Psicothema, 1995. Vol. 7, nº 3, pp. 531-541
ISSN 0214 - 9915 CODEN PSOTEG

VALIDEZ EMPIRICA DEL CONCEPTO DE PROTOTIPICIDAD EN EL ESTUDIO DE LA DETECCION DE LA MENTIRA

Flor Sánchez, Amparo Caballero, Mar Amate y Alberto Becerra
Universidad Autónoma de Madrid

El estudio del conocimiento social y su influencia sobre la conducta de los individuos ha estado guiado en parte, por la idea de que dicho conocimiento se encuentra agrupado en categorías, organizándose los elementos de la categoría en torno a un prototipo que resume y representa el significado de la misma. El prototipo, que escapa a definiciones teóricas unificadas, se define operativamente a partir de juicios externos sobre el grado de ajuste o pertenencia de los elementos a la categoría (Rosch, 1978). Esta definición empírica de la prototipicidad ha permitido controlar sus efectos sobre las variables dependientes utilizadas como medida en la investigación psicológica, entre ellas el tiempo necesario para emitir juicios respecto a los elementos que integran la categoría. El objetivo del presente estudio ha sido contrastar la validez empírica del concepto de prototipicidad en el ámbito de la detección de la mentira. De acuerdo a este objetivo, hemos explorado la organización del conocimiento social sobre la mentira y la clasificación de los mensajes según su grado de prototipicidad (estudio 1). En el segundo estudio hemos controlado los efectos de la prototipicidad de los mensajes sobre la dirección de los juicios y el tiempo que tardan jueces inexpertos en decidir si los mensajes de personas desconocidas son verdaderos o falsos. Apoyando la hipótesis planteada, los resultados obtenidos muestran que a) cuanto más prototípicos son los mensajes más creíbles resultan y b) menor es el tiempo empleado para formular juicios sobre los mismos.

Empirical validity of the prototypicality concept in the study of lie detection. The study of social knowledge and its influence on the behaviour of individuals has been guided, to some extent, by the idea that this knowledge is grouped in categories, the elements of the category being grouped around a prototype that summarizes and represents its meaning. This prototype, which elude unified theoretical definition, is operatively defined on the basis of external judgements about the degree of fit or belonging of the elements of the category (Rosch, 1978). This empirical definition of protypicality has permitted the control of its effects on dependent variables used as measures in psychology research, among them the time necessary for making judgements on the elements making up the category. The objective of the present study is to examine the empirical validity of the concept of prototypicality in the field of the detection of lying. In accordance with this objective, we have explored the organization of social knowledge about lying and the classification of messages according to their degree of prototypicality. In the second study, we have controlled the effects of the prototypicality of messages on the direction of judgements and the time taken by inexpert judges to decide whether the messages of unknown people are true or false. In support of our hypothesis, results obtained show that a) the more prototypical the message, the more believable it is, and b) the less time is used to make a judgement on it.

Correspondencia: Flor Sánchez
Facultad de Psicología
Departamento de Psicología Social y Metodología
Universidad Autónoma de Madrid. 28049 Madrid. Spain

En el contexto de investigación sobre la mentira, la detección de ésta se operativiza como un juicio sobre si los mensajes de emisores desconocidos, presentados de

forma escrita, auditiva o visual son verdaderos o falsos.

La investigación realizada sobre la tarea de detección (para una revisión ver Zuckerman, DePaulo y Rosenthal, 1981 o Zuckerman y Driver, 1985) se ha centrado en gran medida en determinar en qué medida jueces inexpertos a quienes se pide que evalúen si un mensaje es verdadero o falso utilizan los indicadores conductuales asociados a la expresión de la mentira. El objetivo de estos estudios ha sido determinar qué condiciones en la presentación de los estímulos permiten a los jueces conseguir mayor éxito en la tarea de detección, lo que equivale a una mayor precisión en los juicios.

