

Evaluación de las actitudes explícitas e implícitas frente a los candidatos presidenciales del año
2018 a través del Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP)

Ángela Peñalver-Salcedo

Maestría en Psicología Jurídica – Universidad Santo Tomás

Notas de autor

Esta investigación corresponde al Trabajo de Grado de la autora para optar por el título de Magister en Psicología Jurídica de la Universidad Santo Tomás, bajo la dirección del profesor Luis Alberto Quiroga-Baquero. Correspondencia: angelapenalver@usantotomas.edu.co; Calle 146 # 13- 73, Edificio Torres de Río Frío. Bogotá- Colombia.

Resumen

El objetivo del presente estudio fue evaluar los repertorios relacionales y las actitudes explícitas e implícitas de una muestra de colombianos frente a los candidatos presidenciales del año 2018, con el fin de aportar evidencia empírica en torno a las dinámicas conductuales que subyacen al ejercicio del voto como comportamiento jurídico y socialmente regulado. Para ello se contó con la participación de 876 ciudadanos colombianos, mayores edad, quienes mostraron sus actitudes explícitas frente a cinco candidatos (Gustavo Petro, Iván Duque, Humberto de la Calle, Germán Vargas y Sergio Fajardo) a través de un cuestionario de datos personales, sociodemográficos y de información política; posteriormente eligieron uno de diez Procedimientos de Evaluación Relacional Implícita (IRAP), en el que mostraron sus actitudes implícitas hacía una pareja de candidatos elegida. Los resultados mostraron correspondencias entre la preferencia electoral explícita, la intención de voto por un candidato y la adscripción al partido correspondiente al candidato; no obstante, las medidas implícitas evaluadas a través del IRAP mostraron que bajo algunas circunstancias, las preferencias e intenciones de voto no se relacionaron con actitudes explícitas favorables por un candidato, sino por actitudes negativas hacia el candidato contrincante. Los hallazgos de esta investigación se discuten en términos de sus implicaciones sobre el estudio de los procesos conductuales vinculados al comportamiento de voto, y sobre los campos de estudio de la psicología jurídica y política.

Palabras clave: elecciones presidenciales, actitudes implícitas, actitudes explícitas, Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita.

Abstrac

The objective of this study was to evaluate the relational repertoires and the explicit and implicit activities of a group of Colombians against the presidential candidates of the year 2018, in order

to provide empirical evidence around the behavioral dynamics that underlie the exercise of voting as Legal and socially regulated behavior. 876 Colombians participated, adults, who suffer from their explicit attitudes towards five candidates (Gustavo Petro, Iván Duque, Humberto de la calle, Germán Vargas and Sergio Fajardo), participated through a data questionnaire personal, sociodemographic and political information; subsequently they chose one of ten Implicit Relational Evaluation Procedures (IRAP), in which they had their implicit attitudes made a couple of eligible candidates. The corresponding results correspond to the explicit electoral preference, the intention to vote for a candidate and the affiliation to the party corresponding to the candidate; nevertheless, the implicit measures evaluated through the IRAP that affect some circumstances, the limitations and intentions of voting are not related to explicit favorable attitudes by a candidate, but for negative attitudes towards the opposing candidate. The findings of this research are discussed in terms of their implications on the study of behavioral processes linked to voting behavior, and on the fields of study of legal and political psychology.

Key Words: presidential elections, implicit attitudes, explicit attitudes, Implicit Relational Evaluation Procedure.

Evaluación de las actitudes explícitas e implícitas frente a los candidatos presidenciales del año 2018 a través del Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP)

El voto es un mecanismo de participación ciudadana, el cual es utilizado en las democracias del mundo y en el territorio colombiano para la elección de concejales, diputados, alcaldes, gobernadores, senadores, representantes, presidente de la República, así como también para las elecciones extraordinarias como las consultas populares o referendos. En Colombia, el

voto se encuentra regulado jurídicamente por la Constitución Política de Colombia (Asamblea Nacional Constituyente, 1991) en su Artículo 258, el cual establece que:

El voto es un derecho y un deber ciudadano. El Estado velará porque se ejerza sin ningún tipo de coacción y en forma secreta por los ciudadanos en cubículos individuales instalados en cada mesa de votación sin perjuicio del uso de medios electrónicos o informáticos (Asamblea Nacional Constituyente, 1991, p. 183).

Un factor común entre las múltiples definiciones jurídicas que se han propuesto acerca del voto, es el concebirlo como el derecho que concede a la población civil el papel de intervenir de manera directa sobre las acciones políticas, entendiéndose que ese poder de decidir que tiene la sociedad civil resulta ser un fin en sí mismo, dado que garantiza la posibilidad de participar y que la decisión tenga consecuencias jurídicas, debiendo imponerse como resultado de la voluntad del pueblo; en palabras de Presno (2011):

Desde una perspectiva jurídica, más que la participación efectiva lo que importa es la garantía de la misma, que se construye a partir de normas que aseguren el derecho a decidir, así como la libertad y la igualdad de la decisión (p. 240).

Asimismo, existen leyes y normas que regulan la actividad electoral –incluyendo al comportamiento de voto- y las actividades que se pueden desarrollar desde los partidos políticos con el fin de atraer posibles votantes; una de estas actividades es descrita en la Sentencia C-337/97 (Corte Constitucional de Colombia, 1997), la cual al pronunciarse acerca de la democracia, el sufragio y la participación ciudadana, propone que es necesario cambiar las conductas apáticas de los ciudadanos frente al voto por un comportamiento positivo, mediante la concesión de estímulos y el reconocimiento por parte del Estado al ciudadano que cumpla con su deber de voto. En este sentido, la Corte Constitucional de Colombia (1997) no concibe que la

creación de estímulos distorsione la libertad y el sentido patriótico del voto, pues al ciudadano no se le coacciona para elegir entre las opciones existentes, puesto que bien puede cumplir su deber mediante el voto en blanco. Los estímulos al voto no coaccionan al sufragante sino que apelan a su conciencia cívica para que participe de un objetivo que el Estado considera plausible: consolidar la democracia, fin que es legítimo desde el punto de vista constitucional.

Otra actividad tiene que ver con las campañas políticas, en las cuales “la propaganda a través de los medios de comunicación social y del espacio público, únicamente podrá realizarse dentro de los sesenta (60) días anteriores a la fecha de la respectiva votación, y la que se realice empleando el espacio público podrá realizarse dentro de los tres (3) meses anteriores a la fecha de la respectiva votación” (Congreso de la República de Colombia, 2011, Ley 1475, Artículo 34). Al respecto, Elías (2015) plantea que “en las campañas electorales, a través de la persuasión y mezclando personalidad y política, se realiza una sugerencia en la que básicamente el elector se inclina a votar por un candidato y no por otro” (p. 60). Propuesto así, el comportamiento que asume el elector para decidir de manera natural y legal sobre la escogencia del candidato de su preferencia, se encuentra rodeado de diferentes aspectos importantes como el psicológico, ya que conlleva aspectos personales como la filiación política, la procedencia del candidato, el interés para ejercer el derecho al voto, la referencia sobre los candidatos, entre otros, para la decisión final de quien depositará el respectivo voto.

En consecuencia, siendo el voto un comportamiento jurídicamente regulado, mal haría el elector en abstenerse de ejercer el derecho a participar para deslegitimizar los procesos, en cuanto dejar de hacerlo conlleva a que se decida en contra de lo que realmente desea el ciudadano apto para ejercer la democracia y deja abierta las oportunidades para que se imponga la voluntad de

otros; así, el estado debe continuar impulsando más estímulos legales y además aplicarlos para que esto contribuya a despertar la voluntad del ciudadano a ejercer sus derechos.

Variables psicológicas que inciden sobre el comportamiento de voto

Una de las premisas importantes con respecto al contexto electoral y todo aquello que tiene relación con las preferencias entre candidatos, es una dinámica que supone que en el tiempo previo a las elecciones, existan aún muchos votantes indecisos que todavía no desarrollan una clara intención de voto, lo que puede verse reflejado por la influencia de diferentes actitudes, sentimientos y emociones que pueden desarrollar una variación en la percepción de los candidatos (Friese, Smith, Plischke, Bluemke, & Nosek, 2012). Explicar el comportamiento de voto de las personas se ha convertido por años en un gran desafío, por lo que en las encuestas de preferencias previas a las elecciones, las personas muchas veces pueden revelar por cuál partido o candidato podrían votar, o reportar que aún se encuentran indecisos, representando una fuente importante de incertidumbre cuando se trata de predecir el resultado de una elección o votación (Raccuia, 2016).

Se identifican a su vez, otros factores que influyen en la toma de decisiones al momento de ejercer el derecho al voto, como por ejemplo el razonamiento que se hace basado en la evaluación acerca de los partidos políticos, los candidatos y demás aspectos políticos, como también la relación con las premisas que infieren entre las ventajas o desventajas de cada opción, dependiendo de sus expectativas, formación, experiencias y juicios previos. No obstante, en muchos casos se observa una baja racionalidad del elector en la decisión, toda vez que las personas frecuentemente simplifican el proceso de elección, tomando diversos atajos para llegar a una misma respuesta (Beltrán & Sandoval, 2015). Así mismo, se describen otros factores que influyen en las decisiones asociadas al ejercicio del derecho al voto, explicando que en los sistemas democráticos la edad es de mucha importancia debido a que la madurez en términos

psicológicos y biológicos es la que garantiza contar con electores hábiles y motivados para participar; en el contexto colombiano, se encontró que las identificaciones partidarias tienen origen en los valores familiares inculcados en una edad temprana (Rubiano & Barreto, 2015).

Por su parte, Brussino, Alonso y Imhoff (2015) mencionan que existen emociones negativas que disminuyen la cantidad y calidad de la búsqueda de información política y el nivel de conocimiento positivo, pero a su vez los estados emocionales constituirían influencias relevantes en las actitudes y en el procesamiento de la información política. La sociedad se constituye como uno de los factores fundamentales que influyen en la decisión del elector; dentro de este factor, se identifica a la familia como el principal elemento de influencia en las opiniones políticas, seguido del género que se encarga de nutrir las políticas y agendas públicas de los gobiernos (Fowler, Baker, & Dawes, 2008).

Asimismo, estas variables se pueden asociar con otros factores como la percepción de clima socioemocional, referido a las emociones que son percibidas en una sociedad en relación con el contexto sociopolítico, debido a las interacciones sociales que se encuentran cargadas de un componente afectivo e impregnan las relaciones sociales. Así, las personas experimentan diferentes emociones ante objetos sociales como los grupos, las relaciones de grupos y las instituciones; por lo tanto, la percepción del clima socioemocional puede afectar las actitudes hacia los candidatos teniendo en cuenta la valoración sobre el desempeño del gobierno y las condiciones e intereses personales a futuro son altas y variables (Brussino, Alonso, & Dreizik, 2013).

En un estudio realizado en Chile por Navia y del Pozo (2012) con la finalidad de identificar las variables relacionadas con la voluntariedad del voto y la inscripción automática, se describe que uno de los factores por los que la gente vota, puede ser la existencia de variables

psicológicas como el carácter cívico y la valoración personal del individuo respecto al acto de asistir a votar, siendo así que a mayor nivel de valoración cívica, mayor disposición a votar; asimismo, otro factor influyente es la condición social del individuo que le asigna al acto de asistir a votar y a la influencia de la aprobación de su grupo social; las personas con mayor nivel de educación e ingreso tienen mayor disposición a votar. Del mismo modo, las creencias, valores, intereses y actitudes de un individuo son moldeados a través de distintos elementos de socialización, familia, amigos, medios de comunicación, etc. La clase social y los ingresos económicos, además de conformar una categoría social que facilita al sujeto una identidad, podría justificar y hacer esperable que los individuos con una clase social percibida como alta y unos ingresos igualmente altos participen más que ningún otro sujeto de las actividades demandadas por el sistema (Grossi, Herrero, Rodríguez, & Fernández, 2000).

A todos estos factores anteriormente mencionados se puede sumar uno de gran importancia como es la ideología e intereses particulares, los cuales tienen una gran implicación en las personas, tanto así que ha sido una de las variables con mayor medición en el comportamiento electoral (Vásquez, Panadero, & Paz, 2008). Dentro de un contexto geográfico, resulta que los políticos que mantienen una relación con los aspectos sociales o que son receptivos a las opiniones de los ciudadanos, logran un efecto positivo en el elector que permite la generación de credibilidad en el territorio, lo cual ayuda de manera positiva al partido político y al candidato (Ayala, 2012).

Estos factores hacen que se produzca una fuerte influencia en el elector, por lo que áreas aplicadas como la psicología jurídica y la psicología política, se han preocupado por estudiar tales factores en relación con el voto, entendido como un comportamiento jurídicamente regulado. De acuerdo con el abordaje de Clemente (2012) en torno a la definición de la psicología jurídica, da a

entender que esta se encuentra interesada tanto en los procesos básicos del comportamiento humano, como las estructuras que pueden explicar su conducta, las cuales se convierten en claves explicativas importantes en la creación y conducencia de la ley. En este sentido, se entiende a la psicología jurídica como un “área aplicada de la psicología que estudia de manera interdisciplinar, el comportamiento humano en relación directa con escenarios regulados jurídicamente, propendiendo por la justicia y la dignidad humana (Posgrados en Psicología Jurídica - Universidad Santo Tomas, 2016).

Aunando a lo anterior, se puede entender que la psicología jurídica interviene en ambientes donde la ley y la norma tienen prevalencia con el fin de analizar, estudiar e intervenir en el comportamiento de las personas y todas las implicaciones que esto conlleva; así, en el contexto electoral y puntualmente frente al voto, existen influencias que pueden variar de manera positiva o negativa en la conducta del elector.

Medidas explícitas e implícitas de las actitudes relacionadas con el voto

Por mucho tiempo, la psicología se ha preocupado por ampliar el conocimiento existente sobre las actitudes, hecho que se atribuye al gran papel que estas desempeñan en las relaciones interpersonales (Baron & Byrne, 2005). De acuerdo con Luna, Zambrano, Ceballos y Villalobos (2017) el concepto de actitud se entiende como un estado de disposiciones para comportarse de cierta manera en interacción con un evento o en un contexto específico que depende de la historia de aprendizaje del individuo. Las actitudes tienen componentes de memoria y juicio, el componente de memoria implica representaciones de la actitud en la memoria, mientras que el componente de juicio implica pensamientos evaluativos generados acerca de un objeto en un momento y lugar particular; adicionalmente, tienen un componente en la memoria que promueven

la retención y la recuperación de la información tanto coherente como incoherente (Albarracín, Wang, Li, & Noguchi, 2008).

En este sentido, las actitudes se clasifican básicamente en dos: las actitudes implícitas entendidas como evaluaciones con origen desconocido para el sujeto que son activadas automáticamente ante el estímulo que produce una actitud particular; requieren de una cierta historia de presentaciones y evaluaciones previas para su formación, e influyen en las respuestas implícitas e involuntarias de las personas (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces, & Sierra, 2002). Por su parte, las actitudes explícitas se refieren al auto-reporte que una persona realiza sobre sus actitudes o a la manifestación directa y explícita que una persona hace sobre un determinado objeto, persona o grupo (Cárdenas & Barrientos, 2008).

Las actitudes implícitas se producen de manera automática y muy rápida, y sólo cuando entramos en un momento de confusión o de confrontación hacemos una racionalización de las mismas (Liscano-Cleves, Polania-Garzón, & Quiroga-Baquero, 2018); por su parte, existe otro tipo de actitudes denominadas actitudes explícitas que difieren de las anteriormente mencionadas por razonamientos deliberados que surgen en estructuras del control ejecutivo de los lóbulos frontales que son nuevas en términos evolutivos. En otras palabras, las actitudes explícitas se producen por procesamientos internos que hacemos frente a una situación en particular por lo que emitimos respuestas basadas en los análisis contextuales o situacionales previos (Haidt, 2012).

Las evidencia empírica indica que las actitudes implícitas reflejan las evaluaciones inconscientes de un objeto de actitud, mientras que las actitudes explícitas reflejan las evaluaciones conscientes de un objeto de actitud (Banaji, Lemm, & Carpenter, 2001). A diferencia de las actitudes explícitas, las implícitas reflejan medidas de las cuales la persona puede no ser consciente, y no están sujetos a la edición consciente sobre la base de las preocupaciones sociales

o personales; por lo tanto, la conciencia y la desaprobación de las asociaciones negativas o positivas pueden desencadenar una disociación en el que las actitudes implícitas y explícitas pueden tener implicaciones contradictorias, o por lo menos correlaciones bajas (Albarracín et al., 2011).

Ahora bien, Aguilera (2002) desarrolla una descripción acerca de los planteamientos que hace la psicología cognitivo-conductual, que son asumidos por los politólogos enfocados en el desarrollo de técnicas de medición de la opinión y predicción del comportamiento electoral; en concreto, que las actitudes no siempre presentan consistencia entre el afecto y la cognición, debido a que muchos componentes de la actitud son ambiguos y las personas saben que si bien favorecen la consecución de ciertos objetivos, pueden impedir otros. Sin embargo, limitaciones en los procedimientos de medición de auto-reportes, han permitido el diseño de instrumentos que miden respuestas no reactivas o indirectas que faciliten el acceso a los estados internos y actitudes de las personas, sin que se les consulte directamente sobre estos (Cárdenas, González, Calderón, & Lay, 2009).

