

La Deseabilidad Social Revalorada: Más que una Distorsión, una Necesidad de Aprobación Social

Alejandra del Carmen Domínguez Espinosa^{1*}, Santiago Aguilera Mijares**, Tania Tamahara Acosta Canales*, Gabriela Navarro Contreras*** & Zaira Ruiz Paniagua***

*Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, **Universidad Iberoamericana, Torreón, ***Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

La deseabilidad social se ha conceptualizado a través de los años principalmente como una tendencia a contestar un cuestionario de personalidad dando una imagen demasiado favorable de uno mismo. El estudio tuvo como objetivo evidenciar que la Deseabilidad Social es una medida sustantiva de personalidad que refleja una necesidad de aprobación social (NAS), más que un sesgo en las respuestas individuales. Para la realización del estudio colaboraron 1,235 participantes provenientes del D.F. Michoacán y Coahuila, de los cuales el 56% eran mujeres, con una media de edad de 28 años, de la población general. Se aplicaron 12 escalas psicológicas que con base en la literatura sugerían convergencia y divergencia tanto teórica como empírica respecto a las dos dimensiones identificadas como NAS-Positiva y NAS-Negativa, incluidas la exageración, honestidad, auto-estima y auto-monitoreo. Se identificó la red nomológica entre las variables de interés y las variables criterio. Tanto la NAS-Positiva y NAS-Negativa resultaron estar diferenciadas principalmente de la exageración y del automonitoreo. Finalmente se identificaron algunas variables asociadas a la NAS haciendo coincidente algunos hallazgos previos tales como que la agradabilidad, la regulación emocional, la orientación religiosa y el autocontrol son buenos predictores de ambos tipos de NAS.

Palabras clave: Deseabilidad Social, Necesidad de Aprobación Social, Exageración, Honestidad, Auto-monitoreo.

Social Desirability Reconsidered: More than Distortion, the Need for Social Approval

Abstract

Social desirability has been conceptualized through many years as a tendency to present oneself in a very fashionable picture. The aim of the present study is to demonstrate that social desirability is a substantive measure of a personality trait that reflects a need for social approval (NSA), rather than an individual response bias. A total sample of 1,235 participants of general population from the Federal District, Michoacan and Coahuila States was recruited, 56% were women, with a mean age of 28 years. Twelve scales were chosen from the extensive scientific literature of social desirability to prove convergence and divergence association to the current topic of need for social approval. Over-claiming, honesty, self-esteem, an self-monitoring scales were associated with the two dimension of Positive and Negative- NSA. The nomological network was identified between the variables of interest and the criterion variables. Both, positive and negative dimension of NSA clearly differentiate from Over-claiming and self-monitoring. Finally, agreeableness, emotional regulation, religious orientation and self-control are good predictors of both types of NSA.

Keywords: Social desirability, Need for Social Approval, Over-claiming, Honesty, Self-Monitoring.

Original recibido / Original received: 12/05/2012

Aceptado / Accepted: 24/09/2012

¹ Email: alejandra.dominguez@uia.mx

Desde los orígenes del concepto de Deseabilidad Social, se ha concebido como un sesgo en la tendencia de respuesta (Cronbach, 1946) cuyo objetivo es dar una imagen positiva de uno mismo (Edwards, 1957), conceptuándose más ampliamente como una tendencia a la mentira o al engaño (Eysenck & Eysenck, 1963; Hartshorne & May, 1928; Meehl & Hathaway, 1946). Sin embargo, existen por otro lado algunos autores que han visualizado a la deseabilidad social como un rasgo de personalidad relacionado con el ajuste psicológico (Dicken, 1963; Jacobson, Kellogg, Cauce, & Slavin, 1977; McCrae & Costa, 1983; Sackeim & Gur, 1978) y más afín a la conformidad a las demandas sociales y a la búsqueda de la aprobación social (Adams, Ryan, Hoffman, Dobson, & Nielsen, 1985; Allaman, Joyce, & Crandall, 1972; Fleming & Zizzo, 2011; Marlowe & Crowne, 1961; Millham & Kellogg, 1980) que predispone al individuo a seguir las normas sociales en búsqueda de relaciones sociales armoniosas, que promueve alta autoestima y un sentido de competencia (Paulhus, 1991, 1998a, 2002; Paulhus & John, 1998).

A pesar de que existen las dos visiones a lo largo de la extensa literatura científica al respecto, la visión más generalizada y preponderante acerca de la deseabilidad social es de distorsión o ruido en las mediciones psicológicas y el uso más sistemático que se le ha dado a las escalas de deseabilidad social ha sido para controlar la supuesta distorsión que toda medición psicológica trae consigo cuando se utilizan instrumentos de auto-reporte (Uziel, 2010). Sin embargo, los hallazgos han sido limitados y no contundentes, ya que se han encontrado resultados contradictorios (Ganster, Hennessey, & Luthans, 1983). La deseabilidad social puede incrementar (Ellingson, Sackett, & Connelly, 2007; McCrae, 1986; McCrae & Costa, 1983) o disminuir (Konstabel, Aavik & Allik, 2006) la validez de las mediciones o simplemente no afectarlas en nada (Li & Bagger, 2006; Ones, Viswesvaran, & Reiss, 1996), de tal suerte que el papel que juega la deseabilidad social no está claro.

A pesar de que se ha indicado que la deseabilidad social es una distorsión intencional disparada por una situación de demanda social, se han encontrado asociaciones consistentes entre ésta y otras variables psicológicas relevantes. Por ejemplo Steenkamp, De Jong, and Baumgartner (2010a) encontraron en una comparación transcultural entre 26 países que la deseabilidad social se asocia con la apertura, responsabilidad, estabilidad emocional (neuroticismo) y extroversión. A nivel individual, la deseabilidad social ha correlacionado negativamente con ansiedad (Lichtenstein & Bryan, 1966; Merydith, Prout, & Blaha, 2003), depresión (Cosentino & Solano, 2008; Cramer, 2000; Klassen, Hornstra, & Anderson, 1975) y psicoticismo (Ferrando & Chico, 2001; Stöber, 2001), mientras que ha correlacionado positivamente con ajuste emocional y social (Silverthorn & Gekoski, 1995), agradabilidad (Borkenau & Ostendorf, 1992; Pauls & Stemmler, 2003), estabilidad emocional (Barrick & Mount, 1996; Li & Bagger, 2006), responsabilidad (Borkenau & Ostendorf, 1992; Stöber, 2001) y autoestima (Mesmer-Magnus, Viswesvaran, Deshpande, & Joseph, 2006; Wiese, Freund, & Baltes, 2000). Estos hallazgos sugieren en conjunto que más que una distorsión, se trata de una variable que consistentemente muestra asociaciones con variables de personalidad.