Este planteamiento en la investigación experimental de la detección de la mentira, ha relegado el estudio de otros procesos cognitivos, relacionados con el procesamiento de la información, que pueden afectar a la tarea de detección.

Por ejemplo, la revisión de los estudios empíricos realizados sobre el proceso de detección muestra que los jueces no siempre tienen en cuenta los indicadores conductuales que de forma fiable aparecen asociados a la mentira (p.e., los adaptadores) y a veces sus juicios aparecen determinados por indicadores que no están consistentemente asociados a la expresión de la mentira (p.e., la desviación de la mirada). Estos datos aportan indicios de que la tarea de detección no está guiada solamente por las características del estímulo o información presentada, sino más bien por la interpretación que hace el sujeto de esa información.

Nuestro interés en el estudio de la detección de la mentira se ha centrado en el proceso de interpretación que precede a la emisión de un juicio sobre si el mensaje de una persona desconocida es verdadero o falso.

En términos generales (ver p.e., Eiser, 1990) emitir un juicio respecto a cualquier estímulo, ya sea del mundo físico o social, requiere una comparación entre la información que se le presenta al sujeto y el conocimiento que previamente él posee relacionado con el estímulo que tiene que evaluar. En este sentido, el conocimiento acumulado que las personas tienen sobre objetos, situaciones, eventos y otras personas jugaría un papel importante en los procesos de juicio, aunque no esté explicada la naturaleza de tal influencia.

La categorización social se presenta como la aproximación teórica y metodológica que puede dar cuenta de esta influencia. Según este enfoque, el conocimiento que las personas tienen sobre su entorno está organizado en categorías (Bruner, 1957; Rosch, 1978; Mervis y Roch, 1981), definidas como conjuntos de elementos agrupados en torno a un prototipo (Rosch, 1978).

En función del ámbito de estudio, el prototipo ha sido definido teóricamente como el valor medio de un conjunto de estímulos, como los ejemplares más representativos de la categoría, o como un conjunto de características abstractas. En contextos experimentales, algunos autores (p.e., Rosch, 1978) han considerado útil operacionalizar la prototipicidad como juicios externos sobre el grado de ajuste o pertenencia de los elementos a una determinada categoría. Este tipo de definición operativa ha permitido una verificación empírica de los efectos de la prototipicidad sobre las variables dependientes más utilizadas en el estudio de procesos psicológicos. En concreto, los elementos definidos operativamente como los más prototípicos, tanto de categorías naturales como artificiales, son los que favorecen una mayor velocidad de procesamiento y por tanto requieren menos tiempo para ser adscritos a la categoría a la que pertenecen, son aprendidos en menos tiempo, y son los elementos que se citan en primer lugar en tareas donde se les pide a los sujetos que

listen los elementos que pertenecen a una determinada categoría (para una revisión ver Rosch, 1978).

La aproximación prototipo-categorial ha introducido una metodología que ha permitido el acercamiento al estudio del conocimiento categorial de las personas (Cantor & Mischel, 1979), de las situaciones sociales (Cantor, Mischel & Schwartz, 1982), de la enfermedad (Bishop, 1991), de las situaciones de robo (Lalljee, Lamb & Abelson, 1993), etc.

En nuestro caso, aplicando la metodología prototípico-categorial al estudio de la mentira en trabajos previos (Sánchez, 1992), hemos comprobado empíricamente los efectos de la prototipicidad sobre la dirección que toman los juicios de los observadores. Así, si los mensajes presentados de forma escrita (a través de protocolos) o auditiva (los mensajes eran escuchados a través de auriculares) coincidían con la respuesta prototípica en situaciones sociales donde habitualmente se miente, los jueces emitían un porcentaje significativamente mayor de juicios de verdad que de juicios de mentira, independientemente de que los mensajes fueran en realidad verdaderos o falsos. La conclusión que derivábamos de este estudio es que los sujetos formulan su juicio comparando el mensaje con su conocimiento previo sobre la mentira. Cuando ambos coinciden el sujeto emite un juicio de verdad y cuando esto no ocurre los juicios de verdad y mentira se distribuirían al azar. Así pues, la formulación de juicios sobre si un mensaje es verdad o mentira no dependería tanto de las características de los mensajes como de la interpretación que hacen los jueces de la información que se les presenta, de acuerdo al conocimiento social sobre situaciones de mentira.