Complementando lo anterior, existen formas más sutiles de medir las actitudes, una de ellas las denominadas implícitas o no conscientes, con el fin de detectar los juicios que se encuentran bajo el control de la activación automática, que dejan en evidencia que no existe conciencia de la influencia de la actitud al momento de la acción, evitando los efectos que tienden a hacer las mediciones explícitas o motivacionales, con el fin de poder predecir con mayor certeza la conducta futura de las personas (Greenwald, Nosek, & Banaji, 2003).

Uno de los procedimientos para la medición de las actitudes implícitas es el Test de Asociación Implícita (TAI), que mide las actitudes por medio de una evaluación automática de los estímulos basada en los tiempos de reacción, en el que los participantes clasifican por medio

de un computador un conjunto de palabras presentadas en el centro de la pantalla con distintas categorías situadas en los extremos (izquierdo y derecho); el objetivo fundamental de los participantes es apretar el botón lo más rápido posible para clasificar la palabra del centro en una de las dos categorías de los lados (Briñol et al., 2002). Estas mediciones, consisten en que “el individuo, ante la dificultad de tomar una decisión lo más rápido posible (en cuestión de milisegundos), no lo hace de manera aleatoria, sino que lo hace de manera precisa, racional y realista, si bien no consciente, donde se involucra el factor afectivo y emocional” (Glaser & Salovey, 1998 como se citó en Ayala & Martínez, 2013, p. 66). Operativamente, el TAI es una clasificación dual de tareas en las que cada categoría involucra discriminar lo más rápido posible entre estímulos visuales y palabras con valencias positivas o negativas; este test mide las diferencias en tiempos de reacción entre la presentación de un estímulo y la producción de la respuesta de elección del sujeto (Lane, Bajani, Nosek, & Greenwald, 2007).

En el contexto electoral, Friese, Bluemke y Wänke (2007) desarrollaron una investigación con el fin de predecir el comportamiento del voto con relación a las actitudes implícitas en las elecciones del parlamento alemán del año 2002, con una muestra de 10063 usuarios. Analizaron si el TAI serviría para predecir el comportamiento electoral con relación a los auto-reportes explícitos para las elecciones, encontrando que la relación entre las medidas explícitas e implícitas de las actitudes en la predicción del comportamiento tiene una alta fiabilidad, lo que indican que las medidas implícitas son capaces de mejorar la predicción del comportamiento más allá de las medidas de auto-informes explícitos por sí solas. En la primera fase del estudio midieron las actitudes explícitas por medio de cuestionarios donde describieron cuales eran los propósitos del estudio, datos sociodemográficos, intención de voto y preferencias electorales; para la segunda fase los participantes debían responder un cuestionario sobre las

preferencias electorales, al terminar el cuestionario procedían a desarrollar el ST-TAI el cual era un procedimiento de 2 bloques combinados de ensayos presentando bloques y estímulos positivos y negativos, donde la persona debía escoger de acuerdo con sus actitudes. Los resultados mostraron que las medidas implícitas, como el ST-TAI, son capaces de mejorar las predicciones del comportamiento más allá de las medidas del auto-informes explícitos por sí solos.

El comportamiento de voto desde una aproximación contextual- funcional

Desde una aproximación contextual-funcional acerca de los fenómenos psicológicos y en particular desde lo que se ha denominado como la Teoría de los Marcos Relacionales (TMR), se ha propuesto que el proceso psicológico característico del comportamiento humano, lo constituye el responder relacional arbitrariamente aplicable (RRAA). Este tipo de comportamiento se entiende como una forma de conducta operante generalizada establecida a través de una historia de reforzamiento diferencial con múltiples ejemplares (Dymond & Roche, 2013; Hayes, Barnes-Holmes, & Roche, 2001); supone que los individuos humanos se exponen a un conjunto de contingencias proporcionadas por su comunidad socio-verbal, en las cuales aprenden a relacionar eventos no sólo en términos de sus propiedades físicas, sino también en términos de propiedades atribuidas socialmente, bajo el control de ciertas claves contextuales que prescriben la relación vigente entre estímulos a la que se responde y la función psicológica de tales estímulos (Rendón & Quiroga-Baquero, 2017).

Desde esta perspectiva, los seres humanos aprendemos a relacionar eventos en el ambiente bajo el control de dos clases de estímulos denominados claves contextuales; a saber, aquellas claves que especifican la relación vigente entre dos estímulos, llamadas claves relacionales (v.gr., A es *igual* a B, A es *diferente* de B, A es *antes que* B); estas relaciones

pueden ser de igualdad (coordinación), oposición, distinción, comparación, jerárquicas, espaciales, temporales, de causalidad o condicionalidad, y deícticas (Hayes et al., 2001). Por otro lado, están aquellas claves que especifican las propiedades psicológicas inmersas en tales relaciones, denominadas claves funcionales (v.gr., *A se siente áspero*, *B sabe dulce*, *A me hace daño*) (Hughes & Barnes-Holmes, 2016a).

Adicionalmente, el RRAA evidencia dos características constitutivas que resaltan su pertinencia e importancia en la explicación del lenguaje y la cognición humana: la *generatividad*, la cual consiste en que a partir de unas pocas relaciones reforzadas directamente por la comunidad socio-verbal, se derivan o emergen nuevas relaciones. Esta característica se fundamenta en la noción de equivalencia de estímulos formulada por Sidman (2018) y desarrollada en el contexto del TMR en términos de tres propiedades del RRAA: la *implicación mutua* según la cual si un estímulo entra en relación con otro bajo el control de una clave relacional, se deriva una nueva relación –bidireccional- no entrenada entre ellos (v.gr., si *A es mayor* que B, entonces B es *menor* que A); la *implicación combinatoria* en donde dos estímulos pueden entrar en relaciones indirectas si ambos guardan una relación directa con un elemento común (v.gr., si *A es mayor* que B y B es *mayor* que C, entonces A es *mayor* que C y C es *menor* que A); y finalmente la *transformación de funciones*, la cual permite explicar cómo un estímulo puede adquirir, transformar o perder una función al vincularse en relaciones de implicación mutua o combinatoria con otros estímulos (Gross & Fox, 2009; Hughes & Barnes-Holmes, 2016a; Zettle, Hayes, Barnes- Holmes, & Biglan, 2016). La otra característica fundamental es la *flexibilidad* del RRAA, la cual permite al individuo ajustar su comportamiento a situaciones novedosas con base en relaciones arbitrarias aprendidas previamente, relacionando en formas novedosas estímulos previamente experimentados o relacionando estímulos novedosos con otros

previamente conocidos, sin necesidad de exponerse a contingencias directas de reforzamiento diferencial (Hughes & Barnes-Holmes, 2016b).

De acuerdo con lo anterior, la propuesta teórica de la TMR ofrece una explicación del lenguaje y la cognición humana; las características de flexibilidad y generatividad descritas anteriormente, permiten dar cuenta acerca de cómo las palabras adquieren sus funciones lingüísticas con base, en parte, a una historia de RRAA. En la historia socio-verbal de los individuos se establecen relaciones bidireccionales –implicadas mutuamente- entre las palabras y objetos, eventos u otras palabras, controladas por claves contextuales relacionales y funcionales, y reforzadas directamente por la comunidad verbal; cabe resaltar que este tipo de reforzamiento social limita la arbitrariedad del responder relacional a los criterios de pertinencia propios de la comunidad verbal. Además, el entrenamiento en múltiples ejemplares auspicia que el individuo derive relaciones novedosas por implicación mutua –bidireccional-, dando lugar así a nuevas derivaciones por implicación combinatoria ante estímulos, eventos y situaciones diferentes; en síntesis, esta postura permitiría dar cuenta de la generatividad característica del lenguaje humano (Barnes-Holmes, Barnes-Holmes, Luciano, & McEnteggart, 2017).

Adicionalmente, la TMR retoma la noción de *comportamiento gobernado por reglas* formulada por Skinner (1996) según la cual, los individuos humanos frecuentemente elaboran reglas verbales acerca de las relaciones de dependencia en su ambiente, y estas reglas regulan en el futuro el comportamiento de estos u otros individuos acerca de tales contingencias. Esta regulación verbal y lingüística del comportamiento permite que los individuos no tengan que exponerse directamente a las contingencias para conocer el mundo, sino que su comportamiento puede quedar bajo el control de estímulos antecedentes verbales que describen tales contingencias (Skinner, 1966; Kissi et al., 2017; Kissi, Hughes, De Schryver, De Houwer, &

Crombez, 2018). Así, desde la TMR, una regla –o instrucción- “puede ser considerada como una red de marcos relacionales que involucran típicamente relaciones temporales y de coordinación con claves contextuales que transforman las funciones conductuales específicas de los estímulos” (Barnes-Holmes, Finn, McEnteggart, & Barnes-Holmes, 2017, p. 161).

Teniendo en cuenta lo anterior, Drake et al. (2015) ofrecen una propuesta de interpretación del comportamiento de voto desde una perspectiva contextual-funcional en los siguientes términos:

“el comportamiento de voto puede ser conceptualizado como un comportamiento influenciado por una historia compleja con respecto de los nombres enlistados en el tarjetón. Como con cualquier comportamiento, los votantes responden en parte, a las funciones de estímulo directas en la situación prevalente (e.g., el cubículo privado, el texto del tarjetón, la imagen del candidato, etc.). Más aún, votar es probablemente influenciado por una historia extensa de experiencias con los nombres de los candidatos a lo largo del tiempo (e.g., reportes en medios, discusiones interpersonales, anuncios políticos, etc.)” (p. 130).

Propuesto de esta manera, el comportamiento de un ciudadano hacia un candidato puede ser comprendido como el resultado de una red compleja de responder relacional derivado, producto de una historia en la cual este individuo estuvo expuesto a relaciones verbales directas entre el nombre de dicho candidato y otros estímulos verbales relacionados con ciertos atributos, propuestas, filiaciones políticas, culturales, económicas, morales, etc.; posteriormente este ciudadano aprendió a relacionar, a través de su propia conducta verbal, tales estímulos a través de contingencias directas en las cuales las consecuencias fueron proporcionadas por su comunidad socio-verbal. A partir de estos comportamientos relacionales directamente

entrenados, se derivaron múltiples relaciones novedosas con otros estímulos en términos de vinculación mutua o combinatoria y las transformaciones de estímulos correspondientes (Drake et al., 2015).

En un ejemplo de esto, podemos ubicar un votante expuesto a un tarjetón con dos candidatos: A y B. La interacción de este votante con los nombres y fotos de estos dos candidatos, puede involucrar emociones, juicios, percepciones, etc., en torno a lo que estos dos nombres -y fotos- representan para aquel. En este sentido, para el votante en cuestión el candidato A puede estar asociado con políticas liberales, en defensa de las libertades individuales, de la democracia, el respeto por las instituciones del estado y la independencia de poderes, la defensa de los derechos humanos y propuestas económicas que favorezcan el desarrollo de las clases bajas; por otro lado, el candidato B puede representar políticas conservadoras, la restricción de las libertades individuales, la corrupción, el ataque a conveniencia de las instituciones y propuestas económicas que favorezcan a las clases altas. En la situación de elección, el comportamiento de voto dependerá de las relaciones verbales directas y derivadas en las cuales el votante en cuestión estuvo involucrado y por las cuales mostrará preferencia por uno u otro nombre de candidato; sin embargo, esta elección puede darse en diferentes circunstancias: (a) claramente un candidato resulta positivo y el otro negativo para el elector; (b) ningún candidato resulta positivo y el elector elige el menos aversivo; (c) un candidato puede resultar neutro y el otro positivo; o (d) un candidato puede resultar neutro y el otro aversivo (Drake et al., 2015).

La evaluación del RRAA: El Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP)

El IRAP consiste en un instrumento que permite medir la fuerza relativa de las respuestas relacionales generalizadas que han sido establecidas a través de contingencias de reforzamiento

del ambiente lingüístico natural de los individuos (Barnes-Holmes et al., 2006). Consiste en una tarea computarizada en la que un participante debe responder de la forma más precisa y rápida posible, a una relación entre estímulos de forma consistente o inconsistente con su historia de aprendizaje previa. Por ejemplo, en un ensayo particular se presenta la palabra *delgado* en la parte superior de la pantalla, la palabra *saludable* en la parte media, y en la parte inferior las palabras *similar* y *diferente* como claves relacionales; bajo la instrucción *responda como si delgado fuera positivo* (consistente con su historia de reforzamiento social), el participante podría elegir la clave *similar*, permitiendo identificar un sesgo positivo hacia las personas delgadas. En otro ensayo, se puede presentar la palabra *obeso* seguida de la palabra *saludable*; en este caso, el mismo participante responderá eligiendo la clave *diferente*; sin embargo, cuando la regla cambia a *responda como si delgado fuera negativo* (inconsistente con su historia de reforzamiento social), y se presenta las palabras *delgado*, *saludable* y *similar-diferente*, el participante puede responder eligiendo la clave *diferente*, pero dado que eso no es consistente con su historia previa, el tiempo de reacción será superior en comparación con los ensayos previamente descritos (Barbero-Rubio, López-López, Luciano & Eisenbeck, 2016). La hipótesis principal del IRAP es que las latencias son menores en los ensayos en los que el responder relacional resulta consistente con la historia verbal y social del individuo, en comparación con los ensayos en los que el responder relacional resulta inconsistente con tal historia (Barnes-Holmes, Barnes-Holmes, Stewart, & Bowles, 2010).

Para dar cuenta de este fenómeno, se postuló el Modelo de Elaboración y Coherencia Relacional (REC) (Barnes-Holmes et al., 2006; Barnes-Holmes, Murtagh, Barnes-Holmes, & Stewart, 2010), que permite diferenciar entre dos patrones de responder relacional: el responder relacional breve e inmediato (RRBI) caracterizado por su ocurrencia en situaciones de restricción

de tiempo, y el responder relacional elaborado y extendido (RREE) que ocurre sin restricción de tiempo. Según Maloney y Barnes-Holmes (2016), estos dos patrones no son opuestos, sino que se presentan de forma interrelacionada, de hecho, uno podría servir de contexto funcional para otro.

Los estudios empíricos se han enfocado principalmente en la evaluación de las respuestas relacionales implícitas derivadas de historias de reforzamiento en el contexto del lenguaje natural y de las interacciones sociales institucionalizadas, abordando tópicos como la autoestima (Remue, De Houwer, Barnes-Holmes, Vanderhasselt, & De Raedt, 2013), la imagen corporal (Parling, Cernvall, Stewart, Barnes-Holmes, & Ghaderi, 2012), la discriminación social (Dixon, Rehfeldt, Zlomke, & Robonson, 2006), la discriminación entre abusadores y no abusadores sexuales (Roche, Ruiz, O'Riordan, & Hand, 2005), entre otros.

Hussey, Barnes-Holmes y Barnes-Holmes (2015) plantean que la diferencia entre el TAI y el IRAP consiste básicamente en que el primero produce una única métrica de sesgo general, mientras que en el IRAP se evalúan las respuestas relacionales del individuo, estimando la fuerza relativa de las redes relacionales semánticas utilizando cuatro métricas diferentes. En términos del ejemplo descrito previamente, se puede estimar la diferencia entre cuatro tipos de relaciones, a saber, delgado-saludable, delgado-no saludable, obeso-saludable y obeso-no saludable, mientras que el TAI mide la fuerza relativa de asociaciones en estructuras y no proporciona una medida absoluta de la fuerza de vínculos relacionales individuales. Adicionalmente, el IRAP proporciona una medida que no está basada solo en sesgos implícitos, sino que muestra una mayor validez predictiva para la evaluación de los prejuicios y las actitudes implícitas en comparación con el TAI (Farrell, Cochrane, & McHugh, 2015).

En torno a la evidencia empírica del IRAP en contextos electorales, Drake et al. (2015) implementaron un Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP) con el fin de evaluar los repertorios relacionales de 58 estudiantes universitarios, con respecto a las imágenes de dos candidatos presidenciales del año 2012 en Estados Unidos (Barack Obama y Mitt Romney), presentadas concurrentemente con palabras evaluativas positivas (e.g., excelente, seguro, confiable) y negativas (e.g., enemigo, horrible, desastroso), y con dos claves contextuales: las palabras verdadero y falso. El racional de este estudio, fue que dado que las elecciones en Estados Unidos usualmente involucran dos candidatos a quienes se les atribuyen evaluaciones positivas y negativas a través de diferentes medios, entonces el IRAP podría constituirse en una herramienta útil para evaluar las actitudes implícitas considerando las posibles combinaciones entre los estímulos verbales: candidato-atributos evaluativos.