Por otro lado, se han realizado diversos estudios para evaluar la dimensionalidad de la deseabilidad social, alguno de los cuales han identificado que se compone de dos dimensiones. Por un lado, se atribuyen aspectos positivos y se niegan los negativos (Ramanaiah & Martin, 1980; Ramanaiah, Schill, & Leung, 1977) para dar una buena imagen a los demás. Por otro lado, Paulhus (1984, 1998b, 2002; Paulhus & John, 1998) sugiere que existen dos tipos de motivaciones que subyacen a la deseabilidad social: 1) la búsqueda de aprobación, en donde la persona teme la desaprobación social, valora vivir en armonía con otros, niega faltas comunes y desea aparecer como “santo” siguiendo las normas y reglas sociales lo mejor que pueda, y 2) la búsqueda de poder en donde la persona sobreestima sus cualidades y se esfuerza por aparentar ser un “súper héroe”. En cualquier caso, aquella persona que se asuma está motivada por la búsqueda de aprobación, se interesa más por el convencimiento social (Lönnqvist, Paunonen, Nissinen, Ortju, & Verkasalo, 2011; Paulhus, 2002; Paulhus & John, 1998; Steenkamp, De Jong, & Baumgartner, 2010b), mientras que aquella persona más motivada por la búsqueda de poder se interesa más por exhibir dominancia, asertividad, autonomía y estatus (Lönnqvist et al., 2011; Paulhus & John, 1998).

El hecho de que a través de un cuestionario es muy difícil saber si dicha distorsión realmente tiene lugar (Meehl & Hathaway, 1946), y el hecho de que existen resultados contradictorios y no contundentes acerca de su naturaleza, se propone como objetivo probar que la deseabilidad social representa más una necesidad de aprobación social, como lo sugieren Marlowe y Crowne (1961) que una tendencia de respuesta, por lo que a partir de ahora recibirá el nombre de Necesidad de Aprobación Social (NAS) para diferenciarla de la visión tradicional. Se probará que la NAS: 1) está asociada consistentemente a otras variables que se han identificado en la literatura; 2) que es distintiva de otras medidas claras de distorsión; 3) que su naturaleza es bidimensional, sugiriendo dos tipos de motivación y cuya red nomológica respectiva será independiente y finalmente, 4) se podrá identificar variables predictivas para los dos tipos de motivación.

Para alcanzar dichos objetivos, se decidió incluir como medidas convergentes aquellas con las que se ha vinculado más a la deseabilidad social como son: 1) Honestidad, debido a que la deseabilidad social es una medida de conformidad hacia normas y reglas, lo mismo que la honestidad es conformidad a valores. 2) Autoestima, ya que el modelo teórico de Paulhus (1984, 1998b, 2002; Paulhus & John, 1998) indica que parte de la necesidad de poder radica en la competencia y la sobrevaloración de las capacidades personales, por lo que también está vinculada con una alta autoestima y el mismo autor indica que está más cerca del narcisismo (Paulhus, 1998b, p. 5). 3) Auto-monitoreo, ya que de acuerdo con Snyder (1974, p. 535) “aquellos individuos altos en auto-monitoreo son vistos por sus pares como más hábiles para aprender lo que es socialmente apropiado en nuevas situaciones en comparación con aquellos bajos en auto-monitoreo”, aunque la evidencia empírica sugiere que no hay asociación o bien es negativa con la NAS (e.g. Furnham & Henderson, 1982).

Método

Participantes

Mediante un muestreo no probabilístico se seleccionó una muestra de 1,235 participantes, con edades de entre 14 a 69 años de edad (Medad= 28 años, D. E. edad =12 años), 703 mujeres y 532 hombres, de tres ciudades: Coahuila (32%), Michoacán (33%) y zona conurbada de la Ciudad de México (35%); con estudios universitarios el 58%, 70% solteros y el 76% se identificó como católico.

Instrumentos

Se conformó una batería psicológica de auto-aplicación a lápiz y papel, que contenía 12 escalas, de las cuales 8 se encontraban en formato tipo Likert con cinco opciones de respuesta, que iban desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo). Algunas de las escalas se encontraban originalmente en inglés por lo que fueron traducidas al español mediante utilizando el procedimiento de traducción- retraducción propuesto por Brislin (1970). A continuación se enlistan las escalas utilizadas:

1.- Escala de Necesidad de Aprobación Social (Domínguez Espinosa & Van de Vijer, 2012). Conformada por 14 reactivos, mide dos dimensiones: una positiva con seis reactivos (p. ej. Perdono fácilmente a quienes me ofenden) y otra negativa con ocho reactivos (p. ej. Digo mentiras si sé que no me van a descubrir). La escala cuenta con índices descriptivos de ajuste, adecuados a la solución bifactorial especificada (N=1227; RMSEA=.05; GFI= .96; AGFI=.95; TLI=.90).

2.- Escala de Exageración (Paulhus, Harms, Bruce, & Lysy, 2003). Esta escala está compuesta por 10 reactivos que representan conocimientos generales, de los cuales cinco son reales (p. ej. Proyecto Manhattan, Nebulosa) y cinco ficticios o falsos (p.ej. Ultra-lípido, Cartigómano). Los valores de respuesta abarcan 7 intervalos que van desde 0 (Nunca he escuchado del tema) al 7 (Estoy muy familiarizado, conozco muy bien el concepto). La clasificación se hace a partir de la sumatoria de los puntajes en cada reactivo *falso*. La lógica de esta escala radica que la persona al afirmar conocer "*algo*" de los reactivos falsos, miente y/o exagera.

3.- Escala de Honestidad (Nel et al., in press). Consta de 15 reactivos que evalúan el grado en que la persona se auto identifica como honesta (p. ej. Soy honesto(a) con los demás, soy veraz en lo que hago).

4.- Escala de Autoestima de Rosenberg en la traducción de Martín-Albo, Nuñez, Navarro y Grijalvo (2007). Consta de 10 reactivos (p. ej. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo(a)), cinco de los cuales son inversos.

