os comportamentos associados à mentira e os traços da personalidade mais preponderantes na amostra. Para tal, recorreu-se ao Questionário de Avaliação da Mentira, construído para o efeito, a Classificação Social Internacional de Graffar e ainda o NEO-FFI.

De uma forma geral, os resultados demonstraram existir diferenças estatisticamente significativas ao nível do sexo, apontando para uma maior frequência do uso da mentira por parte dos participantes do sexo masculino. Foi também apurada uma relação entre a amabilidade, a conscienciosidade, o neuroticismo e a mentira e ainda entre o nível socioeconómico e os comportamentos associados à mesma, embora num número reduzido de variáveis.

Face aos resultados obtidos, considera-se pertinente dar continuidade ao estudo destas temáticas, contemplando outros aspetos que contribuam para a evolução do conhecimento científico nesta área, ainda pouco investigada.

Palavras-chave: Mentira, Credibilidade, Personalidade, Contexto Socioeconómico

Abstract

This research aimed at analysing the perception and habits of lying of 169 young adults and, subsequently, relate the former to the personality and socioeconomic context of the latter.

Therefore, different beliefs and behaviours associated with the act of lying were studied. The most relevant aspects, within the scope of this project, were then compared between men and women and also between participants from different socioeconomic levels. Furthermore, it was also assessed whether there is a relationship between the behaviours associated with lie and the most prevalent personality traits identified in the sample. We used the Lying Assessment Questionnaire, specially built for this purpose, the Graffar's International Classification for Socioeconomic Status and the NEO-FFI.

Generally, the results have shown that there are significant differences depending on the the sex, pointing to a higher frequency of lying in male participants. Moreover, the existence of a relationship between agreeableness, conscientiousness, neuroticism and the lying habits was identified and, also, between different socioeconomic status and behaviours associated with lying, although in a small number of variables.

Having in mind the results identified in this study, the further analysis of these issues, covering other aspects that might contribute to the evolution of scientific knowledge in this area, which has not stimulated significant academic interest yet, seems not only revelant but of utmost importance.

Keywords: Lie, Credibility, Personality, Socioeconomic context

Agradecimentos

Ao concluir mais uma etapa no meu percurso académico, não poderia deixar de agradecer a todos aqueles que, de alguma forma, me apoiaram e incentivaram para o sucesso desta dissertação.

Em primeiro lugar deixo o meu agradecimento a todos os meus Professores, quer da licenciatura, quer do mestrado, por todos os ensinamentos que me transmitiram. Dirijo um agradecimento especial às minhas orientadoras, incansáveis durante todo o processo que culmina nesta tese: à Professora Doutora Sónia Caridade, muito obrigada por todo o apoio que me deu ao longo deste trabalho, pela disponibilidade que sempre demonstrou e pelas manifestações de encorajamento; à Professora Doutora Ana Cristina Neves, que me acompanha desde 2009, uma das maiores responsáveis pelo meu crescimento académico e pela qual tenho uma grande admiração, deixo o meu profundo agradecimento por todo o apoio ao longo destes anos mas, sobretudo, nos últimos meses. Obrigada a ambas por todo o tempo que dedicaram a esta dissertação, pelas sugestões, pelos comentários, pelos reforços positivos e pela forma exemplar como sempre me orientaram.

Não podia deixar de agradecer aos meus amigos e colegas que sempre estiveram presentes mas, sobretudo, à Débora Santana e à Joana Faias, as minhas “companheiras de tese” e ainda ao Gonçalo Mateus. Muito obrigada pela companhia, pelas conversas, pelo apoio e pela motivação que sempre me transmitiram.

Por último, mas dignos de um agradecimento especial, dirijo a minha profunda gratidão à minha família. À minha Mãe, ao meu Pai, à minha Irmã e ao meu Irmão, muito obrigada pelo apoio incondicional que sempre me deram, pelo interesse demonstrado pelo meu trabalho, por acreditarem nas minhas capacidades mas, sobretudo, por fazerem questão de o mencionar. O vosso apoio, como sempre, teve um papel fundamental.

A todos, muito obrigada.

Índice Geral

Resumo	V
Abstract	VI
Agradecimentos	VII
Índice Geral	VIII
Índice das Figuras	X
Índice das Tabelas	XI
Introdução	1
Capítulo I. - Enquadramento Teórico	3
1. A Mentira	4
1.2. Indicadores comportamentais da mentira	10
1.2.1. Teoria da mente	13
1.3. Diferenças de género na mentira	15
1.4. O desenvolvimento da mentira	16
1.5. Síntese	18
2. A Personalidade	20
2.1. A personalidade e a mentira	22
2.2. O modelo dos cinco fatores	24
2.3. Síntese	27
3. Contextos Socioeconómicos.....	29
3.1. Os contextos socioeconómicos e a mentira	30
3.2. Síntese	33
Capítulo II. – Componente Empírica	35
1. Objetivos	36
2. Método	36
2.1. Amostra	36
2.2. Instrumentos	38
2.3. Procedimentos	41
3. Resultados.....	42
3.1. Caracterização das perceções e hábitos dos jovens adultos face à mentira	42
3.2. Comparação da frequência e dos tipos de mentira entre jovens do sexo masculino e feminino	45
3.3. Caracterização da estrutura da personalidade e a sua relação com a frequência do	

uso da mentira e com os tipos de mentira	45
3.4. Comparação das percepções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos	47
3.5. Relação entre a frequência da mentira, as atitudes dos jovens face à mesma e as suas consequências percebidas	49
4. Discussão dos Resultados	51
5. Conclusão	58
Referências	61
Anexos	72

Índice das Figuras

Imagem 1. Mecanismo de <i>Mindreading</i> (Reis, 2012).....	14
-------------------------------------------------------------	----

Índice das Tabelas

Tabela 1. Taxonomia das mentiras segundo DePaulo et al. (1996)	6
Tabela 2. Dimensões do Modelo dos Cinco Fatores e respectivas facetas (Cloninger, 1996)	27
Tabela 3. Características sociodemográficas da amostra (N=169)	37
Tabela 4. Variáveis contempladas pelo QAM, respetivos itens e consistência interna dos índices compósitos.....	39
Tabela 5. Perceções e hábitos sobre a mentira – resultados médios do QAM (N=169) .	43
Tabela 6. Alvos da mentira (N=163).....	45
Tabela 7. Resultados médios do NEO-FFI (N=169).....	46
Tabela 8. Correlação entre a frequência, os tipos de mentira e a estrutura da personalidade (N=169).....	47
Tabela 9. Distribuição da Classificação Social das Famílias de acordo com a Graffar (N=136)	48
Tabela 10. Teste <i>t</i> para amostras independentes: comparação das perceções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos	49
Tabela 11. Correlação entre a frequência de mentir, as atitudes face à mentira e as suas consequências percebidas (N=169)	50

Introdução

Apesar do estudo sobre a mentira ser já bastante extenso, a maioria dos estudos conduzidos neste âmbito centra-se sobretudo na análise das diferenças individuais como a idade, o sexo e a raça. Um dos aspetos que os estudos apontam é a insuficiente investigação sobre as perceções que se tem sobre a noção de mentira, a frequência do ato de mentir e os seus alvos (Stouthamer-Loeber, 1986).

O estudo dos traços da personalidade aliado à mentira está ainda numa fase muito precoce. De acordo com Kenrick e Funder (1988) e com Dollinger, Leong e Ulicni (1996), alguns estudos indicam que a relação entre os traços da personalidade e os comportamentos prossociais são ainda escassos, não havendo investigação suficiente neste âmbito, carecendo assim de uma maior incidência.

Por último, ao nível dos contextos socioeconómicos, a prevalência da mentira é também muito discutida, na medida em que se associa ao desenvolvimento moral que, por sua vez, poderá estar associado à classe social e cultural dos indivíduos (Miranda & Morais, 1996).

Sabe-se que, para além da componente delinvente associada ao ato de mentir, este comportamento possui também uma componente social (Martins, 2009), sendo assim pertinente estudá-lo no sentido em que, através dos resultados apurados, poder-se-á delinear um conjunto de estratégias de intervenção para que os valores morais possam ser trabalhados e desenvolvidos, sobretudo numa idade mais precoce.

As características, os valores e as expectativas de cada classe social, fazendo especial referência à capacidade económica, às expectativas para o futuro e às suas restrições religiosas e culturais, têm um papel fundamental na construção da identidade das crianças e dos jovens, influenciando o desenvolvimento moral e social e a forma como se relacionam com o mundo (Souza & Araujo, 2012).

De acordo com Miranda e Morais (1996), o posicionamento dos indivíduos surge como consequência da estrutura social onde estão inseridos, bem como das suas relações dentro dessa hierarquia. Assim, será também interessante verificar até que

ponto o desenvolvimento moral, mais especificamente o recurso à mentira, pode estar associado à classe social.

Tendo em conta a reduzida investigação existente que contemple estes três grandes temas - a mentira, a personalidade e os contextos socioeconómicos - este estudo quantitativo tem como objetivo geral analisar as perceções e hábitos de mentira de jovens adultos e procurar possíveis relações com a sua estrutura da personalidade e com o seu contexto socioeconómico.

Para isso, sentiu-se a necessidade de construir um questionário que avaliasse as perceções e hábitos sobre a mentira, que contemplasse diversas variáveis com interesse para a investigação – Questionário de Avaliação da Mentira. Foi também administrado um questionário sociodemográfico, a Classificação Social Internacional de Graffar, de forma a aferir o nível socioeconómico dos participantes, e ainda o NEO-FFI, usado para aceder às cinco dimensões da personalidade.

Esta dissertação é composta por dois grandes capítulos: no primeiro é abordada a componente teórica associada à mentira, à personalidade e aos contextos socioeconómicos e no segundo é apresentada a parte empírica onde constam os objetivos gerais e específicos, o método e os resultados, terminando na discussão dos resultados e na conclusão onde são apresentadas as limitações do estudo e sugestões para investigações futuras.

Capítulo I. - Enquadramento

Teórico

1. A Mentira

A mentira é um tema que tem vindo a ser estudado há largos anos, daí a importância deste conceito. Tem sido definido como sendo um ato que envolve pelo menos duas pessoas, podendo ser usada a comunicação verbal, escrita e ainda as omissões, com o intuito de levar o alvo a acreditar em algo que não é verdadeiro (The Global Deception Research Team, 2006). Outros autores (Ekman, 1997; Ekman, 2001; Mitchell's, 1986, citados por The Global Deception Research Team, 2006) consideram que se trata de uma falsificação deliberada, sem notificação do alvo da intenção de mentir e com benefício para o comunicador.

O interesse pelo estudo da mentira é transversal a muitas disciplinas e culturas. Desta forma, também as perspetivas que existem sobre este assunto são muito variadas, sendo possível encontrar múltiplas definições, como uma ameaça para a moral da sociedade (Book, 1978, citado por DePaulo, Kashy, Kirkendol, & Wyer, 1996), uma competência social (DePaulo & Jordan, 1982, citados por DePaulo et al., 1996) e ainda como um preditor dos maus resultados da vida (Stouthamer-Loeber, 1986, citado por DePaulo et al., 1996).

Um trabalho conduzido por Pope e Forsyth (1986, citados por Phillips, Meek, & Vendemia, 2010) demonstrou que poderão existir quatro dimensões associadas à mentira: intenção, propósito, responsabilidade e consequências podendo, assim, ser definida como sendo um construto multidimensional. Identificam-lhe, ainda, cinco características: a) a mentira é pessoal, na medida em que há sempre um autor, o que permite distinguir a mentira dos boatos; b) a mentira é intencional, pois depende da vontade do emissor; ninguém mente sem vontade; o engano ou a confusão não são considerados mentiras; c) a mentira é verbal, consistindo na enunciação de expressões linguísticas (não existe mentira se não houver exercício verbal, oral ou escrito); d) a mentira é temporal, podendo ser datada; e) e, por último, a mentira é social, na medida em que se dirige para os outros (Falkenberg, 1982, citado por Silva-Joaquim, 1991).

Para que possamos estar perante uma mentira é necessário que o emissor não acredite no que está a dizer, no entanto, esta não é a única premissa. É também necessário que tenha, efetivamente, a intenção de enganar, condição *standard* definida

pelos filósofos (Augustine, 1952; Bok, 1978; Kupfer, 1982; Mahon, 2008; Williams, 2002). Por outro lado, é também sugerido que a intenção de enganar não é necessariamente uma condição para que algo seja considerado falso. É o caso das “*bald-faced lies*”, caracterizadas pela ausência desta intenção em que, à partida, quer o emissor quer o recetor, sabem de que se trata de uma mentira. A ilustrar este tipo de mentira estão os testemunhos em tribunal: caso não haja provas suficientes para incriminar o arguido, este recorre às “*bald-faced lies*” dizendo-se inocente, apesar de todos saberem que é culpado, ou seja, pode não ter necessariamente intenções que acreditem efetivamente nele, no entanto, não existem provas que, de facto, o incriminem (Carson, 2006; Sorensen, 2007).

Com esta tipologia de mentiras conclui-se que a sua definição *standard* não se adequa a todo o tipo de situações. Um outro exemplo usado para ilustrar as contradições que existem relativamente à sua definição tradicional é quando uma pessoa diz algo só para que o alvo julgue que ela acredita, realmente, no que está a dizer (e.g., quando uma criança diz aos pais que o Pai Natal lhe trouxe um presente com o intuito que eles pensem que ela ainda acredita no Pai Natal). Nestes casos, quer o emissor, quer o recetor, sabem que é uma declaração falsa e, simultaneamente, o emissor tem consciência de que o recetor sabe que se trata de uma mentira logo, não existe uma intenção de enganar, propriamente. Assim, é também apresentada uma definição alternativa em que algo só é considerado mentira se, e só se, o emissor acreditar piamente na falsidade das suas declarações e que tenha, efetivamente, intenção de enganar o alvo em relação ao conteúdo da mentira ou em relação à sua opinião sobre o assunto em questão (Mahon, 2008). Esta definição não está, contudo, isenta de críticas. A este respeito, Wayne Davis (1999) apresenta o exemplo da proclamação da inocência por parte de um arguido, quando existem provas que o incriminam, para contestar esta definição. Nestas circunstâncias, o arguido pode acreditar que é, realmente, inocente não se verificando assim a premissa de que só se trata de uma mentira se se acreditar que o que se diz é falso.

Mentir faz parte do quotidiano das pessoas e está presente nas interações sociais. De acordo com DePaulo e Kashy (1998), em média, um indivíduo conta uma mentira a cada três interações sociais e, segundo Hancock (2007, citado por Sprecher, Wenzel, & Harvey, 2008), a mentira está presente em 14% dos *e-mails*, em 27% das conversações

frente a frente e em 37% dos telefonemas. No entanto a maioria das mentiras são “*white lies*”, ou seja, com poucas ou nenhuma consequência para o próprio ou para terceiros, o que leva a que 70% das pessoas admitam que recorrerão à mentira mais vezes (DePaulo et al., 1996). Gozna, Vrij e Bull (2001) defendem que a frequência das mentiras depende da situação em que o diálogo ocorre e das diferenças individuais do emissor e do receptor.

DePaulo e colaboradores têm-se debruçado sobre esta temática, e desde 1996 têm desenvolvido uma série de estudos sobre a mesma, levando-os a criar uma taxonomia da mentira, com quatro dimensões (cf. Tabela 1):

Tabela 1

Taxonomia das mentiras segundo DePaulo et al. (1996)

Mentira	Definição
Conteúdo (questões sobre as quais as pessoas mentem com mais frequência)	
Sentimentos	Mentiras acerca de emoções, opiniões e avaliações relacionadas com pessoas, objetos ou eventos. E.g., “Disse-lhe que o bolo dela era o melhor”.
Realizações e conhecimento	Mentiras sobre conquistas ou realizações, fracassos, conhecimento ou falta dele. E.g., “Disse-lhe que tive uma boa nota no exame, mas não foi o que aconteceu”.
Ações; planos; paradeiros	Mentiras sobre o que se fez, o que se está a fazer ou o que se pretende fazer, ou sobre onde se está ou esteve. E.g., “Disse-lhe que fui ao cinema mas não fui”.

Tabela 1

Taxonomia das mentiras segundo DePaulo et al. (1996) (continuação)

Explicações; razões	Mentiras sobre explicações ou razões para o comportamento do emissor. E.g., “Disse-lhe que não posso ir porque tenho de trabalhar”
Factos; propriedades	Mentiras relativas a factos, eventos ou propriedades do emissor. E.g., “Disse-lhe que a minha família é rica”.
Razão (motivações para o uso da mentira - usualmente denominada “tipos de mentira”)	
Orientada para o próprio	Mentiras com o intuito de proteger o emissor ou para retirar vantagens de algo. Podem ter como objetivo uma proteção psicológica (evitar emoções negativas, situações embaraçosas, conflitos) ou para ganhos pessoais (causar boa impressão, evitar castigos físicos, evitar fazer algo que não se quer e evitar ser incomodado). E.g., “Disse-lhe que ainda gostamos um do outro quando, na verdade, não sei se ainda gosta de mim” (proteção psicológica). E.g., “Dei-lhe um número errado porque não quero falar mais com ele” (ganhos pessoais).
Orientada para o outro	Mentiras com o intuito de proteger outra pessoa, quer os seus interesses, quer a nível psicológico. Tem como objetivo a proteção psicológica ou ganhos para o outro (com as mesmas especificações da mentira orientada para o próprio sendo, neste caso, para outros). E.g., “Disse-lhe que ela parecia estar melhor” (proteção psicológica). E.g., “Cobrei mais dinheiro pelo produto para a empresa ter mais lucro” (ganhos para o outro).
Tipologia (forma como as mentiras são ditas)	
Totalmente mentira	Mentiras nas quais toda a informação é falsa. E.g., “Disse aos meus pais que não bebi nada na festa”.
Exagero	Mentiras nas quais os factos são exacerbados ou que ultrapassam a verdade. E.g., “Estou muito arrependido por ter chegado atrasado”.