Para tal fin, los autores implementaron un cuestionario de datos personales, socio-demográficos y políticos, que permitió recabar información acerca de la edad, la filiación religiosa, la raza, el sexo, el nivel socio-económico, etc. Las preguntas de orden político indagaban por la filiación política (e.g., demócratas, republicanos, conservadores, liberales, etc.) y la percepción explícita acerca de los dos candidatos -Barack Obama y Mitt Romney- medida a través de una escala Likert; además, utilizaron el instrumento *Society Works Best Scale* para evaluar la ideología política en los participantes. Finalmente, implementaron un IRAP compuesto por seis bloques, tres de ellos con patrones de respuesta pro-Obama – anti-Romney y los restantes tres con patrones de respuesta pro-Romney – anti-Obama. Cada bloque estaba compuesto por 24 ensayos aleatorizados, cada uno constituido por un estímulo muestra (fotografía de Obama o Romney), un estímulo objetivo (atributo evaluativo positivo o negativo) y dos claves contextuales en la parte inferior de la pantalla (las palabras verdadero o falso) (ver

Figura 1). El participante debía responder eligiendo una de las dos claves contextuales para relacionar el estímulo muestra y el estímulo objetivo, presionando las letras *d* o *k* del teclado del computador; así, se medían las latencias para cada ensayo dentro de cada tipo de bloque. Cabe resaltar que en los bloques de ensayos pro-Obama se puntuaban como correctas las relaciones entre los estímulos: imagen de Obama-atributo evaluativo positivo-clave contextual verdadero; imagen de Obama-atributo negativo-clave contextual falso; imagen de Romney-atributo positivo-clave falso, e imagen de Romney-atributo negativo-clave verdadero (esto mismo ocurría para los bloques pro-Romney invirtiendo las relaciones). Una respuesta de elección correcta en estos ensayos iba seguida por una pantalla en blanco por 400 ms y se continuaba con el siguiente ensayo; mientras que una respuesta incorrecta iba seguida por una X en color rojo y se repetía el mismo ensayo hasta que el participante acertara.

Los resultados evidenciaron patrones de sesgos entre los cuatro tipos de ensayos en cada tipo de bloque, a saber: (a) Los demócratas mostraron un sesgo pro-Obama en los ensayos en los cuales debían elegir falso al relacionar imágenes de Obama con atributos negativos; mientras que los republicanos no mostraron un sesgo pro-Romney en estas mismas elecciones, lo cual se pudo deber a que este grupo con filiación política falló en relacionar como falsos los atributos negativos con las imágenes de Romney. (b) Las puntuaciones D-IRAP mostraron que los demócratas evidenciaron tendencias pro-Obama y anti-Romney en los cuatro tipos de ensayos de cada bloque, mientras que los republicanos evidenciaron un fuerte sesgo anti-Obama pero un débil sesgo pro-Romney en todos los ensayos. (c) Se encontraron correlaciones positivas entre la filiación política y la percepción favorable hacia el candidato que representaba su filiación (e.g., republicano-Romney y demócrata-Obama), así como correlaciones positivas entre la percepción positiva hacia su candidato y el sesgo identificado en los D-IRAP.

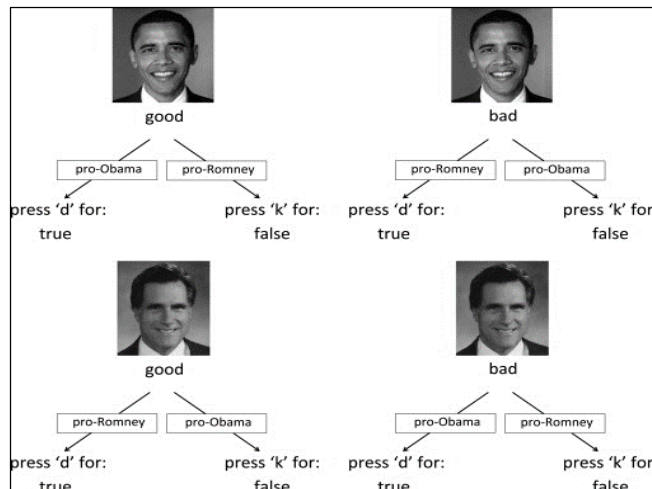


Figura 1. Cuatro tipos de ensayos implementados por Drake et al. (2015) en cada uno de los bloques. Se identifican los patrones de respuesta pro-Obama y pro-Romney.

A diferencia de la investigación de Drake et al. (2015), numerosos estudios han identificado a través del TAI correlaciones negativas entre la actitud explícita hacia un candidato, la intención de voto y las actitudes implícitas hacia aquellos (e.g., Arcuri, Castelli, Galdi, Zogmaister, & Amadori, 2008; Nosek, Graham, & Hawkins, 2010). Asimismo, diferentes estudios indican que la mayor parte de las personas que participan como votantes, manifiestan que aún no deciden o no tienen claridad por quién votar, lo cual ha motivado el interés por indagar aquellas dinámicas psicológicas asociadas al ejercicio del voto como comportamiento jurídicamente regulado. Con base en lo anterior, el presente estudio pretendió evaluar los repertorios relacionales y las actitudes explícitas e implícitas de una muestra de colombianos, frente a los candidatos presidenciales del año 2018 a través de un Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP), con el fin de aportar evidencia empírica en torno a las dinámicas conductuales que subyacen al ejercicio del voto como comportamiento jurídica y socialmente regulado.

Método

Participantes

El estudio contó con una muestra de 876 colombianos mayores de dieciocho años de edad ($M_{edad}=29.4$; $Rango=18.2 - 62.5$) (ver descripción detallada en el apartado de resultados), su participación fue voluntaria y aceptada a través de la firma de un consentimiento informado incluido dentro del aplicativo suministrado vía internet. El reclutamiento se realizó a través de correo electrónico y la divulgación por redes sociales, donde se invitaba a las personas a participar y desarrollar el instrumento.

Instrumentos

Cuestionario de datos personales, sociodemográficos y de información política. Por medio de este instrumento digital aplicado a través de internet, se recogió información de los participantes acerca de sus datos personales (e.g., sexo, edad, raza, estado civil, etc.) y de sus datos sociodemográficos (e.g., estrato socio-económico, nivel educativo, actividad laboral, el departamento de residencia, etc.) (ver Apéndice A). En cuanto a la información acerca de las preferencias políticas y electorales, se implementó un termómetro de sentimientos basado en el utilizado por Ayala (2012), constituido por ítems relacionados con las actitudes positivas o negativas frente a los candidatos, partidos políticos y las intenciones de voto, y el encuestado asignaba una puntuación con base en una escala Likert de 5 valores (ver Apéndice A) en función de su posición frente a la afirmación sugerida por el ítem.

Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP). Se diseñaron 10 IRAP electorales combinando todas las posibles parejas entre cinco candidatos presidenciales (Humberto de la Calle, Gustavo Petro, Sergio Fajardo, Germán Vargas, Iván Duque; ver Tabla 1), cada uno constituido por 6 bloques (e.g., 3 bloques pro-Petro y 3 bloques pro-Duque) y cada

uno compuesto a su vez por 24 ensayos aleatorizados. Cada ensayo presentaba un estímulo-etiqueta en la parte superior media de la pantalla, referido a una fotografía del rostro del candidato (e.g., Gustavo Petro o Iván Duque), seguido por un estímulo-objetivo referido a un atributo evaluativo positivo o negativo (e.g., bueno, seguro, excelente vs malo, inseguro, desastre), y finalmente, en los extremos izquierdo y derecho de la parte baja de la pantalla se ubicaban dos claves contextuales (similar y opuesto; ver Tabla 2).

Tabla 1.

IRAP de candidatos presidenciales.

IRAP de candidatos presidenciales Seleccione una pareja	
Gustavo Petro vs Sergio Fajardo	Germán Vargas Lleras Vs Iván Duque
Humberto de la Calle vs Iván Duque	Germán Vargas Lleras Vs Sergio Fajardo
Sergio Fajardo Vs Humberto de la Calle	Germán Vargas Lleras Vs Gustavo Petro
Sergio Fajardo vs Iván Duque	Gustavo Petro Vs Humberto de la Calle
Germán Vargas Lleras Vs Humberto de la Calle	Gustavo Petro Vs Iván Duque

Tabla 2.

Ejemplo de estímulos utilizados en cada IRAP.

Estímulo- Etiqueta	
1. Rostros de candidato A (e.g., Gustavo Petro)	
2. Rostros de candidato B (e.g., Iván Duque)	
3. Rostros de candidato C (e.g., German Vargas).	
4. Rostros de candidato D (e.g., Humberto de la Calle).	
5. Rostros de candidato E (e.g., Sergio Fajardo)	
Estímulo- Objetivo Positivo	Paz, bueno, seguro, excelente, éxito, amor.
Estímulo- Objetivo Negativo	Guerra, malo, inseguro, desastre, fracaso, odio.
Claves Contextuales	Similar y opuesto



En cada ensayo, el participante debía responder a la relación entre la fotografía del candidato y el atributo evaluativo, seleccionando una opción de respuesta (similar u opuesto) pulsando las letras *E* (derecha) o *I* (izquierda) del teclado. Cabe resaltar que el IRAP mide y compara los tiempos de respuesta ante patrones de responder relacional opuestos, lo cual implica

que en los IRAP diseñados para esta investigación, los bloques pares (e.g., pro-Petro, anti-Duque) estaban constituidos por cuatro tipos de ensayos correctos; a saber: (a) imagen Petro + atributo positivo + clave contextual similar; (b) imagen Petro + atributo negativo + clave contextual opuesto; (c) imagen Duque + atributo positivo + clave contextual opuesto; y (d) imagen Duque + atributo negativo + clave contextual similar. Si el participante acertaba respondiendo a estas relaciones en cada ensayo, podía continuar con el siguiente, en caso contrario, aparecía una X roja, se repetía el ensayo y el participante debía corregir su elección. Asimismo, los bloques impares (pro-Duque, anti-Petro) estaban constituidos por ensayos en los cuales las relaciones correctas representaban un patrón relacional opuesto, por ejemplo: (a) imagen Petro + atributo positivo + clave contextual opuesto; (b) imagen Petro + atributo negativo + clave contextual similar; (c) imagen Duque + atributo positivo + clave contextual similar; y (d) imagen Duque + atributo negativo + clave contextual opuesto (ver Figura 2).

La unidad de medida establecida para contrastar las latencias entre los dos patrones de responder relacional opuestos, es el *D-IRAP*. Para estimar esta medida, primero deben eliminarse para cada participante los tiempos de reacción menores a 300 ms y mayores a 10000 ms; posteriormente, se calcula la media en las latencias de cada tipo de bloque (e.g., pro-Petro (*A*), pro-Duque (*B*)) y la desviación estándar compartida entre los dos tipos de bloques (*A* y *B*). Finalmente, se estima para cada tipo de ensayo en cada tipo de bloque la siguiente formula: $D = (M_B - M_A)/SD_{AB}$



Figura 3. Ejemplo de IRAP de candidatos presidenciales.

Procedimiento

El reclutamiento de los participantes se realizó por medio de redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y correos electrónicos, a través de un vínculo (<http://pruebatai.skn1.com>) en donde se invitaban a participar en el desarrollo de una investigación acerca de la evaluación de actitudes implícitas y explícitas frente a los candidatos presidenciales del año 2018; así, las personas podían participar de manera voluntaria a través de su ordenador o teléfono móvil, ingresado sus datos personales y autorizando por medio de un consentimiento informado en el que se explicaba de manera detallada la información de los investigadores, el objetivo de la investigación, las acciones a realizar, los riesgos de su participación, la confidencialidad de los datos y la opción de retirar su participación en cualquier momento.

Seguido a la autorización de la participación en el estudio, la persona debía seleccionar la pareja de IRAP de candidatos presidenciales sobre los que quería desarrollar la tarea; al escoger la pareja de candidatos, se desplegaba el cuestionario de datos personales, sociodemográficos y de información política. Al finalizar este cuestionario, iniciaba el IRAP elegido cuya resolución duraba aproximadamente 30 min.

Cabe resaltar que en Colombia las elecciones para la escogencia del Presidente de la República se realizaron el 27 de mayo del 2018, pero debido a que ningún candidato presidencial

alcanzó más del 50% de los votos para quedar electo como presidente, se realizó una segunda vuelta el día 17 de junio del mismo año en el que solo los dos candidatos presidenciales con mayor votación en la primera vuelta (Iván Duque y Gustavo Petro), se enfrentaron para ser escogidos como el presidente de Colombia, por tal motivo en esta investigación se tuvieron en cuenta las dos rondas presidenciales y se desarrollaron IRAP de los candidatos tanto para la primera vuelta como para los de la segunda vuelta, por tal motivo los participantes de esta investigación tuvieron la oportunidad de realizar el procedimiento tanto de primera vuelta como de segunda en fechas previas a las respectivas votaciones.

Consideraciones éticas

Durante el desarrollo del presente estudio, se tuvo como fundamentos éticos los principios generales del Código Deontológico y Bioético para el ejercicio de la profesión de psicología enmarcados en la Ley 1090 del 2006, que velan por el cumplimiento de los principios de beneficencia, no maleficencia, autonomía, veracidad, solidaridad, lealtad y fidelidad, se tuvo en cuenta la preservación de la confidencialidad de los participantes. En ese sentido, para el buen desarrollo de la investigación nos acogimos al principio ético de beneficencia y no maleficencia en cuanto a salvaguardar los derechos y el bienestar de los participantes de esta investigación y evitando algún posible daño; al principio de fidelidad y responsabilidad, estableciendo relaciones de confianza en los participantes en cuanto a la información proporcionada por ellos fuese únicamente para fines académicos; por último, se tuvo en cuenta el principio de respeto de los derechos y la dignidad de las personas, con el fin de salvaguardar la dignidad, el valor, los derechos, confidencialidad y auto-determinación de cada participante y los datos proporcionados por cada uno de ellos (American Psychological Association, 2017, 2018).

Adicionalmente, el consentimiento informado se diseñó con base en el documento “Diseño de evaluación de una lista de chequeo para la elaboración del consentimiento informado en el ejercicio profesional de la Psicología” publicado por el Colegio Colombiano de Psicólogos (Hernández-Medina & Sánchez-Ramírez, 2015).

Resultados

Datos personales y socio-demográficos

De acuerdo con los datos personales y socio-demográficos, este estudio contó con la participación de 674 personas de 14 departamentos del país, dentro de los cuales, la mayoría residían en Cundinamarca (23.89%) y Huila (19.88%); además, se identificó que el sexo predominante fueron hombres con el 57.57%. En cuanto a la raza, se observó que los participantes blancos fueron los más frecuentes (65.28%), mientras que los menos frecuentes fueron los raizales (.89%) y los indígenas (5.19%); con respecto al nivel de educación, se evidenció que la mayor participación se dio en el nivel profesional (47.18%) y la menor en el nivel de educación secundaria (13.64%).

Ahora bien, el 34.12% de los participantes fueron personas solteras, el 29.82% casadas, el 27.15% se encontraban en unión libre, el 7.71% divorciados y el 1.19% viudos; en relación con la ocupación, el 63.06% eran empleados, mientras que el .89% eran pensionados. Finalmente, la distribución en cuanto a la identidad política fue relativamente homogénea, ya que el 32.79% manifestaron ser de izquierda, el 31.16% de centro y el 29.82% de derecha.

Tabla 3

Datos personales y socio-demográficos

Sexo		Estado Civil		Departamento residencia	
Hombres	388	Soltero	230	Antioquia	78
Mujeres	286	Casado	201	Atlántico	20
Raza		Unión Libre	183	Bolívar	53
Indígena	35	Divorciado	52	Boyacá	23
Raizal	6	Viudo	8	Caldas	16

Afro	123
Blanco	440
Mestizo	70
Nivel educativo	
Secundaria	92
Técnico	128
Tecnólogo	136
Profesional	318

Ocupación actual	
Estudiante	179
Empleado	425
Independiente	50
Oficios Hogar	14
Pensionado	6
Identidad Política	
Izquierda	221
Centro	210
Derecha	201
NS/NR	42

Caquetá	7
Casanare	59
Cundinamarca	161
Huila	134
La Guajira	54
Quindío	19
Risaralda	22
Santander	11
Valle del Cauca	17

Selección de los datos

La ejecución de cada participante proporcionó 24 latencias de respuesta por cada bloque de ensayos; la Figura 4 muestra los criterios de precisión y latencia tenidos en cuenta para poder calcular el valor *D-IRAP* a través del algoritmo propuesto por Barnes-Holmes y Barnes-Holmes (2010) y Finn, Barnes-Holmes y McEnteggart (2018):

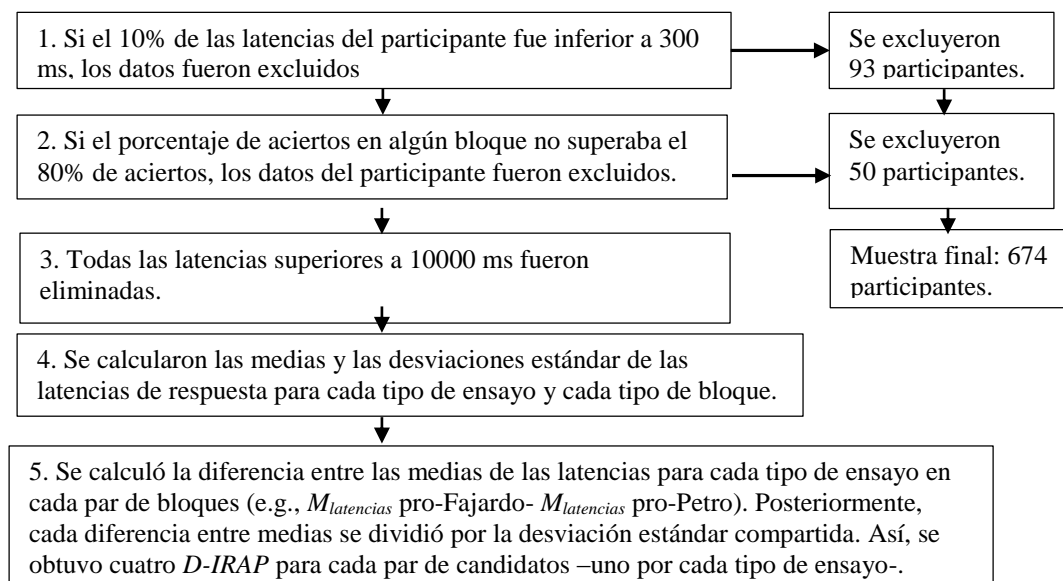


Figura 4. Algoritmo implementado para calcular los valores *D-IRAP* para cada tipo de ensayo en cada tipo de bloque.