5.- Escala de Auto-monitoreo (Snyder & Gangestad, 1986). Consta de 18 reactivos (p. ej. Me es difícil imitar la conducta de otras personas, Probablemente sería un buen actor), ocho de los cuales se evalúan son inversos y según su autor mide un factor general de propensión al auto-monitoreo.

6.- El Inventario de Personalidad NEO-FFi (Costa & McCrae, 1999). Consta de 60 reactivos que miden cinco dimensiones, cada una con 12 reactivos, que va desde 0 (total desacuerdo) a 4 (total acuerdo): 1) Neuroticismo, que mide la

tendencia a experimentar sentimientos negativos como miedo, vergüenza, ira, etc. (p. ej. No soy una persona que se preocupe mucho); 2) Extroversión, que mide la sociabilidad y preferencia por la compañía y gusto por la excitación (p. ej. Me gusta tener mucha gente a mí alrededor); 3) Apertura, que mide el interés por el mundo exterior y experiencias nuevas (p. ej. No me gusta perder el tiempo soñando despierto); 4) Amabilidad, que mide altruismo y simpatía hacia los demás (p. ej. Trato de ser amable con todo el que conozco); y 5) Responsabilidad, que mide la capacidad de auto-control de los deseos y los impulsos para alcanzar objetivos (p. ej. Tengo mis cosas bien cuidadas y limpias).

7.- Escala de Orientación religiosa, constituida por 19 reactivos y construida a partir de las escalas de Cristianismo, Judaísmo, Hinduismo e Islam propuestas por Francis (2007; Francis & Enger, 2002; Francis & Katz, 2007; Francis, Santosh, Robbins, & Vij, 2008) en donde se evalúa creencias hacia Dios (p. ej. Dios me ayuda a llevar una vida mejor), hacia algunas prácticas o símbolos religiosos (p. ej. Pienso que los textos religiosos -la Biblia, el Corán, el Torá- son anticuados) y las creencias religiosas en general (p. ej. Mis creencias religiosas realmente dan forma a mi enfoque total de vida).

8.- Escala de Inteligencia Emocional- Estado, forma corta (TEIQue-SF, Cooper & Petrides, 2010; Petrides & Furnham, 2003; Petrides & Furnham, 2006). Consta de 30 reactivos que miden cinco rasgos básicos de la inteligencia emocional: 1) Bienestar con seis reactivos (p. ej. En general, me siento a gusto con mi vida); 2) Autocontrol con seis reactivos (p. ej. Puedo encontrar diferentes maneras de controlar mis emociones cuando lo deseo); 3) Emotividad con ocho reactivos (p. ej. No tengo dificultad para expresar mis emociones con palabras); 4) Sociabilidad con seis reactivos (p. ej. Puedo relacionarme fácilmente con la gente) y 5) Adaptabilidad con cuatro reactivos (p. ej. Por lo general soy capaz de adaptarme a nuevas situaciones).

9.- Escala de Regulación emocional (Gross & John, 2003). Consta de 10 reactivos que se refieren a la habilidad de manejar y modificar las reacciones emocionales con la finalidad de alcanzar un objetivo mediante dos estrategias: 1) Revalorando la situación para generar una emoción que cambie el impacto sobre la experiencia emocional (p. ej. Controlo mis emociones cambiando la manera en que pienso acerca de la situación en la que estoy) o bien, 2) Suprimiendo o inhibiendo la conducta expresiva emocional (p. ej. Cuando siento emociones negativas me aseguro de no expresarlas).

10.- Escala de Autocontrol (Ross & Mirowsky, 1989). Consta de ocho reactivos, cuatro de los cuales miden el nivel de control percibido (p. ej. Soy el responsable de mis propios éxitos) y cuatro, la falta de control (p. ej. Tengo poco control sobre las cosas malas que me pasan), que en su conjunto dan un índice del nivel de autocontrol de la persona.

11.- Inventario de Ansiedad Estado-Rasgo STAI, Sub-parte Rasgo- (State and Trait- Anxiety Inventory) en su versión al español (González, 2007; Spielberger, Gorsuch, & Edward, 1970). La escala consta de 20 reactivos (p. ej. Me preocupo demasiado por cosas sin importancia), de los cuales 13 son positivos y 7 negativos con un formato en donde se evalúa la frecuencia que va de 1 (Casi nunca) a 4 (Casi siempre).

12.- Inventario de Depresión Rasgo-Estado (IDERE), Sub-parte Rasgo (Martín, Grau, & Grau, 2003). La escala consta de 22 ítems (p. ej. Sufro cuando no me siento reconocido(a) por los demás), la mitad de los cuales son inversos. Los valores van de 1(Casi nunca) a 4 (Casi siempre).

Procedimiento

El estudio se llevó a cabo a partir de la aplicación de la batería de escalas en las tres ciudades a población general, en distintos escenarios (p. ej. escuelas, centros de trabajo, parques, etc.). Las instrucciones utilizadas fueron las mismas en los tres escenarios y la participación fue voluntaria, anónima y confidencial. El tiempo promedio de aplicación fue de una hora.

Resultados

Los resultados fueron obtenidos por medio de análisis descriptivos, de correlación, de dimensionalidad y de predicción. En la tabla 1, se puede observar los valores promedio, dispersión, consistencia interna, asimetría y el puntaje promedio teórico. Se observa que no hay sesgos pronunciados en ninguna escala, lo que indica normalidad en todas las medidas. Prácticamente todas las escalas cuentan con valores superiores al .60 en consistencia interna, con excepción de la sub-escala de apertura del NEO-FFi, y de las sub-escalas de autocontrol y sociabilidad del Inventario de Inteligencia Emocional, lo que sugiere evidencias de confiabilidad.

Se llevaron a cabo análisis de correlaciones para identificar la red nomológica de la NAS y dar cuenta de su comunalidad y diferencias con respecto a otros constructos teóricos. Podemos observar en la tabla 2 en primer lugar, como anteriormente se ha indicado, que la NAS-Positiva y la NAS-N son ortogonales entre sí, ya que a pesar de ser dos tipos de medidas indirectas de NAS, guardan entre ellas poca relación ($r=.11$, n.s.). En segundo lugar, su red nomológica difiere en los tamaños de efectos respecto a los diferentes aspectos evaluados, no así el signo de las asociaciones. Interesantemente ambas dimensiones no guardan ningún tipo de relación con exageración ($-.01$, $-.05$, n.s.), lo que permite descartar que ambas medidas sean de distorsión; asimismo, la red nomológica de exageración es por mucho muy diferente de las NAS's. Se llevaron a cabo análisis de correlaciones para identificar la red nomológica de la NAS y dar cuenta de su comunalidad y diferencias con respecto a otros constructos teóricos. Podemos observar en la tabla 2 en primer lugar, como anteriormente se ha indicado, que la NAS-Positiva y la NAS-N son ortogonales entre sí, ya que a pesar de ser dos tipos de medidas indirectas de NAS, guardan entre ellas poca relación ($r=.11$, n.s.).