Tabela 1

Taxonomia das mentiras segundo DePaulo et al. (1996) (continuação)

Subtileza	Mentir através da omissão de detalhes relevantes. Inclui também as mentiras não verbais. E.g., “Discutimos sobre este novo filme mas, na verdade, não o vi, só li as críticas no jornal”.
Referência (a quem mais referência se faz)	
Emissor	A mentira refere-se a algo sobre o emissor, como algo que fez ou sentiu. E.g., “Disse-lhe que estudei em Oxford”.
Alvo	Mentiras que se destinam a algo sobre o recetor. E.g., “Disse-lhe que a roupa lhe ficava muito bem”.
Outra pessoa	Mentiras acerca de outra pessoa, para além do emissor e do alvo. E.g., “Disse-lhe que o meu amigo gostou da festa mas, na verdade, não gostou”.
Objeto/evento	Mentiras sobre um objeto, um evento ou um local. E.g., “Disse-lhe que também quero comprar aquele telemóvel mas, na verdade, não gosto dele”.

Como se verifica na Tabela 1 e segundo DePaulo, Ansfield e Bell (1996), as mentiras foram divididas em orientadas para o próprio, às quais as pessoas mais recorrem, e as orientadas para o outro. No entanto, há uma terceira categoria que é também mencionada por DePaulo e colaboradores (1996), e que se trata das mentiras altruístas cujo propósito é a proteção de uma terceira pessoa (e.g. “ele não fez isso porque esteve comigo todo o dia”), no entanto podem ser inseridas na categoria das mentiras orientadas para o outro (DePaulo & Kashy, 1998; Ennis, Vrij, & Chance, 2008; Vrij, 2000).

Em 1998, DePaulo e Kashy examinaram a frequência dos tipos de mentira entre amigos e estranhos tendo verificado um maior número de mentiras nas relações casuais, quando comparadas com as relações mais próximas, conclusão corroborada por Ennis e

colaboradores (2008). Estes últimos autores verificaram que se mente mais a pessoas estranhas recorrendo, mais especificamente, a mentiras orientadas para o próprio.

Quando o intuito é o benefício do próprio, a mentira é, muitas vezes, considerada um ato egoísta, levando a crer que tem como objetivo a obtenção de algo positivo como um trabalho, uma promoção no emprego ou boas notas na escola sendo, assim, usada para retirar proveito pessoal, nomeadamente ao nível do afeto, autoestima e autoconfiança, em detrimento de aspetos materiais (Lippard, 1988; Metts, 1989). Também segundo Lippard (1988) e Metts (1989) são usadas para evitar tensões e conflitos, bem como para minimizar sentimentos negativos. De acordo com DePaulo e colaboradores (1996), as pessoas tendem a mentir mais sobre os seus sentimentos, preferências e opiniões de forma a que os outros elaborem uma perceção mais positiva em relação a elas.

Sob o ponto de vista social, a mentira é frequentemente mais usada para gerir/moldar impressões e interações sociais. De acordo com Goffman (1959) os indivíduos têm a necessidade de se apresentar aos outros como pessoas aceitáveis, sendo possível adotar estratégias para transmitir essa perceção. Na nossa cultura este ato é condenável e pode dar origem a diversas consequências. De acordo com DePaulo e colaboradores (1996), as interações sociais onde existam mentiras diferem das outras, de uma forma negativa: as pessoas mostram mais reticências em relação a modos mais diretos de interação social quando dizem mentiras, tendendo a fazer uso do telemóvel, por exemplo, em detrimento de uma interação pessoal. São ainda influenciadas pelo *stress* sentido pela pessoa que mente, quando mente. Contudo, não deixa de ser um evento presente no quotidiano dos indivíduos.

Estes autores pediram a dois grupos distintos, um composto por 77 estudantes universitários e outro por 70 pessoas da comunidade, que registassem todas as suas mentiras. Concluíram que o primeiro grupo recorreu à mentira uma em cada três interações sociais e o segundo demonstrou usá-la uma em cada cinco vezes. Relativamente ao género não encontraram diferenças significativas e foram registadas mais mentiras centradas no próprio (75%), sobretudo para evitar constrangimentos, desaprovação e conflitos. Os restantes 25% são relativos a mentiras orientadas para o outro, sobretudo altruístas, ou seja, dentro destas, verificou-se uma prevalência de

mentiras com vista a conseguir a proteção psicológica de terceiros. Foi ainda possível concluir que os participantes do estudo com mais características associadas à manipulação e à irresponsabilidade foram os que mentiram mais (DePaulo et al., 1996).

Também de acordo com Gneezy (2005) as pessoas mentem mais consoante o proveito que retirem da mentira. Schweitzer e Hsee (2002) defendem que existe uma tendência para justificar mais facilmente o ato de mentir quando terceiros beneficiam desse comportamento. Seguindo este argumento, também Wiltermuth (2011, citado por Conrads, Irlenbusch, Rilke, & Walkowitz, 2012) acredita que as mentiras tendem a ser melhor justificadas se ambas as partes, emissor e recetor, beneficiarem das mesmas. De acordo com os resultados de um estudo elaborado por Conrads e colaboradores (2012), onde foi comparada a prevalência de dois tipos de justificações para a mentira – ganhos individuais e ganhos coletivos – apresentadas por 554 participantes, a mentira está mais presente quando representa ganhos coletivos.

1.2. Indicadores comportamentais da mentira.

Durante os últimos anos tem sido dada uma grande importância ao fenómeno da mentira. Mentir é, provavelmente, um comportamento muito mais prevalente do que inicialmente se acreditava e pode ser manifestado de diferentes formas. Como já referido, está presente no quotidiano de todos os indivíduos sendo comum nas relações sociais mas também em situações mais sérias como os inquéritos policiais ou os tribunais (Vrij, 2000).

As abordagens teóricas que sustentam este comportamento centram-se na análise das emoções, na complexidade dos conteúdos e nos processos de tentativa de controlo (DePaulo, Stone, & Lassiter, 1985, citados por Isenberg, 2011; Vrij, 2000). A abordagem emocional afirma que o medo, a culpa e o entusiasmo estão associados ao uso da mentira (Köhnken, 1989, citado por Isenberg, 2011). Os mentirosos tendem a sentir diferentes emoções quando estão a mentir, emoções essas que variam com o tipo de mentira, com a personalidade, com a situação envolvente e com as pessoas envolvidas (e.g., quando as mulheres interagem com outras mulheres não se comportam da mesma forma como os homens se comportam com outros homens; do mesmo modo,

também as interações são diferentes quando os intervenientes são do sexo oposto) (Kashy & DePaulo, 1996; Isenberg, 2011).

Assim como as mentiras influenciam as emoções, também as emoções influenciam o comportamento naquela situação. A título de exemplo, a culpa pode levar a um evitamento do olhar, o medo e o entusiasmo podem dar origem a sinais de *stress* levando a um maior movimento corporal, hesitações no discurso e, por vezes, a uma voz mais aguda (Ekman, 1992; Vrij, 2000). Estas emoções podem surgir no seguimento do medo relativamente às consequências deste comportamento (Ekman, 1992).

A abordagem relativa à complexidade do conteúdo diz respeito ao esforço mental necessário para que a mentira tenha sucesso (Burgoon, Kelly, Newton, & Keely-Dyreson, 1989; Goldman-Eisler, 1968; Köhnken, 1989, citados por Isenberg, 2011; Ekman & Friesen, 1974). Para que a mentira seja bem sucedida, o conteúdo deve ser plausível e espontâneo. É usual que o discurso se torne mais lento quando se trata de uma mentira, se esta não for previamente delineada, requerendo assim um maior esforço cognitivo e levando a que a atenção dada ao comportamento não verbal seja inferior, resultando em rigidez corporal, por exemplo. Nesta abordagem é também possível verificar-se evitamento do contacto visual pois pode constituir uma fonte de distração (Vrij, 2000). Porém, estas conclusões não são consensuais, daí a dificuldade envolta na correta caracterização dos comportamentos associados à mentira e, conseqüentemente, na sua deteção.

Por último, a abordagem da tentativa de controlo defende que quem mente tenta minimizar as influências das duas abordagens anteriormente descritas (DePaulo & Kirkendol, 1989, citados por Isenberg, 2011; DePaulo, 1992; Ekman, 1989). É possível controlar o comportamento quando se está a tentar passar uma impressão aos outros, mas somente até um certo ponto sendo que, apesar do esforço, as alterações ao nível do comportamento podem ser, de facto, visíveis.

A necessidade de se encontrar técnicas para detetar as mentiras tem estado na origem de várias investigações sobre os comportamentos associados a estas (Ekman, 1988), cujos estudos contemplam indicadores atuais e indicadores de perceção da mentira (DePaulo et al., 1985; Zuckerman, DePaulo, & Rosenthal, 1981, citados por

Isenberg, 2011; Vrij, Semin, & Bull, 1996). Dentro dos indicadores atuais inserem-se os comportamentos não verbais que foram identificados como estando associados ao uso da mentira enquanto que os indicadores de percepção da mentira são comportamentos, também não verbais, que se acredita estarem associados à mentira não havendo, porém, certezas (Vrij et al. 1996).

São diversos os aspetos que podem estar associados à mentira. Dentro dos indicadores verbais destacam-se as declarações negativas, as respostas plausíveis, a informação irrelevante, as declarações generalizadas, as autoreferências, as respostas diretas e a lentidão nas respostas. No que concerne aos indicadores não verbais, dentro dos vocais inserem-se as hesitações e erros no discurso, a voz aguda, o aumento da velocidade do discurso, o período de latência, a duração e a frequência das pausas. Por sua vez, os indicadores não vocais relacionam-se com a tendência de olhar, ou não, para a pessoa que se está a enganar, o aumento de piscar de olhos e do sorriso, as auto-manipulações, o aumento da gesticulação e dos movimentos dos membros (mãos, dedos, pernas, pés, cabeça), as mudanças de posição frequentes ou, por outro lado, a rigidez corporal, como referido. Vários autores (e.g., DePaulo et al., 2003; Hartwig & Bond, 2011; Vrij, 2000), defendem que os mentirosos diminuem os seus movimentos e tentam encobrir as emoções para esconder o nervosismo, contudo esse comportamento controlado pode parecer planeado e ensaiado, originando ainda mais indicadores de mentira.

Trankell (1963, citado por Feraud, 2000), propôs que a investigação psicológica sobre as testemunhas deve demonstrar que os depoimentos verdadeiros devem diferir dos falsos de acordo com os critérios da realidade e da sequência. De acordo com o primeiro critério, as declarações verdadeiras têm mais detalhes, mais informação irrelevante e mais informação emocional; o critério da sequência defende que quando um indivíduo conta um acontecimento diversas vezes, origina-se uma série de alterações nos detalhes periféricos, razoáveis sob o ponto de vista do funcionamento da memória e indicadoras da veracidade do relato.

A Psicologia tem vindo a estudar a mentira e a sua deteção tendo por base a observação da alteração do comportamento. Uma mentira envolve um comportamento deliberado e consciente, no entanto esse esforço pode deixar algum vestígio ou sinal a

ser descoberto (Frank, Menasco, & O'Sullivan, 2008). Há que ter em atenção que nenhum comportamento é indicador de mentira em absoluto, existindo sempre a necessidade de contextualizar os mesmos, até porque não há comportamentos humanos universais. Os aspetos a ter em maior consideração e serem tomados como indícios de um testemunho falso são os que ocorrem com maior ou menor frequência quando uma pessoa mente, comparando com um testemunho verdadeiro da mesma (Quinta, 2008).

Não obstante todos os indicadores existentes, uns mais notórios do que outros, é fundamental que os recetores das mentiras tenham a capacidade de os identificar e interpretar.

1.2.1. Teoria da mente.

A Teoria da Mente (ToM) consiste na capacidade de inferir sobre o estado mental dos outros (e.g., crenças, intenções, desejos), produzindo um conhecimento acerca das motivações que levam os indivíduos a ter determinados comportamentos e que atitudes poderão vir a adotar (Goldman, 2012; Premack & Woodruff, 1978, citados por Reis, 2012). Trata-se de uma capacidade que torna os indivíduos socialmente inteligentes e que os leva a terem mais sucesso no raciocínio sobre as motivações e as crenças dos outros. Em suma, trata-se da capacidade de refletir sobre o que os outros pensam ou sentem, estando essa capacidade dependente da introspeção que fazemos de nós próprios (Premack & Woodruff, 1978, citados por Reis, 2012).

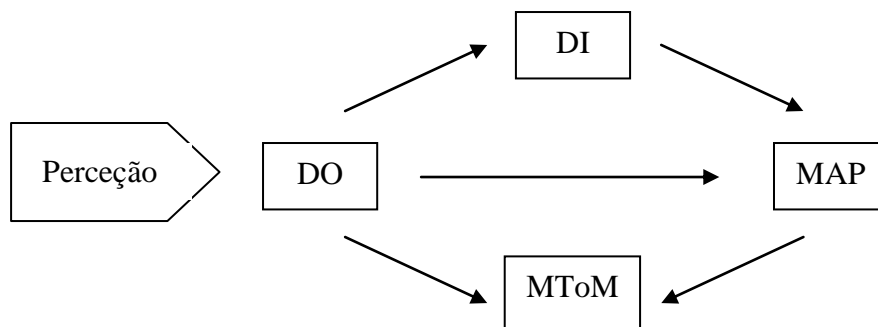
Esta teoria está na base do processo de *Mindreading*, cuja descrição assenta na ideia de que se trata de uma ação automática, frequente, quase inconsciente e para a qual não é requerido esforço (Baron-Cohen, 1995, citado por Reis, 2012). De facto, sempre que se pensa acerca de planos, opiniões, desejos e pensamentos dos outros, está-se a atribuir estados mentais e a procurar alguma coerência nesses mesmos estados.

O *Mindreading* explica de que forma a Teoria da Mente alcança o seu propósito. Baron-Cohen (1995, citado por Reis, 2012) propôs o Modelo de Mecanismo de *Mindreading* comporta quatro componentes inatas que, juntas, explicam esta capacidade humana (cf. Imagem 1):

- a) detetor do olhar (DO): responsável pela detecção da presença e direção do olhar e consequente interpretação do olhar de alguém que está, efetivamente, a ver (e.g., O João vê a porta);
- b) detetor da intencionalidade (DI): responsável por interpretar estados mentais primitivos como os desejos ou os objetivos (e.g., O João quer sair da sala);
- c) mecanismo de atenção partilhada (MAP): recebe a informação das duas primeiras componentes e cria a relação entre o “eu”, o “outro” e os objetos (e.g., O João vê que eu vejo a porta?);
- d) mecanismo da Teoria da Mente (MToM): responsável pela junção de toda a informação proveniente da atenção, do desejo, da intenção e das crenças e relacioná-la com o comportamento humano, conduzindo assim à capacidade de o prever e manipular.

Imagem 1

Mecanismo de Mindreading (Reis, 2012)



Assim, a mentira, a Teoria da Mente e o processo de *Mindreading* parecem estar relacionados na medida em que conhecer o estado mental do indivíduo constitui uma vantagem no processo do uso da mentira. Desta forma, é mais fácil saber que comportamento se deve adotar para que os outros acreditem nas nossas versões. De facto, se mentir contempla a manipulação, a Teoria da Mente é necessária para fazê-lo com sucesso (Reis, 2012).

1.3. Diferenças de gênero na mentira.

Nas culturas ocidentais, as mulheres são consideradas “especialistas emocionais” (DePaulo et al., 1996), fornecem mais suporte emocional aos outros e demonstram mais os seus sentimentos (Dindin & Allen, 1992). Em consequência, o seu comportamento não verbal acompanha esta tendência levando a uma maior frequência de sorrisos, de contatos visuais, de toques e de expressões faciais (DePaulo, 1992).

De acordo com DePaulo e Bell (1993, citados por DePaulo et al., 1996), as mulheres apresentam uma maior taxa do uso da mentira quando se trata de dar opiniões. No entanto, DePaulo, Epstein e Wyer (1993, citados por DePaulo et al., 1996), sugerem que uma das formas usadas pelo sexo feminino para aumentar a proximidade nas relações é recorrendo à mentira, sendo mais frequentes as mentiras altruístas não havendo, porém, consenso em relação a esta conclusão. Note-se que as mulheres, em comparação com os homens, tendem para uma maior valorização das relações interpessoais (e amorosas), as quais ocupam um papel central no seu autoconceito (Broidy & Agnew, 1997).

No estudo de DePaulo e colaboradores (1996) já referenciado, onde foi comparada a prevalência do tipo de mentira em estudantes universitários e em pessoas da comunidade, concluíram que as mulheres recorrem menos às mentiras orientadas para o próprio, quando comparadas com os homens, e mais a mentiras orientadas para o outro/altruístas. Verificaram também que as mentiras orientadas para o próprio tiveram como principal alvo os homens e que estes têm como alvo as mulheres quando recorrem a mentiras orientadas para o outro.

De acordo com Dreber e Johannesson (2008) os homens têm tendência a mentir mais, contudo, em 2012, Childs defendeu que não existem diferenças significativas. O autor justificou a possível existência de diferenças encontradas em outros estudos com a cultura, com os valores sociais e com as recompensas. Se uma recompensa monetária significativa estiver envolvida, as mulheres mentem mais do que os homens. Por outro lado, se a recompensa for um baixo valor monetário, o sexo feminino aparenta ter uma maior aversão ao uso da mentira (Gylfason, Arnardottir, & Kristinsson, 2012). Contudo, os resultados propostos por Gylfason et al. (2012), que estudaram o comportamento de

84 homens e 100 mulheres, sugerem que não há diferenças significativas entre o sexo masculino e o feminino, independentemente da recompensa monetária ou da cultura. Assim propõem analisar os traços da personalidade como constituindo um dos fatores determinantes para um comportamento menos ético.

