



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



Silvana Larouco Gomes, MA; Sónia Martins Caridade, PhD; Ana Cristina Neves, PhD
Universidade Fernando Pessoa; Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz

Introdução

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.

No que concerne aos contextos socioeconómicos, a sua influência na prevalência da mentira é também muito discutida, na medida em que esta se associa ao desenvolvimento moral que, por sua vez, poderá estar associado à classe social e cultural dos indivíduos (Miranda & Morais, 1996). Tendo em conta a componente social que a mentira possui (Martins, 2009), considera-se pertinente estudá-la 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.

Tendo em consideração a reduzida investigação existente que contemple estes três grandes temas - a mentira, a personalidade e os contextos socioeconómicos - considerou-se pertinente realizar este estudo quantitativo, onde é possível verificar se existe uma relação entre eles.

Objetivos

- caracterizar as perceções e hábitos que os jovens adultos têm sobre a mentira;
- comparar a frequência e os tipos de mentira entre jovens de sexo masculino e feminino;
- analisar a relação entre a estrutura da personalidade dos participantes (*Big Five*), a frequência do ato de mentir e o tipo de mentira mais recorrente;
- comparar as perceções e hábitos de mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos;
- 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.

Método

Amostra

169 participantes

Idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos

Sexo: feminino – 82.2% masculino – 17.8%

Habilitações: Ensino secundário – 15.4%

Frequência universitária – 40.8%

Curso superior – 43.8%

Nacionalidade: Portuguesa – 94.1% Brasileira – 4.1%

Outra – 1.8%

Instrumentos

- Questionário sociodemográfico
- Classificação Social Internacional de Graffar (Graffar, 1956; versão portuguesa de Amaro, 1990)
- Questionário de Avaliação da Mentira (QAM)
- NEO-FFI (Costa & McCrae, 1989; versão portuguesa de Lima & Simões, 2000)

Procedimentos

Protocolo de Investigação

Pedido de autorização – NEO-FFI

Recolha de dados

Tratamento estatístico

Resultados

I. Caracterização das perceções e hábitos dos jovens adultos face à mentira

Definição de mentira - “Dizer algo que não corresponde à verdade” (M=4.47; DP=.93)

Frequência do uso da mentira - “raramente” (M=2.41; DP=0.58)

Atitudes tendencialmente desfavoráveis à mentira (M=3.82; DP=.59)

Banalização da mentira - “mentir faz parte da vida de toda a gente” (M=3.72; DP=1.13)

Tipos de mentira: Orientada para o próprio (**comportamento geral**) (M=3.74; DP=.62)

Orientada para o outro (**comportamento individual**) (M=2.92; DP=.87)

Grupos etários que mais recorrem à mentira:

Adolescentes (M=4.10; DP=0.53) **VS** Idosos (M=2.72; DP= 0.79)

Qualificação de saber mentir sem ser descoberto: “Mau” (M=2.85; DP=1.00)

Atribuição de consequências negativas:

acima do ponto intermédio da escala (M=2.77; DP=0.71)

Conteúdos: Intimidade (M=2.47; DP=1.20) **VS** Notas escolares (M=1.60; DP=0.87)

Alvos da mentira: Colegas (95.3%) e Desconhecidos (94.7%) **VS** Amigos (56.8%)

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

Frequência: Sexo masculino (M=1.57; DP=.50)

Sexo feminino (M=1.35; DP=.47)

Tipos de mentira: sem diferenças significativas

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

Tabela 1

Correlação entre a frequência, os tipos de mentira e a estrutura da personalidade

	Amabilidade	Conscienciosidade	Neuroticismo
Frequência	-.216**	-.213**	ns
Mentira orientada para o próprio	-.293**	-.297**	.299**
Mentira orientada para o outro	-.228**	-.167*	.316**

*p<.05 **p<.01

IV. Comparação das perceções e hábitos sobre a mentira entre jovens de diferentes níveis socioeconómicos

Média superior nas classes **média** e **média baixa** para a afirmação “mentir faz parte da vida de toda a gente” ($t(-2.399) = 134; p=.018$) e relativamente aos conteúdos das mentiras mais usadas - “questões sobre o quotidiano” ($t(-2.211) = 134; p=.029$)

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

Correlações estatisticamente significativas:

- Frequência e atitudes desfavoráveis face à mentira ($r=-.427; p=.000$)

- Frequência e atribuição de consequências negativas à mentira ($r=.202; p=.009$)

- Frequência e mentira orientada para o próprio ($r=.212; p=.006$)

- Frequência e mentira orientada para o outro ($r=.199; p=.010$)

Conclusão

Verificou-se uma relação entre as perceções e hábitos de mentira dos jovens, a estrutura da sua personalidade e o seu contexto socioeconómico:

Diferenças de género: Maior frequência do uso da mentira atribuída ao sexo masculino

Personalidade: Amabilidade/Conscienciosidade - menor tendência para recorrer à mentira; Neuroticismo - recurso a ambos os tipos de mentira; sem influência na frequência

Contexto socioeconómico: Classes média e média baixa - maior banalização da mentira, contudo não se traduz no aumento da frequência

Contributos

- Tema pouco estudado, sobretudo no contexto português

- Melhor compreensão da interação humana

- Delinear e executar estratégias de intervenção

- Credibilidade do testemunho

- Comportamentos mais ou menos prossociais associados a cada dimensão da Personalidade

Limitações

- Amostra pouco diversificada no que respeita ao estatuto socioeconómico

- Amostra pouco heterogénea relativamente ao sexo dos participantes

- Lacuna nos estudos que contemplem a comparação do nível socioeconómico com os comportamentos associados à mentira

Referências

- Dollinger, S., Leong, F., & Ulicni, S. (1996). On traits and values: With special reference to openness to experience. *Journal of Research in Personality, 30*, 23-41.
- Kenrick, D., & Funder, D. (1988). Profiting from controversy: Lessons from the person-situation debate. *American Psychologist, 43*, 23-34.
- 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.
- Miranda, C. & Morais, A. (1996). O Posicionamento dos alunos na escola e na sociedade - influência dos contextos sociais da escola e da família. *Revista de Educação, 6(1)*, 89-98.

Contacto

Silvana Larouco Gomes
Universidade Fernando Pessoa
E-mail: silvana_larouco@hotmail.com