Tabla 1
Estadísticos descriptivos y psicométricos de las escalas psicológicas

Escalas	n	M	D. E.	α	Rango			M
					Potencial	Real	Asimetría	Teórica
NAS-Positiva	1200	19.14	4.37	.72	6-36	6-30	-0.08	18
NAS-Negativa	1181	31.50	5.78	.81	8-40	8-40	-0.69	24
Exageración	1149	5.77	5.91	.73	0-30	0-30	1.27	15
Honestidad	1141	58.30	8.18	.85	15-75	28-75	-0.30	45
Autoestima	1152	40.00	6.51	.80	10-50	10-50	-0.67	40
Automonitoreo	1086	53.36	7.79	.65	18-90	29-83	0.21	54
NEO-FFi								
Neuroticismo	1120	19.55	6.66	.69	0-48	1-43	0.27	24
NEO-FFi								
Extroversión	1079	30.20	6.02	.66	0-48	9-48	-0.23	24
NEO-FFi Apertura	1147	29.66	6.11	.55	0-48	10-46	-0.18	24
NEO-FFi								
Agradabilidad	992	27.35	5.50	.64	0-48	12-46	0.30	24
NEO-FFi								
Responsabilidad	1121	32.43	6.94	.79	0-48	5-48	-0.37	24
Orientación								
religiosa	1117	69.78	15.03	.93	19-95	24-95	-0.42	57
IE-Bienestar	1171	24.46	3.89	.78	6-30	6-30	-0.72	18
IE-Autocontrol	1177	20.36	3.42	.50	6-30	6-30	-0.06	18
IE-Emotividad	1165	28.67	4.76	.64	8-40	12-40	-0.05	24
IE-Sociabilidad	1175	20.34	3.49	.51	6-30	6-30	0.02	18
IE-Adaptabilidad	1179	14.75	2.85	.66	4-20	4-20	-0.24	12
RE-Reevaluación	1197	21.26	4.09	.78	6-30	6-30	-0.49	18
RE-Supresión	1184	10.26	3.29	.74	4-20	4-20	0.27	12
Autocontrol	1186	30.87	4.49	.69	8-40	10-40	-0.35	24
Ansiedad	1096	42.48	9.12	.84	20-80	21-77	0.46	50
Depresión	1070	42.19	9.54	.83	22-88	22-70	0.50	55

Nota: NAS = Necesidad de Aprobación Social, NEO-FFi =Inventario de Personalidad NEO versión corta, IE = Inteligencia Emocional, RE = Regulación Emocional

En segundo lugar, su red nomológica difiere en los tamaños de efectos respecto a los diferentes aspectos evaluados, no así el signo de las asociaciones. Interesantemente ambas dimensiones no guardan ningún tipo de relación con exageración (-.01, -.05, n.s.), lo que permite descartar que ambas medidas sean de distorsión; asimismo, la red nomológica de exageración es por mucho muy diferente de las NAS's. Por el contrario, honestidad guarda mucha similitud en términos de su red nomológica con respecto a la NAS, tanto positiva como negativa, al igual que autoestima, aunque los tamaños de efecto son menores en la NAS-Positiva que las otras tres variables; sin embargo, todas ellas mantiene los mismos signos, lo que sugiere que no es espuria las asociaciones encontradas y

debido a su consistencia y similitud con las otras variables, se está identificando que la NAS realmente es varianza real y no de distorsión. Finalmente el auto-monitoreo, comparte elementos comunes, pero su red nomológica es diferente tanto en magnitud como guardando relaciones opuestas con respecto a las NAS's con algunas de las variables criterio, lo que descarta que estén midiendo la misma variable latente.

Tabla 2

Red nomológica de la NAS y variables convergentes / divergentes

Variables Criterio	NAS- Positiva	NAS- Negativa	Variables Convergentes/Divergentes			
			Exagera- ción	Hones- tidad	Auto- estima	Auto- monitoreo
NAS-Positiva	-	.11	-.01	.24**	.15**	-0.02
NAS-Negativa	.11	-	-0.05	.57**	.40**	-.18**
NEO-FFi						
Neuroticismo	-.15**	-.31**	-.08*	-.44**	-.53**	.02
NEO-FFi						
Extroversión	.25**	.18**	.01	.38**	.47**	.35**
NEO-FFi Apertura	.34**	.41**	-.07*	.38**	.30**	-.12**
NEO-FFi						
Agradabilidad	.05	.12**	.07*	.17**	.19**	.18**
NEO-FFi						
Responsabilidad	.14**	.36**	-.01	.55**	.50**	-.01
Orientación						
religiosa	.26**	.34**	-.09**	.34**	.22**	-.09**
IE-Bienestar	.22**	.36**	-.05	.65**	.76**	.12**
IE-Autocontrol	.22**	.33**	.05	.51**	.48**	.06
IE-Emotividad	.26**	.37**	-.01	.56**	.56**	.14**
IE-Sociabilidad	.05	.16**	.08*	.40**	.50**	.25**
IE-Adaptabilidad	.25**	.30**	.05	.54**	.62**	.17**
RE-Reevaluación	.23**	.12**	-.01	.24**	.29**	.10**
RE-Supresión	-.01	-.28**	.02	-.32**	-.36**	-.14**
Autocontrol	.12**	.36**	-.01	.52**	.47**	.05
Ansiedad	-.15**	-.32**	-.01	-.49**	-.59**	-.03
Depresión	-.18**	-.39**	-.01	-.57**	-.68**	-.02

Nota: NAS = Necesidad de Aprobación Social, NEO-FFi =Inventario de Personalidad NEO versión corta, IE = Inteligencia Emocional, RE = Regulación Emocional. ** $p < .001$, * $p < .05$

Para comprobar más claramente la comunalidad que guarda la NAS con respecto a la exageración, honestidad, autoestima, y auto-monitoreo, se realizó un análisis factorial con rotación ortogonal (varimax) cuyo resultado se puede observar en la tabla 3. Con base en los resultados, se sugiere que la NAS está más estrechamente vinculada con la autoestima y con la honestidad, principalmente en su acepción negativa, mientras que el auto-monitoreo y la

exageración forman parte de un factor independiente. Finalmente la variable que menos contribuye a la solución factorial es la NAS-Positiva ($\eta^2 = .15$).