No que concerne ao tipo de mentira mais utilizado por ambos os géneros, Phillips e colaboradores (2010), que estudaram 200 homens e 80 mulheres concluíram que os indivíduos do sexo masculino recorrem mais a mentiras orientadas para o próprio e que possuam uma componente manipuladora, com a qual consigam desencadear impressões positivas nos outros. Ao nível das mentiras para evitar conflitos ou para defender terceiros não encontraram diferenças significativas.

1.4. O desenvolvimento da mentira.

Acreditando que a mentira é voluntária e intencional (Derrida, 1996) pensou-se que as crianças não seriam capazes de mentir, antes de terem capacidade de agirem intencionalmente (Piaget, 1932). No entanto, Stott (2005) concluiu que a mentira surge nos primeiros anos de vida, associada ao desenvolvimento da linguagem, da capacidade de expressão e de imitação do adulto, ainda sem saberem se se trata de um comportamento correto ou não (Perner, 1997), pelo facto de ainda não possuírem o desenvolvimento moral capaz de determinar se mentir é certo ou errado (Martins, 2009).

A moralidade evolui ao longo da vida, tendo um grande desenvolvimento na passagem da infância para a adolescência (Colby & Kohlberg, 1987, citados por Ravella, 2010). Para crianças dos dois aos quatro anos as mentiras servem para evitar punições, sendo que aos quatro anos são já capazes de perceber as diferenças entre a verdade e a mentira, o certo e o errado (Scott, 2005). Aos cinco anos percebem o carácter imoral da mentira e, aos sete anos, já estão cientes da existência de consequências, recorrendo ao engano de uma forma intencional, para retirarem vantagens sobre algo (Perner, 1997). Entre os nove e os 12 anos são cognitivamente capazes de mentir, antecipando que os outros poderão acreditar neles. Têm consciência de que é um comportamento incorreto, pouco aceite socialmente, mas útil (Scott, 2005). Aos 14 anos continuam a perceber a mentira como algo incorreto, mas necessário em

determinadas situações e, a partir dos 16 anos, usam-na essencialmente para serem aceites pelos pares (Sprinthall & Collins, 2003, citados por Martins, Martins, & Carvalho, 2011). Aos 20 anos, na entrada para a vida adulta, vêem a mentira com algum repúdio, tendo em conta que têm já um maior respeito pelos valores da sociedade.

Uma das condições para a moral humana é a empatia que consiste na capacidade de perceber o estado emocional dos outros, permitindo-nos identificar as suas emoções levando-nos, depois, a agir para benefício dos outros. De acordo com a empatia emocional, quanto maior a proximidade, maior será a empatia, ou seja, adotamos mais comportamentos que beneficiem familiares ou outros sujeitos dentro do grupo de pertença. A empatia cognitiva, que pressupõe a existência da emocional, trata-se da capacidade de avaliar o que está na base das emoções dos outros (Lencastre, 2011).

Os comportamentos empáticos são muito precoces e as emoções empáticas constituem uma das bases para compreender a preocupação com os outros (Goldman, 1999; Montagner, 1993, 1998, citados por Lencastre, 2011). A empatia aliada ao altruísmo e à cooperação constituem um conjunto de fatores que promovem a sobrevivência individual e do grupo (Boyd & Richerson, 2009), sendo considerado um fenómeno familiar e intra-grupal. Desta forma, os indivíduos têm a tendência para tratar melhor as pessoas do seu próprio grupo, comportamento que deriva da construção da moralidade grupal (Lencastre, 2011).

Apesar das vantagens que as mentiras podem trazer para os outros, quando as relações são sustentadas por sentimentos empáticos, Immanuel Kant (1959 [1785], citado por Fallis, 2010) argumentou que mentir é sempre reprovável. Segundo ele, pode-se determinar se temos o dever, ou não, de agir de uma determinada forma, ou seja, se existisse a regra de mentir sempre que fosse necessário, ninguém confiaria em ninguém não havendo, por isso, legitimidade para justificar o uso da mentira, mesmo quando tem o intuito de beneficiar alguém.

1.5. Síntese.

A análise da literatura da especialidade sobre a mentira permitiu-nos, desde logo, perceber que não existe uma definição concreta de mentira. Contudo, parece prevalecer algum consenso no que respeita a tratar-se de um evento que envolve pelo menos duas pessoas e que se trata de um comportamento social, dependente de diversos fatores como a situação e a personalidade dos intervenientes (DePaulo & Jordan, 1982, citados por DePaulo et al., 1996; The Global Deception Research Team, 2006).

A mentira tem sido descrita como apresentando cinco características: pessoal, intencional, verbal, temporal e social (Falkenberg, 1982, citado por Silva-Joaquim, 1991). A intencionalidade está, contudo, envolta em alguma polémica, nomeadamente aquilo que tem sido designado como “*bald faced lies*”, caracterizadas pela ausência da intenção de mentir (Carson, 2006; Sorensen, 2007). As mentiras são ainda caracterizadas pela sua taxonomia, através da qual é possível defini-las tendo em conta quatro dimensões: o conteúdo, a razão, a tipologia e a referência (DePaulo et al., 1996).

No que concerne aos estudos desenvolvidos sobre esta temática foi possível concluir que o tipo de mentira mais frequente é a orientada para o próprio (DePaulo, Ansfield, & Bell, 1996), sobretudo quando se pretende elevar a autoestima, proteger emoções e evitar conflitos. A investigação é também unânime relativamente a uma maior frequência das mentiras direcionadas a estranhos, quando comparado com as pessoas mais próximas (DePaulo & Kashy, 1998; Ennis et al., 2008).

São diversos os comportamentos associados à mentira, podendo inserir-se nos indicadores verbais ou não verbais (Vrij, 2000). Apesar da existência de um grande número de estudos associados à deteção, não é possível apontar um único comportamento como sendo indicador absoluto da mentira, havendo sempre a necessidade de os contextualizar e comparar, daí a deteção ser uma tarefa complexa. Para além disso, não há comportamentos humanos universais.

A literatura documenta ainda uma ligação entre mentira, a Teoria da Mente e o *Mindreading* no sentido em que compreender o estado da mente facilita o processo do

uso da mentira, levando a um conhecimento do comportamento a adotar para que a mentira tenha sucesso.

No que concerne às diferenças de género, as evidências científicas documentam que estas diferenças dependem do tipo de mentira utilizado e dos seus alvos. As mulheres parecem recorrer sobretudo às mentiras orientadas para o outro, mais especificamente altruístas (DePaulo et al., 1996), para aumentar a proximidade nas relações (DePaulo et al., 1993, citados por DePaulo et al., 1996). Quando optam por mentiras orientadas para o próprio, os principais alvos são geralmente os homens. Estes, por sua vez, recorrem mais frequentemente a mentiras orientadas para o próprio de forma a causar boa impressão contudo, quando o alvo são as mulheres, tendem a usar a mentira orientada para o outro, como forma de proteção (DePaulo et al., 1996).

Conhece-se ainda que a mentira está relacionada com o desenvolvimento moral dos indivíduos. Ao longo da vida passamos por diversos estágios de desenvolvimento (Colby & Kohlberg, 1987, citados por Ravella, 2010), cada um com as suas especificidades mas onde, em todos, a mentira está presente de forma mais ou menos consciente. Uma das condições da moral humana é a empatia que também sofre um desenvolvimento, apesar de ser um comportamento precoce. Tem sido defendido que existe uma maior empatia pelos indivíduos do grupo de pertença, para os quais a frequência do uso da mentira, enquanto alvos, é menor (Lencastre, 2011).

Independentemente de qualquer justificação para o uso da mentira, Kant (1959 [1785], citado por Fallis, 2010) defende que mentir é sempre reprovável e que somos dotados da capacidade de escolha entre mentir, ou não. Se a mentira fosse desprovida de uma conotação negativa, ninguém confiaria em ninguém pois tratar-se-ia de um comportamento muito mais banalizado.

Por fim, há autores (e.g., Gylfason et al., 2012) que apelam ao estudo dos traços de personalidade para, desta forma, melhor compreender o recurso à mentira, motivo pelo qual nos dedicamos a esta no próximo tópico.

2. A Personalidade

Os traços da personalidade podem ser definidos como um conjunto de padrões de pensamentos, comportamentos e sentimentos, estáveis e constantes no tempo. Desta forma, para compreender a personalidade é necessário que se compreendam os traços que a constituem (Lima & Simões, 2000).

Recentemente tem surgido um interesse notório no estudo da personalidade o que tem também originado alguns problemas nomeadamente ao nível da nomenclatura das suas variáveis, pois cada estudo que surge tende a utilizar termos novos, apesar de os existentes serem já todos muito similares (Rothbart, 1999, citado por Rothbart, Evans, & Ahadi, 2000). Como tal, têm também surgido inúmeras definições de personalidade ao longo dos anos. O primeiro manual sobre Psicologia da Personalidade continha no mínimo 50 (Allport, 1937, citado por Costa, Yang, & McCrae, 1998), no entanto, apesar do número elevado de definições o seu estudo tem pontos em comum nomeadamente sobre a sua estrutura, se pode ou não ser estudada, como se desenvolve e se é passível de alterações ao longo do tempo. Um outro aspeto comum em diversas caracterizações é a existência de traços da personalidade que refletem toda a componente emocional e comportamental.

Todos esses traços podem ser compreendidos em cinco domínios - neuroticismo, extroversão, abertura à experiência, conscienciosidade e amabilidade (McCrae & John, 1992, citados por Costa, Yang, & McCrae, 1998), dando origem ao Modelo dos Cinco Fatores (Big Five), amplamente estudado sobretudo a partir dos anos 80. Tem a vantagem de poder ser aplicado a diversos contextos e a diferentes populações, como se irá desenvolver no próximo ponto deste trabalho (Costa, McCrae, & Dye, 1991, citados por Costa et al., 1998).

Apesar das vantagens do Modelo dos Cinco Fatores também lhe foram apresentadas críticas nomeadamente pelo facto de haver uma falta de elementos básicos para que seja considerada uma teoria científica (Lima & Simões, 2000). De forma a colmatar este aspeto, McCrae e Costa (1996) descreveram os constituintes básicos e universais de grande parte das teorias da personalidade tendo chegado às tendências básicas, adaptações características, autoconceito, biografia objetiva e influências

externas. As tendências básicas remetem para as capacidades fundamentais, hereditárias ou não, que funcionam como a orientação básica das pessoas. As adaptações características são manifestações concretas das tendências básicas, ou seja, os hábitos e comportamentos que se vão adquirindo e que resultam da interação com a sociedade. Por sua vez, o autoconceito pode ser considerado como uma adaptação característica mais relevante e que emerge no comportamento dos indivíduos. A biografia objetiva remete para a totalidade dos sentimentos, pensamentos e comportamentos, desde o início até ao fim da vida e, por último, as influências externas são as circunstâncias às quais as pessoas estão sujeitas e que moldam os seus comportamentos (Lima & Simões, 2000).

Os traços da personalidade desenvolvem-se e atingem a maturidade na idade adulta, ficando depois estáveis. McCrae e Costa (1996) crêm que essa estabilidade seja atingida aos 30 anos. Assim, à medida que os indivíduos crescem, as características da personalidade vão-se tornando cada vez mais estáveis, sendo esta estabilidade justificada de duas formas: a primeira remete para a autoimagem e a segunda para o ambiente. A autoimagem pode ser caracterizada pelo conhecimento que temos de nós próprios, que vai igualmente fixando sobretudo se o ambiente for também ele estável. Por sua vez, consoante o indivíduo vai crescendo, vai tendo também a tendência para modificar o seu ambiente para que se adapte melhor à sua personalidade.

O desenvolvimento das características da personalidade origina uma alteração ao nível dos traços. Neste sentido, McCrae e colaboradores (1999, citados por Scollon, 2006) e Srivastava, John, Gosling e Potter (2003, citados por Scollon, 2006) defendem que se verifica uma diminuição do neuroticismo e um aumento da amabilidade. No período entre a adolescência e os 30 anos, idade proposta para a estabilização dos traços, verifica-se ainda uma diminuição da extroversão e da abertura à experiência e ainda um aumento da conscienciosidade, conclusões corroboradas por Barros (1999).

A estabilidade dos traços da personalidade tem sido muito discutida havendo estudos com conclusões distintas relativamente ao seu desenvolvimento em várias etapas da vida. Conclui-se assim que os indivíduos são plásticos, conseguindo fazer a manutenção e a adaptação da personalidade perante acontecimentos que limitem, ou

facilitem, o processo de desenvolvimento normal (Maiden, Peterson, Caya, & Hayslip, 2003, citados por Irigary & Scheider, 2007).

2.1. A personalidade e a mentira.

O estudo dos traços da personalidade aliado à mentira está ainda numa fase muito embrionária. De acordo com Gylfason e seus colaboradores (2012) alguns estudos indicam que a relação entre a personalidade e os comportamentos prossociais são ainda escassos, não havendo investigação suficiente neste âmbito, carecendo assim de um maior investimento científico.

Gudjonsson (2006, citado por Gudjonsson & Yong, 2010) sugere que existem quatro tipos de vulnerabilidades psicológicas que levam a que um testemunho não seja verdadeiro: as doenças mentais (e.g., perturbações mentais, perturbações da personalidade), o “estado anormal da mente” (e.g., ansiedade, fobias, efeito de álcool ou drogas) (p. 192), o funcionamento intelectual (QI) e ainda os traços da personalidade.

A personalidade influencia o comportamento prossocial de duas formas. De uma forma mais generalizada, tem influência nas preferências pessoais e, conseqüentemente, no comportamento, o que vai de encontro à tese de que os comportamentos derivam dos valores de cada um, sendo assim, cada indivíduo, é responsável pelos seus atos (Caplan, 2003).

Embora exista uma panóplia de estudos sobre diferenças individuais na mentira, a maioria incide sobre a capacidade de deteção. O estudo sobre a influência dos traços da personalidade na tendência para este comportamento tem apresentado resultados incongruentes ou limitados. Um exemplo disto mesmo é o estudo de Gozna, Vrij e Bull (2001) a partir do qual não foi possível estabelecer uma relação direta entre a frequência do ato de mentir e as cinco dimensões da personalidade por eles estudadas – comportamento, manipulação, gestão da impressão, sociabilidade e ansiedade. No entanto, concluíram que as características associadas à manipulação levam a um menor sentimento de culpa quando se mente, enquanto que altos níveis de ansiedade e de

sociabilidade têm o efeito oposto, levando a crer que estes traços têm uma relação menos direta à aceitação da mentira (McLeod & Genereux, 2007; Phillips et al., 2010).

É também possível correlacionar o neuroticismo com o uso da mentira, como defendem Gudjonsson e Sigurdsson (2004), Weaver (2005, citado por McLeod & Genereux, 2007) e Phillips et al. (2010). Contudo, segundo McLeod e Genereux (2007) e Phillips et al. (2010), a influência dos traços da personalidade sobre este comportamento pode depender do tipo de mentira que o emissor usa (centrada no próprio ou no outro), o que vem corroborar a tese de Kashy e DePaulo (1996) quando defenderam que a personalidade pode não só influenciar a frequência do uso da mentira como também o seu tipo, tendo encontrado correlações positivas entre a frequência e a manipulação, a extroversão e a preocupação para a gestão de impressão. Por outro lado, não encontraram qualquer associação entre a frequência e os traços associados à socialização. Os seus resultados vieram também defender que os indivíduos manipuladores e com menos competências associadas à socialização tendem a recorrer mais frequentemente às mentiras orientadas para o próprio (McLeod & Genereux, 2007). Os indivíduos com nível de extroversão superior, mais assertivos, ativos, auto-conscientes e com maior gosto pelas interações sociais têm mais tendência para mentir. Por outro lado, Staiano et al. (2012) defenderam que as pessoas menos auto-conscientes e menos ansiosas tendem a mentir mais, numa tentativa de parecerem mais motivadas, conclusão corroborada pelo estudo de Gudjonsson e Yong (2010), onde também, mais uma vez, o neuroticismo apareceu associado à frequência da mentira.

Vrij (2000) e Vrij, Granhag e Mann (2010) defendem igualmente que existem personalidades que estão associadas ao uso da mentira como o caso das que possuem traços de manipulação, de sociabilidade e de extroversão. Nas relações sociais, os indivíduos manipuladores apresentam-se tímidos, no início, adotando depois uma postura dominante em relação aos outros. Optam mais por mentiras orientadas para o próprio, não sentem qualquer desconforto em ter este tipo de comportamento, demonstram pouca preocupação com a moralidade e são persistentes naquilo que contam (Kashy & DePaulo, 1996). Os sociáveis usam a mentira de uma forma mais regular uma vez que recorrem mais a mentiras sociais sendo a sua frequência diretamente proporcional ao número de interações que têm. Mentem, muitas vezes, para aumentar a sua rede de contactos ou amigos e mostram-se confiantes ao fazê-lo. Por

último, os extrovertidos tendem a recorrer ao uso da mentira uma vez que são pessoas mais expressivas e com maior facilidade em comunicar, imprimindo uma maior credibilidade aos seus discursos (Riggio, 1986, citado por Ribeiro, 2013).