En el presente trabajo, contrastaremos la validez empírica de la dimensión de prototipicidad sobre los juicios en un estudio experimental sobre la mentira. Para contrastar la hipótesis de que la prototipicidad de los mensajes afectará a los juicios controlaremos sus efectos sobre dos variables dependientes, la tendencia de los juicios de los observadores (porcentaje de juicios de verdad y de mentira emitidos para mensajes que difieren en su valor de prototipicidad) y el tiempo de reacción (tiempo necesario para decidir si el mensaje de una persona desconocida es verdadero o falso). En primer lugar analizaremos la organización del conocimiento sobre la mentira y clasificaremos las mentiras según su grado de prototipicidad, definida operativamente a partir de los juicios de observadores externos (estudio 1) y en segundo lugar analizaremos la relación entre la prototipicidad de los mensajes de los emisores, la tendencia de los juicios y el tiempo que los observadores tardan en decidir que un mensaje es verdadero o falso (estudio 2).

Estudio 1: La organización categorial del conocimiento sobre la mentira

El objetivo de este estudio fue analizar la organización del conocimiento social sobre el fenómeno de la mentira. Siguiendo la metodología utilizada por Cantor et al., (1982) en el estudio de situaciones sociales en general, iniciamos un estudio empírico para determinar cómo se refleja este conocimiento en ejemplos de mentiras.

En la primera fase le pedimos a un grupo de personas que nos escribiesen listas de mentiras que aparecían en la vida cotidiana y posteriormente analizamos las similitudes entre ellas.

Método

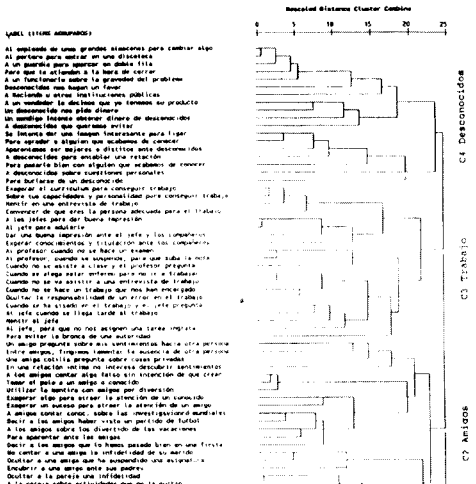
Sujetos y procedimiento

Participaron 81 personas (estudiantes universitarios, profesores de E.G.B, perio-

distas y enfermeras con edades entre 22 y 37 años, y una media de edad de 24 años). Cada sujeto recibió un cuestionario en el que se le pedía que describiese situaciones en las cuales la gente suele mentir.

Cada participante aportó entre 1 y 6 ejemplos de mentiras. En total recopilamos 87 ejemplos diferentes de mentiras que aparecen en la vida cotidiana. Los ejemplos descritos abarcaban distintos ámbitos de interacción social.

Breves descripciones de estas mentiras fueron mecanografiadas en tarjetas de papel y presentadas a 48 sujetos (estudiantes universitarios con edades entre 22 y 25 años). A cada sujeto se le pidió que hiciera grupos con las mentiras que fuesen semejantes, haciendo tantos grupos como



fueron distribuidas en 2 cuestionarios, pidiéndoles a 160 sujetos (estudiantes universitarios con una media de edad de 22 años) que evaluasen en una escala de 7 puntos, el grado en que cada descripción representaba la respuesta prototípica en situaciones sociales de mentira. Los resultados obtenidos nos permitieron clasificar las descripciones de los emisores de acuerdo a su nivel de prototipicidad, diferenciando entre descripciones muy prototípicas (media=5.64) y descripciones poco prototípicas (media=3.07), siendo la diferencia entre ambas estadísticamente significativa (T de Student(226)=12.49, p<.000).