Tabla 3

Análisis factorial de la NAS y variables convergentes/divergentes

Variables	Factores		Comunalidades
	1	2	
Honestidad	.89	-.07	.80
Autoestima	.81	.16	.69
NAS-N	.73	-.30	.61
NAS-P	.40	.07	.15
Auto-monitoreo	-.01	.82	.67
Exageración	.03	.63	.38
<i>Autovalores</i>	2.16	1.15	
<i>% de Varianza Explicada</i>	35.8	19.5	

Nota: Los valores resaltados en negritas indican las cargas factoriales $<.40$. NAS = Necesidad de Aprobación Social.

Adicionalmente, se llevó a cabo un escalamiento multidimensional (ALSCAL) para evaluar la distancia que guardan las cinco variables utilizadas en el análisis factorial. El escalamiento para datos intervalares, dio como resultado un valor Stress de Young de .009 y un RSQ de .999, lo que implica que la solución es adecuada en dos dimensiones, con valores de ajuste excelentes. Se observa en la figura 1 que tanto la NAS positiva como la negativa caen alrededor de los puntos centrales en el espacio bidimensional, mientras que las otras variables se alejan respecto de los ejes. Es interesante señalar como observando la primera dimensión, los extremos están marcados por honestidad y exageración, lo que permite señalar nuevamente que los puntajes de NAS no son de distorsión, como lo sería falsear una respuesta, o bien, distorsionar a lo positivo para quedar “muy bien” ante los demás y ser aquiescentes con las respuestas de honestidad.

La dimensión 2 es un tanto más difícil de interpretar, ya que se tienen los extremos marcados por auto-monitoreo y nuevamente honestidad; vale la pena resaltar que el orden de presentación de las variables en esta segunda dimensión guarda mucha similitud respecto a los valores de consistencia interna de cada escala, lo que podría sugerir que esta dimensión tiene que ver con este aspecto.

Una vez demostrando que los puntajes de NAS, positiva y negativa no son correlaciones espurias, sino que guardan una estrecha relación y varianza verdadera a semejanza de otros constructos teóricos relevantes, se llevaron a cabo análisis de regresión lineal múltiple para identificar cuáles variables pueden ser predictores de la NAS con base en aquellas variables previamente utilizadas en los análisis de asociación. Los resultados estandarizados se observan en la tabla 4.

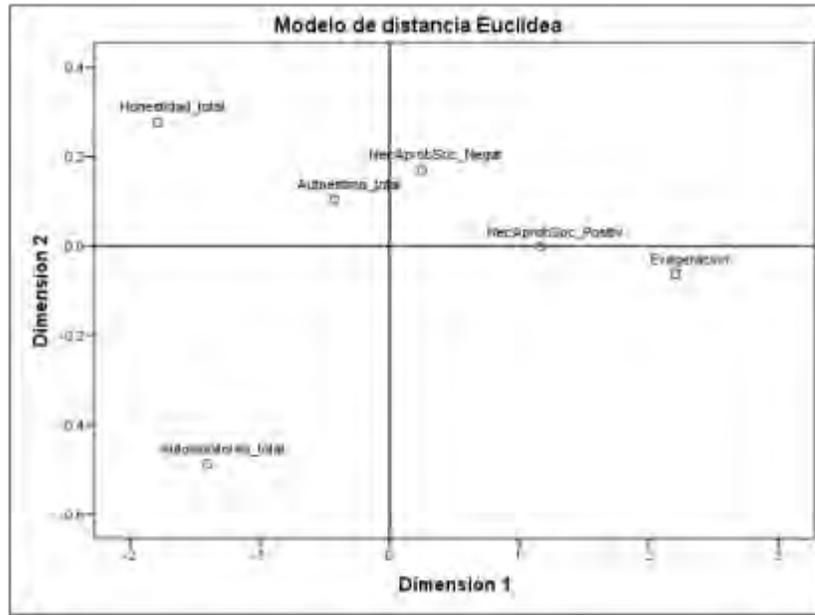


Figura 1. Representación espacial de la distancia euclídea entre la NAS y las variables convergentes y divergentes, utilizando un escalamiento multidimensional (ALSCAL)

Tabla 4

Análisis de regresión lineal múltiple por pasos para la NAS-Positiva y NAS-Negativa

Predictores	NAS-Positiva		Predictores	NAS-Negativa	
	ΔR^2	β		ΔR^2	β
Paso 1 Agradabilidad	.10**		Paso 1 Agradabilidad	.19**	
		.26*			.25**
Paso 2 Revaloración	.04**		Paso 2 Autocontrol	.08**	
		.11**			.16**
Paso 3 Extroversión	.02**		Paso 3 Orientación religiosa	.04**	
		.21**			-.18**
Paso 4 Supresión	.03**		Paso 4 Supresión	.02**	
		.19**			.16**
Paso 5 Orientación religiosa	.01**		Paso 5 Responsabilidad	.01**	
		.15**			.13*
Paso 6 Autocontrol (IE)	.01**		Paso 6 Neuroticismo	.01*	
		.15**			-.08*
Paso 7 Responsabilidad	.02**				
		-.14**			
<i>Total R²</i>	.23**		<i>Total R²</i>	.35*	
<i>n</i>	568		<i>n</i>	564	

Nota: NAS= Necesidad de aprobación social, IE = Inteligencia Emocional.

Se observa que ambas dimensiones de la NAS comparten algunos predictores como son agradabilidad, orientación religiosa, supresión y responsabilidad, siendo la primera la más importante para ambas. La agradabilidad al resultar ser el primer y más fuerte predictor apoya la idea de que la NAS es un elemento que permite o apoya el establecimiento de relaciones sociales, sobre todo por aquellas personas que buscan agradar a los demás. Un segundo factor es la regulación emocional, que está presente en su dimensión supresión en ambos modelos aunque con signos diferentes para cada NAS. Para la NAS-Positiva, la revaloración es más importante y la supresión al tener signo positivo implica que se suprimen las emociones para aceptar atributos positivos (mostrarse más “atractivo” o “bueno”), mientras que para aceptar errores (mostrarse más “humano” o “mortal”) no debe estar presente la supresión de emociones. La orientación religiosa está presente en los dos modelos, que representa preceptos ideales o dogmáticos del “deber ser”, y la NAS puede estar basada en algún sentido a esos preceptos ideales de valores, que al obedecerlos garantiza la aceptación por parte de otras personas de la imagen que se quiere transmitir. La dimensión de responsabilidad juega un papel diferente en cada modelo, mientras que para la NAS-Positiva tiene una pendiente negativa, en la NAS-Negativa es positiva; esto puede interpretarse en términos de que la no presentación de atributos de responsabilidad es necesaria para presentar una imagen favorable, mientras que por el otro lado, la responsabilidad implica el aceptar en mayor medida los errores comunes presentes en la NAS-Negativa. La dimensión de autocontrol, que aunque medida distinta, esta presente en ambos modelos con signo positivo y resulta un tanto lógico, ya que, al buscar agradar a los demás, se necesita controlar las acciones propias frecuentemente en función de los demás. Finalmente, la extroversión que representa la sociabilidad y preferencia por la compañía y gusto por la excitación esta asociada con el deseo de agradar a los demás representada por la NAS-Positiva; mientras que para la NAS-Negativa entre menos este presente el neuroticismo, es más fácil aceptar los errores, lo que lleva a una mayor estabilidad emocional.

Discusión

Con base en los hallazgos obtenidos en la presente investigación, se ha podido constatar que la NAS (deseabilidad social) tiene más evidencias a favor de su naturaleza caracterológica y no como un constructo referido a la distorsión intencionada de las respuestas. Se comprobó lo que otros estudios han señalado, que consistentemente se ha asociado con agradabilidad (Borkenau & Ostendorf, 1992; Pauls & Stemmler, 2003), responsabilidad (Borkenau & Ostendorf, 1992; Stöber, 2001) estabilidad emocional (neuroticismo) (Barrick & Mount, 1996; Li & Bagger, 2006; Steenkamp et al., 2010a), ansiedad (Lichtenstein & Bryan, 1966; Merydith, et al., 2003), depresión (Cosentino & Solano, 2008; Cramer, 2000; Klassen et al., 1975), autoestima (Mesmer-Magnus et al., 2006; Wiese et al., 2000), etc. Respecto a la asociación entre el auto-monitoreo y la NAS, se encuentra lo que ya otros autores han reportado: correlaciones negativas no significativas (Furnham & Henderson, 1982; Snyder, 1974), sugiriendo que a pesar

que en la definición conceptual ambos constructos se parecen, en la parte operativa son muy distintas ambas variables. Uno de los hallazgos más importantes fue demostrar que una escala de distorsión “objetiva” como lo es la escala de exageración (Paulhus et al., 2003) no correlacionó con ninguna de las dos escalas de NAS, ni comparte una red nomológica identificable con las respectivas redes de las NAS’s. Asimismo, en el análisis factorial y en el escalamiento multidimensional claramente se observa que su naturaleza es diferente de honestidad y autoestima como para descartar que la NAS comparta varianza con este constructo.

Parte importante de este estudio fue haber incluido otras variables que no habían sido evaluadas previamente, tales como la inteligencia emocional, el autocontrol y la orientación religiosa. Era necesario asociar la orientación religiosa como una medida indirecta de conformidad a valores (Adams et al., 1985); la inteligencia emocional como una medida de adaptación social (Silverthorn & Gekoski, 1995) y ajuste psicológico (McCrae & Costa, 1983), y el autocontrol ya que en palabras de Uziel (2010) la NAS debería denominarse autocontrol interpersonal. Todos estos hallazgos sugieren en conjunto que más que una distorsión, la NAS se trata de una variable que consistentemente muestra asociaciones con variables de personalidad.

Conclusión

El presente estudio tuvo el objetivo de evidenciar más claramente lo que ya otros autores habían sugerido en ocasiones anteriores, la deseabilidad social como se ha medido en este y otros estudios, representa a una necesidad genuina por agradar a los demás que se ve representada por una necesidad de aprobación social. Esta necesidad de aprobación social tiene elementos coincidentes con otros constructos psicológicos relevantes que la han hecho parecer un constructo camaleónico y por lo mismo muy confuso y elusivo para medir. A partir de los hallazgos evidenciados es tiempo de ver a la deseabilidad social, más que como un constructo de distorsión que hay que evitar en las mediciones, una variable genuina en sí misma, que tiene más componentes para considerarla como parte de la estructura psíquica del individuo común que le permite ser sensible a la interacción con otros y el adaptarse a un ambiente social.

Referencias

- Adams, G. R., Ryan, J. H., Hoffman, J. J., Dobson, W. R., & Nielsen, E. C. (1985). Ego identity status, conformity behavior, and personality in late adolescence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47 (5), 1091-1104. doi: 10.1037/0022-3514.47.5.1091
- Allaman, J. D., Joyce, C. S., & Crandall, V. C. (1972). The antecedents of social desirability response tendencies of children and young adults. *Child Development*, 43 (4), 1135-1160. doi: 10.1111/1467-8624.ep12114746

- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1996). Effects of impression management and self-deception on the predictive validity of personality constructs. *Journal of Applied Psychology, 81* (3), 261-272. doi: 10.1037/0021-9010.81.3.261
- Borkenau, P., & Ostendorf, F. (1992). Social desirability scales as moderator and suppressor variables. *European Journal of Personality, 6* (3), 199-214. doi: 10.1002/per.2410060303
- Brislin, R. W. (1970). Back-Translation for Cross-Cultural Research. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 1*(3), 185-216. doi: 10.1177/135910457000100301
- Cooper, A., & Petrides, K. V. (2010). A Psychometric Analysis of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire-Short Form TEIQue-SF Using Item Response Theory. *Journal of Personality Assessment, 92* (5), 449-457.
- Cosentino, A. C., & Solano, A. C. (2008). Adaptación y validación argentina de la Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. [Adaptation and validation of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale in Argentina]. *Interdisciplinaria Revista de Psicología y Ciencias Afines, 25* (2), 197-216.
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1999). *NEO PI-R, Inventario de personalidad NEO revisado. NEO-FFI, Inventario NEO reducido de Cinco Factores*. Madrid: TEA Ediciones.
- Cramer, D. (2000). Social desirability, adequacy of social support and mental health. *Journal of Community & Applied Social Psychology, 10* (6), 465-474. doi: 10.1002/1099-1298(200011/12)10:6<465::aid-casp571>3.0.co;2-2
- Cronbach, L. J. (1946). Response sets and test validity. *Educational and Psychological Measurement, 6*, 475-494.
- Dicken, C. (1963). Good Impression, Social Desirability, and Acquiescence as Suppressor Variables. *Educational and Psychological Measurement, 23*(4), 699-720. doi: 10.1177/001316446302300406
- Domínguez Espinosa, A., & Van de Vijer, F. J. R. (2012). An Indigenous Social Desirability Scale. *Manuscript submitted for publication*.
- Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. Ft Worth, TX US: Dryden Press.
- Ellingson, J. E., Sackett, P. R., & Connelly, B. S. (2007). Personality assessment across selection and development contexts: Insights into response distortion. *Journal of Applied Psychology, 92* (2), 386-395. doi: 10.1037/0021-9010.92.2.386
- Eysenck, S. B. G., & Eysenck, H. J. (1963). An experimental investigation of "desirability" response set in a personality questionnaire. *Life Sciences, 2* (5), 343-355. doi: 10.1016/00243205(63)90168-1
- Ferrando, P. J., & Chico, E. (2001). Detecting Dissimulation in Personality Test Scores: A Comparison between Person-Fit Indices and Detection Scales. *Educational and Psychological Measurement, 61* (6), 997-1012. doi: 10.1177/00131640121971617
- Fleming, P., & Zizzo, D. J. (2011). Social desirability, approval and public good contribution. *Personality and Individual Differences, 51*, 258-262. doi: 10.1016/j.paid.2010.05.028

- Francis, L. (2007). Introducing the New Indices of Religious Orientation (NIRO): Conceptualization and measurement. *Mental Health, Religion & Culture, 10* (6), 585-602. doi: 10.1080/13674670601035510
- Francis, L., & Enger, T. (2002). The Norwegian translation of the Francis Scale of Attitude toward Christianity. *Scandinavian Journal of Psychology, 43*, 363-367.
- Francis, L., & Katz, Y. (2007). Measuring attitude toward Judaism: The internal consistency reliability of the Katz-Francis Scale of Attitude toward Judaism. *Mental Health, Religion & Culture, 10* (4), 309-324.
- Francis, L., Santosh, Y., Robbins, M., & Vij, S. (2008). Assessing attitude toward Hinduism: The Santosh-Francis Scale. *Mental Health, Religion & Culture, 11*(6), 609-621.
- Furnham, A., & Henderson, M. (1982). The good, the bad and the mad: Response bias in self-report measures. *Personality and Individual Differences, 3* (3), 311-320. doi: 10.1016/0191-8869(82)90051-4
- Ganster, D. C., Hennessey, H. W., & Luthans, F. (1983). Social desirability response effects: Three alternative models. *Academy of Management Journal, 26*(2), 321-331. doi: 10.2307/255979
- González, F. (2007). Instrumentos de evaluación psicológica para el estudio de los estados de ansiedad y depresión. In E. C. Médicas (Ed.), *Instrumentos de Evaluación Psicológica*. La Habana, Cuba.
- Gross, J., & John, O. (2003). Individual differences in two emotion regulation processes: implications for affect, relationships, and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology, 85* (2), 348-362.
- Hartshorne, H., & May, M. A. (1928). *Studies in the Nature of Character* (Vol. I. Studies in Deceit.). New York, NY: MacMillan.
- Jacobson, L. I., Kellogg, R. W., Cauce, A., & Slavin, R. S. (1977). A multidimensional social desirability inventory. *Bulletin of the Psychonomic Society, 9* (2), 109-110.
- Klassen, D., Hornstra, R. K., & Anderson, P. B. (1975). Influence of social desirability on symptom and mood reporting in a community survey. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 43* (4), 448-452. doi: 10.1037/h0076863
- Konstabel, K., Aavik, T., & Allik, J. (2006). Social desirability and consensual validity of personality traits. *European Journal of Personality, 20*(7), 549-566. doi: 10.1002/per.593
- Li, A., & Bagger, J. (2006). Using the BIDR to Distinguish the Effects of Impression Management and Self-Deception on the Criterion Validity of Personality Measures: A Meta-Analysis. *International Journal of Selection and Assessment, 14*(2), 131-141. doi: 10.1111/j.1468-2389.2006.00339.x
- Lichtenstein, E., & Bryan, J. H. (1966). CPI correlates of the need for approval. *Journal of Clinical Psychology, 22* (4), 453-455.
- Lönnqvist, J.-E., Paunonen, S., Nissinen, V., Ortju, K., & Verkasalo, M. (2011). Self-Enhancement in military leaders: Its relevance to officer selection and performance. *Applied Psychology: An International Review, 60*, 670-695. doi: 10.1111/j.1464-0597.2011.00452.x

- Marlowe, D., & Crowne, D. P. (1961). Social desirability and response to perceived situational demands. *Journal of Consulting Psychology, 25* (2), 109-115. doi: 10.1037/h0041627
- Martín-Albo, J., Núñez, J., Navarro, J., & Grijalvo, F. (2007). The Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and validation in university students. *The Spanish Journal of Psychology, 10* (2), 458-467.
- Martín, M. C., Grau, J. A., & Grau, R. (2003). El inventario de depresión rasgo-estado (IDERE): desarrollo de una versión cubana. *Terapia Psicológica, 21*(2), 121-135.
- McCrae, R. R. (1986). Well-being scales do not measure social desirability. *Journal of Gerontology, 41* (3), 390-392.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1983). Social desirability scales: More substance than style. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 51* (6), 882-888. doi: 10.1037/0022-006x.51.6.882
- Meehl, P. E., & Hathaway, S. R. (1946). The K factor as a suppressor variable in the Minnesota Multiphasic Personality Inventory. *Journal of Applied Psychology, 30* (5), 525-564. doi: 10.1037/h0053634
- Merydith, S. P., Prout, H. T., & Blaha, J. (2003). Social desirability and behavioral rating scales: An exploratory study with the Child Behavior Checklist/4-18. *Psychology in the Schools, 40* (2), 225-235. doi: 10.1002/pits.10077
- Mesmer-Magnus, J., Viswesvaran, C., Deshpande, S., & Joseph, J. (2006). Social desirability: The role of over-claiming, self-esteem, and emotional intelligence. *Psychology Science, 48* (3), 336-356.
- Millham, J., & Kellogg, R. W. (1980). Need for social approval: Impression management or self-deception? *Journal of Research in Personality, 14* (4), 445-457. doi: 10.1016/0092-6566(80)90003-3
- Nel, J. A., Valchev, V. H., Rothmann, S., van de Vijver, F. J. R., Meiring, D., & de Bruin, G. P. (in press). Exploring the Personality Structure in the 11 Languages of South Africa. *Journal of Personality*. doi: 10.1177/10693971111402462
- Ones, D. S., Viswesvaran, C., & Reiss, A. D. (1996). Role of social desirability in personality testing for personnel selection: The red herring. *Journal of Applied Psychology, 81* (6), 660-679. doi: 10.1037/0021-9010.81.6.660
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology, 46* (3), 598-609. doi: 10.1037/0022-3514.46.3.598
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and Control of Response Bias. In J. P. Robinson, P. Shaver & L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (Vol. 1, pp. 17-59). San Diego, CA: Academic Press, Inc.
- Paulhus, D. L. (1998a). Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait self-enhancement: A mixed blessing? *Journal of Personality and Social Psychology, 74*, 1197-1208. doi: 10.1037/0022-3514.74.5.1197
- Paulhus, D. L. (1998b). *Manual of the Balanced Inventory of Desirable Responding. Paulhus Deception Scales: User's Manual*. Buffalo: Multi-Health Systems.

- Paulhus, D. L. (2002). Socially Desirable Responding: The Evolution of a Construct. In H. I. Braun, D. N. Jackson & D. E. Wiley (Eds.), *The role of constructs in psychological and educational measurement* (pp. 49-69). Mahwah, N. J.: Erlbaum.
- Paulhus, D. L., Harms, P. D., Bruce, M. N., & Lysy, D. C. (2003). The over-claiming technique: Measuring self-enhancement independent of ability. *Journal of Personality and Social Psychology, 84* (4), 890-904. doi: 10.1037/0022-3514.84.4.890
- Paulhus, D. L., & John, O. P. (1998). Egoistic and moralistic biases in self-perception: The interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives. *Journal of Personality, 66*, 1025-1060. doi: 10.1111/1467-6494.00041
- Pauls, C. A., & Stemmler, G. (2003). Substance and bias in social desirability responding. *Personality and Individual Differences, 35* (2), 263-275. doi: 10.1016/s0191-8869(02)00187-3
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2003). Trait emotional intelligence: behavioural validation in two studies of emotion recognition and reactivity to mood induction. *European Journal of Personality, 17* (1), 39-57.
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2006). The Role of Trait Emotional Intelligence in a Gender-Specific Model of Organizational Variables. *Journal of Applied Social Psychology, 36* (2), 552-569. doi: 10.1111/j.0021-9029.2006.00019.x
- Ramanaiah, N. V., & Martin, H. J. (1980). On the two-dimensional nature of the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. *Journal of Personality Assessment, 44* (5), 507-514. doi: 10.1207/s15327752jpa4405_11
- Ramanaiah, N. V., Schill, T., & Leung, L. S. (1977). A test of the hypothesis about the two-dimensional nature of the Marlowe-Crowne Social Desirability scale. *Journal of Research in Personality, 11* (2), 251-259. doi: 10.1016/0092-6566(77)90022-8
- Ross, C. E., & Mirowsky, J. (1989). Explaining the social patterns of depression: control and problem solving-or support and talking?*. *Journal of Health and Social Behavior, 30*, 206-219.
- Sackeim, H. A., & Gur, R. C. (1978). Self-deception, selfconfrontation and consciousness. In G. E. Schwartz & D. Shapiro (Eds.), *Consciousness and self-regulation: advances in research and theory* (Vol. 2, pp. 139-197). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Silverthorn, N. A., & Gekoski, W. L. (1995). Social desirability effects on measures of adjustment to university, independence from parents, and self-efficacy. *Journal of Clinical Psychology, 51* (2), 244-251. doi: 10.1002/1097-4679(199503)51:2<244::aid-jclp2270510214>3.0.co;2-q
- Snyder, M. (1974). Self-Monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 30* (4), 526-537.
- Snyder, M., & Gangestad, S. (1986). On the nature of self-monitoring: matters of assesment, matters of validity. *Journal of Personality and Social Psychology, 51* (1), 125-139.
- Spielberger, C., Gorsuch, R., & Edward, L. (1970). *STAI manual for the state-trait anxiety inventory "Self-evaluation questionnaire"*.

- Steenkamp, J.-B. E. M., De Jong, M. G., & Baumgartner, H. (2010a). Socially desirable response tendencies in survey research. [Appendix]. *Journal of Marketing Research*, 47 (2), 199-214. doi: 10.1509/jmkr.47.2.199
- Steenkamp, J.-B. E. M., De Jong, M. G., & Baumgartner, H. (2010b). Socially desirable response tendencies in survey research. [Appendix]. *Journal of Marketing Research*, 47, 199-214. doi: 10.1509/jmkr.47.2.199
- Stöber, J. (2001). The Social Desirability Scale-17 (SDS-17): Convergent validity, discriminant validity, and relationship with age. *European Journal of Psychological Assessment*, 17 (3), 222-232. doi: 10.1027//1015-5759.17.3.222
- Uziel, L. (2010). Rethinking Social Desirability Scales. *Perspectives on Psychological Science*, 5 (3), 243-262. doi: 10.1177/1745691610369465
- Wiese, B. S., Freund, A. M., & Baltes, P. B. (2000). Selection, optimization, and compensation: An action-related approach to work and partnership. *Journal of Vocational Behavior*, 57 (3), 273-300. doi: 10.1006/jvbe.2000.1752

© Universidad Nacional Autónoma de México, 2012.

Los derechos reservados de *Acta de Investigación Psicológica*, son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el contenido de esta revista no puede ser copiado ni enviado por correo electrónico a diferentes sitios o publicados en listas de servidores sin permiso escrito de la UNAM. Sin embargo, los usuarios pueden imprimir, descargar o enviar por correo electrónico los artículos para uso personal.

Copyright of *Psychological Research Record* is the property of Universidad Nacional Autónoma de México (National Autonomous University of Mexico, UNAM) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.