McLeod e Genereux (2007) desenvolveram o seu estudo na tentativa de tirar conclusões relativamente a este tema tendo alargado o leque dos tipos de mentira, a partir dos dois previamente propostos. Desta forma estudaram a influência de seis traços da personalidade – honestidade, amabilidade, assertividade, motivação para a aprovação auto-monitorização e manipulação - no uso de mentiras altruístas, de mentiras para evitar conflitos, de mentiras para promover a desejabilidade social e de mentiras centradas no próprio (para ganhos pessoais) tendo concluído que, de facto, essa influência se verifica, sendo que a frequência para cada tipo de mentira está dependente de uma combinação específica de traços da personalidade. As conclusões encontradas vão no sentido de que a honestidade e a assertividade não têm uma relação com as mentiras altruístas nem com as mentiras para evitar conflitos, no entanto verifica-se uma relação entre a amabilidade, a motivação para a aprovação, a manipulação e as mentiras para evitar conflitos. Também a motivação para a aprovação está relacionada com as mentiras para promover a desejabilidade social. Foi também encontrada uma associação entre a manipulação, a motivação para a aprovação e as mentiras centradas para o próprio, ao contrário do que foi apurado para a amabilidade.

Mais uma vez, não é linear a resposta para qual dos traços parece estar mais associado ao uso da mentira pois, como já foi visto, depende do tipo da mesma.

2.2. O modelo dos cinco fatores.

Como já foi referido, o Modelo dos Cinco Fatores representa uma estrutura dos traços da personalidade (McCrae & Costa, 1996). Trata-se de uma representação dimensional das diferenças ao nível da personalidade a partir das quais é possível fazer o agrupamento de comportamentos, emoções e cognições em cinco grandes categorias: neuroticismo, amabilidade, abertura à experiência, conscienciosidade e extroversão. A investigação sugere que estas categorias contemplam uma base genética (Digman, 1989) e que, provavelmente, são herdadas (Jang, Livesley, & Vernon, 1996).

Estas cinco dimensões têm vindo a ser alvo de estudo, tendo-se já efetuado a sua replicação em diferentes culturas e com amostras distintas, clínicas e normativas (McCrae, Costa, Del Pilar, Rolland, & Parker, 1998; McCrae, Terracciano, & 78 Members of the Personality Profiles of Cultures Project, 2005) o que fundamenta o consenso relativamente à estrutura da personalidade na idade adulta.

Esta replicação por diferentes culturas foi já efetuada em 50 sociedades de todo o mundo e os resultados destes estudos suportam a ideia da universalidade do Modelo dos Cinco Fatores (McCrae, 2002; McCrae et al., 2005), o que sugere uma covariância uniforme nos traços da personalidade, independentemente das particularidades de cada cultura, da vida social, da economia ou das ideologias (King & Figueiredo, 1997). Apesar da consistência interna deste modelo, verificou-se que a extroversão e a amabilidade são, por vezes, sensíveis aos efeitos culturais (Ortiz et al., 2007; Rolland, 2002, citado por Rueden, Massenkoff, & Kaplan, 2013).

Apesar de se tratar de um modelo universal há autores que apostaram no estudo de mais de cinco fatores, no entanto, estes podem facilmente ser incorporados em alguma das dimensões originais (Guanzon-Lapeña, Church, Carlota, & Katigbak, 1998), acabando por revelar uma fraca pertinência relativamente ao uso destes.

O neuroticismo é a dimensão da personalidade que corresponde à tendência para experienciar emoções negativas como o medo, a tristeza, a vergonha, a culpa, a raiva e o desgosto. Altos níveis de neuroticismo podem ser previsores de algum tipo de problema psiquiátrico e indicam uma maior tendência para pensamentos irracionais e uma maior dificuldade para controlar os impulsos e em lidar com o *stress* (estratégias de *coping* reduzidas). Por outro lado, um baixo nível de neuroticismo sugere estabilidade emocional e é característico de indivíduos mais calmos e capazes de lidar com situações adversas (Cloninger, 1996; Hough, Eaton, Dunnette, Kamp, & McCloy, 1990).

A extroversão contempla traços como a sociabilidade e a assertividade, mais comuns em pessoas otimistas, enérgicas e comunicadoras, ao contrário das introvertidas que são mais reservadas e independentes (Cloninger, 1996).

A abertura à experiência remete para a curiosidade, sensibilidade, criatividade e imaginação. Pessoas com uma pontuação reduzida nesta dimensão tendem a ser mais convencionais e conservadoras e têm preferência pela familiaridade, ao invés da novidade. Por outro lado, uma pontuação alta remete para uma reduzida convencionalidade e está presente nas pessoas que tendem a questionar mais a autoridade e com mais ideias nos campos político, social e ético. Retiram ainda uma maior satisfação de atividades novas, independentemente de resultarem em emoções positivas ou negativas (Cloninger, 1996).

A amabilidade conduz-nos para pessoas altruístas, simpáticas, cooperantes e que esperam o mesmo dos outros. Um baixo nível de amabilidade está na origem do egocentrismo, da competição e do cepticismo em relação às intenções dos outros. De acordo com Salgado (1997) pessoas com mais traços pertencentes a esta dimensão têm uma maior aptência para realizar, com sucesso, trabalhos em equipa devido às suas características cooperantes.

Por último, a conscienciosidade refere-se ao autocontrolo e ao processo de planear, organizar e desempenhar tarefas (Barrick & Mount, 1993, citados por Rothmann & Coetzer, 2003). Indivíduos com uma pontuação mais elevada neste fator são mais organizados, disciplinados, ambiciosos, determinados, persistentes e cuidadosos, no entanto, níveis muito altos podem também estar na origem de perturbações ao nível da compulsão, estando presentes em pessoas mais irritantes e cansativas. Pelo contrário, baixos níveis de conscienciosidade são sinónimo de um défice ao nível dos princípios morais (Cloninger, 1996).

É ainda possível identificar seis facetas, dentro de cada um destes fatores, como se pode verificar na tabela 2.

Tabela 2

Dimensões do Modelo dos Cinco Fatores e respectivas facetas (Cloninger, 1996)

Neuroticismo	Extroversão
Ansiedade	Afetividade
Hostilidade	Sociabilidade
Depressão	Assertividade
Auto-consciência	Atividade
Impulsividade	Procura de Emoções
Vulnerabilidade	Emoções Positivas
Abertura à Experiência	Amabilidade
Fantasia	Confiança
Estética	Frontalidade
Sentimentos	Altruísmo
Ações	Complacência
Ideias	Modéstia
Valores	Empatia
Conscienciosidade	
Competência	
Ordem	
Obediência	
Esforço	
Auto-disciplina	

2.3. Síntese.

As inúmeras teorias da personalidade desenvolvidas abarcam um conjunto de variáveis estruturantes, representando os constituintes básicos e universais propostos por McCrae e Costa (1996): tendências básicas, adaptações características, auto-conceito, biografia objetiva e influências externas (Lima & Simões, 2000).

O interesse pelo estudo da personalidade tem vindo a aumentar, tendo dado origem a diversas definições do termo. Apesar desta variabilidade, é possível encontrar um

consenso no que respeita à sua estrutura e ao seu desenvolvimento, à estabilidade e ainda no que concerne à existência de traços da personalidade que influenciam o comportamento (McCrae & John, 1992, citados por Costa, Yang, & McCrae, 1998; Monteiro, 2012). O conjunto desses traços origina cinco dimensões – neuroticismo, extroversão, abertura à experiência, conscienciosidade e amabilidade – que, por sua vez, constituem o Modelo dos Cinco Fatores, uma representação dimensional das diferenças ao nível da personalidade, a partir da qual se faz o agrupamento de comportamentos, emoções e cognições (McCrae & John, 1992, citados por Costa et al., 1998).

Os traços da personalidade atingem a estabilidade na idade adulta, verificando-se um desenvolvimento da sua maturação até aos 30 anos, sensivelmente (McCrae & Costa, 1996) ocorrendo, nesta fase, uma diminuição do neuroticismo, da abertura à experiência e da extroversão e ainda o aumento da amabilidade e da conscienciosidade (Barros, 1999; McCrae et al., 1999, citados por Scollon, 2006; Srivastava et al., 2003, citados por Scollon, 2006). No entanto, essa estabilidade tem vindo a ser discutida levando à conclusão que os indivíduos são plásticos, adaptando a sua personalidade consoante as situações (Maiden et al., 2003, citados por Irigary & Scheider, 2007).

A relação entre a personalidade e a mentira carece ainda de maior investigação, porém, os traços constituem um dos principais aspetos que podem influenciar o uso do engano (Gudjonsson, 2006, citado por Gudjonsson & Yong, 2010; Gylfason et al., 2012). Sabe-se que a personalidade influencia o comportamento pró-social recaindo sobre as preferências pessoais e sobre as escolhas das situações mais apelativas para cada um (Caplan, 2003).

Gozna e seus colaboradores (2001) não encontraram uma relação direta entre as cinco dimensões da personalidade e a frequência do uso da mentira, todavia, apontaram a manipulação como um determinante para a ausência de culpa e uma relação contrária relativamente à ansiedade e à sociabilidade sendo assim possível fazer uma inferência, embora não direta, entre estas três características (manipulação, ansiedade, sociabilidade) e a mentira. O neuroticismo, a extroversão, a preocupação para transmitir uma boa impressão, a assertividade, a atividade, a auto-consciência (Gudjonsson & Sigurdsson, 2004; Kashy & DePaulo, 1996; McLeod & Genereux, 2007; Phillips et al., 2010; Vrij, 2000; Vrij et al., 2010; Weaver, 2005, citado por McLeod & Genereux,

2007) e a sociabilidade (Gudjonsson & Sigurdsson, 2004; Kashy & DePaulo, 1996; Vrij, 2000; Vrij et al., 2010; Weaver, 2005, citado por McLeod & Genereux, 2007) são também apontados como facilitadores para a mentira, contudo esta relação está dependente do tipo de mentira que se usa. Kashy e DePaulo (1996) apuraram também que não existe uma associação entre a frequência da mentira e a socialização, no entanto, indivíduos menos sociáveis recorrem mais a mentiras orientadas para o próprio, assim como os manipuladores.

Como se verifica, estas conclusões não são consensuais, no seu todo, estando assim a frequência do uso da mentira dependente de uma combinação específica de traços, bem como de situações.

3. Contextos Socioeconómicos

Foi com a entrada da mulher no mundo do trabalho, em finais do século XIX, que se deu uma importante alteração nas tradicionais famílias da nossa sociedade. Essas alterações contribuíram para uma mudança na dinâmica familiar, criando assim um novo sistema-família onde os ensinamentos, valores e tradições das famílias se vão perpetuando. Este conjunto de tradições preservadas e transmitidas ao longo das gerações foram originando clivagens ao nível da sociedade, dando assim origem a classes sociais diferenciadas (Martins & Carvalho, 2010).

As características, valores e expectativas de cada classe social influenciam a formação da identidade dos jovens, estando aqui inserido o desenvolvimento moral e social e a forma como se relacionam com o mundo (Souza & Araujo, 2012). Como vimos, a identidade está na origem das representações que temos sobre nós próprios e dos nossos valores, daí a importância da sua estabilidade. Essa estabilidade permite um pensamento mais assertivo relativamente ao que sentimos, sobre o que pensamos e, consequentemente, sobre o comportamento que devemos adotar. Constrói-se através da relação com o exterior agregando, assim, sujeitos com semelhanças culturais (Souza & Araujo, 2012). De acordo com Almeida (2005) e Nogueira (2005), a classe social dos jovens influencia a sua relação com a população escolar, bem como o seu desempenho

académico. Dessa forma, é também pertinente verificar se o desenvolvimento moral dos mesmos se pode associar à sua classe socioeconómica.

Assim como ocorreram mudanças ao nível da dimensão familiar, ocorreram também na escola, sobretudo a partir dos anos 80 (Nogueira, 2005). Verificou-se uma evolução e uma democratização neste campo levando à adoção de diversas políticas como a proibição do trabalho infantil, o prolongamento da escolaridade obrigatória e a implementação da Declaração Universal dos Direitos da Criança. Estas medidas deram origem a que as crianças fossem verdadeiramente livres e protegidas por um conjunto de direitos, no entanto, a ideia utópica de um ensino igualitário para todos foi afetada pela estratificação social em classes. Dependendo da classe social, os pais têm o poder de escolha relativamente à instituição de ensino dos seus educandos, levando a que crianças provenientes de classes sociais mais elevadas tenham a oportunidade de frequentar estabelecimentos de ensino privados, tendo assim acesso a mais oportunidades para que atinjam o sucesso escolar (Martins & Carvalho, 2010).

Por outro lado, as crianças oriundas de classes sociais menos favorecidas, sem a oportunidade de fazer este tipo de escolhas, são reencaminhadas para o ensino público, onde os lugares são menos concorridos, levando a que a homogeneidade das classes não se verifique, contribuindo ainda mais a uma marginalização de classes, situação contrária à pretendida com a democratização escolar (Martins & Carvalho, 2010; Montandon, 2001).

3.1. Os contextos socioeconómicos e a mentira.

Atualmente é consensual que a psicologia da personalidade e a psicologia social são complementares, relação onde se identificam três visões: a pessimista, a particularista e a otimista. A primeira considera que esta relação se verifica apenas em questões metodológicas utilizadas na investigação sobre a personalidade enquanto que a visão particularista sugere um favoritismo da psicologia da personalidade, defendendo que a psicologia social em pouco contribui para a explicação do comportamento humano. Por último, a visão otimista refere que ambas são, de facto, complementares, contribuindo de igual forma para a explicação do comportamento dos indivíduos. Assim, o

comportamento pode ser explicado de uma forma mais precisa se se tiver em consideração a componente social onde as pessoas estão inseridas, aliada às variáveis da personalidade. A relação entre os indivíduos e as situações é recíproca na medida em que se escolhem e se organizam as situações dependendo da interpretação que lhes é dada, dando depois origem a novas situações, decorrentes desta escolha (Krahe, 1992).

As teorias da personalidade têm como base o estudo do comportamento das pessoas, tendo em conta os seus traços (Hansenne, 2003) enquanto que os valores sociais revelam comportamentos relativamente estáveis. Assim, a relação destas duas componentes possibilita a previsão das atitudes individuais. No entanto, existem ainda poucos estudos que trabalhem esta relação (Bilsk & Schwartz, 1994; Olver & Mooradian, 2003).

Apesar dos estudos sobre a relação entre a privação material e a aquisição de hábitos da mentira durante uma fase precoce do desenvolvimento não ser uma novidade, os estudos empíricos que testam a relação entre os aspetos socioeconómicos e a mentira são ainda escassos.

Estudos demonstram que as crianças têm capacidade de mentir desde uma tenra idade (Chandler, Fritz, & Hala, 1989; Sodim, Taylor, Harris, & Perner, 1991) no entanto não se tem verificado a importância de se distinguir comportamentos associados à mentira que requerem uma capacidade de *insight* dos que não requerem, estando estes últimos associados às estratégias de aprendizagem (e.g., negar responsabilidade quando se parte algum objeto) (Leekam, 1992, citado por Cole & Mitchell, 1998).

A possível influência do ambiente nos hábitos da mentira foi proposta por Lewis, Stranger e Sullivan (1989) quando, num estudo elaborado com crianças em idade pré-escolar, lhes foi dada a indicação de que não poderiam olhar para um brinquedo, sendo depois deixadas sozinhas numa sala, com o mesmo. A maioria olhou para o brinquedo mas, quando confrontadas, 64% não admitiu o comportamento. As crianças incluídas nesta percentagem coincidiam com as que eram educadas tendo por base um estilo parental autoritário, o que vai de encontro ao estudo de DePaulo e Jordan (1982, citados por Cole & Mitchell, 1998) que concluiu que a principal motivação para a mentira é o evitamento de consequências negativas.

Tradicionalmente, o estilo parental autoritário está associado às famílias que vivem em ambientes desfavorecidos, no entanto, alguns estudos mais recentes levam a crer que esse estilo é minimizado devido às condições precárias em que essas famílias habitam (Thomson, Hanson, & McLanahan, 1994). Segundo Ogbu (1981, citado por Cole & Mitchell, 1998) os pais ou cuidadores que vivem em condições adversas, podem incutir aos menores competências de manipulação, associadas à mentira, consideradas, por eles, necessárias para a sua sobrevivência.

O estudo de Martins e Carvalho (2010), onde foi averiguado se o desenvolvimento moral de adolescentes oriundos de 3 classes sociais distintas – baixa, média e alta - pode ser influenciado pelos seus contextos sociais, culturais e económicos, concluiu que os jovens consideram a mentira como sendo socialmente condenável, não tendo sido encontradas diferenças ao nível do uso da mesma entre jovens de diferentes classes sociais. No entanto, verificaram diferenças no que concerne à conceção de mentira: os jovens de classes sociais mais elevadas revelaram uma maior descentração da atenção sobre eles próprios, demonstrando preocupação pelos outros, enquanto que os adolescentes de classes sociais mais desfavorecidas revelaram uma maior preocupação em si, o que vai de encontro à teoria de Kohlberg (Gleitman, Fridlund, & Reisberg, 2003), no que concerne aos estádios mais avançados do desenvolvimento moral. Surgiram também alguns aspetos para os quais houve uma opinião consensual por parte de todas as classes sociais: a voluntariedade/banalização da mentira (concordaram que as mentiras não são involuntárias), a utilidade (mentir é incorreto mas pode ser útil), as consequências (a consequência mais grave para alguém que mente é ser descoberto e nunca mais ser confiável), os alvos (os pais são o principal alvo e os amigos são o grupo de pessoas a quem menos mentem), os conteúdos (concordaram que se mente mais aos amigos sobre os seus feitos) e ainda relativamente aos principais emissores de mentiras, tendo apontado os adolescentes, ou os adultos quando se trata de mentiras mais graves.

A partir do mesmo estudo foi também possível verificar que os jovens mais desfavorecidos tendem a mentir mais ao pai enquanto que os outros mentem a ambos os progenitores. No que concerne às suas motivações, a classe social mais desfavorecida admite mentir por vergonha de assumir a verdade, ao contrário da classe social mais elevada cuja principal motivação é o orgulho em admiti-la. Quando o alvo se trata especificamente dos pais, os jovens das classes alta e baixa mentem porque têm medo

de serem castigados, enquanto que os de classe média usam a mentira para não desiludirem os progenitores. Foi ainda possível verificar que os jovens de classe alta mentem significativamente mais para não serem excluídos pelo grupo de pares (Martins & Carvalho, 2010).

No que concerne aos conteúdos das mentiras, as classes alta e baixa mentem maioritariamente sobre as suas notas escolares e o seu comportamento, enquanto que a classe média mente relativamente aos seus vícios e hábitos (Martins & Carvalho, 2010).

3.2. Síntese.

As dinâmicas familiares têm vindo a mudar desde finais do século XIX, levando a uma maior clivagem ao nível da sociedade (Martins & Carvalho, 2010). Os valores de cada classe social influenciam a formação e a identidade dos jovens, sendo esta também formada a partir da relação que estabelecem com o mundo (Souza & Araujo, 2012).

Os estudos que relacionam o contexto socioeconómico com a mentira são ainda escassos. Esta possível relação foi proposta por Lewis e colaboradores (1989) quando concluíram que a mentira se verificou um maior número de vezes em crianças educadas sob um estilo parental autoritário, associado às famílias desfavorecidas.

Foi ainda possível apurar, no estudo de Martins e Carvalho (2010) que os jovens pensam de forma consensual relativamente a vários aspetos: a) a mentira é um comportamento reprovável; b) a mentira é voluntária; c) trata-se de um comportamento incorreto, mas útil; d) a consequência mais grave para quem mente é ser descoberto e perder a confiança por parte dos outros; e) mente-se mais frequentemente aos pais e menos aos amigos (quando se mente aos amigos o principal intuito é enganá-los relativamente a feitos pessoais); f) os principais emissores de mentiras são os adolescentes (ou os adultos quando se tratam de mentiras graves).

Verificaram-se ainda diferenças ao nível das motivações e ao nível dos conteúdos das mentiras.

É possível fazer uma ponte entre a psicologia da personalidade e a psicologia social pelo facto de o comportamento dos indivíduos ser influenciado pelas suas características individuais mas também pelo ambiente onde estão inseridos. Como já referido, os traços da personalidade não são estáticos e um dos fatores que influencia a sua flexibilidade é o meio envolvente. Esta relação tem um formato cíclico na medida em que os indivíduos fazem escolhas tendo em conta as suas características pessoais, o que vai resultar no aparecimento de novas situações, decorrentes dessas escolhas. Pode-se afirmar que o meio influencia a personalidade mas também esta influencia o meio.

Capítulo II. – Componente Empírica

1. Objetivos

O presente estudo tem como objetivo geral analisar as percepções e hábitos de mentira de jovens adultos, procurando relacioná-los com a sua estrutura da personalidade e com o seu contexto socioeconómico. De forma mais específica, pretende-se:

- i) caracterizar as percepções e hábitos que os jovens adultos têm sobre a mentira (definição, frequência do ato de mentir, atitudes face à mentira, tipos de mentira mais recorrentes, grupo etário que acreditam recorrer mais à mentira, consequências, alvos e conteúdos da mentira);
- ii) comparar a frequência e os tipos de mentira entre jovens de sexo masculino e feminino;
- iii) analisar a relação entre a estrutura da personalidade dos participantes, tendo em conta o Modelo dos Cinco Fatores – *Big Five*, a frequência do ato de mentir e o tipo de mentira mais recorrente;
- iv) comparar as percepções e hábitos de mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos;
- v) verificar se existe uma relação entre a frequência da mentira, as atitudes dos jovens face à mesma, os tipos de mentira mais recorrentes e as suas consequências percebidas.

2. Método

Para cumprimento dos objetivos enunciados realizou-se um estudo quantitativo, com *design* inter-sujeitos e correlacional. A recolha de dados foi feita através do método de inquérito por questionário.

2.1 Amostra.

A presente investigação contou com uma amostra inicial de 205 participantes. Destes, 28 foram excluídos por terem uma idade superior ao limite convencionado para jovem adulto (i.e., 25 anos). Foram também excluídos oito casos que afirmaram nunca

ter mentido.

Assim, obteve-se uma amostra final de 169 jovens adultos, cujos dados de caracterização podem ser consultados na Tabela 3. A grande maioria dos participantes (82.2%) são do sexo feminino e 17.8% são do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos ($M=22.3$, $D.P.=2.05$). Relativamente às habilitações literárias, a maioria (43.8%) possui um curso superior ou frequência universitária (40.8%). Seguem-se os participantes com habilitações ao nível do ensino secundário (15.4%). Foi ainda possível apurar que 31.4% dos participantes já reprovou, pelo menos uma vez. No que concerne à nacionalidade, a maioria (94.1%) são portugueses, sendo que a segunda nacionalidade com mais representação é a brasileira (4.1%). Há ainda uma percentagem residual de outras nacionalidades (1.8%), onde se incluem participantes angolanos, alemães e moldavos.

Tabela 3

Características sociodemográficas da amostra (N=169)

Variáveis sociodemográficas		Frequência Absoluta (N)	Frequência Relativa (%)
Sexo	Feminino	139	82.2
	Masculino	30	17.8
Habilitações literárias	10º ano	1	0.6
	11º ano	2	1.2
	12º ano	23	13.6
	Frequência Universitária	69	40.8
	Curso Superior	74	43.8

Tabela 3

Características sociodemográficas da amostra (N=169) (continuação)

Reprovações	Sim	53	31.4
	Não	116	68.6
Nacionalidade	Portuguesa	159	94.1
	Brasileira	7	4.1
	Outra	3	1.8

2.2. Instrumentos.

Foi administrado um questionário sociodemográfico, construído para efeitos de caracterização da amostra (Anexo 1). Seguidamente foi utilizada a Classificação Social Internacional de Graffar, adaptada para a população portuguesa em 1990, por Fausto Amaro (Moniz, 2007) que permitiu verificar a condição socioeconómica dos participantes, do qual foram retirados os elementos relativos à identificação, de forma a garantir a confidencialidade (Anexo 2). A sua avaliação baseia-se no conjunto de cinco critérios: a profissão dos progenitores, o seu nível de instrução, as principais fontes dos rendimentos, o conforto da habitação e o aspeto do bairro onde a família reside. Para cada uma destas cinco características há cinco opções de resposta às quais é atribuída uma pontuação, de um a cinco, e cuja soma dá origem a cinco classes (Anexo 3).

De forma a estudar as perceções e os hábitos que os jovens têm sobre a mentira foi construído o Questionário de Avaliação da Mentira (QAM) (Anexo 4), tendo por base a revisão da literatura da especialidade. Antes da sua versão final este questionário foi submetido a um pré-teste junto de 10 potenciais participantes neste estudo com idades entre os 18 e os 23 anos, acompanhado de reflexão falada. Pretendeu-se com este procedimento assegurar: i) que os termos utilizados eram compreensíveis e desprovidos de equívocos; ii) que a forma das questões utilizadas permitia recolher as informações desejadas; iii) que o questionário não era considerado muito longo e não provocava desinteresse ou irritação; iv) que as questões não apresentavam ambiguidade.

O Questionário de Avaliação da Mentira é constituído por 18 questões compostas por alíneas que perfazem um total de 93 itens. Avalia o que é, para os participantes, a mentira, o que pensam sobre o uso da mesma, quais julgam ser os principais emissores e se são da opinião de que mentir é bom ou mau. É também verificada a frequência com que os participantes mentem, os seus alvos e ainda os principais tipos de mentira mais usados. Apresenta dois formatos de resposta, sendo predominante a escala tipo *Likert* [1=discordo totalmente; 2=discordo; 3=não concordo nem discordo; 4=concordo; 5=concordo totalmente e ainda 1=quase sempre; 2=frequentemente; 3=algumas vezes; 4=raramente; 5=nunca] e ainda o tipo *escolha múltipla*. Relativamente ao grau de fiabilidade, o QAM apresentou uma consistência interna de $\alpha = 0.63$.

Por medirem o mesmo construto subjacente, alguns dos itens do questionário medidos em formato *Likert* foram agrupados em índices compósitos, após análises estatísticas de consistência interna¹. Houve itens que não puderam ser incorporados em nenhum índice por não alcançarem níveis satisfatórios de consistência interna ou por terem formato de escolha múltipla, tendo sido analisados individualmente. Na Tabela 4 podem ser consultadas as variáveis do estudo que resultam dos itens do QAM.

Tabela 4

Variáveis contempladas pelo QAM, respetivos itens e consistência interna dos índices compósitos

Variáveis	Itens	Consistência interna (se índice compósito)
Definição da mentira	1	-
Frequência do uso da mentira	6.1	-
Atitudes desfavoráveis à mentira	2.1, 2.2, 4 (invertido), 7.1, 7.3 (invertido), 7.4 (invertido)	$\alpha = 0.60$

¹ O agrupamento dos itens em índices foi feito com base em critérios substantivos. Note-se que se procurou a extração dos índices por via de Análise de Componentes Principais, mas os fatores obtidos com esta técnica não alcançaram níveis aceitáveis de consistência interna.

Tabela 4

Variáveis contempladas pelo QAM, respetivos itens e consistência interna dos índices compósitos (continuação)

Banalização da mentira	Mentir faz parte da vida de toda a gente	2.3	-
	Pode-se mentir se der jeito em alguma situação	2.4	-
Tipos de mentira	Orientada para o próprio - percepção sobre o comportamento geral	3.1, 3.2, 3.3, 3.4	$\alpha = 0.61$
	Orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento	10.2, 10.3, 10.4, 10.6, 11.2, 11.4, 11.5, 12.2, 12.4, 12.5, 13.2, 13.4, 13.5, 13.6	$\alpha = 0.66$
	Orientada para o outro	10.5, 11.1, 11.3, 12.1, 12.3, 13.1, 13.3	$\alpha = 0.75$
Grupos que mais recorrem à mentira		5	-
Qualificação do ato de mentir sem ser descoberto		4	-
Atribuição de consequências negativas ao ato de mentir		10.1, 16.1, 16.2, 16.3, 17.1, 17.2, 17.3	$\alpha = 0.63$
Alvos		8 e 9	-
Conteúdos da mentira		14 e 15	-

Concomitantemente, de forma a comparar os resultados obtidos a partir do QAM com os traços mais predominantes dos participantes foi administrado o teste NEO-FFI (NEO Five Factor Inventory) de Costa e McCrae (1989), traduzido e validado para a população portuguesa por Lima e Simões (2000), especialmente desenhado para aceder às cinco dimensões da personalidade – Big Five. Conta com 60 itens, 12 para cada dimensão, com respostas em escala *Likert*, cotadas de zero a quatro pontos, quando os participantes referem “discordo fortemente” ou “concordo fortemente, respetivamente.

Uma pontuação mais elevada traduz-se numa maior representação dos traços na personalidade dos participantes. Alguns itens são cotados de forma invertida.

Para a amostra deste estudo, foi verificada uma consistência interna de $\alpha=0.68$. Para o conjunto de itens que mede o neuroticismo foi obtido um valor de $\alpha = 0.86$, para a extroversão obteve-se $\alpha = 0.77$, para a abertura à experiência verificou-se $\alpha= 0.59$, para a amabilidade foi verificado um valor de $\alpha=0.66$ e para a conscienciosidade obteve-se $\alpha=0.84$.

2.3. Procedimentos.

No que concerne aos procedimentos inerentes à realização deste estudo, numa primeira fase foi elaborado o protocolo de investigação. Em simultâneo, procedeu-se ao pedido de autorização junto dos autores da versão portuguesa do NEO-FFI, a Professora Doutora Margarida Pedroso de Lima e o Professor Doutor António Simões (Anexo 5).

Posteriormente efetuou-se a recolha de dados com recurso a uma plataforma *online* – Google Docs – onde foram publicados os instrumentos e o respetivo consentimento informado aos participantes. Inicialmente era explicado qual o objetivo do estudo em questão, sublinhando o anonimato e a confidencialidade dos dados recolhidos e solicitando o consentimento informado dos participantes, dado através de uma opção de resposta obrigatória “aceita ou não aceita participar na investigação”. Só era permitido avançar para as questões seguintes, caso a resposta fosse positiva. O conjunto de questionários foi divulgado através de *e-mail* e das redes sociais e os dados foram recolhidos entre Setembro e Outubro de 2014.

Os dados recolhidos *online* foram importados para uma base de dados Excel, onde foram devidamente codificados e posteriormente transpostos para o programa IBM SPSS 22.0 - *Statistical Package for the Social Sciences*, de forma a serem tratados.

3. Resultados

3.1. Caracterização das percepções e hábitos dos jovens adultos face à mentira.

Este estudo tinha como primeiro objetivo conhecer as percepções e hábitos de jovens adultos relativamente à mentira, nomeadamente quanto à definição que lhe atribuem, a frequência do ato de mentir, as atitudes face à mentira, os tipos de mentira aos quais mais recorrem (orientadas para o próprio ou para o outro), o grupo etário que acreditam recorrer mais à mentira, as consequências que julgam derivar deste comportamento, os alvos e os conteúdos da mentira. Para responder a este objetivo realizou-se uma análise descritiva dos resultados do QAM, tendo-se recorrido à análise da média das respostas nos respetivos itens, já que todos eles tinham um formato de escala de *Likert* (Hill & Hill, 2008).

Como se pode verificar na Tabela 5, a definição de mentira mais representativa foi “Dizer algo que não corresponde à verdade” (M=4.47; DP=.93). Apurou-se que o seu uso pelos participantes não parece ser muito recorrente, localizando-se as respostas, em média, no nível “raramente” (M=2.41; DP=0.58). Foi ainda possível verificar que nenhum participante afirmou recorrer à mentira “quase sempre”.

A pontuação obtida no índice de atitudes desfavoráveis à mentira encontra-se acima do ponto médio da escala, o que é revelador de atitudes tendencialmente desfavoráveis a este comportamento. Em média, os participantes concordam que “mentir faz parte da vida de toda a gente” (M=3.72; DP=1.13), mas parecem mais indecisos quanto ao grau de concordância com a afirmação “pode-se mentir se der jeito em alguma situação” (M=2.98; DP=1.08).

Quanto aos tipos de mentira, como se pode verificar na Tabela 5, o índice que reuniu maior nível médio de concordância dos participantes foi aquele que inclui os benefícios da mentira orientada para o próprio (M=3.74; DP=.62), quando se trata de uma avaliação do comportamento geral. Relativamente à avaliação do uso da mentira pelo próprio, o tipo com um maior nível médio de concordância foi o que representa benefícios para o outro (M=2.92; DP=.87).

Quanto à percepção sobre os grupos etários que mais recorrem à mentira, os participantes tendem a concordar que os adolescentes usam a mentira (M=4.10; DP=0.53), sendo mais ambivalentes quanto à percepção do seu uso pelos idosos (M=2.72; DP= 0.79).

Quanto à qualificação de saber mentir sem ser descoberto, as respostas localizam-se, em média, no nível “mau” (M=2.85; DP=1.00).

Relativamente à atribuição de consequências negativas do ato de mentir concluiu-se que a pontuação média posiciona-se abaixo do ponto intermédio da escala (M=2.77; DP=0.71).

Por último, em relação aos conteúdos da mentira foi possível apurar que os jovens admitiram mentir mais frequentemente acerca da sua intimidade (M=2.47; DP=1.20), tendência oposta para as notas escolares (M=1.60; DP=0.87) (Tabela 5).

Tabela 5

Percepções e hábitos sobre a mentira – resultados médios do QAM (N=169)

	M	DP	Mínimo	Máximo
Dizer algo que não corresponde à verdade	4.47	.93	1	5
Definição da mentira Não dizer nada, mesmo quando se sabe a verdade	2.64	1.22	1	5
Dizer algo que não corresponde à nossa opinião	2.86	1.53	1	5
Frequência do uso da mentira	2.41	.58	1	4
Atitudes desfavoráveis à mentira	3.82	.59	1.83	5

Tabela 5

*Percepções e hábitos sobre a mentira – resultados médios do QAM (N=169)**(continuação)*

Banalização da mentira	Mentir faz parte da vida de toda a gente	3.72	1.13	1	5
	Pode-se mentir se der jeito em alguma situação	2.98	1.08	1	5
Tipos de mentira	Orientada para o próprio - percepção sobre o comportamento geral	3.74	.62	1.75	5
	Orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento	1.80	.45	1	3.14
	Orientada para o outro	2.92	.87	1	5
Grupos que mais recorrem à mentira	Crianças	3.31	.83	1	5
	Adolescentes	4.10	.53	3	5
	Adultos	4.60	.73	2	5
	Idosos	2.72	.79	1	5
Qualificação de saber mentir sem ser descoberto		2.85	1.00	1	5
Atribuição de consequências negativas ao ato de mentir		2.77	.71	1	4.43
Conteúdos da mentira	Questões familiares	2.18	.96	1	5
	Questões sobre a intimidade	2.47	1.20	1	5
	Notas escolares	1.60	.87	1	5
	Vícios	1.75	1.18	1	5
	Questões sobre o quotidiano	2.20	.99	1	5

No que concerne aos alvos da mentira, discriminados na tabela 6, destacam-se os colegas (95.3%) e os desconhecidos (94.7%) com valores superiores. O grupo alvo que reúne menor percentagem são os amigos (56.8%).

Tabela 6

Alvos da mentira (N=163)²

Alvos da mentira	Frequência Absoluta (N)	Frequência Relativa (%)
Mãe	102	60.4
Pai	106	62.7
Restante família	137	81.1
Namorado/a; Cônjuge	147	87
Amigos	96	56.8
Professores	128	75.7
Colegas	161	95.3
Desconhecidos	160	94.7

3.2. Comparação da frequência e dos tipos de mentira entre jovens do sexo masculino e feminino.

Foi possível encontrar diferenças significativas no que concerne à frequência da mentira ($t(2.199) = 167; p=.029$), verificando-se uma média superior no sexo masculino ($M=1.57; DP=.50$), quando comparado com o sexo feminino ($M=1.35; DP=.47$). Relativamente aos dois tipos de mentira mais recorrentes, não foram encontradas diferenças significativas.

3.3. Caracterização da estrutura da personalidade e a sua relação com a frequência do uso da mentira e com os tipos de mentira.

Através de uma breve análise descritiva do perfil de resultados do NEO-FFI (Tabela 7) foi possível concluir que a conscienciosidade foi o traço da personalidade

² Nesta variável verificaram-se seis *missing values*, razão pela qual a amostra total é de 163 participantes.

mais evidente na amostra (M=33.43; DP=7.27) não havendo, porém, uma diferença expressiva quando comparado com a amabilidade (M=32.08; DP=5.63). O neuroticismo foi o traço menos representado (M=26.24; DP=8.91).

Tabela 7

Resultados médios do NEO-FFI (N=169)

	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Neuroticismo	26.24	8.91	4	47
Extroversão	26.75	5.46	14	43
Abertura à Experiência	28.51	5.75	13	44
Amabilidade	32.08	5.63	14	46
Conscienciosidade	33.43	7.27	5	48

De forma a analisar a relação entre a estrutura da personalidade dos participantes, a frequência do uso da mentira e o tipo de mentira mais usado recorreu-se ao coeficiente de Pearson (Tabela 8). Foi apurado que apenas para o neuroticismo se verificou uma correlação estatisticamente significativa, sendo esta positiva, quer em relação à mentira orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento ($r=.299$; $p=.000$), quer para a mentira orientada para o outro ($r=.316$; $p=.000$), esta última superior. Verificou-se também a existência de uma correlação estatisticamente significativa, mas neste caso negativa, entre a amabilidade, a frequência da mentira ($r=-.216$; $p=.005$), a mentira orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento ($r=-.293$; $p=.000$) e a mentira orientada para o outro ($r=-.228$; $p=.003$). Constata-se que a correlação com a mentira orientada para o outro nesta dimensão da personalidade é superior em comparação com a mentira orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento. Também se encontrou uma correlação significativa e negativa entre a conscienciosidade, a frequência da mentira ($r=-.213$; $p=.005$), a mentira orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio

comportamento ($r=-.297$; $p=.000$) - e a mentira orientada para o outro ($r=-.167$; $p=.030$). Todas as correlações observadas revelaram-se de baixa intensidade.

Tabela 8

Correlação entre a frequência, os tipos de mentira e a estrutura da personalidade (N=169)

	Neuroticismo	Extroversão	Abertura à Experiência	Amabilidade	Conscienciosidade
Frequência do uso da mentira	ns	ns	ns	-.216**	-.213**
Mentira orientada para o próprio – percepção em relação ao próprio comportamento	.299**	ns	ns	-.293**	-.297**
Mentira orientada para o outro	.316**	ns	ns	-.228**	-.167*

* $p<.05$

** $p<.01$

3.4. Comparação das percepções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos.

O quarto objetivo deste estudo era comparar as percepções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos. A estrutura sócio-económica dos participantes foi definida de acordo com os resultados da Graffar, tendo essa análise apenas sido possível em 136 casos. Os restantes 33 forneceram dados incompletos ou incompatíveis com a Graffar, pelo que foram excluídos destas análises.

Começando por analisar a distribuição dos participantes pela classificação social das famílias (Tabela 9), é possível verificar que as classes mais representativas são a II (classe média alta) e a III (classe média), não se tendo verificado nenhum caso pertencente à classe V (classe baixa).

Tabela 9

Distribuição da Classificação Social das Famílias de acordo com a Graffar (N=136)

	(N)	(%)
Classe I	13	7.7
Classe II	33	19.5
Classe III	80	47.3
Classe IV	10	5.9

De forma a homogeneizar a dimensão dos dados, as classes sociais foram integradas em dois grupos, um resultante do agrupamento das classes I e II e o outro resultante das classes III e IV.

Recorrendo ao Teste *t*, para amostras independentes, foi possível apurar que existem diferenças significativas na concordância com a afirmação de banalização da mentira, “mentir faz parte da vida de toda a gente” ($t(-2.399) = 134; p=.018$), sendo que as classes III e IV apresentaram uma média superior ($M=3.87; DP=1.06$) quando comparadas com as classes I e II ($M=3.37; DP=1.29$). Foram também encontradas diferenças significativas ao nível dos conteúdos das mentiras, nomeadamente em “questões sobre o quotidiano” ($t(-2.211) = 134; p=.029$), com média também superior para as classes III e IV ($M=3.94; DP=.99$), comparativamente com as classes I e II ($M=3.54; DP=1.03$) (Tabela 10). Não foram encontradas diferenças significativas em nenhuma das outras variáveis do QAM.

Tabela 10

Teste t para amostras independentes: comparação das percepções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconômicos

		Classe I/II		Classe III/IV		<i>t</i>	<i>p</i>
		M	DP	M	DP		
Banalização da mentira	Mentir faz parte da vida de toda a gente	3.37	1.29	3.87	1.06	-2.399	.018
	Questões sobre o cotidiano	3.54	1.03	3.94	.99	-2.211	.029

3.5. Relação entre a frequência da mentira, as atitudes dos jovens face à mesma e as suas consequências percebidas.

O último objetivo deste estudo centrava-se na análise da relação entre a frequência do uso da mentira, as atitudes dos participantes face à mesma, os tipos de mentira mais utilizados e as consequências que os jovens julgam poder derivar desse comportamento.

Verificou-se, com recurso ao coeficiente de Pearson, a existência de uma correlação estatisticamente significativa e negativa entre a frequência de mentir e as atitudes desfavoráveis face à mentira ($r=-.427$; $p=.000$) e uma correlação estatisticamente significativa e positiva, embora de baixo valor, entre a frequência de mentir e a atribuição de consequências negativas a este ato ($r=.202$; $p=.009$).

Foi ainda possível apurar a existência de uma correlação estatisticamente significativa e positiva, entre a frequência de mentir, a mentira orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento ($r=.212$; $p=.006$) - e a mentira orientada para o outro ($r=.199$; $p=.010$), embora com valores baixos (tabela 11).

Tabela 11

Correlação entre a frequência de mentir, as atitudes face à mentira e as suas consequências percebidas (n=169)

	Frequência do uso da mentira
Atitudes desfavoráveis à mentira	-.427**
Mentira orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento	.212**
Mentira orientada para o outro	.199**
Atribuição de consequências negativas ao ato de mentir	.202*

*p<.05

**p<.01

4. Discussão dos Resultados

No que concerne ao primeiro objetivo, caracterizar as percepções e hábitos que os jovens adultos têm sobre a mentira (definição, frequência do ato de mentir, atitudes face à mentira, tipos de mentira aos quais mais recorrem, grupo etário que acreditam recorrer mais à mentira, consequências que julgam derivar deste comportamento, alvos e conteúdos da mentira), foi possível verificar que, em relação à definição, a maioria dos participantes caracteriza a mentira como algo que não corresponde à verdade, uma definição ampla do conceito. Apurou-se ainda que, relativamente à frequência do uso da mentira, esta não parece ser muito recorrente, localizando-se as respostas, em média, no nível “raramente”, sendo que o tipo mais recorrente é o orientado para o próprio, quando se trata de uma percepção em relação ao comportamento em geral. Quando interrogados sobre o uso da mentira pelos próprios, os participantes afirmaram recorrer mais frequentemente às orientadas para o outro, o que difere das conclusões do estudo de DePaulo et al. (1996) e de Ennis et al. (2008). Esta conclusão parece sugerir que, quando se trata de uma opinião que não se refira objetivamente aos comportamentos individuais mas sim generalizados, os indivíduos tendem a encarar a mentira como algo a usar para benefício do próprio, no entanto, quando a situação se refere aos seus casos particulares, adotam uma atitude mais altruísta, afirmando recorrer mais a mentiras para benefício de outros. Uma outra possível explicação para estes resultados advém do erro fundamental da atribuição no sentido em que se tem a percepção de que os outros agem para seu próprio benefício enquanto que, para nós próprios, os nossos comportamentos têm como objetivo o bem estar dos outros.

As atitudes face à mentira demonstraram ser desfavoráveis, com uma pontuação muito elevada e as de banalização foram também muito representadas, conclusão já adiantada em 2000, por Vrij. De notar que estas conclusões são contraditórias. O item referente à banalização da mentira que obteve uma maior pontuação, “mentir faz parte da vida de toda a gente” não explora, contudo, a conotação que os participantes dão ao seu uso, se positiva ou negativa. O facto de referirem que se trata de um comportamento banal não invalida o facto de o verem como uma atitude negativa. É também importante referir que a maioria dos itens que pertencem ao índice referente às atitudes desfavoráveis à mentira se centram no comportamento pessoal sendo, por isso, legítimo

que tenham fornecido respostas no sentido de darem uma melhor imagem de si próprios.

No que concerne aos resultados obtidos relativamente ao grupo etário que os participantes pensam recorrer mais frequentemente à mentira, vão de encontro às conclusões de Martins e Carvalho (2010) no sentido em que os adolescentes são apontados como os mais mentirosos, estando os idosos no expoente inverso. A adolescência é um período onde ocorrem profundas modificações físicas e psicológicas (Martins & Carvalho, 2010), levando a comportamentos característicos, certamente já adotados pelos participantes do estudo. Nesta fase recorre-se à mentira para se ser aceite pelos pares, para não enfrentar as consequências de uma determinada atitude, para evitar situações embaraçosas sobretudo no que diz respeito à intimidade, e também para a procura de independência (Martins & Carvalho, 2010; Sprinthall & Collins, 2003, citados por Martins, Martins, & Carvalho, 2011). Trata-se de uma fase marcada pela contestação, fazendo sentido que se percecionem os adolescentes como os que mais mentem, tendo como justificações para esse comportamento as enunciadas anteriormente.

Quanto à qualificação de saber mentir sem ser descoberto, as respostas localizam-se, em média, no nível “mau”, revelando que os participantes consideram que mentir é um comportamento censurável independentemente da capacidade para evitar as consequências ou o embaraço social que lhe pode estar associado. Verificou-se também uma tendência de respostas a considerarem que a mentira tem sempre consequências negativas associadas, o que poderá estar na origem da baixa pontuação verificada no item relativo à frequência do uso da mentira.

Os colegas e desconhecidos foram apontados como os alvos principais das mentiras, ao contrário dos amigos, para os quais as mentiras são menos frequentemente direcionadas. Neste sentido, também DePaulo e Kashy (1998), verificaram que os indivíduos têm uma maior tendência para usar a mentira em relações casuais, em detrimento das relações mais próximas, o que foi igualmente corroborado por Ennis e colaboradores (2008) quando concluíram que se mente mais a pessoas estranhas. Também Martins e Carvalho (2010) concluíram que os amigos são o grupo a quem menos se mente, no entanto, apontaram os progenitores como os principais alvos. É

esperado que se minta mais às pessoas com as quais não se tem uma relação empática tão forte no entanto, os participantes deste estudo não apontaram os familiares como o grupo ao qual menos mentem, mas sim os amigos. Este resultado pode advir do facto de os indivíduos temerem julgamentos aos seus comportamentos por parte dos familiares mais próximos, por exemplo, ou ainda para evitar desiludi-los, visto que afirmaram recorrer mais a mentiras orientadas para o outro.

Por último, no que concerne ao conteúdo das mentiras, o assunto mais apontado como estando na origem deste comportamento são as questões da intimidade, ao contrário das notas escolares sobre as quais os participantes mentem com menor regularidade. A questão da intimidade foi também apresentada por Martins e Carvalho (2010), tendo sido apontada como um dos principais conteúdos das mentiras. É importante referir que uma grande parte da amostra estudada já não se encontra no sistema de ensino, pelo que as notas escolares já não configuram um assunto ou uma preocupação dominante.

O segundo objetivo deste trabalho consistiu em comparar a frequência e os tipos de mentira entre jovens do sexo masculino e feminino tendo sido possível verificar uma média superior para os jovens do sexo masculino relativamente à frequência do uso da mentira. Esta tendência foi também sugerida por Dreber e Johannesson (2008), no entanto, outros estudos (e.g., Childs, 2012; DePaulo et al., 1996; Gylfason et al., 2012) não verificaram diferenças significativas entre homens e mulheres. No que concerne ao tipo de mentira utilizado, os estudos têm concluído que as mulheres recorrem mais frequentemente à mentira orientada para o outro, sobretudo com conteúdos altruístas (DePaulo et al., 1993, citados por DePaulo et al., 1996; DePaulo et al. 1996), sendo as mentiras orientadas para o próprio mais características dos homens (DePaulo et al., 1996; Phillips et al., 2010). Os resultados obtidos neste estudo não demonstraram qualquer diferença significativa relativamente ao tipo de mentira mais recorrente em homens ou em mulheres. Como foi possível verificar, a amostra é relativamente homogénea no que respeita à cultura e aos valores sociais, dois aspetos que poderiam estar na origem das diferenças entre os dois grupos, de acordo com Childs (2012), aspeto que poderá ter influenciado os resultados apurados.

Relativamente ao terceiro objetivo, a análise da relação entre a estrutura da personalidade dos participantes, tendo em conta o Modelo dos Cinco Fatores – Big Five - a frequência do ato de mentir e o tipo de mentira mais recorrente, verificou-se uma correlação negativa entre a amabilidade, a frequência e os dois tipos de mentira, bem como uma correlação negativa entre a conscienciosidade, a frequência e ambos os tipos de mentira.

A amabilidade é uma dimensão característica de pessoas altruístas e cooperantes, sendo que pontuações baixas estão na origem do egocentrismo e da competição. Como já referido, esta amostra apresentou características altruístas, tendo os resultados do NEO-FFI corroborado esta conclusão (as dimensões da personalidade mais preponderantes nos participantes deste estudo são a amabilidade e a conscienciosidade).

Por sua vez, como já abordado, a conscienciosidade refere-se ao auto-controlo e baixos níveis nesta dimensão podem levar a um défice dos princípios morais (Barrick & Mount, 1993, citados por Rothmann & Coetzer, 2003). A amostra em estudo revela, portanto, um baixo nível de défice moral pelo facto da conscienciosidade ser a dimensão mais predominante nos participantes. Tendo em conta a definição das dimensões e as características psicológicas da amostra, faz sentido que os resultados do uso da mentira tenham sugerido uma correlação negativa entre ambas as dimensões, os dois tipos de mentira e a frequência.

Pelo contrário, foi possível verificar uma correlação positiva entre o neuroticismo e os dois tipos de mentira (orientada para o próprio – percepção em relação ao próprio comportamento – e orientada para o outro) não tendo havido, porém, qualquer correlação com a frequência. Ao contrário das conclusões apontadas por Gudjonsson e Sigurdsson (2004), Gudjonsson e Yong (2010), McLeod e Genereux (2007), Phillips et al. (2010), Staiano et al. (2012) e Weaver (2005, citado por McLeod & Genereux, 2007), uma maior ou menor frequência do uso da mentira parece não ser influenciada pelo neuroticismo nesta amostra, podendo a baixa pontuação associada à frequência da mentira estar associada a este resultado.

É ainda pertinente salientar que o facto destas três dimensões da personalidade estarem associadas a ambos os tipos de mentira pode estar relacionado com os

resultados obtidos no último objetivo, que apontam para uma correlação positiva entre a frequência e ambos os tipos da mentira. Tendo os participantes mais traços pertencentes à amabilidade e à conscienciosidade, é de esperar que a tendência seja para recorrer menos a qualquer um dos tipos de mentira, ou mais, se se tratar de participantes com maiores níveis de neuroticismo.

Relativamente ao quarto objetivo, a comparação das perceções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos, verificou-se que as classes média e média baixa tendem a banalizar mais a mentira, quando comparadas com as classes média alta e alta. Contudo, essa banalização não se traduz numa maior frequência do seu uso. O facto de se viver em situações adversas pode desenvolver nas pessoas competências de manipulação associadas à mentira que, segundo as mesmas, são indispensáveis para a sobrevivência (Ogbu, 1981, citado por Cole & Mitchell, 1998). Este facto pode estar na origem da banalização da mentira verificada nas classes sociais mais baixas, no entanto, podem ter já adquirido outras competências sociais, possivelmente como consequência do desenvolvimento moral, que os levem a não recorrer a este comportamento. No que concerne aos conteúdos das mentiras, também as classes média e média baixa admitem mentir mais sobre as questões do quotidiano, quando comparadas com as classes mais altas. O conhecimento sobre a influência do contexto socioeconómico na mentira não está ainda muito evoluído, carecendo de um maior estudo. O estudo de Martins e Carvalho (2010) encontrou diferenças estatisticamente significativas relativamente a raciocínios egocêntricos no sentido em que os jovens de classes sociais mais elevadas demonstraram uma maior preocupação pelos outros o que, no presente estudo, não se verificou. No entanto, neste estudo foram encontradas diferenças ao nível da banalização da mentira, o que não aconteceu no estudo suprarreferido. Por outro lado, apuraram diferenças ao nível dos conteúdos das mentiras, tendo afirmado que um dos temas mais presentes nas mentiras dos jovens de classe média são os seus hábitos, conclusão que o presente estudo vem reforçar.

É necessário verificar os aspetos que poderão estar na origem do reduzido número de diferenças significativas encontradas, tendo em conta o elevado número de variáveis em estudo. Como foi constatado a partir dos resultados da Classificação Social Internacional de Graffar, as classes mais representadas neste estudo são a média e a média alta, tendo-se verificado uma grande discrepância entre os números destas e das

restantes, alta e média baixa. É também de salientar que não foi verificado nenhum caso pertencente à classe baixa. Estando os participantes distribuídos desta forma pelas classes sociais, seria de esperar que não fosse encontrado um grande número de diferenças entre eles, visto não se verificar muita heterogeneidade da amostra nesta variável.

Relativamente ao último objetivo que consistiu em verificar se existe uma relação entre a frequência da mentira, as atitudes dos jovens face à mesma, os tipos de mentira mais recorrentes e as suas consequências percebidas, foi possível verificar uma correlação negativa entre a frequência e as atitudes desfavoráveis. Por outro lado, constatou-se uma correlação positiva entre a frequência e a atribuição de consequências negativas ao ato de mentir sugerindo que quanto maior a consciência das consequências mais se mente. Apesar dos participantes estarem cientes de que do uso da mentira podem surgir resultados indesejáveis, não deixam de recorrer a esse comportamento. Este resultado vai ao encontro do estudo de DePaulo e Kashy (1998), quando afirmaram que mentir faz parte do quotidiano das pessoas, verificando-se uma mentira a cada três interações sociais. Também Hancock (2007, citado por Sprecher et al., 2008) apresentou percentagens reveladoras da frequência deste comportamento nas relações sociais: 14% de mentiras nos *e-mails*, 27% nas conversações frente a frente e 37% nos telefonemas. Recorrer à mentira apesar de se ter consciência das consequências negativas que podem advir desse comportamento pode também ser explicado pelo facto de a maioria das mentiras ser “*white lies*”, com poucas ou nenhuma consequências para o próprio ou para terceiros. Apesar de se associarem consequências ao uso da mentira não é certo que, efetivamente, se verifiquem, levando a que 70% das pessoas admitam que recorrerão à mentira mais vezes (DePaulo et al. 1996). Este comportamento está também associado à situação envolvente e aos seus intervenientes (Gozna et al. 2001), levando a crer que também as consequências percebidas dependerão destes dois factores.

No que concerne à relação entre a frequência e ambos os tipos de mentira (orientada para o próprio - percepção em relação ao próprio comportamento – e orientada para o outro) verificou-se a existência de uma correlação positiva, apontando para uma tendência de usar a mentira quer para ganhos pessoais, quer para ganhos para terceiros. A mentira é frequentemente usada para gerir impressões e interações sociais, existindo a

necessidade de os indivíduos transmitirem uma imagem positiva deles próprios (Goffman, 1959). Sendo a mentira orientada para o próprio mais frequentemente usada para se retirar vantagens sobre uma determinada situação (Lippard, 1988; Metts, 1989), e tendo a mentira orientada para o outro o objetivo da proteção de terceiros, quer a nível psicológico quer a nível de interesses materiais (DePaulo et al., 1996), a conjugação dos dois tipos de mentira pode desencadear impressões positivas acerca do emissor tratando-se, por isso, de uma correlação legítima.

Seguindo este raciocínio, também Wiltermuth (2011, citado por Conrads et al., 2012) defendeu que as mentiras tendem a ser melhor justificadas se ambas as partes, emissor e recetor, beneficiarem das mesmas. Na mesma ótica, Conrads e colaboradores (2012) concluíram que a mentira está mais presente quando representa ganhos coletivos, ao invés de ganhos individuais.

5. Conclusão

Os resultados apurados neste estudo demonstraram existir uma relação entre as percepções e hábitos de mentira de jovens adultos, a estrutura da sua personalidade e o seu contexto socioeconómico, embora essa relação tenha ficado mais clara em determinadas variáveis. Verificaram-se diferenças estatisticamente significativas ao nível do sexo, com uma maior frequência do uso da mentira por parte dos participantes do sexo masculino.

Concluiu-se que indivíduos com mais traços pertencentes à amabilidade e à conscienciosidade possuem uma menor tendência para recorrer à mentira. Apesar do neuroticismo não estar diretamente relacionado com a frequência, verificou-se que esta dimensão leva a uma maior propensão para recorrer a ambos os tipos de mentira.

No que respeita ao nível socioeconómico, constatou-se que as classes média e média baixa tendem a banalizar mais a mentira, contudo essa banalização não se traduz numa maior frequência desse comportamento. Ao nível dos conteúdos, as mesmas classes sociais admitiram mentir mais sobre o quotidiano.

Com esta dissertação foi possível estudar um tema ainda pouco desbravado, sobretudo no contexto português. O estudo mais aprofundado sobre a mentira e sobre as variáveis a ela associadas poderá contribuir, em grande escala, para uma melhor compreensão da interação humana, útil em contextos sociais e profissionais. No campo da justiça, este estudo poderá constituir uma mais valia no sentido em que as dificuldades encontradas no apuramento da credibilidade do testemunho podem dar origem a erros judiciais, podendo assim ser mais facilmente contornáveis com o estudo desta temática.

Relativamente à personalidade, o seu estudo é fundamental para contribuir para um maior conhecimento sobre os comportamentos mais ou menos pró-sociais associados a cada dimensão que a compõe. Os resultados constatados vêm auxiliar no apuramento de um conjunto de traços da personalidade que se traduzem num perfil comportamental com uma menor tendência para o uso da mentira. Atualmente são feitos testes de personalidade em inúmeros contextos. Conhecer mais aprofundadamente os traços com

ou sem relação com a mentira pode constituir uma vantagem para quem os administra. É, assim, possível transpor estas conclusões para outras áreas de estudo, mas também para âmbitos mais práticos que contemplem a avaliação da personalidade e que a usem para fins específicos.

Para além da componente delinvente associada ao ato de mentir, este possui também uma componente social. Apesar de os resultados terem demonstrado que os participantes de classes sociais inferiores não apresentaram uma taxa mais elevada de frequência do uso da mentira, verificou-se que banalizam esse comportamento. Assim, poder-se-á delinear um conjunto de estratégias de intervenção e colocá-las em prática o mais precocemente possível na vida dos indivíduos mais suscetíveis a adotarem este tipo de comportamento.

No que concerne às limitações desta dissertação e no que respeita ao estatuto socioeconómico, esta careceria de uma amostra mais diversificada, visto que os participantes se dividem, maioritariamente, por duas categorias de classes sociais. Caso se verificasse uma divisão igualitária pelas cinco classes, os resultados poderiam traduzir a realidade de uma forma mais verossímil. Por outro lado, também esta é uma questão que não está muito aprofundada, nacional e internacionalmente, o que dificulta a comparação dos resultados. A lacuna nos estudos que contemplam a comparação do nível socioeconómico com os comportamentos associados à mentira constituiu uma das grandes dificuldades deste estudo, no sentido em que eram poucos os aspetos passíveis de serem comparados. Porém, esta lacuna deverá ser encarada como uma oportunidade para estudos futuros. Desta forma, seria pertinente fazer um estudo mais centrado no contexto socioeconómico e as suas implicações nos comportamentos associados à mentira, através de uma amostra especialmente selecionada para tal.

Identificamos ainda algumas fragilidades associadas à amostra e que poderão ter influenciado alguns resultados. Mais concretamente, seria importante que estudos futuros incluíssem amostras mais heterogéneas, relativamente ao sexo, pois apenas 30 participantes do sexo masculino foram contemplados, em comparação com os 139 do sexo feminino. Consideramos ainda que também seria pertinente avaliar se a socialização diferenciada em função do género poderá interferir no uso da mentira.

Desta forma, sugerimos que em estudos futuros se recorra a um maior número de participantes e que a sua seleção seja de forma estratificada, sendo assim possível alcançar uma maior homogeneidade nas classes sociais e na variável sexo. Relativamente às variáveis em estudo ao nível da personalidade, sugerimos também alargar, ou alterar, o leque de traços que a constituem, de forma a chegar a conclusões que possam enriquecer o conhecimento científico já conseguido pelos estudos existentes. Seria interessante desenvolver investigações futuras que contemplassem outros traços da personalidade e onde se verificasse a possível influência destes no tipo de mentira utilizado, por exemplo. Como referido, ambos os tipos de mentira estudados, orientada para o próprio – percepção em relação ao próprio comportamento – e orientada para o outro, surgem muito associados, no sentido em que não se verifica uma tendência explícita para o uso de um ou de outro. Sabe-se que a frequência para cada tipo de mentira está dependente de uma combinação específica de traços da personalidade sendo, por isso, interessante verificar quais os traços que, conjugados, contribuem mais para as mentiras orientadas para o próprio ou para o outro.

Não só pelo reduzido consenso que existe sobre esta temática mas por se tratar de um comportamento tão presente no quotidiano da sociedade e sobre o qual existe um grande número de variáveis que podem ser abordadas, acreditamos que se trata de uma área que merece o investimento de estudos futuros.

Referências

- Almeida, N. (2005). O que as famílias fazem às escolas...pistas para um debate. *Análise Social*, 40 (176), 579-593.
- Augustine, S. (1952). *Lying in Treatises on Various Subjects*, Ed. R.J. Deferrari (pp. 53-120). New York: Catholic University of America.
- Barros, J. (1999). Neuroticismo: teoria e avaliação (proposta de uma nova escala). *Psicologia, Educação e Cultura*, 3(1), 129-144.
- Bilsky, W., & Schwartz, S. (1994). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8, 163-181.
- Bok, S. (1978). *Lying. Moral choice in public and private life*. New York: Random House.
- Boyd, R., & Richerson, P. (2009). Cultural evolution of human cooperation. *Philosophical Transactions*, 364, 3281–3288.
- Broidy, S. & Agnew, R. (1997). Gender and crime: A general strain theory perspective. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. 34. 275
- Caplan, S. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), 625-648.
- Carson, T. (2006). *The definition of lying*. Nous. Retirado de <http://orion.it.luc.edu/~tcarson/LIE-NOUS.pdf>
- Chandler, M., Fritz, A., & Hala, S. (1989). Small-scale deceit: Deception as a marker of two, three, and four-year-olds' early theories of mind. *Child Development*, 6(6), 1263-1277.

- Childs, J. (2012). Gender differences in lying. *Economics Letters*, *114*, 147-149.
- Cloninger, S., (1996). *Personality – Description dynamics and development*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Cole, K., & Mitchell, P.(1998). Family background in relation to deceptive ability and understanding of the mind. *Social Development*, *7*(2), 181–197.
- Conrads, J., Irlenbusch, B., Rilke, R., & Walkowitz, G. (2012). Lying and team incentives. *Journal of Economic Psychology*, *34*, 1-7.
- Costa, P., Yang, J., & McCrae, R. (1998). Aging and personality traits: Generalizations and clinical implications. In Nordhus, I., VandenBos, G., Berg, S., & Fromholt, P. (Eds.), *Clinical geropsychology* (pp. 33-48). Washington, DC: American Psychological Association.
- Davis, W. (1999). Communicating, telling and informing. *Philosophical Inquiry*, *21*, 21-43.
- DePaulo, B. (1992). Nonverbal behavior and self-presentation. *Psychological Bulletin*, *111*, 222-243.
- DePaulo, B., & Kashy, D. (1998). Everyday lies in close and casual relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*, 63-79.
- DePaulo, B., Ansfield, M., & Bell, K. (1996). Theories about deception and paradigms for studying it: A critical appraisal of Buller and Burgoon's interpersonal deception theory and research. *Communication Theory*, *3*, 297-310.
- DePaulo, B., Kashy, D., Kirkendol, S., & Wyer, M. (1996). Lying in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, *70*, 979-995.

- DePaulo, B., Lindsay, J., Malone, B., Muhlenbruck, L., Charlton, K., & Cooper, H. (2003). Cues to deception. *Psychological Bulletin*, 129, 74-118.
- Derrida, J. (1996). História da mentira: prolegómenos. *Estudos Avançados*, 10(27), 7-39.
- Digman, J. (1989). Five robust trait dimensions: Development, stability, and utility. *Journal of Personality*, 57, 195-214.
- Dindia, K., & Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure. A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 112, 106-124.
- Dreber, A., & Johannesson, M. (2008). Gender differences in deception. *Economics Letters*, 99, 448-474.
- Ekman, P. (1988). *Lying and nonverbal behavior*. Retirado de http://www.anderson.ucla.edu/faculty/keith.chen/negot.%20papers/Ekman_HowCatchLie88.pdf
- Ekman, P. (1989). *Why lies fail and what behaviors betray a lie*. Retirado de <https://www.paulekman.com/wp-content/uploads/2013/07/Why-Lies-Fail-And-What-Behavior-Betray-A-lie.pdf>
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6, 169-200.
- Ekman, P., & Friesen, W. (1972). Detecting deception from the face or the body. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29(3), 288-289.
- Ennis, E., Vrij, A., & Chance, C. (2008). Individual differences and lying in everyday life. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25, 105-118.

- Fallis, D. (2010). Lying and deception. *Philosophers Imprint*, 10(11).
- Fernaud, E. (2000). *La detección de la mentira: perspectiva científica versus perspectiva lega*. (Tese de Mestrado). Departamento de Psicologia Cognitiva, Social y Organizacional da Universidad de La Laguna.
- Frank, M., Menasco, M., & O'Sullivan, M. (2008). Human behavior and deception detection. *Handbook of Science and Technology for Homeland Security*, 5, 1-12.
- Gleitman, H., Fridlund, A., & Reisberg, D. (2003). *Psicologia* (6ªed.) (D. R. Silva, Trad.) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian (Obra original publicada em 1981).
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Retirado de http://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
- Goldman, A. (2012). Theory of mind. In Margolis, E., Samuels, R., & Stich, S. (Eds.). *The Oxford Handbook of Philosophy of Cognitive Science* (pp. 402-424). New York: Oxford University Press
- Gozna, L., Vrij, A., & Bull, R. (2001). The impact of individual differences on perceptions of lying in everyday life and in a high stake situation. *Personality and Individual Differences*, 31, 1203-1216.
- Gneezy, U. (2005). Deception: The role of consequences. *American Economic Review*, 95(1), 384-394.
- Guanzon-Lapeña, M., Church, A., Carlota, A., & Katigbak, M. (1998). Indigenous personality measures: Philippine examples. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29, 249 –270.

- Gudjonsson, G., & Sigurdsson, J. (2004). The relationship of suggestibility and compliance with self-deception and other-deception. *Psychology, Crime & Law*, 10(4), 447-453.
- Gudjonsson, G., & Yong, S. (2010). Personality and deception. Are suggestibility, compliance and acquiescence related to socially desirable responding? *Personality and Individual Differences*, 50, 192-195.
- Gylfason, H., Arnardottir, A., & Kristinsson, K. (2012). More on gender differences in lying. *Economic Letters*, 119, 94-96.
- Hansenne, M. (2003). *Psicologia da personalidade*. (J. G. Almeida Trad.). Lisboa: Climepsi Editores.
- Hartwig, M., & Bond, C. (2011). Why do lie-catchers fail? A lens model meta analysis of human lie judgments. *Psychological Bulletin*, 137, 643-659.
- Hill, M., & Hill, A. (2008). *Investigação por questionário* (2nd ed.). Coimbra: Edições Sílabo.
- Horney, K. (1942). *Self analysis*. New York: Norton.
- Hough, L., Eaton, N., Dunnette, M., Kamp, J., & McCloy, R. (1990). Criterion-related validities of personality constructs and the effect of response distortion on those validities. *Journal of Applied Psychology*, 75, 581-595.
- Irigaray, T., & Schneider, R. (2007). Características de personalidade e depressão em idosas. *Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul*, 29, 169-75.
- Isenberg, A. (2011). *Personality type and successful liar*. (Tese de mestrado). Carolina: Universidade da Carolina Oeste.

- Jang, K., Livesley, W., & Vernon, P. (1996). Heritability of the big five personality dimensions and their facets: A twin study. *Journal of Personality*, *64*, 577-591.
- Kashy, D., & DePaulo, B. (1996). Who lies? *Journal of Personality and Social Psychology*, *70*(5), 1037-1051.
- King, J., & Figueredo, A. (1997). The five-factor model plus dominance in chimpanzee personality. *Journal of Research in Personality*, *31*, 257-271
- Krahé, B. (1992). *Personality and social psychology: towards a synthesis*. London: Sage Pub.
- Kupfer, J. (1982). *The moral presumption against lying*. Washington DC: The Review of Metaphysics.
- Lencastre, M. (2011). Empatia, teoria da mente e linguagem. Fundamentos etológicos, psicológicos e culturais dos valores. *Antropológicas*, *12*, 8-18.
- Lewis, C., Stranger, C. & Sullivan, M. (1989). Deception in three years old. *Developmental Psychology*, *25*, 439-443.
- Lima, M., & Simões, A. (2000). A teoria dos cinco factores: Uma proposta inovadora ou apenas uma boa arrumação do caleidoscópio personológico? *Análise Psicológica*, *2*(18), 171-179.
- Lippard, P. (1988). Ask me no questions, I'll tell you no lies: Situational exigencies for interpersonal deception. *Western Journal of Speech Communication*, *52*, 91-103.
- Mahon, J. (2008). The definition of lying and deception. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Retirado de <http://plato.stanford.edu/entries/lying-definition/>
- Martins, M. (2009). *Os jovens e a mentira: Um estudo centrado em diferentes momentos do percurso escolar*. (Tese de Mestrado). Lisboa: Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa

- Martins, M., & Carvalho, C. (2010). *A mentira na adolescência: Uma análise baseada no contexto social*. I Seminário Internacional “Contributos da Psicologia em Contextos Educativos”. Braga: Universidade do Minho.
- Martins, D., Martins, M., & Carvalho, C. (2011). *Algumas verdades sobre mentiras: Uma perspectiva com alunos portugueses*. Artigo apresentado no VI Congresso Internacional de Psicología y Educación Y III Congreso Nacional de Psicología de La Educación.
- McCrae, R. (2002). Cross-cultural research on the Five-Factor Model of Personality. *Online Readings in Psychology and Culture*, 4(4). Retirado de <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1038&context=orpc>
- McCrae, R., & Costa, P. (1996). Toward a new generation of personality theories: theoretical contexts for the five-factor model. In Wiggins, J. (Ed.). *The Five-Factor Model of Personality – Theoretical perspectives*. New York: The Guilford Press.
- McCrae, R., Costa, P., Del Pilar, G., Rolland, J., & Parker, W. (1998). Cross-cultural assessment of the five-factor model: The revised NEO Personality Inventory. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29, 171–188.
- McCrae, R., Terracciano, A., & 78 Members of the Personality Profiles of Cultures Project. (2005). Universal features of personality traits from the observer’s perspective: Data from 50 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 547–561.
- McLeod, B., & Genereux, R. (2007). Predicting the acceptability and likelihood of lying: The interaction of personality with type of lie. *Personality and Individual Differences*, 45, 591-596.