Tomando como referencia este resultado planteamos nuestro segundo estudio experimental donde se analiza la relación entre la prototipicidad de los mensajes, los juicios de los observadores y el tiempo necesario para emitir los juicios.

Estudio 2: Evaluación empírica de la prototipicidad

El tiempo de reacción, definido como el tiempo que transcurre entre la presentación de un estímulo y la emisión de una respuesta respecto al mismo, se ha constituido como una de las técnicas experimentales más utilizadas para recabar información sobre la naturaleza de los procesos cognitivos. El tiempo de reacción reflejaría el aspecto temporal de la cognición (Delclaux y Seoane, 1982), y su magnitud guardaría una relación directa con el esfuerzo cognitivo que requiere la tarea que el sujeto realiza.

Tomando como referencia los resultados de las investigaciones que han constatado empíricamente la influencia de la prototipicidad sobre las variables relacionadas con el procesamiento de la información, el planteamiento general que hacemos en relación con el proceso de detección de la mentira, es que el nivel de prototipicidad de los mensajes que tienen que ser evaluados determinará el sentido de los juicios y el tiempo que los sujetos tardan en emitir un juicio respecto a ellos, existiendo una relación inversa entre prototipicidad de los estímulos y tiempo necesario para evaluarlos, o sea para decidir si los mensajes son falsos o verdaderos.

Concretamente nuestra hipótesis es que si los mensajes escritos que los jueces deben evaluar coinciden con la respuesta prototípica en determinadas situaciones sociales de mentira, el tiempo necesario para emitir un juicio respecto al mensaje será menor.

Para poner a prueba esta hipótesis diseñamos el siguiente estudio experimental.

Método

Sujetos y material

Participaron en este estudio 132 estudiantes universitarios, con edades comprendidas entre los 18 y los 28 años, 42% hombres y 58% mujeres, a los que se pedía su colaboración voluntaria en una investigación sobre mentira.

Diez de las descripciones conseguidas en el estudio 1 (5 descripciones muy prototípicas, 5 descripciones poco prototípicas) y 8 descripciones prototípicamente neutras correspondientes a descripciones de personas, fueron utilizadas como estímulos en este segundo estudio. Las descripciones fueron distribuidas aleatoriamente en 2 grupos respetando que el número de estímulos de las distintas condiciones fuese similar.

Variables

Variable independiente: *Prototipicidad de las descripciones de los emisores* con tres condiciones: descripciones muy prototípicas (la respuesta de los emisores coincide con la respuesta habitual en si-

tuaciones sociales donde se suele mentir), descripciones poco prototípicas (la respuesta de los emisores no coincide con la respuesta habitual en esas situaciones), y descripciones neutras, que se correspondían con las descripciones que los emisores hicieron de personas conocidas para ellos.

La principal variable dependiente de este estudio es el *tiempo de reacción*, medido por los segundos que tarda el sujeto en elaborar un juicio sobre los mensajes que aparecen en la pantalla de un ordenador.

Procedimiento

Para realizar el presente estudio se diseñó un programa en Turbo BASIC, que presentaba en pantalla los estímulos, recogía las respuestas de los sujetos por el teclado, y medía el tiempo que tardaban en emitir tales respuestas. En concreto el programa de ordenador medía el *Tiempo total* (TT) definido como el tiempo que tardaba el sujeto en emitir su juicio desde que el estímulo aparecía en la pantalla hasta que pulsaba una tecla.