Resultados en actitudes explícitas e implícitas para cada pareja de candidatos

Actitudes implícitas-explicitas Petro-Fajardo

De acuerdo con los resultados, se pueden observar que para este IRAP Petro-Fajardo, participaron 142 personas, de los cuales 49 mostraron filiación al partido político Colombia Humana (CH), 62 al partido alianza Verde (AV) y 31 a otros partidos políticos. En cuanto a la intención de voto, las 49 personas pertenecientes al partido CH indicaron intención de voto a favor de Gustavo Petro, las 62 personas de AV se inclinaron por Sergio Fajardo y de las 31 personas de otros partidos 4 de ellas manifestaron intención de voto a favor de Petro, 15 a favor de Fajardo y 12 hacia otro candidato. En relación con la percepción de cada candidato (ver Tabla 4) las personas inclinadas a CH tuvieron una percepción favorable hacia Petro; sin embargo, fueron indiferentes frente al candidato Fajardo; lo mismo ocurrió en las 62 personas de AV ya que su percepción frente al candidato Petro fue indiferente y su percepción frente a Fajardo fue favorable; por último, las personas de otros partidos tuvieron una percepción negativa tanto con el candidato Petro como con Fajardo.

Respecto a las ejecuciones en el IRAP, se observó que en los ensayos Fajardo-atributo negativo los participantes con filiación a CH y a AV mostraron un sesgo pro-Fajardo identificado en latencias mayores que las obtenidas por los participantes con filiación a otros partidos, quienes exhibieron un sesgo pro-Petro. En los ensayos Fajardo-atributo positivo, todos los participantes mostraron latencias cortas, siendo mayores en los adscritos a AV; por su parte, en los ensayos Petro-atributo negativo los participantes con filiación a AV y a otros partidos mostraron latencias cortas evidenciando un sesgo pro-Fajardo, mientras que los participantes adscritos a CH mostraron un sesgo pro-Petro consistente en latencias largas. En los ensayos Petro-atributo positivo, los participantes adscritos a CH y a otros partidos mostraron sesgo pro-Petro, mientras que aquellos con filiación a AV mostraron latencias largas al relacionar los estímulos; finalmente, el *D-IRAP* total muestra un mayor sesgo pro-Fajardo en los participantes

adsritos a AV en comparación con el sesgo pro-Petro de los participantes con filiación a CH (ver Figura 5).

Ahora bien, en cuanto a la relación entre las percepciones explícitas frente a los candidatos y las puntuaciones *D-IRAP*, se encontró una correlación negativa significativa entre la percepción positiva hacia este candidato y un sesgo pro-Fajardo identificado en los valores *D-IRAP* totales; asimismo, se identificó una correlación positiva significativa entre la percepción positiva hacia Fajardo y el sesgo pro-Fajardo identificado en las puntuaciones *D-IRAP* totales.

Tabla 4.

Resultados del IRAP Petro – Fajardo

IRAP Petro-Fajardo n = 142				CH		AV		Otros	
Partido Político				M	DE	M	DE	M	DE
CH	AV	Otros							
			Percepción Petro	8.8	1.6	5.6	3.9	4.7	2.6
			Percepción Fajardo	5.1	4.2	7.9	2.7	6.1	3.4
			<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.07	.26	-.29	.23	-.01	.24
Intención de voto Petro	49	0	4						
Intención voto Fajardo	0	62	15						
Otra intención de voto	0	0	12						
			Petro positivo	.66	.19	-.22	.18	.14	.16
			Petro negativo	.22	.26	-.25	.26	-.21	.34
			Fajardo positivo	-.21	.36	-.59	.34	-.37	.26
			Fajardo negativo	-.39	.23	-.13	.17	.09	.21

Nota: CH: Colombia Humana; AV: Alianza Verde
 Correlación Pearson Percepción Petro – D Irap $r = -.31 p < .05$
 Correlación Pearson Percepción Fajardo – D Irap $r = .39 p < .05$

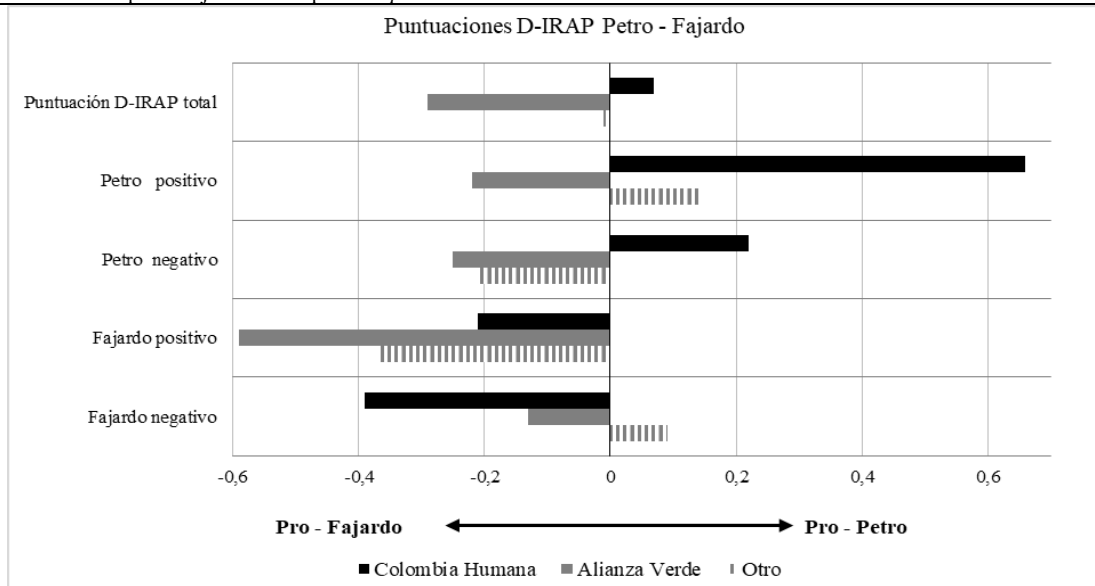


Figura 5. Resultados *D-IRAP* de Petro -Fajardo

Actitudes implícitas-explicitas De la Calle-Duque

Como se puede observar en la Tabla 5, en este IRAP se contó con la participación de 23 personas, de los cuales 9 se identificaron con el partido Liberal (LB), 11 con el Centro Democrático (CD) y 3 con otro partido; respecto a la intención de voto las 9 personas pertenecientes al partido LB pretendían votar a favor del candidato De la Calle, los 11 de CD por Duque y de los 3 de otros partidos, 1 persona tenía la intención de voto por De la Calle y 2 por Duque. Referente a la percepción hacia cada candidato, los participantes del partido Liberal tuvieron una percepción favorable por el candidato Humberto de la Calle y desfavorable hacia Iván Duque; aquellos con filiación al CD puntuaron una percepción desfavorable alta por De la Calle y favorable por el candidato Duque; por último, las personas de otros partidos tuvieron una percepción muy desfavorable para ambos candidatos.

En lo que respecta a las puntuaciones *D-IRAP* (ver Figura 6), en los ensayos Duque-negativo los participantes de los partidos LB y otros, mostraron latencias de respuesta mayores por el candidato De la Calle que las obtenidas por los participantes del CD, lo que indica un sesgo pro-De la Calle. En los ensayos Duque-positivo, para los participantes con filiación política por el partido Liberal, Centro Democrático y de otros partidos sus latencias de respuestas fueron cortas, asimismo para los ensayos De la Calle-negativo mostraron un sesgo pro-Duque; por otra parte, para los ensayos De la Calle-positivo todos los participantes mostraron latencias cortas, siendo mayores en los adscritos al partido LB. Finalmente, los resultados obtenidos en el *D-IRAP* total indican un sesgo pro-De la calle para los participantes del partido LB y otros partidos en comparación con el sesgo pro-Duque de los participantes adscritos a CD.

En cuanto a las correlaciones de Pearson se evidencia una correlación positiva significativa debido a que las puntuaciones altas en las percepciones por el candidato Fajardo covarían con los valores positivos obtenidos en la puntuación *D-IRAP* total.

Tabla 5.

Resultados del IRAP De la Calle-Duque

IRAP	De la Calle-Duque n = 23			LB		CD		Otro	
	Partido Político			M	DE	M	DE	M	DE
	LB n = 9	CD n = 11	Otro n = 3						
Percepción De la Calle				7.3	3.7	2.6	2.9	4.7	1.4
Percepción Duque				4.0	2.8	8.8	2.7	6.5	1.8
Intención de voto De la Calle	9	0	1	<i>Puntuación D-IRAP total</i>					
Intención voto Duque	0	11	2	.12	.29	-.17	.32	.32	.01
Otra intención de voto	0	0	0	.63	.28	.11	.24	.46	.20
				-.16	.16	-.19	.23	-.20	.21
Nota: LB: Liberal; CD: Centro Democrático				-.21	.41	-.49	.37	-.25	.36
Correlación Pearson Percepción De la Calle – D Irap $r = .29 p < .05$.20	.29	-.13	.42	.38	.41

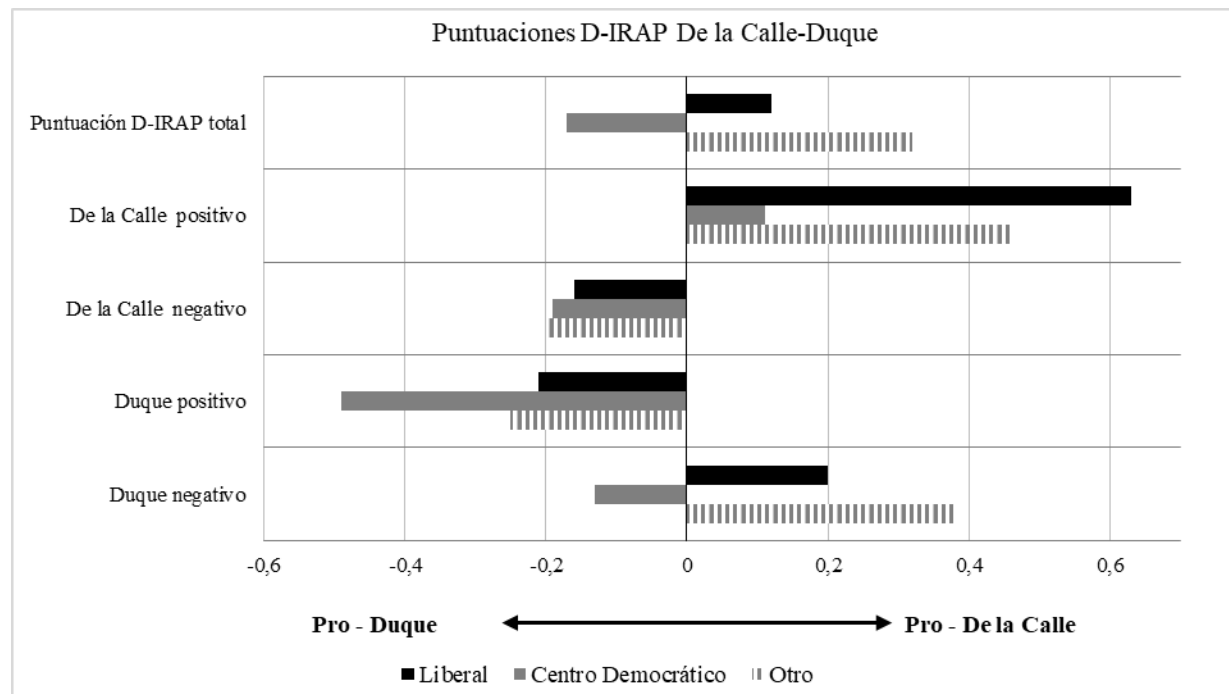


Figura 6. Resultados D-IRAP de De la Calle-Duque

Actitudes implícitas-explicitas Fajardo-De la Calle

Para este IRAP se puede observar la participación de 16 personas de las cuales 8 señalaron pertenecer al partido Alianza Verde (AV) con intención de voto por el candidato Fajardo, 5 por el partido Liberal (LB) con voluntad de voto por De la Calle y 3 personas pertenecientes a otros partidos, de las cuales 2 tenían intenciones de voto por Fajardo y 1 persona por otro candidato presidencial; con respecto a la percepción hacia los candidatos presidenciales, los del partido liberal mostraron una percepción favorable por el candidato Sergio Fajardo y desfavorable por el candidato Humberto De la Calle, los del Partido Liberal manifestaron tener

una percepción desfavorable por Fajardo y muy favorable por De la Calle. Por último, las personas que indicaron ser de otros partidos políticos su percepción frente a Fajardo y De la Calle fueron indiferentes.

En las mediciones implícitas (ver Figura 7), se observa que para las personas del partido Alianza verde (AV) y otros partidos, mostraron en todos los ensayos (Fajardo-positivo, Fajardo-negativo, De la Calle-positivo y De la Calle-negativo), que las latencias de respuestas al relacionar las imágenes de los candidatos y los atributos positivos y negativos fueron menores para el candidato Fajardo, lo que indica sesgo pro-Fajardo; por el contrario, los participantes de partido Liberal en todos los ensayos arrojaron un sesgo pro-De la Calle con latencias de respuestas mayores en los ensayos Fajardo-negativo. Por último, en el *D-IRAP* total se observa un sesgo pro-Fajardo para los participantes del partido LB y otros partidos, sin embargo, para las personas adscritas al partido AV sus latencias fueron mayores, lo que indica un sesgo pro-De la Calle.

En relación con los índices obtenidos en la correlación de Pearson, se evidencia una correlación positiva significativa ya que en las mediciones explícitas los valores fueron altos estableciendo una percepción favorable para el candidato Sergio Fajardo y al relacionarla con el *D-IRAP* total se observa un sesgo pro-Fajardo.

Tabla 6.

Resultados del IRAP Fajardo-De la Calle.