- Metts, S. (1989). An Exploratory Investigation of Deception in Close Relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6, 159-179.
- Montandon, C. (2001). O desenvolvimento das relações família-escola. Problemas e perspectivas. In Montandon, C., & Perrenoud, P. (2001). *Entre pais e professores, um diálogo impossível? Para uma análise sociológica das interações entre a família e a escola*. Oeiras: Celta Editora.
- Monteiro, J. (2012). *A personalidade e mecanismos de defesa – Um estudo exploratório e correlacional*. (Tese de Mestrado). Lisboa: Faculdade de Psicologia da Universidade de Lisboa.
- Nogueira, M. (2005). A relação família-escola na contemporaneidade: Fenómeno social/interrogações sociológicas. *Análise Social*, 40(176), 563-578.
- Olver, J., & Mooradian, T. (2003). Personality traits and personal values: A conceptual and empirical integration. *Personality and Individual Differences*, 35, 109–125.
- Ortiz, F., Church, A., Vargas-Flores, J., Ibáñez-Reyes, J., Flores-Galaz, M., Iuit-Briceño, J., & Escamilla, J. (2007). Are indigenous personality dimensions culture-specific? Mexican inventories and the five-factor model. *Journal of Research in Personality*, 41, 618 – 649.
- Perner, J. (1997). Children's competency in understanding the role of a witness: truth, lies, and moral ties. *Applied Cognitive Psychology*, 11, 21-35.
- Phillips, M., Meek, S., & Vendemia, J. (2010). Understanding the underlying structure of deceptive behaviors. *Personality and Individual Differences*, 50, 783-789.
- Piaget, J. (1932). *Le jugement moral chez l'enfant*. Fondation Jean Piaget.

- Quinta, N. (2008). *Efeitos de contingências aversivas sobre o comportamento de mentir: Sinais e detecção*. Dissertação de Mestrado, Universidade Católica de Goiás Goiânia, GO, Brasil.
- Ravella, G. (2010). *O pensamento moral em jovens: O juízo moral em Lawrence Kohlberg*. (Tese de Mestrado). Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Reis, H. (2012). *Lie to me: Lying virtual agents*. (Tese de Mestrado). Lisboa: Instituto Superior Técnico.
- Ribeiro, A. (2013). *A influência da personalidade na detecção da mentira*. (Tese de Mestrado). Monte de Caparica: Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz.
- Richerson, P., Boyd, R., & Henrich, J. (2003). Cultural evolution of human cooperation. *MIT Press*, 357-358.
- Rothbart, M., Evans, D., & Ahadi, S. (2000). Temperament and personality: Origins and outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(1), 122-135.
- Rothmann, S., & Coetzer, E. (2003). The Big Five personality dimensions and job performance. *Journal of Industrial Psychology*, 29(1), 68-74.
- Rueden, M., Massenkoff, M., & Kaplan, H. (2013). How universal is the Big Five? Testing the Five-Factor Model of Personality variation among forager–farmers in the bolivian amazon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2), 354 –370.
- Salgado, J. (1997). The five-factor model of personality and jobperformance in the European Community. *Journal of Applied Psychology*, 82, 30-43.
- Schweitzer, M., & Hsee, C. (2002). Stretching the truth: Elastic justification and motivated communication of uncertain information. *Journal of Risk and Uncertainty*, 25(2), 185-201.
- Scollon, C., & Diener, E. (2006). Love, work, and changes in extraversion and

- neuroticism over time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(6), 1152-1165.
- Sodian, B., Taylor, C., Harris, P., & Perner, J. (1991). Early deception and the child's Theory of Mind: False trails and genuine markers. *Child Development*, 62, 468-483.
- Silva-Joaquim, C. (1991). Mentira. *Sociologia: problemas e práticas*, 9, 121-126.
- Sorensen, R. (2007). Bald-faced lies! Lying without the internet to deceive. *Pacific Philosophical Quarterly*, 88, 251-64.
- Staiano, J., Lepri, B., Aharony, N., Pianesi, F., Sebe, N., & Pentland, A. (2012). *Friends don't lie – Inferring personality traits from social network structure*. Retirado de http://disi.unitn.it/~staiano/pubs/SLAPSP_UBICOMP12.pdf
- Stott, F. (2005). The surprising truth about why children lie. *Scholastic Early Childhood Today*, 19(5), 8-9.
- The Global Deception Research Team (2006). A world of lies. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37, 60.
- Thomson, E., Hanson, T., & McLanahan, S. (1994). Family structure and child well-being: Economic resources vs. parental socialization. *Social Force*, 73, 221-242.
- Williams, B. (2002). *Truth and truthfulness*. Princeton: Princeton University Press.
- Souza, L., & Araujo, U. (2012). Educação moral e diversidade nas escolas: Problematização sobre gênero e sexualidade. *Revista Iberoamericana de Educación*, 59, 1-13.
- Sprecher, S., Wenzel, A., & Harvey, J. (2008). *Handbook of relationship initiation*. New York: Taylor & Francis Group.

Vrij, A. (2000). *Detecting lies and deceit: The psychology of lying and the implications for professional practice*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.

Vrij, A., Semin, G., & Bull, R. (1996). Insight into behavior displayed during deception. *Human Communication Research*, 22(4), 543-562.

Vrij, A., Granhag, P. A., & Mann S., (2010). Good Liar. *The Journal of Psychiatry & Law*, 38, 77-98.

Anexos

Anexo 1 – Questionário sociodemográfico

1. CARACTERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA

1.1. Sexo: Masculino Feminino

1.2. Idade _____ (anos)

1.3. Habilitações Literárias/Escolaridade:

10º ano

11º ano

12º ano

Outro: _____

1.4. Nacionalidade:

1.5. Já alguma vez reprovaste? Sim Não

1.5.1. Se sim, quantas vezes? _____

1.6. Com quem vives?

Mãe

Pai

Irmão/irmãos

Avô

Avó

Outros: _____

1.7. Qual a escolaridade das pessoas com quem vives?

Ensino primário

Quem? _____

Ensino básico

Quem? _____

Ensino secundário

Quem? _____

Ensino universitário

Quem? _____

Anexo 2 – Classificação Social Internacional de Graffar

Para preencher o questionário, escreve a resposta sempre que for pedida e coloca um X no que achares adequado.

DADOS DOS PAIS

Idade do Pai _____ Idade da Mãe _____

1. PROFISSÃO

Profissão do Pai? _____

Profissão da Mãe? _____

2. INSTRUÇÃO

Habilitações académicas do Pai? _____

Habilitações académicas da Mãe? _____

3. PRINCIPAL FONTE DE RENDIMENTOS FAMILIARES

Qual é a principal fonte de rendimentos ?

Fortuna herdada ou adquirida (Ex: Propriedades)

Altos vencimentos ou honorários (Ex: Lucros de empresas)

Vencimento mensal fixo (Ex: Funcionários)

Remuneração incerta (Ex: Remuneração semanal ou de horas de serviço)

Assistencial (Ex: Beneficência pública ou privada)

Outra. Qual ? _____

4. TIPO DE HABITAÇÃO

De que tipo é a sua habitação?

Casa ou andar luxuoso e muito grande, oferecendo o máximo de conforto

Casa ou andar que, sem ser luxuoso, é espaçoso e confortável

Casa ou andar modesto, bem construído, bem conservado, bem iluminado e

arejado, com cozinha e casa de banho

Casa ou andar degradado, sem electrodomésticos mas com cozinha e casa de banho.

Alojamento impróprio, andar ou barraca desprovido de conforto, ventilação e iluminação, ou onde moram demasiadas pessoas

Outro. Qual ? _____

5. LOCAL DA RESIDÊNCIA

Qual é o aspecto da zona onde habita?

Bairro residencial elegante, onde o valor do terreno ou os alugueres são elevados

(Ex: Bairro elegante)

Bairro residencial bom, de ruas largas com casas confortáveis e bem conservadas

(Ex: Bom local)

Ruas comerciais ou estreitas e antigas com casas de aspecto geral menos confortável

(Ex: Zonas antigas)

Bairro operário, populoso, mal arejado ou bairro em que o valor do terreno está diminuído como consequência da proximidade de fábricas

(Ex: Bairro operário/social)

Bairro de lata

Outro. Qual ? _____

Anexo 3 - Caracterização das Classes Sociais segundo a Graffar

Classe Social segundo a Graffar	
Classe I	Pontuação de 5 a 9 – classe alta
Classe II	Pontuação de 10 a 13 – classe média alta
Classe III	Pontuação de 14 a 17 – classe média
Classe IV	Pontuação de 18 a 21 – classe média baixa
Classe V	Pontuação de 22 a 25 – classe baixa

Anexo 4 – Questionário de Avaliação da Mentira

Questionário de Avaliação da Mentira

(Silvana Gomes, UFP; Sónia Caridade, UFP; Ana Cristina Neves, ISCSEM)

Este estudo está a ser desenvolvido no âmbito da Dissertação de Mestrado em Psicologia Jurídica, na Universidade Fernando Pessoa, da aluna Silvana Larouco Gomes, sob orientação das Professoras Doutoras Sónia Caridade e Ana Cristina Neves. Neste questionário estamos interessados em conhecer o que significa para ti mentir, tipos e causas da mentira, contexto de ocorrência da mesma, conteúdos das mentiras e implicações da mesma, bem como a relação de todos estes fatores com a tua personalidade.

A participação neste estudo é voluntária e o único requisito é teres entre 18 a 25 anos.

Apenas os investigadores responsáveis por este projeto terão acesso aos dados e, por isso, as respostas são totalmente CONFIDENCIAIS E ANÓNIMAS.

O preenchimento deste questionário terá a duração aproximada de 20 minutos.

Caso aceites participar deverás, antes de mais, prestar o consentimento (em baixo, onde se lê Consentimento Informado).

Não há respostas certas ou erradas. Apenas pretendemos conhecer a tua opinião sincera.

Se ainda tiveres alguma dúvida, poderás entrar em contato através do e-mail criado exclusivamente para esta investigação:

investigacao.ufp@gmail.com

Desde já, agradecemos a tua atenção e disponibilidade!

Consentimento Informado

Declaro ter sido informado e estar ciente dos propósitos e termos em que decorrerá o presente estudo, da participação voluntária no mesmo, dos limites da confidencialidade e das demais questões, tendo-me sido prestados todos os esclarecimentos que solicitei a participar de forma voluntária. Como tal, ao aceitar, disponho-me a participar no mesmo e a responder de forma sincera.

Aceito

Não aceito

1. Para mim, mentir é...

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
1.1. Dizer algo que não corresponde à verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2. Não dizer nada, mesmo quando se sabe a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3. Dizer algo que não corresponde à nossa opinião	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4. Outra situação:	<hr/>				

2. Quanto ao uso da mentira, considero que...

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
2.1. Nunca se deve mentir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2. Só mentimos se quisermos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3. Mentir faz parte da vida de toda a gente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4. Pode-se mentir, se der jeito em alguma situação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5. Outra situação					

3. No teu entender, mente-se por:

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
3.1. Simples prazer de mentir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2. Não querer revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3. Vergonha em revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4. Evitar consequências negativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5. Outra situação:	<hr/>				

4. Saber mentir sem ser descoberto é:

[Assinala apenas UMA opção]

4.1. Muito mau	<input type="checkbox"/>
4.2. Mau	<input type="checkbox"/>
4.3. Nem bom, nem mau	<input type="checkbox"/>

4.4. Bom

4.5. Muito bom

5. Indica com que frequência, na tua opinião, os seguintes grupos etários recorrem à mentira:

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	Quase sempre	Frequentemente	Algumas vezes	Raramente	Nunca
5.1. Crianças	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2. Adolescentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3. Adultos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4. Idosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Já alguma vez recorreste à mentira?

[Assinala apenas UMA opção]

Sim

Não (a tua participação termina aqui!)

6.1. Se respondeste "sim" à questão anterior:

Assinala com que frequência usas a mentira

[Assinala apenas UMA opção]

6.1.1. Nunca

6.1.2. Raramente

6.1.3. Algumas vezes

6.1.4. Frequentemente

6.1.5. Quase sempre

7. Das afirmações que se seguem indica em que medida concordas com cada uma delas:

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
7.1. Não costumo mentir porque respeito as pessoas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2. Não minto porque quero que as pessoas tenham uma boa opinião sobre mim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3. Só costumo mentir quando ganho alguma coisa com isso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.4. Costumo mentir muitas vezes porque não vejo mal nenhum nisso

7.5. Outra situação:

8. Da lista seguinte, indica as pessoas a quem mais costumavas mentir

[Assinala AS OPÇÕES que se verificarem]

Mãe

Pai

Restante família

Professores

Amigos

Namorado/a

Outra:

9. Assinala as pessoas a quem não és capaz de mentir ou raramente mentes

[Assinala AS OPÇÕES que se verificarem]

Mãe

Pai

Restante família

Professores

Amigos

Namorado/a

Outra:

10. Habitualmente recorro à mentira porque...

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
10.1. Tenho medo das consequências de revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2. Sinto uma vontade para tal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3. Tenho orgulho em revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4. Tenho vergonha de revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.5. Outra situação: _____

11. Minto aos meus pais porque...

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
11.1. Tenho medo das suas reações se revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2. Tenho vergonha de revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3. Não os quero desiludir com a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4. Para me vingar de algo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5. Por gozo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11.6. Outra situação: _____

12. Minto aos meus professores porque...

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
12.1. Tenho medo das suas reações se revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2. Tenho vergonha de revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.3. Não os quero desiludir com a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4. Para me vingar de algo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.5. Por gozo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12.6. Outra situação: _____

13. Minto aos meus amigos porque...

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
13.1. Tenho medo das suas reações se revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2. Tenho vergonha de revelar a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3. Não os quero desiludir com a verdade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4. Para me vingar de algo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5. Por gozo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13.6. Por medo de ser gozado se contar a verdade

13.7. Outra situação: _____

14. Indica com que frequência é que costumavas mentir para cada uma das situações:

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	Quase sempre	Frequentemente	Algumas vezes	Raramente	Nunca
14.1. Questões familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.2. Questões da tua intimidade (namorados, sexualidade...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.3. Notas escolares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.4. Vícios (drogas, tabaco...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.5. O teu dia-a-dia (horários, alimentação, saídas com amigos...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.6. Outra situação:	_____				

15. Aos teus pais mentas mais sobre...

[Coloca por ordem, em que 1=mais frequente e 6=menos frequente. Coloca um 0 nas opções sobre as quais nunca mentiste].

Os teus amigos	<input type="checkbox"/>
Os/as teus/tuas namorados/as	<input type="checkbox"/>
As tuas notas	<input type="checkbox"/>
Os teus vícios (drogas, tabaco...)	<input type="checkbox"/>
O teu dia-a-dia (horários, alimentação, saídas...)	<input type="checkbox"/>
Outro. Qual?	_____

16. Das afirmações seguintes, indica em que medida cada uma delas tem a ver contigo, quando te envolves numa mentira

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
16.1. Tenho medo de ser castigado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.2. Tenho medo que me passem a ver como um mentiroso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16.3. Tenho medo que nunca se descubra a verdade

16.4. Outra situação: _____

17. Assinala em que medida concordas com cada uma das seguintes consequências para uma pessoa que mente:

[Assinala apenas UMA opção para cada uma delas]

	1 (Discordo Totalmente)	2	3	4	5 (Concordo Totalmente)
17.1. Ser castigado se a mentira for descoberta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2. Ser gozado por ter mentido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.3. Nunca mais confiarem nessa pessoa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17.4. Outra situação: _____

Anexo 5 – Autorização para administração do NEO-FFI

Fwd: Re: Contacto Prof. Doutores Margarida Pedroso de Lima e António Simões



Direção FPCE (dir@fpce.uc.pt) Adicionar aos contactos 12-05-2014 Documentos
Para: Silvana Larouco Gomes Cc: Margarida Lima

2 anexos (total 196,8 KB)



Transferir tudo como zip Guardar tudo no OneDrive

Bom dia,

Para os devidos efeitos, reencaminho a mensagem da Prof. Doutora Margarida Pedroso Lima e respetivos anexos.

Cordialmente,

Fátima Domingues

--

Gabinete de Apoio à Direção
Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação
Universidade de Coimbra
Telef.: + 351 239 851 458
e-mail: dir@fpce.uc.pt

----- Mensagem Original -----

Assunto:Re: Contacto Prof. Doutores Margarida Pedroso de Lima e António Simões
Data:Mon, 12 May 2014 11:22:38 +0100
De:Margarida Lima <mplima@fpce.uc.pt>
Organização:Universidade de Coimbra
Para:Direção FPCE <dir@fpce.uc.pt>

Cara Silvana

Junto reenvio o referido instrumento.

Com os melhores cumprimentos Margarida