Dado que el tiempo que un sujeto tarda en emitir un juicio respecto a un estímulo escrito incluye una fase de lectura del estímulo y una fase de elaboración del juicio, calculamos el *Tiempo de lectura* (TL) para cada estímulo. Para calcular el TL, controlamos el tiempo que 32 sujetos tardaban en leer cada uno de los estímulos que iban a ser evaluados posteriormente. Para ello utilizamos el mismo programa informático con la siguiente instrucción:

> "Lee atentamente los siguientes mensajes. Cuando acabes de leer y hayas comprendido el mensaje pulsa una tecla".

Para calcular el tiempo que tardaba en elaborar el juicio, o *Tiempo de Reacción* (TR), descontamos al tiempo total (TT) el *Tiempo de Lectura* (TL) que previamente habíamos calculado para cada estímulo.

Así, descontamos los tiempos medios de lectura de los tiempos tomados inicialmente y consideramos que la diferencia era el tiempo que los sujetos tardaban en elaborar su juicio (TR), que es la variable que nos interesa:

$$TR = TT - TL$$

Los sujetos experimentales interactuaban fácilmente con el programa a través del teclado. La tarea que se demandaba de cada sujeto era emitir, lo más rápidamente posible, un juicio de verdad o mentira sobre los mensajes que aparecerían en la pantalla, pulsando la tecla V o la M en función de que considerara que el estímulo era verdad o mentira.

El programa comenzaba con una pantalla de instrucciones que transcribimos a continuación:

> "En un estudio previo les pedimos a un grupo de personas que nos describiesen su experiencia en determinadas situaciones sociales, o que nos describieran a personas conocidas. Tu tarea consiste en decir, *lo más rápido posible*, si consideras que en cada caso el sujeto fue sincero -V- o mintió -M-."

La experimentadora iba leyendo en voz alta las instrucciones a la vez que el sujeto podía leerlas sobre la pantalla del ordenador. Si surgía cualquier tipo de duda, la experimentadora la resolvía y cuando el sujeto estaba preparado para comenzar, pulsaba una tecla y aparecía el primer mensaje que tenía que evaluar y que se utilizaba para familiarizar al sujeto con la tarea, no siendo incluido en el análisis de resultados.

Resultados

Recordemos que la tarea de los sujetos que participaron en este estudio consistía en emitir lo más rápidamente posible juicios respecto a si los mensajes que se les presentaban eran verdaderos o falsos.

Coincidiendo con los resultados obtenidos en estudios previos las descripciones muy prototípicas, aquellas que coinciden con la respuesta habitual en situaciones cotidianas de mentira, reciben un mayor porcentaje de juicios de verdad (87%) que de juicios de mentira (13%) siendo la diferencia estadísticamente significativa (p<.000). Por el contrario en las descripciones poco prototípicas la distribución de juicios de verdad y mentira es al azar.

Centrándonos en el objetivo principal de este estudio, y analizando los TR en relación con el nivel de prototipicidad de los estímulos obtenemos los resultados que aparecen en la Tabla 1. En esta tabla aparece en segundos el tiempo de reacción medio empleado para emitir juicios en las distintas condiciones experimentales.

La tabla 1 muestra que el tiempo necesario para emitir un juicio respecto a los mensajes de personas desconocidas está determinado por el valor de prototipicidad de los mensajes. Cuando los mensajes son descripciones muy prototípicas, es decir coinciden con las respuestas prototípicas en situaciones cotidianas de mentira, el tiempo necesario para emitir un juicio es menor que cuando los mensajes han sido evaluados previamente como poco prototípicos. El tiempo necesario para emitir un juicio respecto al mensaje es mayor cuando estos están referidos a descripciones que no tienen ninguna relación con situaciones cotidianas de mentira, como es el caso de descripciones de personas.

Tabla 1

Descripciones	**Media T. Reacción (seg.)**
Descripciones muy prototípicas	3.9770 (n=250)
Descripciones poco prototípicas	4.5208 (n=247)
Descripciones neutras	4.5488 (n=396)

Los resultados obtenidos al comparar el tiempo medio empleado para evaluar y emitir los juicios respecto a los mensajes incluidos en las distintas condiciones experimentales aparece en la tabla 2.

Tabla 2

	D. Poco Prototípicas	**D. Neutras**
D. Muy Prototípicas	t(481)=-1.57, p<.05	t(529)=-2, p<.02
D. Poco Prototípicas		t(454)=-.07, p<.471

La comparación entre las medias de tiempo de reacción para evaluar los mensajes en las distintas condiciones experimentales muestra que la diferencia entre el tiempo medio para emitir juicios respecto a descripciones muy prototípicas (3.9770 seg.) y poco prototípicas (4.5208 seg.) resulta significativa (T de Student (481)=-1.57, p<.05). Igualmente resulta significativa la diferencia entre el tiempo necesario para evaluar descripciones muy prototípicas y descripciones neutras (T de Student (520)=-2, p<.02). Finalmente, aunque el tiempo necesario para emitir juicios respecto a descripciones poco prototípicas es menor que el necesitado en relación a descripciones neutras la diferencia no es significativa.

Analizando la relación entre el tipo de juicio (verdad o mentira) que recibe cada mensaje en función de su prototipicidad y el tiempo que se tarda en realizarlo, encontramos que los juicios de verdad emitidos para las descripciones muy prototípicas requieren menos tiempo (3.1689 seg.) que los juicios de verdad emitidos cuando las descripciones son poco prototípicas (5.2491 seg.), siendo la diferencia entre ambos estadísticamente significativa (T de Student (256)=-2.56, p<.007). De acuerdo a estos resultados ante descripciones muy prototípicas, los jueces emiten un porcentaje significativamente mayor de juicios de verdad y la decisión requiere significativamente menos tiempo que ante mensajes poco prototípicos.

El análisis de los juicios de mentira y el tiempo consumido en emitir juicios de mentira muestra que un mínimo porcentaje de jueces deciden que los mensajes son falsos cuando son prototípicos, y la decisión les lleva más tiempo (4.7980 seg.) que cuando los mensajes son poco prototípicos, condición en que los juicios de mentira son emitidos por un alto porcentaje de jueces en menos tiempo (3.8327 seg.), aunque las diferencias no llegan a ser estadísticamente significativas.

Los resultados obtenidos apoyan la hipótesis planteada. La prototipicidad de los mensajes determina el sentido del juicio (mayoritariamente de verdad con independencia de que los mensajes sean verdaderos o falsos). Igualmente el tiempo necesario para emitir juicios sobre si los mensajes de personas desconocidas son verdad o mentira está determinado por la prototipicidad del contenido del mensaje. Así cuando los sujetos experimentales deben emitir juicios sobre mensajes que coinciden con la respuesta prototípica en situaciones cotidianas consumen menos tiempo que si los mensajes no coinciden con esa respuesta prototípica o son mensajes neutros.

Discusión

En este trabajo nos hemos alejado del procedimiento experimental utilizado habitualmente para el estudio de la detección de la mentira, buscando para el proceso implicado en decidir que el mensaje de una persona desconocida es verdadero o falso una contextualización teórica que contemple el procesamiento de la información que requiere la evaluación de los mensajes que sirven como estímulos y las variables que pueden afectar a este procesamiento.

La mayor parte de los estudios realizados sobre la detección de la mentira señalaban que la decisión sobre si un mensaje es verdadero o falso dependía, en último extremo, de las características objetivas (verbales y no verbales) de los mensajes. Si estos contenían los indicadores conductuales que aparecen asociados a la mentira serían evaluados como falsos.

De forma complementaria y basándonos en los resultados empíricos que ha arrojado la investigación en el tema, nosotros proponemos que decidir si los mensajes de personas desconocidas son verdaderos o falsos, es una tarea subjetiva afectada por la conceptualización que haga la persona que formula los juicios de la información que se le presenta con cargo al conocimiento previo que tenga sobre la mentira. Hemos caracterizado el conocimiento sobre la mentira en términos de la noción de prototipo. Siguiendo la formulación de Rosch (ver p.e. Rosch, 1978) proponemos que las personas tienen ciertas creencias subjetivas sobre las mentiras típicas que aparecen en algunas situaciones sociales y el objetivo que guiaba este estudio era contrastar empíricamente la influencia de ese conocimiento sobre los juicios formulados en un contexto experimental.

En el primer estudio, tomando como referencia la aproximación prototípico-categorial, ya usada para el estudio de la organización del conocimiento sobre situaciones sociales en general por Cantor, Mischel y Schwartz (1982) hemos encontrado que el conocimiento social sobre la mentira está estructurado en torno a las situaciones o escenarios en que ocurre la mentira (en la familia, con los amigos, con desconocidos y en el trabajo) y en torno a las funciones de la mentira en cada una de estas situaciones.

Posteriormente utilizando el procedimiento de Rosch y Mervis (1975) para evaluar la prototipicidad de objetos comunes, encontramos que los jueces pueden estimar en que medida las experiencias personales descritas por personas desconocidas son

semejantes a las conductas prototípicas que aparecen en las situaciones cotidianas de mentira, permitiéndonos hacer una ordenación de estas experiencias de acuerdo a su nivel de prototipicidad dentro de la situación social en que ocurren.

En estudios previos (Sánchez, 1992) habíamos validado empíricamente los efectos de la prototipicidad en la dirección que tomaban los juicios de los observadores. Conociendo el nivel de prototipicidad del contenido de los mensajes, podíamos predecir con un alto nivel de acierto el sentido de los juicios de los observadores, como ya señalábamos en la introducción. Los resultados obtenidos en el presente estudio reafirman la estabilidad de la influencia de la prototipicidad sobre la tendencia de los juicios pese a que el formato de presentación de los estímulos y las condiciones de ejecución de la tarea sean diferentes.

El resto de los resultados obtenidos en este trabajo también avalan empíricamente la influencia de la prototipicidad sobre los juicios de los observadores. Hemos podido comprobar que la prototipicidad de los mensajes no sólo dirige el sentido de los juicios sino también la velocidad con que se toma la decisión respecto a si un mensaje es verdadero o falso.

Los resultados obtenidos en este estudio coinciden con las predicciones teóricas de la categorización social, puestas de relieve en distintos estudios. Por ejemplo el estudio de Cantor y cols. (1982), sobre la organización categorial del conocimiento sobre situaciones sociales en general, mostraba que las situaciones sociales podían ser clasificadas de acuerdo a un rango de prototipicidad y que el conocimiento sobre las situaciones incluía numerosos detalles sobre la persona típica que se podría encontrar en la situación, la conducta más apropiada de las personas en la situación, sentimientos asociados al estar en la situación etc.

Una vez establecida la categorización de situaciones sociales de mentira también serían esperables determinadas conductas para estas situaciones en personas típicamente asociadas a la situación: son situaciones o escenarios sociales donde determinadas personas mienten. Lógicamente si la tarea consiste en evaluar descripciones de experiencias personales en esas situaciones y se puede inferir que el emisor mintió en la situación, el observador no dudará en afirmar que el emisor contó la verdad cuando posteriormente nos describió su experiencia personal de mentir en la situación, porque recordemos que la tarea de nuestros sujetos experimentales era decidir en el menor tiempo posible si los emisores nos habían contado o no la verdad. De acuerdo al planteamiento general que guía nuestra investigación, los juicios de los observadores no habrían sido hechos a partir de las propiedades de los mensajes (verdaderos o falsos) sino a partir de la reconstrucción que han hecho los observadores comparando los mensaje que se les presentan con la respuesta prototípica en esa situación. Cuando ambas coinciden el observador emite consistentemente juicios de verdad y cuando esto no ocurre el observador emite de forma inconsistente juicios de mentira o juicios de verdad. Además cuanto más prototípicas son las descripciones, es decir más coinciden con la respuesta habitual en esa situación, menos tiempo es necesario para hacer los juicios.

Para explicar este efecto y teniendo en cuenta la relación entre actividad cognitiva y tiempo de reacción, podríamos decir que las descripciones permiten una mayor accesibilidad a las categorías de las situaciones sociales de mentira, que se traduce en una disminución del esfuerzo cognitivo necesario para tomar decisiones. Así pues cuanto más prototípica es la descripción, más fácil y menos tiempo se tarda en comparar y decidir si se corresponde con la

respuesta típica en una situación cotidiana de mentira y por tanto categorizarla como verdadera o falsa.

Los resultados obtenidos en este estudio avalan de forma concurrente con los trabajos previos la validez empírica del concepto de prototipicidad y su utilización para acercarse al estudio del proceso implicado en decidir si personas desconocidas mienten o dicen la verdad.

Referencias

Bishop, G.D. (1991). Understanding the understanding of illness; Lay disease representation. In J.Skelton and R.T. Croyle (Eds.), *Mental representations of health and illness*. New York: Springer-Verlag.

Bruner, J.S. (1957). On perceptual readiness. *Psychological Review*, Vol.64, 2, 123-152.

Cantor, N., & Mischel, W. (1979). Prototypes in person perception. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, (Vol.12). New York: Academic Press.

Cantor, N., Mischel, W., & Schwartz, J.C. (1982). "A Prototype Analysis of Psychological Situations". *Cognitive Psycology*, 14,45-77.

Delclaux,I & Seoane, J. (1982). *Psicología cognitiva y procesamiento de la información*. Madrid: Pirámide.

Eiser,R. (1990). *Social Judgement*. London: Open University Press.

Knapp, M.L., & Comadena, M.E. (1979). Telling it like it isn't: A review of theory and research on deceptive communications. *Human Communication Research*, 5, 270-285.

Lalljee, M., Lamb, R., & Abelson, G. (1993). The rol of event prototypes in categorization and explanation. *Psychology and Health*, Vol. 8, 33-49.

Lindskold, S., & Walter, P. S. (1983). Categories for acceptability of lies. *Journal of Social Psychology*,120, 129-136.

Maier, R.A., & Lavrakas, P.J. (1976). Lying behavior and evaluation of lies. *Perceptual and Motor Skills*, 42, 575-581.

Mervis, C., Rosch, E. (1981) "Categorization of natural objects". *Annual Review of Psychology*, 32, 89-115.

Rosch, E. (1978). Principles of categorization. En E. Rosch, and B.B. Lloyd, *Cognition and categorization*. New York: Hillsdale.

Rosch, E., Mervis, C.B. (1975) "Family Resemblances:studies in the internal structure of categories". *Cognitive Psychology*, 7, 573-605.

Sánchez, F. (1992). *La influencia de la categorización social en los juicios de verdad y mentira*. Tesis doctoral no publicada.

Saxe, L. (1991) Lying. Thoughts of an applied social psychologist. *American Psychologist*, Vol. 46, 4, 409-415.

Solomon, R. C. (1993). What a tangled web: deception and self-deception in philosophy. In M. Lewis and C.Saarni (Eds.), *Lying and deception in everyday life*, (pp. 30-58). New York: Guilford Press.

Zuckerman, M., DePaulo, B.M., & Rosenthal, R. (1981). Verbal and nonverbal communication of deception. En L.Berkowitz (Ed.) *Advances in experimental social psychology*, Vol.14. New York: Academic Press.

Zuckerman,M. & DRIVER, R. (1985). Beliefs about cues associated with deception. *Journal of Nonverbal Behavior*, Vol. 9, 72-93.

Aceptado el 17 de febrero de 1995