IRAP	Fajardo-De la Calle n = 16			AV		LB		Otro		
	AV	LB	Otro	M	DE	M	DE	M	DE	
	n = 8	n = 5	n = 3							
				Percepción Fajardo	7.8	3.6	4.6	3.9	5.7	1.9
				Percepción De la Calle	4.1	2.5	9.1	2.4	5.0	.90
Intención de voto Fajardo	8	0	2	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.26	.37	-.36	.34	.33	.29
Intención voto De la Calle	0	5	0	Fajardo positivo	.64	.32	-.03	.26	.36	.26
Otra intención de voto	0	0	1	Fajardo negativo	.21	.42	-.59	.30	.12	.44
Nota: AV: Alianza Verde; LB: Liberal				De la Calle positivo	.11	..29	-.49	.41	.43	.26
Correlación Pearson Percepción Fajardo – D Irap				De la Calle negativo	.09	.44	-.36	.39	.39	.19

$r = .32 p < .05$

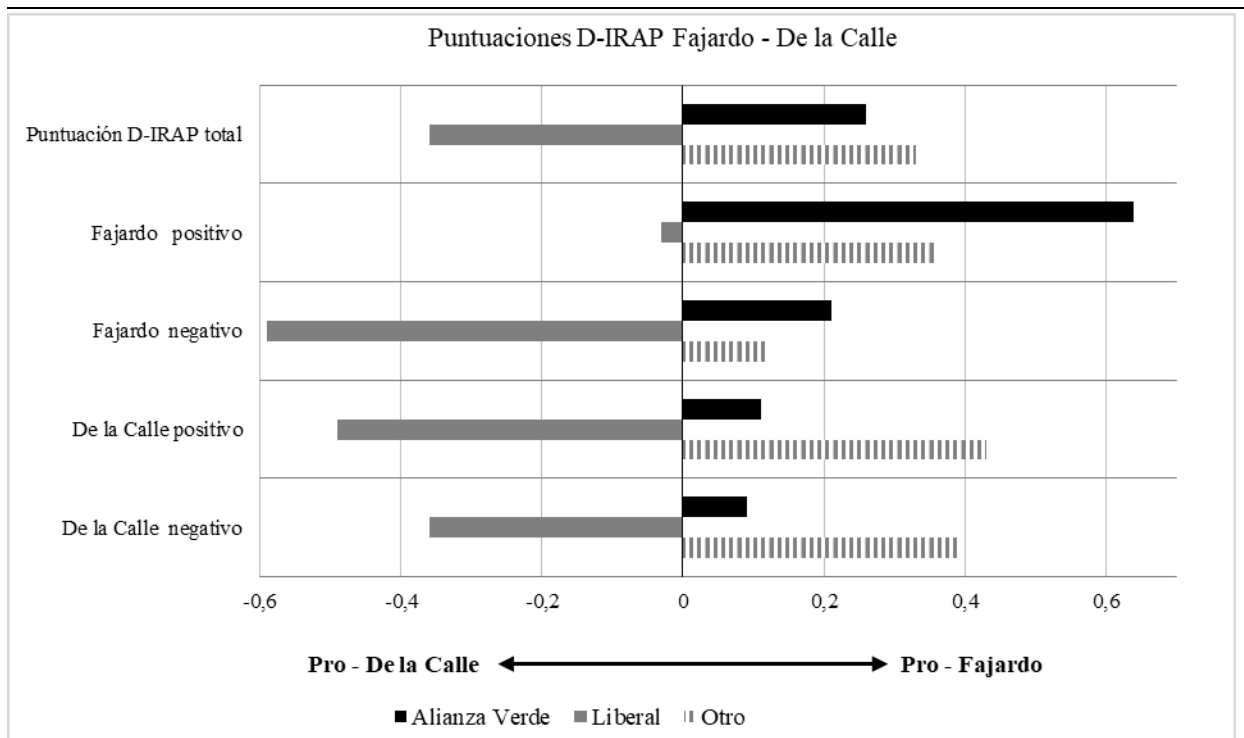


Figura 7. Resultados D- IRAP de Fajardo-De la Calle

Actitudes implícitas-explicitas Fajardo-Duque

De acuerdo con los datos que se reflejan en la Tabla 7 con respecto al IRAP Fajardo-Duque, se observa la participación de 126 personas de las cuales 50 indicaron tener filiación política por el partido Alianza Verde, con intención de voto por Fajardo, 59 personas del partido Centro Democrático (CD) con intención de voto por Duque y 17 personas de otros partidos con intención de voto repartidos así: 6 personas con voluntad de voto por Fajardo, 2 por Duque y 9 hacia otro candidato. En cuanto a la percepción frente a los candidatos, los del partido Alianza Verde indicaron tener una percepción favorable por Fajardo y muy desfavorable por Duque, los del partido Centro Democrático una percepción favorable por Duque e indiferente por Fajardo, y los de otros partidos favorable por Fajardo y desfavorable por Duque.

Las puntuaciones *D-IRAP* Fajardo–Duque (ver Figura 8), revelan que en los ensayos Duque con atributos negativo, s los 126 participantes mostraron un sesgo pro-Duque, mientras

que en los ensayos Duque-negativo los participantes con filiación política por el partido Centro Democrático mostraron un sesgo pro-Fajardo, por su parte los adscritos a AV y otros partidos tuvieron latencias cortas, siendo mayores en los participantes que indicaron ser de AV, lo que indica un sesgo pro-Duque. En los ensayos Fajardo con atributos negativos las personas con inclinación por el partido CD y otros partidos mostraron un sesgo pro-Duque al contrario de los participantes de AV quienes mostraron un sesgo pro-Fajardo; ahora bien, para las personas que indicaron ser del partido AV y otros partidos en los ensayos Fajardo con atributos positivos mostraron latencias más cortas demostrando un sesgo pro-Fajardo, por su parte para los del CD sus latencias indican un sesgo pro-Duque. En cuanto al *D-IRAP* total, se encontró un sesgo pro-Duque para los participantes adscritos al CD y otros partidos políticos y un sesgo pro-Fajardo para los del partido AV.

Tabla 7.

Resultados del IRAP Fajardo- Duque

IRAP	Fajardo-Duque n = 126				AV		CD		Otro	
	Partido Político				M	DE	M	DE	M	DE
	AV n = 50	CD n = 59	Otro n = 17	Percepción Fajardo	8.2	3.6	5.3	4.8	6.6	3.6
				Percepción Duque	2.1	1.8	8.9	3.7	4.5	4.8
Intención de voto Fajardo	50	0	6	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.10	.17	-.01	.15	-.10	.21
Intención voto Duque	0	59	2	Fajardo positivo	.68	.29	-.16	.23	.19	.25
Otra intención de voto	0	0	9	Fajardo negativo	.19	.16	-.08	.11	-.41	.20
				Duque positivo	-.38	.06	.45	.16	-.09	.19
				Duque negativo	-.07	.15	-.23	.09	-.11	.20

Nota: AV: Alianza Verde; CD: Centro Democrático

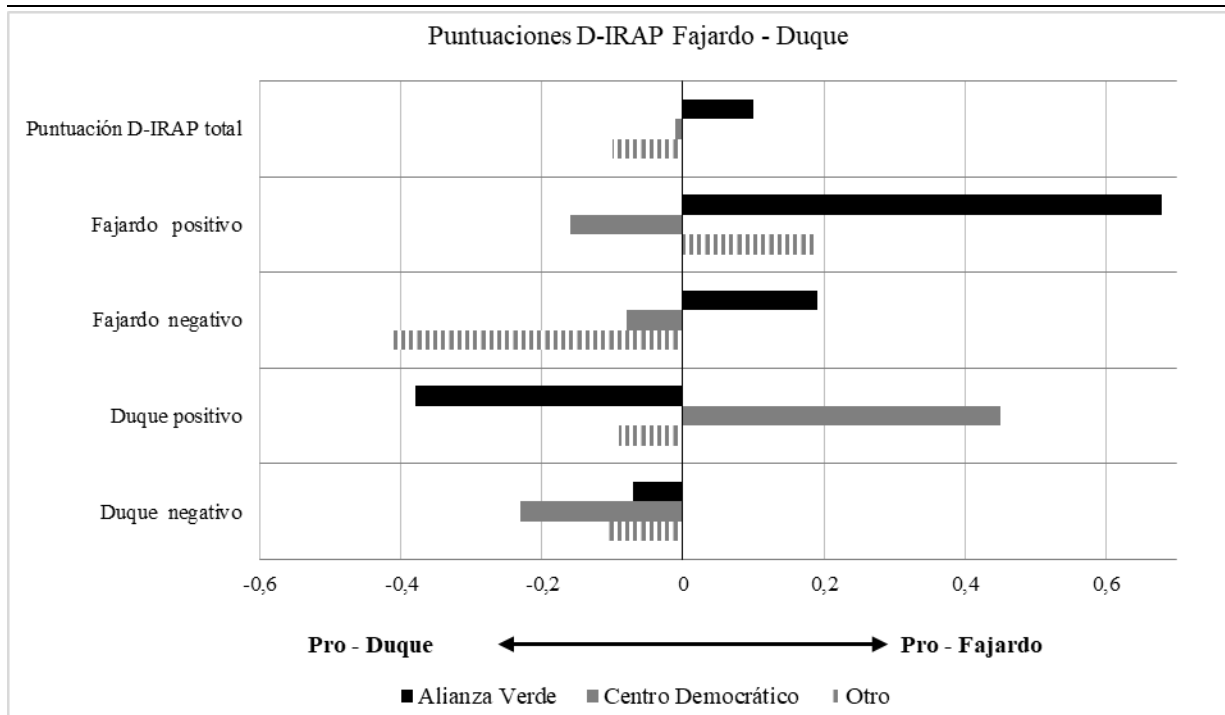


Figura 8. Resultados *D-IRAP* de Fajardo- Duque

Actitudes implícitas-explicitas Vargas-De la Calle

Los resultados obtenidos para el IRAP Vargas-De la Calle, se observan 21 participantes, donde 10 de ellos manifestaron intención de voto por Vargas del partido Cambio Radical (CR), 6 del partido Liberal (LB) con intención de voto por De la Calle y de las 5 personas que indicaron ser de otros partidos, 2 indicaron tener intenciones de voto para Vargas 2 para De la Calle y 1 por otro candidato; en cuanto a las percepciones frente a los candidatos como se refleja en la Tabla 8, las personas que indicaron ser del partido CR reflejaron una percepción favorable por el candidato Vargas e indiferente por De la Calle, los del partido LB exteriorizaron tener percepción negativa por Vargas y muy favorable por De la Calle; por último los de otros partidos políticos una percepción negativa por Vargas y favorable por De la Calle.

De acuerdo con las puntuaciones del *D-IRAP* Vargas-De la Calle (ver Figura 9), indican que en los ensayos De la Calle con atributos negativos hay un sesgo pro-De la Calle para los participantes adscritos al partido Cambio Radical y Liberal, en cambio para los de otros partidos

fue un sesgo pro-Vargas. En los ensayos De la Calle positivo, los resultados indican latencias cortas para un sesgo pro-Vargas para los participantes con filiación al partido LB y otros partidos y un sesgo pro-De la Calle para los de CR. En los ensayos Vargas-negativo y Vargas-positivo se encontró un sesgo pro-De la Calle para las personas que indicaron ser del partido Liberal y un sesgo pro-Vargas para los adscritos a Cambio Radical y de otros partidos con latencias más largas en los participantes de CR. Finalmente para en el *D-IRAP* total, se observa latencias cortas para las 21 personas que participaron lo que indica un sesgo Pro-Vargas.

Como se puede apreciar en la Tabla 8, las percepciones hacia el candidato Fajardo fueron favorables lo que indica una correlación positiva significativa; sin embargo, en los valores obtenidos en el *D-IRAP* total no covarían con las percepciones iniciales hacia este candidato puesto que se puede ver claramente un sesgo pro-Vargas en las mediciones implícitas.

Tabla 8.

Resultados del IRAP Vargas-De la Calle

IRAP	Vargas - De la Calle n = 21				CR		LB		Otro	
	Partido Político				M	DE	M	DE	M	DE
	CR n = 10	LB n = 6	Otro n = 5							
				Percepción Vargas	7.5	3.3	3.5	4.6	3.3	1.6
				Percepción De la Calle	5.5	2.9	8.0	2.9	6.6	2.7
Intención de voto Vargas	10	0	2	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.05	.19	.01	.13	.21	.20
Intención voto De la Calle	0	6	2	Vargas positivo	.39	.22	-.05	.16	.23	.06
Otra intención de voto	0	0	1	Vargas negativo	.09	.18	-.16	.20	.06	.34
Nota: CR: Cambio Radical; LB: Liberal				De la Calle positivo	-.11	.16	.29	.06	.40	.21
Correlación Pearson Percepción De la Calle – D Irap				De la Calle negativo	-.19	.18	-.06	.11	.15	.19

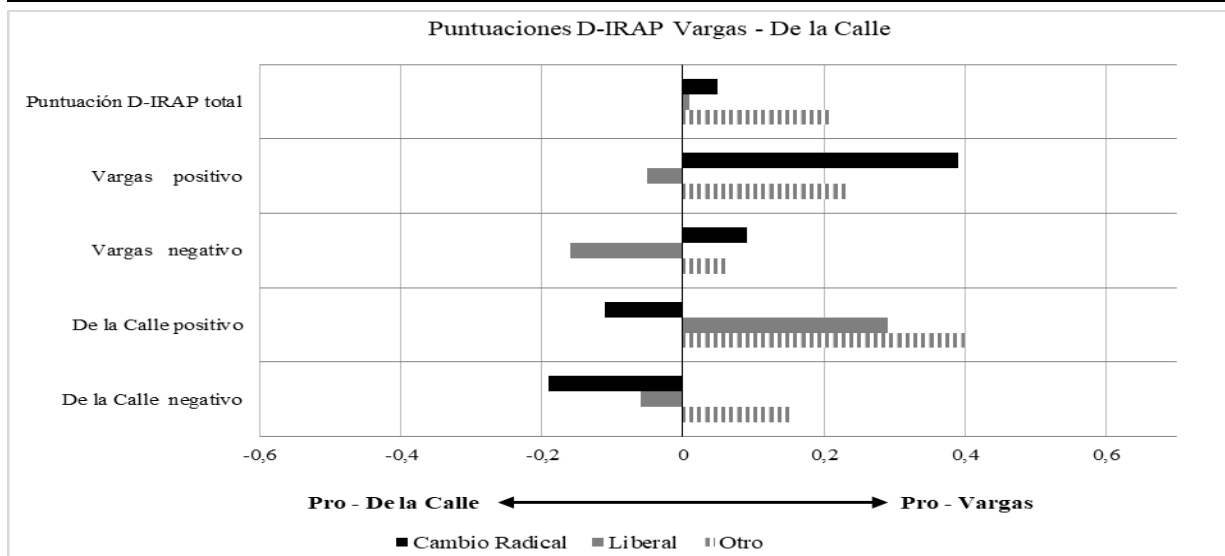


Figura 9. Resultados IRAP de Vargas- De la Calle

Actitudes implícitas-explicitas Vargas-Duque

Los datos que se reflejan en el IRAP Vargas-Duque (ver Tabla 9), muestran 52 personas que aplicaron a este procedimiento, de los cuales 29 indicaron pertenecer al partido político de Cambio Radical (CR), 26 de ellos con intención de voto a favor de Vargas y 3 por otro candidato presidencial; por el Centro Democrático participaron 11 personas con intenciones por Duque y por otros partidos 12 personas de los cuales 2 indicaron inclinarse por Vargas, 2 por Duque y 8 por otros candidatos. En lo que respecta a la percepción de los candidatos, los participantes de CR indicaron tener favorabilidad por Vargas e indiferencia por Duque, los de CD percepción desfavorable por Vargas y favorable por Duque, por último, los participantes de otros partidos políticos para ambos candidatos presidenciales indicaron tener percepción desfavorable.

En cuanto a lo obtenido en el *D-IRAP* de acuerdo con los ensayos, en el de Duque con atributos negativo se evidencia un sesgo pro-Vargas de acuerdo con las personas que indicaron ser del partido Cambio Radical y de otros partidos y un sesgo pro-Duque para los del Centro Democrático. En los ensayos Duque con atributos positivo las latencias de respuesta fueron cortas para los participantes con filiación por CR y otro partido mostrando un sesgo pro-Vargas y

latencias cortas con sesgo pro-Duque para los adscritos al partido CD. Con respecto al ensayo Vargas con atributos negativos para las personas con filiación por el CD y otros partidos relacionar la imagen y los atributos hacia los partidos políticos fueron más cortas para el candidato Duque en cambio para los del partido CR sus latencias indican sesgo pro-Vargas; asimismo sucedió en los ensayos Vargas-positivo donde los adscritos a CR y otros partidos mostraron sesgo pro-Vargas con latencias más largas en los de CR y los del CD pro-Duque. En relación con el *D-IRAP* total indica un sesgo pro- Vargas para los de CR y Otros partidos y un sesgo pro-Duque para los del partido CD (ver Figura 10).

Tabla 9.

Resultados del IRAP Vargas- Duque

IRAP	Vargas – Duque n = 52				CR		CD		Otro	
	Partido Político				M	DE	M	DE	M	DE
	CR n = 29	CD n = 11	Otro n = 12							
				Percepción Vargas	6.2	3.5	4.3	4.9	5.7	4.6
				Percepción Duque	5.8	5.2	8.7	3.6	5.9	4.4
Intención de voto Vargas	26	0	2	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.25	.34	-.14	.25	.05	.25
Intención voto Duque	0	11	2	Vargas positivo	.61	.39	-.24	.28	.19	.22
Otra intención de voto	3	0	8	Vargas negativo	.09	.36	-.28	.21	-.05	.19
				Duque positivo	.11	.26	.09	.29	-.10	.27
				Duque negativo	.17	.33	-.13	.20	.19	.31

Nota: LB: Liberal; CD: Centro Democrático

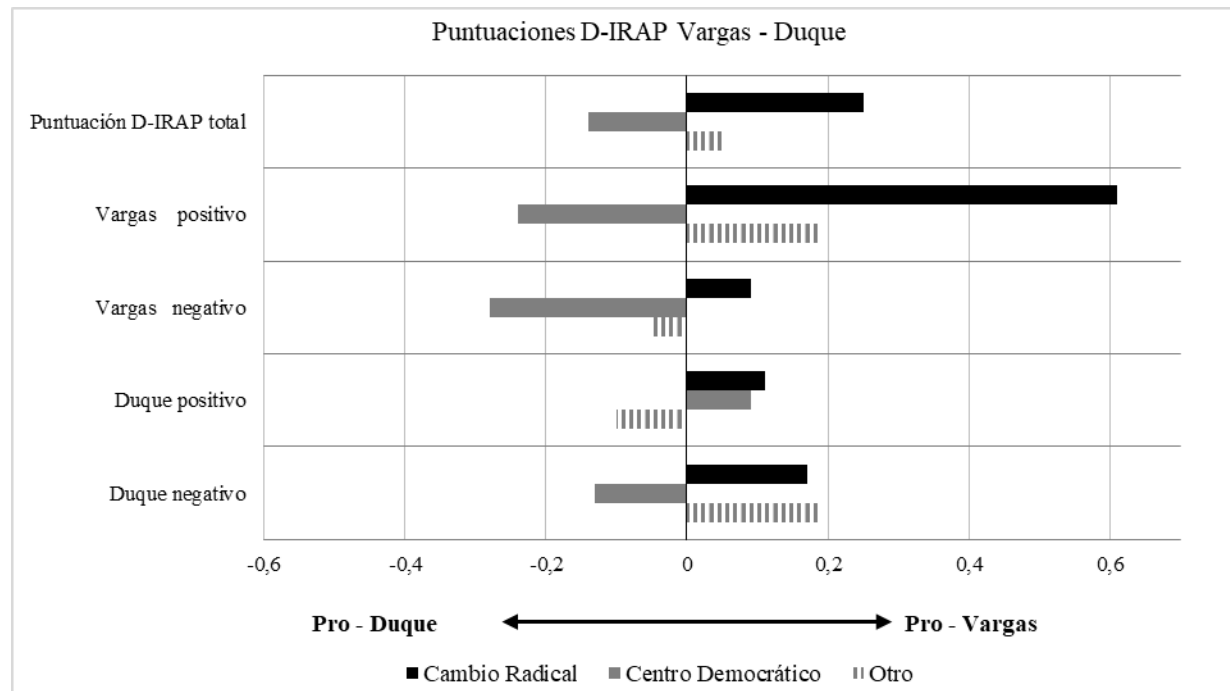


Figura 10. Resultados IRAP de Vargas- Duque

Actitudes implícitas-explicitas Vargas-Fajardo

En este IRAP Vargas-Fajardo, participaron 61 personas de las cuales 18 indicaron pertenecer al partido político Cambio Radical (CR) con intenciones de voto por Vargas, 30 del partido Alianza Verde (AV) de las cuales 28 tenían intenciones de voto por Fajardo y 2 personas por otro candidato presidencial, por último 13 participantes indicaron ser de otros partidos políticos, 4 de ellos con intenciones para votar por Vargas, 6 por Fajardo y 3 por otro candidato; con respecto a las percepciones frente a los candidatos se puede observar que por el partido CR hay favoritismo por Vargas y una percepción negativa por Fajardo, para los del partido AV existió una percepción muy negativa por Vargas y muy positiva por Fajardo, por último para los de otros partidos una percepción desfavorable por Vargas y favorable por Fajardo.

En cuanto a las puntuaciones obtenidas en el *D-IRAP* Vargas-Fajardo que se pueden observar en la Figura 11, en los ensayos de Fajardo-negativo y Fajardo-Positivo para las personas con filiación por el partido Cambio Radical y Alianza Verde las latencias de respuesta fueron cortas evidenciando un sesgo pro-Fajardo, en cambio para las personas adscritas a otros partidos se encontró un sesgo pro-Vargas. En relación con el ensayo de Vargas-negativo y Vargas con atributos positivo para los participantes de AV y otros partidos sus latencias de respuesta fueron más cortas indicando un sesgo pro-Fajardo, por su parte para las personas con filiación por CR un sesgo pro-Vargas con latencias de respuestas mayores en el ensayo Vargas-positivo. En relación con el *D-IRAP* total, se encontró sesgos pro-Vargas para las personas adscritas a los partidos CR y otros partidos y un sesgo pro-Fajardo para los participantes de AV.

Ahora bien, en cuanto a la relación entre las percepciones explícitas frente a los candidatos y las puntuaciones *D-IRAP*, se encontró una correlación negativa significativa entre la percepción positiva hacia el candidato Vargas, los valores altos en la percepción explícita hacia

Fajardo covarían con los valores en el *D-IRAP*; asimismo puntuaciones altas en la percepción explícita hacia Vargas covarían con valores positivos por Vargas en el *D-IRAP* total.

Tabla 10.

Resultados del IRAP Vargas- Fajardo

IRAP	Vargas - Fajardo n = 61			Partido Político	CR		AV		Otro	
	CR	AV	Otro		M	DE	M	DE	M	DE
	n = 18	n = 30	n = 13	Percepción Vargas	7.1	2.3	2.5	3.5	4.1	0.6
				Percepción Fajardo	3.5	3.2	8.3	2.4	7.0	3.1
Intención de voto Vargas	18	0	4	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.05	.25	-.26	.23	.01	.16
Intención voto Fajardo	0	28	6	Vargas positivo	.49	.24	-.25	.29	-.04	.17
Otra intención de voto	0	2	3	Vargas negativo	.17	.38	-.20	.17	-.14	.21
				Fajardo positivo	-.20	.19	-.30	.30	.09	.15
				Fajardo negativo	-.28	.20	-.32	.19	.11	.12

Nota: CR: Cambio Radical; AV: Alianza Verde
 Correlación Pearson Percepción Vargas- D Irap $r = .27 p < .05$
 Correlación Pearson Percepción Fajardo - D Irap $r = -.30 p < .05$

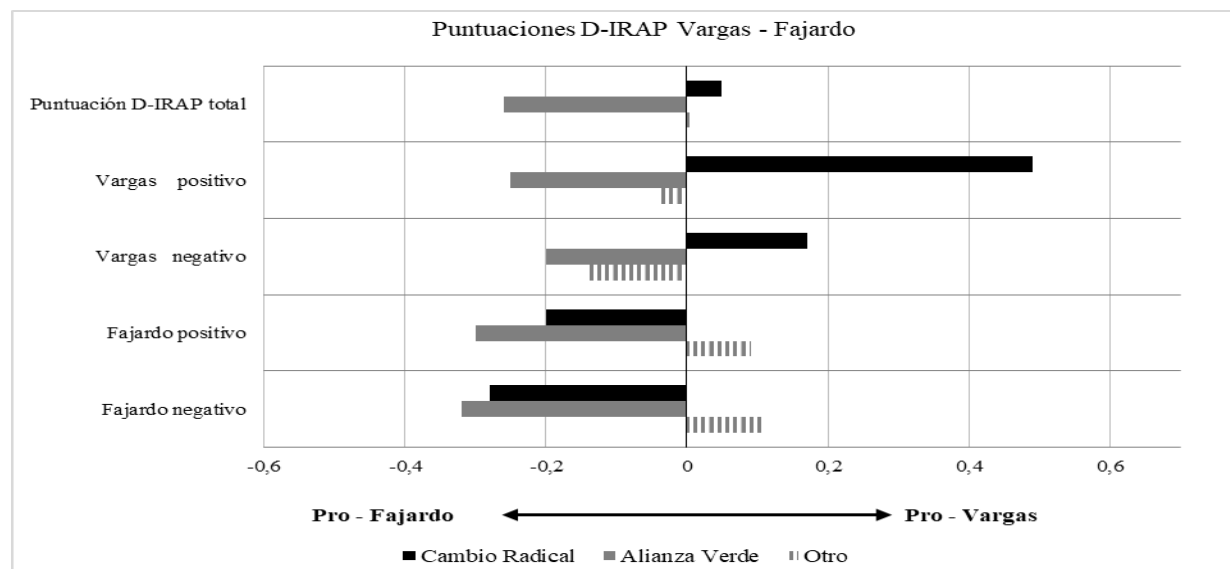


Figura 11. Resultados IRAP de Vargas- Fajardo

Actitudes implícitas-explicitas Vargas-Petro

Como se observa en la Tabla 1, en el IRAP Vargas- Petro, se contó con la participación de 26 personas de las cuales 12 indicaron tener filiación política por el partido Cambio Radical (CR) y a su vez tener intenciones de voto por el candidato Vargas, 8 de ellas pertenecían al partido Colombia Humana (CH) con intenciones de voto por Petro; con respecto a las personas que indicaron estar adscritos a otros partidos político las 6 personas indicaron tener intenciones de voto por otro candidato presidencial. Respecto a la percepción frente a los candidatos los

participantes que indicaron pertenecer al partido CR puntuaron una percepción favorable por el candidato Vargas y desfavorable por el candidato Petro, los de CH una percepción muy desfavorable por Vargas y favorable por Petro, por último, los de otros partidos tuvieron una percepción desfavorable por Vargas y Petro.

Por otra parte, en los resultados obtenidos en la evaluación implícita se evidencian para los ensayos Petro-negativo y Petro-positivo un sesgo pro-Petro para las personas adscritas al partido Colombia Humana, mientras que en otros partidos políticos en ambos ensayos las latencias de respuesta fueron mayores en las personas del partido CH, en cambio las personas de Cambio Radical indicaron un sesgo pro-Vargas en los dos ensayos con latencias de respuestas largas. En los ensayos Vargas-negativo y Vargas-positivo los adscritos a CH mostraron un sesgo pro-Petro y los del partido CR y otros partidos un sesgo pro-Vargas. Con respecto al *D-IRAP* total, las personas que indicaron ser por el partido CH y otros partidos en latencias más cortas indicaron tener un sesgo pro-Petro y para los del partido CR un sesgo pro-Vargas (ver Figura 12).

Tabla 11.

Resultados del IRAP Vargas-Petro

IRAP	Vargas – Petro n = 26				CR		CH		Otro	
	CR	CH	Otro		M	DE	M	DE	M	DE
	n = 12	n = 8	n = 6	Percepción Vargas	7.2	2.0	1.3	2.8	3.6	2.7
				Percepción Petro	2.8	1.9	7.7	2.5	4.2	3.3
Intención de voto Vargas	12	0	0	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.42	.22	-.40	.18	-.04	.19
Intención voto Petro	0	8	0	Vargas positivo	.68	.25	-.42	.26	.06	.12
Otra intención de voto	0	0	6	Vargas negativo	.36	.23	-.36	.19	.02	.25
				Petro positivo	.29	.22	-.52	.19	-.12	.24
Nota: CR: Cambio Radical; CH: Colombia Humana				Petro negativo	.37	.19	-.22	.10	-.13	.18

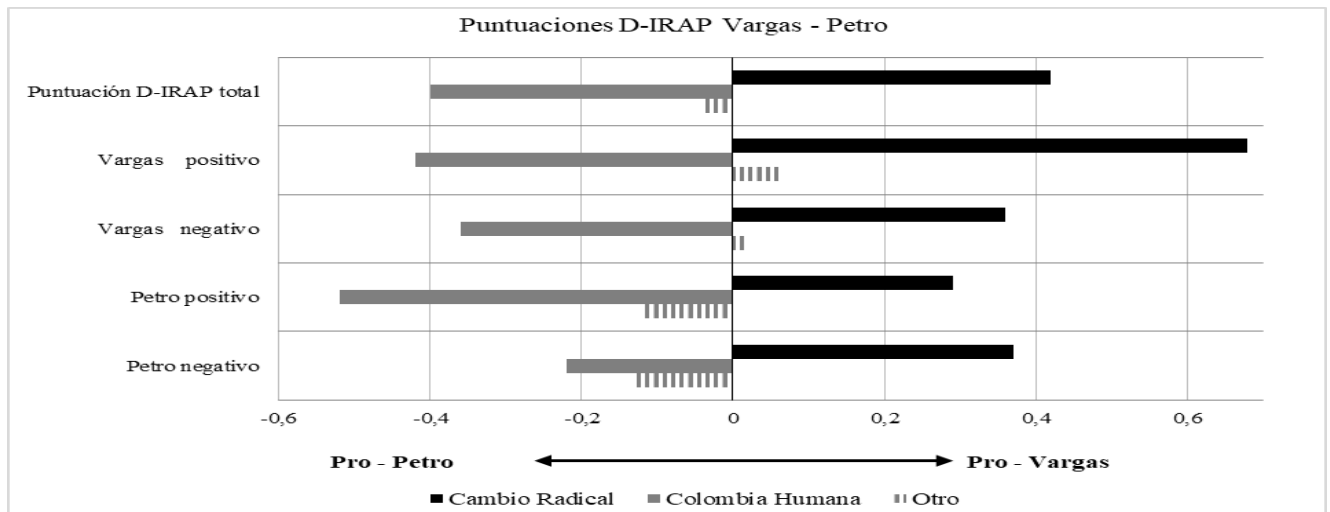


Figura 12. Resultados IRAP de Vargas- Petro

Actitudes implícitas-explicitas Petro-De la Calle

Los resultados obtenidos para el IRAP Petro–De la Calle se observan 21 participantes, donde 14 de ellas manifestaron intención de voto por Petro del partido Colombia Humana (CH), 6 del partido Liberal (LB) con intención de voto por De la Calle y por otros partidos participó 1 persona con intención de voto por otro candidato; en cuanto a las percepciones frente a los candidatos como se refleja en la Tabla 12, las personas que indicaron ser del partido CH reflejaron una percepción favorable por el candidato Petro e indiferente por De la Calle, los del partido LB exteriorizaron tener percepción negativa por Petro y muy favorable por De la Calle, por último los de otros partidos políticos una percepción negativa por Vargas y favorable por De la Calle.

Siguiendo con las puntuaciones obtenidas en el *D-IRAP* total, para los ensayos De la Calle con atributos negativos, los participantes con filiación política por Colombia Humana tuvieron un sesgo pro-Petro, por su parte en los del partido Liberal y de otros partidos el sesgo fue pro-De la Calle. Para los ensayos De la Calle con atributos positivo se observa un sesgo pro-Petro para las personas adscritas al partido CH y LB, en cambio para las personas de otros

partidos políticos se encontró un sesgo pro-De la Calle. En los ensayos Petro-negativo las personas del partido CH generaron un sesgo pro-Petro, por su parte para los del partido Liberal y de otros partidos el sesgo fue pro-De la Calle con latencias de repuestas mayores en las personas con filiación por otros partidos. En los ensayos Petro-positivo el sesgo pro-Petro lo generaron las personas del partido liberal y Colombia Humana, por el contrario, los de otros partidos generaron latencias de respuestas más largas y un sesgo pro-De la Calle. Ahora bien, en las puntuaciones en el *D-IRAP* total, las latencias de respuesta fueron menores para los adscritos al partido CH y LB con un sesgo pro-Petro, sin embargo, para los de otros partidos el sesgo fue pro-De la Calle.

Finalmente, se evidencia una correlación negativa significativa puesto que los valores en las percepciones hacia el candidato De la Calle fueron favorables para los participantes, sin embargo, los resultados del *D-IRAP* total fueron positivos a favor del candidato Petro, por lo que se generó un sesgo pro-Petro, anti-De la calle para la evaluación implícita.

Tabla 12.

Resultados del IRAP Petro-De la Calle

IRAP	Petro – De la Calle n = 21				CH		LB		Otros	
	Partido Político				M	DE	M	DE	M	DE
	CH	LB	Otro							
	n = 14	n = 6	n = 1	Percepción Petro	8.1	2.5	3.9	2.6	4.0	0.0
				Percepción De la Calle	5.5	2.1	7.7	1.9	6.0	0.0
Intención de voto Petro	14	0	0	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.33	.20	.08	.18	-.23	.11
Intención voto De la Calle	0	6	0	Petro positivo	.41	.21	.26	.15	-.30	.09
Otra intención de voto	0	0	1	Petro negativo	.32	.26	-.16	.15	-.28	.08
Nota: CH: Colombia Humana LB: Liberal				De la Calle positivo	.24	.22	.36	.23	-.10	.11
Correlación Pearson Percepción De la Calle– D Irap				De la Calle negativo	.36	.13	-.14	.17	-.26	.16
										$r = .36 p < .05$

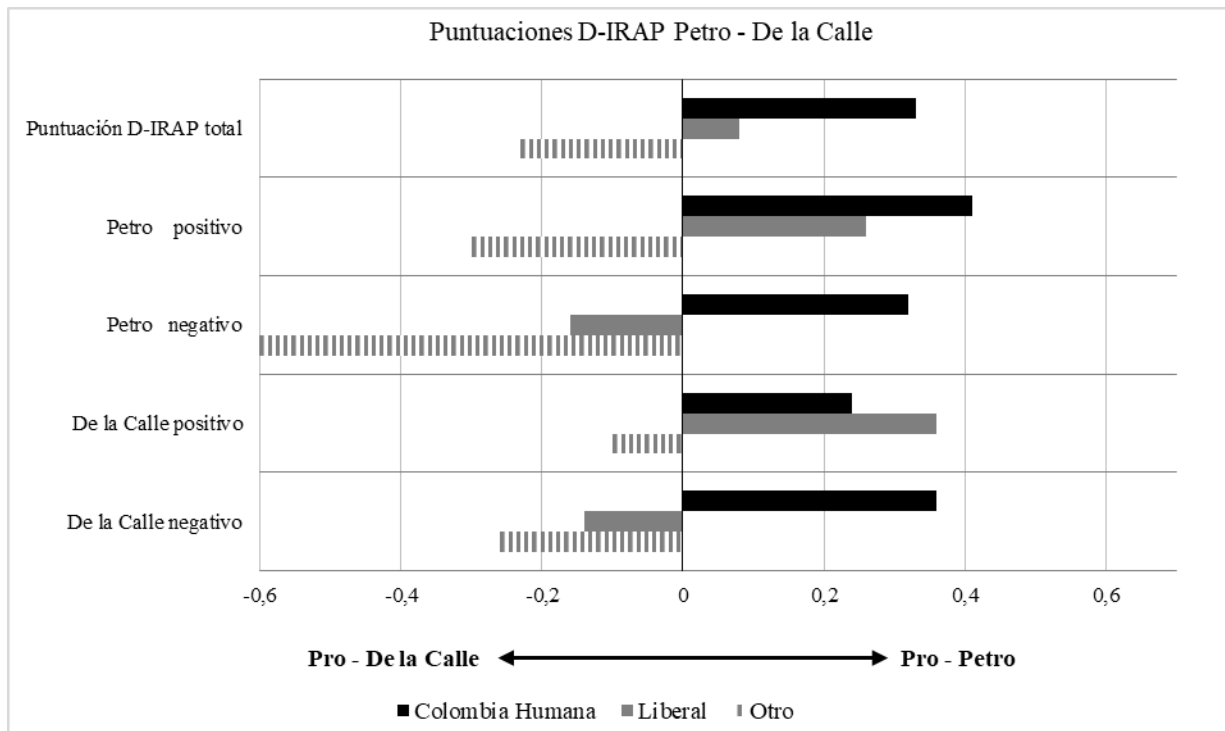


Figura 13. Resultados IRAP de Petro- De la Calle

Actitudes implícitas-explicitas Petro-Duque

Como se puede observar en la Tabla 13, participaron 186 sujetos de los cuales 89 se identificaron con el partido Colombia Humana (CH), 72 por el Centro Democrático (CD) y 25 con otro partido; respecto a las intenciones de voto las 89 personas pertenecientes al partido CH pretendían votar a favor del candidato Petro, los 72 de CD por Duque y de los 25 de otros partidos, 10 personas tenían la intención de voto por Petro y 14 por Duque y una persona por otro candidato presidencial. Referente a la percepción hacia cada candidato los participantes del partido Colombia Humana tuvieron una percepción favorable por el candidato Gustavo Petro y muy desfavorable hacia Iván Duque; para los del Centro Democrático las puntuaciones indican una percepción muy desfavorable por Petro y muy favorable por el candidato Duque; por último, las personas de otros partidos tuvieron una percepción muy desfavorable para el candidato Petro y favorable para Duque.

En cuanto a lo obtenido en el *D-IRAP* total de acuerdo con los ensayos, en el de Duque con atributos negativos se evidencia un sesgo pro-Petro de acuerdo con las personas que indicaron ser del partido Colombia Humana y un sesgo pro- Duque para los del Centro Democrático y de otros partidos. En los ensayos Duque con atributos positivos las latencias de respuesta fueron cortas para los participantes con filiación por CD y otros partidos mostrando un sesgo pro-Duque y latencias cortas con sesgo pro-Duque para los adscritos al partido CH. Con respecto a los ensayos Petro con atributos negativos para las personas con filiación por CH y otros partidos los tiempos al relacionar la imagen y los atributos fueron más cortos para el candidato Petro evidenciando un sesgo pro-Petro en cambio para las personas del partido CD, sus latencias indican sesgo pro-Duque, asimismo sucedió en el ensayo de Vargas positivo donde los adscritos al CD y otros partidos mostraron sesgo pro-Duque con latencias más largas en los de CD y los del CH pro-Petro. En relación con el *D-IRAP* total indica un sesgo pro-Duque para los de CD y otros partidos y un sesgo pro-Petro para los del partido CH (ver Figura 14).

Tabla 13.

Resultados del IRAP Petro-Duque

IRAP	Petro – Duque n = 186				CH		CD		Otros	
	Partido Político				M	DE	M	DE	M	DE
	CH n = 89	CD n = 72	Otro n = 25							
				Percepción Petro	8.8	2.8	1.0	0.7	3.5	2.5
				Percepción Duque	1.5	0.8	7.1	3.5	6.3	3.2
Intención de voto Petro	89	0	10	<i>Puntuación D-IRAP total</i>	.58	.15	-.51	.23	-.11	.15
Intención voto Duque	0	72	14	Petro positivo	.64	.14	-.55	.21	-.25	.10
Otra intención de voto	0	0	1	Petro negativo	.45	.09	-.51	.18	.32	.12
				Duque positivo	.56	.21	-.55	.23	-.42	.15
				Duque negativo	.67	.15	-.41	.31	-.08	.23

Nota: CD: Centro Democrático; CH: Colombia Humana

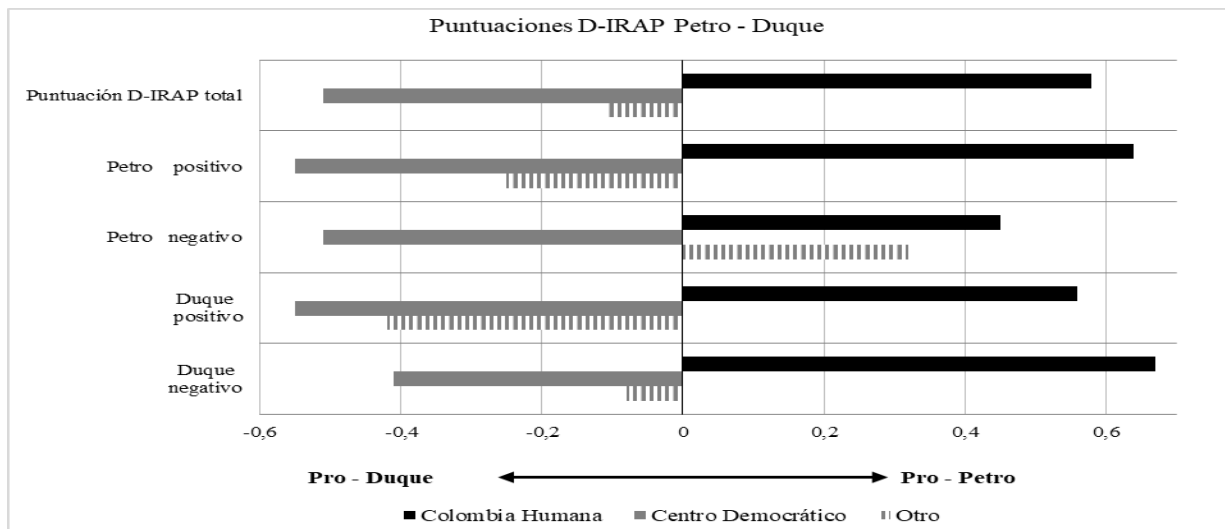


Figura 14. Resultados IRAP de Petro- Duque

Actitudes implícitas-explicitas Petro-Duque Segunda Vuelta

Como se observa en la Tabla 14, en el IRAP Petro-Duque se contó con la participación de 295 personas de las cuales 69 indicaron tener filiación política por el partido Colombia Humana (CH) y a su vez tener intenciones de voto por el candidato Petro, 82 de ellas pertenecían al partido Centro Democrático (CD) con intenciones de voto por Duque; con respecto a las 144 personas que indicaron estar adscritos a otros partidos políticos, 33 señalaron tener intenciones de voto por Petro, 85 por Duque y 26 por otro candidato político. Respecto a la percepción frente a los candidatos, los participantes que indicaron pertenecer al partido CH puntuaron una percepción favorable por el candidato Petro y desfavorable por el candidato Duque, los de CD una percepción muy desfavorable por Petro y favorable por Duque, por último, los de otros partidos tuvieron una percepción desfavorable por Petro y Duque.

Por otra parte, en los resultados obtenidos en la evaluación implícita se evidencia para los ensayos Duque-negativo y Duque-positivo que los participantes que indicaron tener filiación política por Colombia Humana tienen un sesgo pro-Petro, en cambio para las personas de CD y otros partidos el sesgo fue Pro-Duque. En los ensayos Petro-negativo y Petro-positivo los

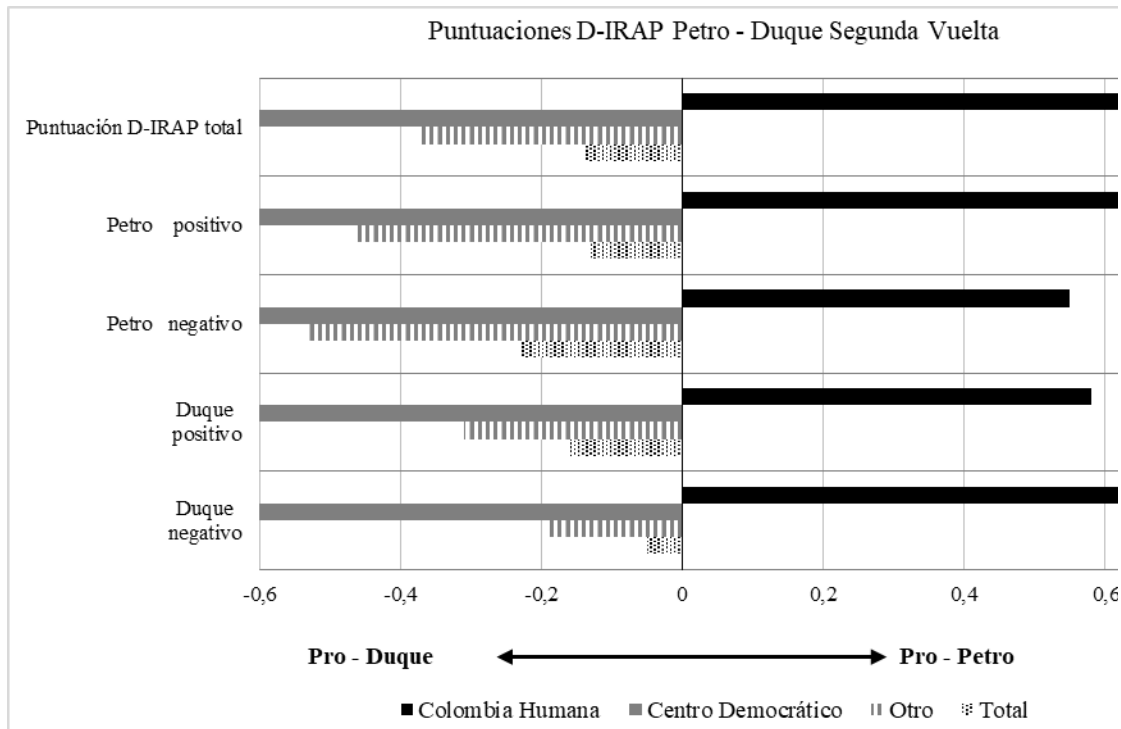


Figura 15. Resultados IRAP de Petro- Duque

Discusión

El presente estudio buscó evaluar los repertorios relacionales y las actitudes explícitas e implícitas de una muestra de colombianos, frente a los candidatos presidenciales del año 2018 a través de un Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP), con el fin de aportar evidencia empírica en torno a las dinámicas conductuales que subyacen al ejercicio del voto como comportamiento jurídico y socialmente regulado.

Teniendo en cuenta la relación entre el partido político y la intención de voto, se encontró en todos los IRAP que aquellas personas que indicaron estar adscritas a un partido en específico, tenían igualmente intenciones de voto por el candidato del partido al que estaban adscritos, excepto en el IRAP de Vargas-Duque y Vargas -Fajardo, ya que en el primer caso, de las 29 personas que indicaron ser del partido Cambio Radical, 3 de ellas manifestaron tener intenciones de voto por otro candidato presidencial y no por Vargas Lleras; asimismo, se observó en el

segundo caso, que de las 30 personas pertenecientes al partido Alianza Verde 2 de ellas indicaron tener intenciones de voto por otro candidato presidencial y no por fajardo.

De acuerdo con Ocampo (2016), la decisión electoral puede estar influenciada por la identidad del partido al que se pertenece, la imagen de los candidatos o el tema de interés sobre las campañas políticas, la toma de decisión de los votantes suele ser afirmativa y no optativa, lo que indica que se trata más de las adscripciones del elector que de verdaderas opciones políticas; en ese sentido, estar adscritos a una corriente o partido político no garantiza la opción de voto final, ya que si bien es cierto que cada partido tienen su candidato, las intenciones de voto pueden variar ya sea por la ideología política, las propuestas presidenciales o los interés personales. Teniendo en cuenta lo anterior, a pesar de estar adscritos o tener filiación política hacia un partido político específico, no es seguro de que el elector siempre tenga intenciones de voto por el candidato que se encuentra inscrito por ese partido; debido a las múltiples influencias al que puede estar expuesto el elector, su intención de voto puede variar o mantenerse en el periodo previo a las elecciones.

Ahora bien, los resultados obtenidos en todos los IRAP entre la intención de voto y los valores *D-IRAP*, indican que en la mayoría de los casos las personas que expresaron tener intenciones de voto por el candidato que representaba su partido político obtuvieron latencias de respuestas menores cuando se presentaban atributos positivos y latencias mayores cuando les tocaba relacionar los atributos negativos con su candidato de preferencia; sin embargo, en algunos IRAP (Petro-Fajardo, De la Calle-Duque, Fajardo-De la Calle, Fajardo-Duque, Vargas-Duque, Vargas-Fajardo, Vargas-Petro, y Petro-Duque en primera y segunda vuelta) se encontró que tanto en los atributos negativos como en los atributos positivos las latencias fueron mayores para el candidato de su preferencia, lo que significa que si explícitamente indicaron tener

intenciones de voto por el candidato de su partido, las latencias de respuestas menores hacia el candidato opuesto demuestran una intención de voto diferente al señalado inicialmente en el cuestionario de datos personales, sociodemográficos y de información política.

Con relación a la intención de voto y el comportamiento electoral que intentan predecir y explicar la atribución de la conducta, hecho que no es atribuido a su función natural sino a la actitud que tiene previamente la persona hacia un sujeto, en este caso el candidato presidencial, para algunos teóricos la actitud de opinión funciona como un heurístico al que se le atribuyen funciones de evaluar objetos del mundo social. Considerando que para las personas es más funcional tener una actitud hacia un objeto que no tenerla, ya que por ese solo hecho puede orientar su acción y saber lo que es conveniente hacer y lo que es preferible evitar en relación con el objeto de la actitud (Aguilera, 2012). De acuerdo con esta investigación, el hecho de indagar preliminarmente por la orientación política y preferencias electorales, generan en los participantes atribuciones de las funciones de evaluación social. Haciendo un análisis previo para estimar la probabilidad de que su conducta resulte o no aceptable, los resultados indican que las personas que afirmaron pertenecer a un partido político específico manifestaron a su vez intenciones de voto por el candidato del partido; no obstante, en algunos IRAP aunque las personas indicaron tener intenciones por el candidato de su partido, generaban un sesgo negativo en contra de ese candidato y un sesgo positivo a favor del candidato contrario.

En cuanto a la percepción explícita y las intenciones de voto en todos los IRAP, se observa que las personas que indicaron tener intenciones por un candidato presidencial específico, puntuaron una percepción favorable por ese candidato y una percepción negativa por el candidato opuesto, aunque se encontró que en algunos IRAP la percepción explícita por un candidato por el cual no se tenía intención de voto, era favorable o indiferente; teniendo en

cuenta la escala de valoración (de 1 a 10) en cuanto a la percepción del candidato preferido, se aprecian puntuaciones significativamente altas indicando una percepción favorable y calificaciones muy bajas que indican una percepción desfavorable por el candidato opuesto.

Teniendo en cuenta que las elecciones que hacemos no devienen tanto de nuestra participación en una clase o grupo social, sino de las percepciones de los individuos en relación con las acciones e *inacciones* del gobierno en turno y en función de la capacidad de los partidos opositores de generar confianza y credibilidad en las ofertas que realizarán a favor o en contra de los programas y propuestas del gobierno en turno, o de los cambios que introducirían si llegaran al poder; esto significa que las campañas políticas y comunicativas pueden intentar cambiar tales percepciones (Kuschic, 2006). Esto permitiría explicar en parte, por qué a pesar de estar tener intenciones de voto específicas por un candidato político, la percepción de favorabilidad o no hacia los otros candidatos varía por múltiples razones, como lo menciona en la teoría por las campañas políticas, las actividades y planes de trabajo que han realizar en los cargos que han ocupado o por plan de gobierno que proponen si llegasen a salir electos.

Como se observa en los resultados, la relación entre la percepción explícita de todos los IRAP y los valores *D-IRAP* indican que hay personas que manifestaron tener una percepción favorable frente al candidato de su preferencia y percepción desfavorable por el candidato opuesto; sin embargo, se observa que en algunos IRAP la percepción es indiferente por el candidato opuesto, lo que indica que a pesar de no tener filiación política o preferencia por el candidato opuesto no es indicativo de que el concepto que tienen hacia ellos sea negativo. Esto se evidencia en los IRAP puesto que en algunos casos, aquellas personas que indicaron tener percepciones negativas frente a algunos candidatos presidenciales, tuvieron latencias de respuestas menores en atributos positivos en comparación con el candidato de su preferencia,

mostrando sesgo a favor de la persona por la que antes habían indicado no tener percepciones positivas.

Teniendo en cuenta que las actitudes se perciben como asociaciones objeto-evaluación y la percepción que pueden tener los electores de los candidatos en cuanto a su personalidad o rasgos que lo caracterizan son fundamentales para persuadir al elector, por medio de las campañas electorales a través de la mercadotecnia política saben que los lectores tienden a desarrollar percepciones simplificadas de los candidatos durante las campañas electorales tratan de promover asociaciones inconscientes automáticas entre el candidato para el cual trabajan y aspectos como la confiabilidad, honestidad, valor entre otros, contrario a lo que sucede con el candidato opositor que se le asocian a rasgos considerados desagradables como ineficientes, incapaces e inexpertos. En cuanto a las campañas con proyección nacional, es frecuente que los ataques a los candidatos contrarios son incesantes e intentan resumir el carácter del oponentes resaltando los rasgos indeseables cuyo objetivo es dejar en la memoria del votante esas características negativas al momento de sufragar; como se menciona en esta investigación, existen estudios que indican que ese tipo de percepciones sobre los políticos aporta o influencia en la decisión del votante, independientemente de adscripción partidista (Ayala, 2012).

Estos resultados aportan a la investigación académica en esta área de la psicología, con el fin de comprender el comportamiento humano en contextos como el electoral, estudiar las actitudes implícitas en los colombianos frente a los candidatos presidenciales del 2018, permitió abordar temáticas relevantes y que generan un aporte a la ciencia. El hecho de haber encontrado sesgos en los participantes que indican tener filiación política en ciertos partidos e intenciones de voto por algunos candidatos específicos, indican que no siempre -como lo afirma la literatura- las apreciaciones o lo manifestado explícitamente es el actuar final.

Adicionalmente, a pesar de que se han investigado las actitudes implícitas en contextos electorales en varios países como Estados Unidos, México, y algunos países europeos, replicar este estudio utilizando teorías complejas como los marcos relacionales y el Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita, deja la puerta abierta a que futuras investigaciones mejoren e innoven en la utilización de este instrumento para el aporte investigativo y para el crecimiento de la comunidad científica que aportan no solo a áreas como la psicología jurídica sino a otras disciplinas cuyo interés también se puede reflejar en estos temas, como por ejemplo la psicología social, psicología política, sociología política, con el fin de predecir, describir, analizar fenómenos y hallazgos relevantes en el estudio del comportamiento humano.

Una de las limitaciones para la realización de este estudio, se encontró en la búsqueda de sustento teórico y empírico sobre la Teoría de los Marcos Relacionales y el desarrollo del Procedimiento de Evaluación Relacional Implícita (IRAP). En investigaciones cuyo interés son las actitudes frente a la actividad electoral, es relevante aclarar que en la búsqueda se han desarrollado investigaciones con otros procedimientos como el IAT que alimentan la teoría de actitudes y preferencias en el marco electoral, pero muy poco desarrollados con el IRAP, por tal motivo se sugiere mayor investigación y aporte en este campo en Latinoamérica, debido a que por medio de estos procedimientos que pueden ser replicados en la búsqueda de hallazgos positivos o negativos de actitudes frente a temas relevantes como el consumo masivo de productos, con el fin de buscar estrategias para mejorar ventas, preferencias específicas que si bien no son reconocidas explícita o verbalmente por prejuicios sociales, hacer mediciones implícitas podría aportar a mejorar procesos de áreas específicas. Otra dificultad para esta investigación fue el desinterés de los participantes, si bien el tema electoral en Colombia caracterizado por ser un país democrático debe ser interés público, en algunas ocasiones las

personas no tienen la misma orientación política, los mismos intereses políticos o no se inclinan por el mismo candidato presidencial, dificulta hablar abiertamente de estos temas, debido al temor de generar conflictos con amigos, familia, compañeros de trabajo entre otros.

Referencias

- Aguilera, T. (2002). Implicaciones de la violencia política en la intención de voto y en el comportamiento electoral. *Reflexión Política*, 4(7), 2-13. doi: 10.29375/01240781.809
- Albarracín, D., Wang, W., Li, H., & Noguchi, K. (2011). Structure of attitudes: Judgments, memory, and implications for change. En *Attitudes and Attitude Change* (pp. 19-40). Taylor and Francis. doi: 10.4324/9780203838068
- American Psychological Association. (2017). *Ethical principles of psychologists and code of conduct*. Washington, D.C: American Psychological Association.
- American Psychological Association. (2018). *Rules and Procedures - Ethics Committee of the American Psychological Association*. Washington, D.C: American Psychological Association.
- Arcuri, L., Castelli, L, Galdi, S., Zogmaister, C., & Amadori, A. (2008). Predicting the vote: Implicit attitudes as predictors of the future behavior of decided and undecided voters. *Political Psychology*, 29(3), 369–387.
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia de 1991*. Gaceta Constitucional 116 de 20 de julio de 1991. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html
- Ayala, A. (2012). La utilización del Test de Asociación Implícita en los procesos electorales. *Tribunal Electoral del poder judicial de la Federación*, 10, 267-292.

- Ayala, A., & Martínez, D. (2013). Análisis de los resultados del Test de Asociación Implícita de la elección Presidencial mexicana del 2012. *Tribunal Electoral del poder judicial de la Federación*, 59-99.
- Banaji, M., Lemm, K., & Carpenter, S. (2001). The Social Unconscious. En A. Tesser & N. Schwarz (Eds.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Interindividual Processes* (pp. 134-158). Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Barbero-Rubio, A., López-López, J., Luciano, C., & Eisenbeck, N. (2016). Perspective-taking measured by Implicit Relational Assessment Procedure (IRAP). *The Psychological Record*, 66, 1-10.
- Barnes-Holmes, D., Barnes-Holmes, Y., Luciano, C., & McEntegart, C. (2017). From the IRAP and REC model to a multi-dimensional multi-level framework for analyzing the dynamics of arbitrarily applicable relational responding. *Journal of Contextual Behavioral Science*, 6(4), 434-445. doi:10.1016/j.jcbs.2017.08.001
- Barnes-Holmes, D., Barnes-Holmes, Y., Power, P., Hayden, E., Milne, R., & Stewart, I. (2006). Do you know what you really believe? Developing the Implicit Relational Evaluation Procedure (IRAP) as a direct measure of implicit beliefs. *The Irish Psychologist*, 32(7), 169-177.
- Barnes-Holmes, D., Barnes-Holmes, Y., Stewart, I., & Bowles, S. (2010). A sketch of the implicit relational assessment procedure (IRAP) and the relational elaboration and coherence (REC) model. *The Psychological Record*, 60, 527-542.
- Barnes-Holmes, D., Finn, M., McEntegart, C., & Barnes-Holmes, Y. (2017). Derived stimulus relations and their role in a behavior-analytic account of human language and cognition. *Behavior Analyst*, 41, 155-173. doi: 10.1007/s40614-017-0124-7

- Barnes-Holmes, D., Murtagh, L., Barnes-Holmes, Y., & Stewart, I. (2010). Using the Implicit Association Test and the Implicit Relational Assessment Procedure to measure attitudes towards meat and vegetables in vegetarians and meat-eaters. *The Psychological Record*, *60*, 287-306.
- Baron, R., & Byrne, D. (2005). *Psicología Social*. Madrid: Pearson.
- Beltrán, C., & Sandoval, M. (2015). Efecto de la capacitación y el diseño del tarjetón sobre la comprensión y la validez del voto. *Universitas Psychologica*, *14*, 1067-1076. doi:10.11144/Javeriana.upsy14-3.ecdt
- Briñol, P., Horcajo, J., Becerra, A., Falces, C., & Sierra, B. (2002). Cambio de actitudes implícitas. *Psicothema*, *14*(4), 771-775.
- Brussino, S., Alonso D., & Dreizik, M. (2013). Psicología política del comportamiento de voto: la elección presidencial 2011 en Argentina. *Psicología Política*, *13*(28), 453-470.
- Brussino, S., Alonso, D., & Imhoff, D. (2015). Dimensiones culturales, afectivas y cognitivas del comportamiento de voto al Kirchnerismo. *Psicología y Sociedades* (27)2, 351-361. doi: 10.1590/1807-03102015v27n2p351.
- Cárdenas, M., & Barrientos, J. (2008). The attitudes toward lesbians and gay men scale (ATLG): Adaptation and testing the reliability and validity in Chile. *Journal of Sex Research*, *45*(2), 140-149. doi: 10.1080/00224490801987424
- Cárdenas, M., González, C., Calderón, C., & Lay, S. (2009). Medidas explícitas e implícitas de las actitudes hacia las mujeres. *Interamerican Journal of Psychology*, *43*(3), 541-546.
- Clemente, M. (2012). Papel de las ciencias sociales y del comportamiento en la Ley. *Psicología Política*, *44*, 87-107.

- Congreso de la Republica de Colombia. (2011). *Ley 1475 de 2011. Por la cual se adoptan las reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos, de los procesos electorales y se dictan otras disposiciones*. Recuperado de <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=43332>
- Corte Constitucional de Colombia. Sala Plena. (1997). *Sentencia C-337-97. Magistrado ponente Carlos Gaviria Díaz*. Recuperado de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1997/C-337-97.htm>
- Dixon, M., Rehfeldt, R., Zlomke, K., & Robinson, A. (2006). Exploring the development and dismantling of equivalence classes involving terrorist stimuli. *The Psychological Record, 56*, 83–103.
- Drake, C., Krammer, S., Habib, R., Schuler, R., Blankenship, L., & Locke. (2015). Honest politics: Honest politics: Evaluating candidate perceptions for the 2012 U.S. election with the Implicit Relational Assessment Procedure. *Journal of Contextual Behavioral Science, 4*(2), 129-138. doi: 10.1016/j.jcbs.2015.04.004
- Dymond, S., & Roche, B. (Eds.) (2013). *Advances in Relational Frame Theory: Research and application*. Oakland, CA: New Harbinger Publications.
- Elías, G. (2015). Las campañas electorales negativas. *Revista Científica Semestral IN IURE, 2*, 46-63.
- Farrell, L., Cochrane, A., & McHugh, L. (2015). Exploring attitudes towards gender and science: The advantages of an IRAP approach versus the IAT. *Journal of Contextual Behavioral Science, 4*, 121-128. doi: 2015.04.002

- Friese, M., Bluemke, M., & Wänke, M. (2007). Predicting voting behavior with implicit attitude measures: The 2002 German parliamentary election. *Experimental Psychology*, 54(4), 247-255. doi:10.1027/1618-3169.54.4.247
- Friese, M., Smith, C., Plischke, T., Bluemke, M., & Nosek, B. (2012). Do implicit attitudes predict actual voting behavior particularly for undecided voters? *PLoS ONE* 7(8), e44130. doi: 10.1371/journal.pone.0044130
- Fowler, J., Baker, L., & Dawes, C. (2008). Genetic variation in political participation. *The American Political Science Review*, 102, 233-248. doi S0003055408080209
- Greenwald, A., Nosek, B., & Banaji, M. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2), 197-216. doi: 0022-3514.85.2.197
- Gross, A., & Fox, E. (2009). Relational Frame Theory: an overview of the controversy. *The Analysis of Verbal Behavior*, 25, 87-98. doi: 10.1007/BF03393073
- Grossi, F., Herrero, F., Rodríguez, F., & Fernández, J. (2000). Conducta de voto en los jóvenes. *Psicothema*, 12(2), 255-259.
- Haidt, J. (2012). *The righteous mind. Why good people are divides by politics and religion*. New York: Vintage Books.
- Hayes, S., Barnes-Holmes, D., & Roche, B. (2001). *Relational frame theory: A post-Skinnerian account of human language and cognition*. New York: Plenum.
- Hughes, S., & Barnes-Holmes, D. (2016a). Relational Frame Theory: The Basic Account. En R. Zettle, S. Hayes, D. Barnes- Holmes & A. Biglan. *The Wiley Handbook of Contextual Behavioral Science* (129-179). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.

- Hughes, S., & Barnes-Holmes, D. (2016b). Relational Frame Theory: Implications for the study of human language and cognition. En R. Zettle, S. Hayes, D. Barnes- Holmes & A. Biglan. *The Wiley Handbook of Contextual Behavioral Science* (179-227). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Hussey, I., Barnes- Holmes, D., & Barnes-Holmes, Y. (2015). From Relational Frame Theory to implicit attitudes and back again: clarifying the link between RFT and IRAP research. *Current Opinion in Psychology*, 2, 11-15. doi: 10.1016/j.copsyc.2014.12.009
- Kissi, A., Hughes, S., De Schryver, M., De Houwer, J., & Crombez, G. (2018). Examining the moderating impact of plys and tracks on the insensitivity effect: a preliminary investigation. *The Psychological Record*, 68, 431-440. doi: 10.1007/s40732-018-0286-z
- Kissi, A., Hughes, S., Mertens, G., Barnes-Holmes, D., De Houwer, J., & Crombez, G. (2017). A Systematic review of pliance, tracking, and augmenting. *Behavior Modification*, 41, 683-707. doi: 10.1177/0145445517693811
- Kuschick, M.(2006). Encuesta de opinión, imagen y cambio de actitud. *Revista mexicana de ciencias politicas y sociales, XLVIII*. Mexico. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v48n196/0185-1918-rmcps-48-196-143.pdf>
- Lane, K., Banaji, M., Nosek, B., & Greenwald, A. (2007). Understanding and using the Implicit Association Test: IV. What we know (so far). En B. Wittenbrink & N. Schwartz (Eds.), *Implicit measures of attitudes: Procedures and controversies* (pp. 59-102). New York: Guilford Press.
- Liscano-Cleves, L., Polania-Garzón, M. & Quiroga-Baquero, L. (2018). Defensores de familia en la toma de decisiones administrativas: Actitudes implícitas y explícitas. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 11(1), 101-111.

- Luna, E., Zambrano, C., Ceballos, A., & Villalobos, F. (2017). Validación un procedimiento estandarizado de medición de actitudes implícitas frente al suicidio. *Revista CES Psicología, 10*(2), 66-85. doi: 10.21615/cesp.10.2.5
- Maloney, E. & Barnes-Holmes, D. (2016). Exploring the behavioral dynamics of the Implicit Relational Assessment Procedure: The role of relational contextual cues versus relational coherence indicators as response options. *Psychological Record, 66*, 395. doi:10.1007/s40732-016-0180-5
- Montero, M., & Dorna, A. (1993). La Psicología Política: Una Disciplina En La Encrucijada. *Revista Latinoamericana de Psicología, 25*, 7-15.
- Navia, P., & del Pozo, B. (2012). Los efectos de la voluntariedad del voto y de la inscripción automática en Chile. *Estudios Públicos, 127*, 161-191.
- Nosek, B., Graham, J., & Hawkins, C. (2010). Implicit political cognition. En B. Gawronski, & B. K. Payne (Eds.), *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory, and applications* (pp. 548–564). New York: Guilford Press.
- Ocampo, N. (2016). La intención de voto frente a la decisión del ciudadano. Elecciones para la alcaldía de Manizales - 2005. *Ambiente Jurídico, 21*. pp. 67-88
- Parling, T., Cernvall, M., Stewart, I., Barnes-Holmes, D., & Ghaderi, A. (2012). Using the Implicit Relational Assessment Procedure to compare implicit pro-thin/anti-fat attitudes of patients with anorexia nervosa and nonclinical controls. *Eating Disorders, 20*, 127–143.
- Posgrados en Psicología Jurídica - Universidad Santo Tomas. (2016). *Definición de la Psicología Jurídica*. Recuperado de <https://facultadpsicologia.usta.edu.co/index.php/investigacion-maestria2>

- Presno, M. (2011). *El derecho de voto. Un derecho político fundamental*. Recuperado de <https://presnolinera.files.wordpress.com/2011/10/el-derecho-de-voto-un-derecho-polc3adtico-fundamental-libro.pdf>
- Raccuia, L. (2016). Single-Target Implicit Association Tests (ST-IAT) predict voting behavior of decided and undecided voters in Swiss referendums. *Plos One*, *11*(10), e0163872. doi:10.1371/journal.pone.0163872
- Remue, J., De Houwer, J., Barnes-Holmes, D., Vanderhasselt, D., & De Raedt, R. (2013). Self-esteem revisited: performance on the implicit relational assessment procedure as a measure of self- versus ideal self-related cognitions in dysphoria. *Cognition and Emotion*, *27*(8), 1441–1449.
- Rendón, M., & Quiroga-Baquero, L. (2017). Investigación traslacional en el estudio de marcos deícticos: reflexiones a partir de un trabajo experimental. *Revista Mexicana de Análisis de la Conducta*, *43*, 97-127. doi: 10.5514/rmac.v43.i1.61078
- Roche, B., Ruiz, M., O’Riordan, M., & Hand, K. (2005). A relational frame approach to the psychological assessment of sex offenders. En M. Taylor & E. Quayle (Eds.), *Viewing child pornography on the Internet: Understanding the offence, managing the offender, and helping the victims* (pp. 109–125). Dorset, UK: Russell House Publishing.
- Rubiano, J., & Barreto, M. (2015). Relación entre variables sociodemográficas, psicosociales y de *marketing* político en la conducta de voto y abstencionismo en jóvenes. *Perspectiva Empresarial*, *2*(1), 61-74. doi: 10.16967/rpe.v2n1a4
- Sidman, M. (2018). What is interesting about equivalence relations and behavior? *Perspectives in Behavior Science*, *41*, 33-43. doi: 10.1007/s40614-018-0166-5

- Skinner, B.F. (1966). An operant analysis of problem solving. En B. Kleinmuntz (Ed.) *Problem solving: Research, method and theory* (pp. 133-171). New York: John Wiley & Sons.
- Vázquez, J., Panadero, S., & Paz, P. (2008). Implicación de las actitudes y desesperanza en la participación electoral de estudiantes españoles y latinoamericanos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 40(3), 551-564.
- Zettle, R., Hayes, S., Barnes-Holmes, D., & Biglan, A. (2016). *The Wiley Handbook of Contextual Behavioral Science*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell.