

La utilización del Test de Asociación Implícita en los procesos electorales

*The use of the Implicit Association Test
in electoral processes*

Alfonso Ayala Sánchez (México)*

Fecha de recepción: 11 de mayo de 2012

Fecha de aceptación: 26 de julio de 2012

RESUMEN

El Test de Asociación Implícita (TAI) es una herramienta utilizada para conocer las preferencias no conscientes de las personas. Desde hace una década se han realizado investigaciones que validan que el TAI es un indicador fiable de las preferencias electorales y que es de especial utilidad para conocer las intenciones de voto de los electores indecisos, como se ha demostrado en las últimas tres elecciones presidenciales de los Estados Unidos y en algunos países europeos.

El Proyecto Implícito surgió como un esfuerzo científico para dar apoyo virtual a todos aquellos investigadores que deseen utilizar este test, por lo que ha colocado en línea diversos TAI de diferentes tópicos que la ciudadanía puede consultar y aplicar. Los científicos del Proyecto Implícito en México diseñaron un nuevo test para las elecciones presidenciales mexicanas de 2012 como parte de un esfuerzo por conocer mejor las preferencias electorales de los mexicanos.

* Consejero electoral del Instituto Electoral Veracruzano. ayalalfonso@gmail.com.

PALABRAS CLAVE: Test de Asociación Implícita, preferencias inconscientes, elecciones.

ABSTRACT

The Implicit Association Test (IAT) is a tool used to know the implicit preferences of the people. Over the past decade, research has been conducted to validate that the IAT is a reliable indicator of voters preferences and it's particularly useful to know the intentions of undecided voters, as demonstrated in the last three presidential elections in the United States and some European countries.

The Project Implicit emerged as a scientific effort to give virtual support to researchers who want to use this Test, so it has upload online several IAT's of different topics that the public can view and apply in the Internet. Scientists of the Project Implicit Mexico have developed a new Test for the Mexican presidential elections this year, as part of an effort to better understand the electoral preferences of Mexican voters.

KEYWORDS: Implicit Association Test, unconscious preferences, elections.

Presentación y antecedentes

Una de las tareas más difíciles que tienen los encuestadores profesionales hoy en día es la de predecir correctamente los resultados electorales. Son diversos los casos en que las tendencias pronosticadas fallan y no hay razón aparente para la inconsistencia encontrada entre las encuestas levantadas en días anteriores a la elección y los resultados obtenidos el día de los comicios. Incluso si las encuestas se realizan en una fecha muy cercana a la elección siguiendo un método de muestreo correcto, esto no asegura la precisión de las predicciones.

De los diversos métodos que tratan de explicar esta divergencia entre lo esperado y los resultados reales, está la metodología utilizada comúnmente por los encuestadores, quienes confían casi de forma exclusiva en mediciones explícitas o conscientes, como son los cuestionarios, y que no siempre reflejan las verdaderas intenciones de los votantes, ya que dependen tanto de la capacidad de una persona para autoevaluar con precisión sus preferencias, como de la voluntad de reportarlas a los encuestadores (Sherman *et al.* 2003).

Desde hace varias décadas, los científicos han determinado que la medición de las preferencias mediante cuestionarios escritos presenta problemas de validez (Webb *et al.* 1966, 10-2), debido, en parte, a que no toma en cuenta que algunos encuestados, por diversas razones, se niegan a responder o dan una respuesta en las encuestas pero toman una decisión diferente el día de las elecciones. Se han determinado tres subcategorías para este tipo de electores:

1. Los “reticentes”, que se niegan a participar en los sondeos de opinión y no dan a conocer su preferencia electoral;
2. Los “volátiles”, que son los individuos que expresan una clara preferencia política ante los encuestadores, pero el día de la elección se comportan de manera diferente, principalmente porque sienten que en la encuesta deben de dar una respuesta socialmente de-

- seable, que no sea diferente de la del resto de sus allegados más cercanos (Noelle-Neumann 1993, 38-42); y
3. Los “indecisos”, quienes verdaderamente no saben por quién votarán o se esconden bajo un manto de indecisión, aunque probablemente ya hayan decidido su voto (Roccatto y Zogmaister 2010).

La presencia de este tipo de electores no es algo poco frecuente, y de hecho continuamente se reportan tasas de 20% o más de votantes que no han decidido por quién votarán pocos meses antes de elecciones importantes (Arcuri *et al.* 2008). Aunado a esto, existen datos que indican que muchos de los electores indecisos eligen por quién votar los días previos al momento de la elección, e incluso ya estando en la casilla de votación (Barisione y Mannheimer 1999).

Métodos de medición implícitos

El problema metodológico antes mencionado hace evidente la importancia de encontrar mediciones alternativas complementarias que permitan tomar en cuenta a estos electores, a fin de que los sondeos muestrales se acerquen lo más posible a la realidad. Una opción cada vez más utilizada es la de incluir mediciones de carácter implícito, que parten de la premisa de que existen preferencias o actitudes que generalmente no son conscientes, y que al acceder a ellas sin los efectos distorsionantes de las mediciones explícitas, permiten predecir con una mayor certeza las decisiones futuras de las personas (Sherman *et al.* 2003). Recientemente esta suposición se ha visto validada al demostrarse que las mediciones implícitas de las actitudes políticas han predicho correctamente la conducta futura de los votantes (Arcuri *et al.* 2008).

Las mediciones implícitas difieren de las explícitas en que pueden revelar asociaciones mentales que no requieren de un acto de introspección por parte del entrevistado, con lo que su resultado se ve influido principalmente por procesos denominados automáticos (Ranganath, Smith y Nosek

2008). Algunas de las características más importantes de dichos procesos son las siguientes:

1. Carecen de intencionalidad (se inician sin alguna intención consciente);
2. Presentan una alta eficiencia de procesamiento (ocurren sin importar otras actividades que el individuo esté realizando en ese momento);
3. Poseen una controlabilidad reducida (la decisión de no activar el proceso no detiene la ocurrencia del mismo);
4. Presentan una alta velocidad (el proceso se activa en milisegundos) (De Houwer y Moors 2007, 184); y
5. Se tiene una conciencia reducida de los orígenes, significado u ocurrencia de la respuesta (Nosek 2007).

Pero, ¿de dónde surgen estas asociaciones mentales automáticas? La respuesta proviene de la forma en que la mente humana trabaja. Hay evidencias empíricas claras que demuestran que existen asociaciones automáticas que se producen de forma inevitable cuando los seres humanos utilizamos la mente para procesar la enorme información que recibimos del mundo exterior. Nuestro cerebro emplea una serie de procedimientos de simplificación como una herramienta para tratar de reducir la complejidad de la información recibida, a fin de que sea posible tomar decisiones de forma eficiente. Este tipo de procedimientos mentales de simplificación (denominados heurísticos), en general resultan muy útiles para la vida cotidiana, puesto que nos ayudan a evaluar lo que existe a nuestro alrededor (Muñoz 2011).

La idea subyacente es que cada vez que a nuestro cerebro se le presenta una información, ésta recibe un proceso de elaboración previa (denominado *priming*) antes de pasar a los procesos de elaboración cognitivos. El *priming* por sí solo tiene la capacidad de afectar la elaboración, el proce-

samiento, la clasificación y el almacenamiento de la información recibida, con lo cual un concepto sostenido en la mente puede ser disparado por un estímulo en el ambiente, y una vez disparado estará listo para ser utilizado por el cerebro a fin de ayudar a categorizar e interpretar los estímulos que recibe el individuo (Moskowitz 2005, 390). Es por esto que una respuesta evaluativa puede surgir de manera automática sin ninguna necesidad de pensamiento consciente o análisis acerca de las propiedades del estímulo (Castelli *et al.* 2004).

De acuerdo con Fazio, las actitudes son concebidas como las asociaciones objeto-evaluación, y dependiendo de qué tan eficiente sea la recuperación automática de la evaluación, será la fuerza de las uniones asociativas (o su accesibilidad). A su vez, a mayor accesibilidad de las respuestas evaluativas (recuperación rápida y eficiente de la memoria), mayor será la influencia en procesos cognitivos y conductas subsiguientes (Fazio 2001; Arcuri *et al.* 2008).

Es debido a esto que la percepción que puedan tener los electores tanto de la personalidad como de los rasgos característicos de los candidatos, se ha vuelto tan importante en las campañas políticas recientes (Funk 1999). Los encargados de la mercadotecnia política saben que los electores tienden a desarrollar percepciones simplificadas de los candidatos durante las campañas electorales (Caprara y Zimbardo 2004; Caprara, Barbaranelli y Zimbardo 2002), por lo que tratarán de promover asociaciones inconscientes automáticas entre el candidato para el cual trabajan y ciertos rasgos de personalidad considerados positivos (confiabilidad, honestidad, valor, etcétera), mientras que al candidato opositor se le asociarán rasgos considerados como desagradables por la mayoría de las personas (ineficiencia, incapacidad, inexperiencia, etcétera) (Nevid y McClelland 2010). Incluso no es extraño que los asesores de campaña estén más preocupados en que los candidatos presenten una personalidad que resulte atractiva al electorado, en lugar de promover alguna ideología en particular (Caprara y Zimbardo 2004).

También es frecuente que las campañas con proyección nacional estén moldeadas por una incesante transmisión de anuncios políticos donde se ataca a los candidatos contrarios y se intenta resumir el carácter del oponente a unos cuantos rasgos indeseables, con frases pegadizas que, se espera, queden en la memoria de los votantes al momento de sufragar (Nevid y McClelland, 2010). Hay evidencia de que este tipo de percepciones sobre los políticos contribuye a la conducta del votante, independientemente de su afiliación partidista (Pillai *et al.* 2003).

Durante mucho tiempo los investigadores cognitivos desdeñaron la importancia de este tipo de asociaciones espontáneas y afectivas al momento de tomar decisiones, pues se pensaba que éste era un proceso racional y totalmente consciente. No es sino hasta hace unas cuantas décadas cuando se comenzó a reconocer la importancia del componente inconsciente en la toma de decisiones. Es así que las respuestas afectivas se han incorporado a los nuevos modelos de decisión política (Glaser y Salovey 1998; Marcus y MacKuen 2001, 41-67), y que se acepta que las respuestas evaluativas comúnmente son el resultado de procesos espontáneos e incontrolados, que impactan profundamente nuestras decisiones y nuestro comportamiento (Arcuri *et al.* 2008).

El Test de Asociación Implícita

Ante la necesidad de contar con un método de medición de actitudes y preferencias confiable, los científicos Anthony G. Greenwald y Mahzarin R. Banaji comenzaron a desarrollar en la última década del siglo pasado un instrumento de medición implícito basado en una categoría teórica desarrollada por ellos, conocida como cognición social implícita, que utiliza las trazas de las experiencias pasadas de los individuos que relacionan sentimientos, pensamientos o acciones con objetos sociales, aun cuando estas experiencias pasadas tan influyentes no sean recordadas en el sentido normal del término, es decir, que no estén disponibles a la introspección (Greenwald y Banaji 1995). Este método, denominado Test de Asociación

Implícita (Implicit Association Test) o TAI, se introdujo a la literatura científica en 1998, en el *Journal of Personality and Social Psychology*, después de varios años de refinamiento y prueba de los parámetros en los laboratorios de las Universidades de Washington y Yale (Greenwald *et al.* 1998).

El TAI es definido por sus creadores como una prueba cognitiva que diagnostica las preferencias o actitudes que los individuos poseen, pero que no aprecian en su totalidad (Blanton y Jaccard 2006), es decir, provee una medida de la fuerza de las asociaciones automáticas entre pares de conceptos, denominados categorías y atributos (Greenwald *et al.* 2003). Para lograr dicho propósito los participantes de la prueba deben hacer una categorización dual de diversos estímulos individuales en un monitor o computadora, lo más rápido posible, en donde una de las categorizaciones involucra la discriminación entre palabras positivas y negativas, mientras que la otra discrimina entre dos estímulos visuales (en forma de palabras, símbolos o imágenes). Se asume que las respuestas se facilitarán (y por lo tanto serán más rápidas y acertadas) cuando las categorías que están cercanamente asociadas comparten una respuesta, en comparación con el caso contrario (Lane *et al.* 2007, 62-4; Greenwald *et al.* 1998).

A partir de que el TAI hizo su aparición en el mundo científico, diversos investigadores lo adoptaron rápidamente, debido sobre todo a las siguientes razones:

1. Produce resultados estadísticamente cuantificables;
2. Se puede adaptar fácilmente para medir diversos tipos de asociaciones, correspondientes a constructos como las actitudes, estereotipos, autoestima, etcétera; y
3. Su aplicación no se circunscribe al campo de la psicología social, sino que abarca a las neurociencias cognitivas, psicopatología, investigación de los hábitos de consumo, marketing, política, etcétera (Monteith, Voils y Ashburn-Nardo 2001).

El TAI y las preferencias electorales

El TAI, casi desde su implementación, ha sido utilizado para medir las preferencias electorales inconscientes, especialmente en los comicios de los Estados Unidos. Comenzando en el año 2000 con las elecciones presidenciales entre el candidato demócrata Al Gore y el republicano George W. Bush, investigadores relacionados con el diseño del TAI han venido dando un seguimiento de las tendencias electorales estadounidenses, principalmente porque estos ejercicios sociales brindan una excelente oportunidad para validar o rechazar los modelos e instrumentos de investigación electoral que se van desarrollando.

En ese primer trabajo de investigación del año 2000, el objetivo de los científicos Greenwald, Nosek y Banaji era saber si las mediciones explícitas (encuestas autorreportables) e implícitas (el TAI de la elección 2000) de 8, 218 voluntarios sobre los candidatos presidenciales se correlacionaban de alguna manera. Lo que ellos encontraron fue que sí existía una asociación fuerte (de .86) entre ambas mediciones, validando así la utilización del test en el ámbito electoral (Hofmann *et al.* 2005; Greenwald *et al.* 2003). Este estudio se replicó con 194 voluntarios, obteniendo resultados de asociación fuerte muy similares al estudio original entre el TAI Bush-Gore y las mediciones explícitas (Karpinski, Steinman y Hilton 2005).

Para las elecciones presidenciales de 2004, en las que se enfrentaron los candidatos John F. Kerry, del Partido Demócrata, y George W. Bush, del Republicano, se decidió probar la validez de una versión ligeramente modificada del TAI, denominada Test Abreviado de Asociación Implícita (Brief IAT), el cual trabaja sólo con dos categorías, en lugar de las cuatro presentes en el test completo. Se le pidió a los 40 voluntarios que reportaran sus preferencias electorales mediante un método explícito (una prueba Likert) y que realizaran el Test Abreviado de la elección de 2004, a fin de determinar si ambos tipos de mediciones presentaban alguna correlación. Aunque los resultados demostraron una asociación entre medición explícita e implícita, ésta fue menor que la observada en otros experi-

mentos con el TAI completo, y sólo para los voluntarios con una percepción positiva de alguno de los candidatos (no para los indecisos) (Sriram y Greenwald 2009).

Sin duda las elecciones de 2008 fueron muy interesantes para todos aquellos investigadores dedicados a los estudios electorales. Desde las primarias demócratas (Hillary R. Clinton vs. Barack Obama) ya se perfilaba que en esa elección se podrían probar TAI con diversos niveles de preferencias y prejuicios (racismo y sexismo, por ejemplo) que no se presentan muy frecuentemente en elecciones tan importantes como las presidenciales. Dos investigaciones que utilizaron diversos TAI se reseñan a continuación.

El primer estudio se enfocó en las reacciones de los votantes previas a las elecciones primarias del Partido Demócrata. En esta investigación se combinaron diversas pruebas, tanto explícitas como implícitas, con el fin de medir los niveles de racismo y de sexismo presentes en los votantes, así como su efecto en los postulados igualitarios asociados con los electores liberales. Entre el 9 de marzo y el 23 de abril de 2008, 513 voluntarios participaron en el estudio realizado, a los cuales se les aplicaron las siguientes pruebas: TAI de antiprejuicios, TAI de candidatos 2008, cuestionario sobre igualdad de derechos, la Escala de sexismo moderno y la Escala de racismo moderno. Finalmente, se les pidió que revelaran su intención de voto. Debido a que las personas de raza blanca tienen un mayor riesgo de ser percibidos como racistas, el trabajo se centró en este grupo demográfico, pues los investigadores supusieron que exhibirían reacciones cognitivas más complejas que otros grupos étnicos. Los resultados arrojados fueron muy interesantes:

1. La preferencia implícita por alguno de los candidatos se relacionó con la condena implícita del prejuicio contra el grupo del otro candidato;
2. La elección explícita del candidato se relacionó fuertemente tanto con la preferencia implícita por dicho candidato como con la con-

dena implícita del prejuicio, de forma tal que quienes votaron por Obama lo prefirieron implícitamente, pero también condenaron más al sexismo que al racismo, y quienes votaron por Clinton actuaron de forma inversa; y

3. Se determinó que el fenómeno denominado “igualitarismo compensatorio” se asoció de manera fuerte con los individuos de raza blanca que presentaron prejuicios explícitos bajos, a diferencia de quienes presentaron prejuicios explícitos altos. Esto probablemente se deba a que los individuos con preocupaciones igualitarias experimentaron un conflicto que sintieron la necesidad de compensar por un comportamiento que pudiera ser considerado racista o sexista (Moss-Racusin, Phelan y Rudman 2010).

En el segundo estudio realizado una semana antes de las elecciones presidenciales estadounidenses entre los candidatos Barack Obama y John McCain, el investigador Anthony G. Greenwald, de la Universidad de Washington, y un grupo de sus colaboradores diseñaron un ejercicio con 1,057 votantes registrados que, de forma voluntaria, expresaron su intención de voto y llevaron a cabo cuatro pruebas de preferencia racial (blancos vs. negros): dos explícitas (una escala de termómetro del 1 al 10 y una prueba Likert de 7 puntos) y dos implícitas (TAI racial y el procedimiento de atribución afectivo). Además, se realizaron mediciones de racismo simbólico y conservadurismo político, que son fuertes predictores de la intención del voto entre los estadounidenses. El objetivo principal de la investigación era determinar la habilidad predictiva de las mediciones implícitas. El estudio estableció que aquellos individuos que presentaban una preferencia mayor por las personas blancas tenían una probabilidad más alta ($p = 10^{-52}$) de votar por McCain, aun después de agregar el conservadurismo político ($p = 10^{-24}$) y confirmó que el TAI es una herramienta útil para predecir el comportamiento de los votantes ($p = 10^{-7}$) (Greenwald *et al.* 2009).

No sólo en Estados Unidos se ha comenzado a aprovechar esta herramienta implícita en cuestiones electorales, Italia también ha aportado investigaciones muy relevantes concernientes al TAI y su posible aplicación como predictor de intención de voto, en especial entre los electores indecisos.

Luciano Arcuri y su equipo efectuaron dos estudios con el fin de medir la validez predictiva de las actitudes políticas implícitas en relación con el comportamiento electoral, utilizando la herramienta TAI. En el primer estudio, llevado a cabo un mes antes del 13 de mayo de 2001, día de las elecciones generales en Italia, 74 voluntarios residentes en Milán fueron entrevistados a fin de conocer si ya sabían por qué candidato votar. De ellos, 12 ya se habían decidido por Silvio Berlusconi, líder de la coalición de derecha “Casa delle Liberta”, 22 ya lo habían hecho por Francesco Rutelli, líder del grupo izquierdista “Ulivo”, otros 10 preferían candidatos de partidos más pequeños y 30 estaban indecisos. A todos ellos se les aplicó el TAI de la elección y se les pidió regresar después de los comicios. Al comparar los datos tomados antes de la elección con los reportados por los voluntarios después de votar, se encontró lo siguiente: las preferencias implícitas de los votantes que ya habían decidido por quién votar se correspondieron casi de manera exacta con su conducta subsiguiente, lo que valida al TAI como instrumento de predicción. Pero más interesante aun resultó la relación que emergió entre las preferencias implícitas de los votantes indecisos y su conducta electoral posterior. A fin de analizar esta relación más a fondo, se decidió repetir el estudio con el TAI, pero sólo con votantes indecisos en las elecciones locales de Véneto, en 2005. Los resultados volvieron a demostrar una propiedad predictiva del TAI, pero además dan soporte a la hipótesis de la presencia de preferencias “latentes” en los votantes indecisos, surgidas a partir de emociones o afectos espontáneos (Arcuri *et al.* 2008).

El Proyecto Implícito

Con los ejemplos mencionados anteriormente, es claro que el TAI ha demostrado ser una herramienta muy útil para estudiar las preferencias electora-

les. Entre investigadores de varios países del mundo ha surgido el interés de adaptar esta herramienta a sus condiciones locales, con el fin de aportar una luz a los procesos electorales propios, en especial cuando las contiendas electorales son reñidas.

Es por esto que investigadores de las universidades de Harvard, Virginia y Washington han unido esfuerzos para crear un proyecto de investigación continuo en línea, sin fines de lucro que, en sus propias palabras:

proporciona un ambiente virtual cómodo, seguro y bien diseñado para continuar explorando los fenómenos psicológicos y, al mismo tiempo, proporcione a los visitantes y participantes una experiencia tanto educativa como interesante.

Este proyecto, denominado Proyecto Implícito está alojado en el servidor de la Universidad de Harvard, en la siguiente dirección de internet: <https://implicit.harvard.edu/implicit/> e incluye Tests de Asociación Implícita autoaplicables sobre una variedad de temas, entre ellos los electorales. De acuerdo con la información aportada por el mismo sitio, desde 1998 (fecha de su inauguración) los visitantes han completado más de 4.5 millones de test de demostración, con un promedio actual de 15,000 test por semana, más de 200 artículos han reportado haber utilizado el método y cientos de conferencias han abordado el tema (Lane *et al.* 2007, 61).

Este proyecto, autodenominado como laboratorio virtual, tiene cinco objetivos principales:

1. Desarrollar innovaciones tecnológicas y metodológicas para avanzar la investigación psicológica en internet.
2. Desarrollar una interfaz para los investigadores sin experiencia técnica significativa, utilizando las herramientas del laboratorio virtual de investigación del Proyecto Implícito.

3. Proveer un ímpetu para la innovación teórica y metodológica para la investigación en el área de cognición social implícita.
4. Integrar las misiones de educación e investigación en los diversos subdominios del sitio web del Proyecto Implícito.
5. Analizar y archivar la base de datos masiva del sitio web donde se practican los tests de demostración (Proyecto Implícito 2011).

Cualquier persona puede entrar al sitio y sólo con registrarse y contestar un pequeño cuestionario tiene acceso a los test. Las respuestas son totalmente anónimas y los datos se encuentran reservados en el servidor de la Universidad de Harvard. Esta información se utiliza únicamente con fines de investigación para realizar artículos científicos referentes a las actitudes inconscientes de los voluntarios que toman los test y en ningún momento se comparte con personas ajenas al Proyecto Implícito.

Adicionalmente a la página web oficial del proyecto, existe un blog con las discusiones más recientes en la siguiente dirección: <http://projectimplicit.wordpress.com/> y un centro de recursos: <http://projectimplicit.net/>. Gracias al reconocimiento que las investigaciones con esta herramienta implícita han recibido, actualmente el sitio aloja test en 22 idiomas diferentes y tiene investigadores asociados en 36 países. En México, el coordinador del proyecto es el autor, quien ya en 2006 creó un TAI específicamente diseñado para medir lo que los ciudadanos mexicanos sentían sobre los tres candidatos a la presidencia de la República (Roberto Madrazo, Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón Hinojosa).

Cuadro 1. Diversos test disponibles en el sitio web del Proyecto Implícito

The screenshot shows the website for the 'Test de Asociación Implícita' (Implicit Association Test). At the top, there is a navigation bar with links: 'Tome un Test de Demostración', 'Información Relacionada', 'Soporte Técnico', 'Los Científicos', and 'Proyecto Implícito'. Below the navigation bar, the main content area is titled 'Tome un Test de Demostración' and lists several tests with their descriptions:

- Edad**: **Edad (Joven-Viejo TAI)**. Este TAI se basa en la habilidad del participante para distinguir caras viejas de caras jóvenes. Normalmente este TAI indica una preferencia automática por los jóvenes.
- Tono de piel**: **Tono de Piel (Piel Clara - Piel Oscura TAI)**. Para que este TAI sea efectivo es necesario que el participante tenga la habilidad de diferenciar rostros de piel blanca de rostros de piel oscura. Normalmente este TAI muestra en los participantes preferencia por personas de piel blanca sobre personas de piel oscura.
- TAI de la Elección 2006**: **Elección**. Este TAI requiere la habilidad de distinguir entre varios candidatos de la Elección Presidencial 2006. Usted tendrá la oportunidad de escoger candidatos para este test.
- Peso**: **Peso (Gordo-Flaco TAI)**. Este TAI se basa en la habilidad del participante para distinguir rostros de personas obesas y rostros de personas delgadas. Normalmente este TAI revela una preferencia automática por las personas delgadas.
- Género**: **Género (Género-Ciencia TAI)**. Este TAI normalmente muestra una relación entre las artes liberales y las mujeres y entre la ciencia y los hombres.
- Países**: **Países (TAI México-Estados Unidos)**. Este TAI se basa en la habilidad del participante para reconocer caras de líderes e íconos nacionales. Los resultados pueden ser usados como una nueva manera de medir el nivel de nacionalismo.
- Sexualidad**: **Sexualidad**. Este TAI se basa en la habilidad para distinguir palabras y símbolos que representan personas homosexuales y heterosexuales. Normalmente se revela una preferencia automática por personas heterosexuales.
- Raza**: **Raza (Negro-Blanco TAI)**. Este TAI se basa en la habilidad del participante para distinguir entre rostros europeos y africanos. Los resultados indican mayormente una preferencia automática por los blancos.
- Razas en México**: **Razas en México**. Este TAI se basa en la habilidad del participante para distinguir entre rostros europeos, mestizos e indígenas, que son las principales razas prevalentes en México. Los resultados indican mayormente una preferencia automática hacia los Europeos que hacia los Indígenas y los Mestizos.

Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Utilización del TAI en las elecciones de 2006

La evaluación diseñada era muy simple: las personas que entraban al sitio web del Proyecto Implícito, después de contestar algunas preguntas para conocer sus características personales generales (edad, género, estado de la República de residencia, etcétera), y sus preferencias políticas, tenían que evaluar a los candidatos por parejas.

Cuadro 2. Cuestionario sobre los datos demográficos

TAI de Candidatos Presidenciales

Su Demografía	
Sexo	<input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino
Edad	<input type="text"/>
Raza	<input type="text"/>
Identidad Política	<input type="text"/>
Educación	<input type="text"/>
Si usted ha completado por lo menos parte de la licenciatura, indique su campo de estudio y hasta que nivel llegó.	
Estado de Residencia	<input type="text"/>
En caso de ser diferente de la actual, Estado en la cual usted ha residido por más tiempo.	
Código Postal Actual	<input type="text"/>
Si diferente del actual, el código postal donde ha vivido usted más.	
<input type="button" value="Proceda"/>	

Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Cuadro 3. Cuestionario sobre las preferencias políticas

Cuestionario

Por favor responda cada una de las preguntas siguientes. Hágalo honestamente y no invierta mucho tiempo en una sola pregunta.

¿Cuál afirmación mejor lo describe a usted?	
<input type="radio"/>	Fuertemente prefero a Felipe Calderón Hinojosa sobre Roberto Madrazo Pintado.
<input type="radio"/>	Prefiero a Felipe Calderón Hinojosa sobre Roberto Madrazo Pintado.
<input type="radio"/>	Me gustan Felipe Calderón Hinojosa y Roberto Madrazo Pintado por igual.
<input type="radio"/>	Prefiero a Roberto Madrazo Pintado sobre Felipe Calderón Hinojosa.
<input type="radio"/>	Fuertemente prefero a Roberto Madrazo Pintado sobre Felipe Calderón Hinojosa.
Por favor evalúe que tan cálidos o fríos son sus sentimientos hacia:	
(1 = sentimientos más fríos, 10 = sentimientos más cálidos)	
Felipe Calderón Hinojosa	<input type="text"/>
Roberto Madrazo Pintado	<input type="text"/>
Por favor evalúe que tan cálidos o fríos son sus sentimientos hacia:	
(1 = sentimientos más fríos, 10 = sentimientos más cálidos)	
Partido Acción Nacional	<input type="text"/>
Partido Revolucionario Institucional	<input type="text"/>
Por favor elija el partido político con el cual usted se identifica.	<input type="text"/>
Por favor evalúe a que ideología pertenece usted.	<input type="text"/>
¿Qué partido fue más apoyado en su hogar de infancia?	<input type="text"/>
¿Esta usted registrado para votar?	<input type="text"/>
¿Planea usted votar en las elecciones presidenciales que vienen?	<input type="text"/>
¿Por quién votará usted en las elecciones presidenciales que vienen?	<input type="text"/>
Por favor evalúe si está de acuerdo o no con los siguientes ítems:	
Estoy fuertemente interesado en la política nacional	<input type="text"/>
Me identifico fuertemente con mi partido político	<input type="text"/>
Estoy seguro sobre mis puntos de vista en política nacional	<input type="text"/>
Estoy seguro sobre mi preferencia para presidente en el 2006	<input type="text"/>
Me identifico fuertemente con mi candidato presidencial favorito	<input type="text"/>
Considerando solo las cosas positivas de Felipe Calderón Hinojosa, e ignorando las cosas negativas, ¿qué tan positivas son esas cosas?	<input type="text"/>
Considerando solo las cosas positivas de Roberto Madrazo Pintado, e ignorando las cosas negativas, ¿qué tan positivas son esas cosas?	<input type="text"/>
Considerando solo las cosas negativas de Felipe Calderón Hinojosa, e ignorando las cosas positivas, ¿qué tan negativas son esas cosas?	<input type="text"/>
Considerando solo las cosas negativas de Roberto Madrazo Pintado, e ignorando las cosas positivas, ¿qué tan negativas son esas cosas?	<input type="text"/>
¿Qué tanto sabe usted sobre Felipe Calderón Hinojosa?	<input type="text"/>
¿Qué tanto sabe usted sobre Roberto Madrazo Pintado?	<input type="text"/>
<input type="button" value="Proceda"/>	

Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Por lo tanto, se presentaron tres TAI diferentes:

Test 1: Andrés Manuel López Obrador vs. Felipe Calderón Hinojosa.

Test 2: Andrés Manuel López Obrador vs. Roberto Madrazo Pintado.

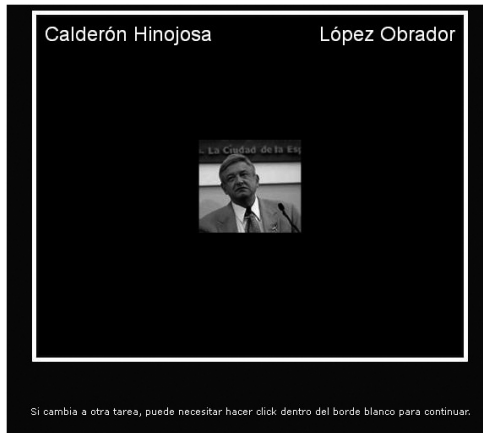
Test 3: Roberto Madrazo Pintado vs. Felipe Calderón Hinojosa.

Cuadro 4. Andrés Manuel López Obrador vs Roberto Madrazo Pintado



Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Cuadro 5. Felipe Calderón Hinojosa vs Andrés Manuel López Obrador



Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Cuadro 6. Felipe Calderón Hinojosa vs Roberto Madrazo Pintado

Fuente: Proyecto Implícito 2011.

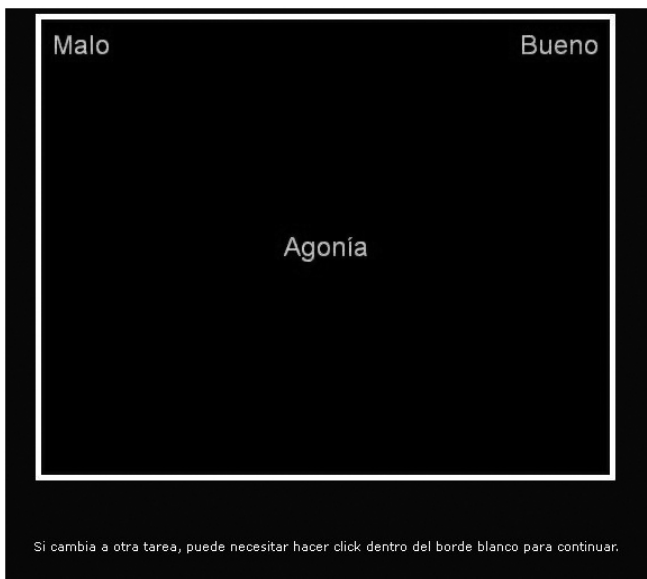
Cada test contaba con siete ítems, donde se proyectaban fotografías de los candidatos y palabras con una valencia, ya fuera positiva o negativa, que el sujeto que realizaba el examen debía parear de acuerdo con lo indicado en la prueba.

El primero, segundo y quinto bloque de ítems eran de práctica, es decir, el programa que calcula los resultados no los tomaba en consideración al realizar el análisis, y sólo sirven para que el usuario se familiarice con la prueba. En ellos únicamente aparecen las imágenes de los candidatos o las palabras positivas y negativas.

En cambio, el tercero, cuarto, sexto y séptimo bloque de ítems eran críticos para que el programa analizara la asociación implícita (positiva o negativa) del usuario con los candidatos, ya que se le pedía que relacionara la imagen de los candidatos con palabras, tanto positivas como negativas, y dependiendo de su velocidad de reacción al apretar las teclas del ordenador el programa del TAI calculaba por cuál de los dos candidatos se tenía una preferencia mayor.

Cuadro 7. Orden y especificaciones para cada uno de los siete bloques del TAI

Bloque	Tipo de ítem	Ítem
1	Práctica	Candidato A/Candidato B
2	Práctica	Malo/Bueno
3	Crítico	Candidato A o Malo/Candidato B o Bueno
4	Crítico	Candidato A o Malo/Candidato B o Bueno
5	Práctica	Candidato B/Candidato A
6	Crítico	Candidato B o Malo/Candidato A o Bueno
7	Crítico	Candidato B o Malo/Candidato A o Bueno

Cuadro 8. Malo vs. Bueno

Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Cuadro 9. Candidato A o Malo vs Candidato B o Bueno



Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Cuadro 10. Candidato A o Malo vs. Candidato B o Bueno



Fuente: Proyecto Implícito 2011.

Al finalizar cada test, los usuarios conocían cuál era su preferencia implícita por cualquiera de los candidatos. Los resultados de las preferencias

podían variar desde muy pequeña o inexistente a leve, moderada o fuerte por alguno de los políticos.

Como la elección presidencial de 2006 tuvo lugar el 2 de julio, el test se puso en línea con un mes de anticipación. De todo el universo de personas que completaron el test, se tomaron tres grupos divididos en el tiempo: un primer grupo de resultados que abarcó desde la puesta en línea del test hasta dos meses después de la elección, en un intento por captar la agitación política de la población durante ese tiempo. Un segundo grupo que incluyó a los participantes que completaron la tarea en el periodo de dos meses a un año después de que las elecciones se llevaron a cabo, que trataría de medir el impacto de los sucesos poselectorales. Y un tercer conjunto que agrupó a los que realizaron el test en julio de 2007, a fin de conocer cómo habían cambiado las preferencias electorales un año después de los comicios.

Cuadro 11. Resultados finales

Test de Asociación Implícita

Tome un Test de Demostración
InformaciónRelacionada
Soporte Técnico
Los Científicos
Proyecto Implícit

**Sus respuestas sugieren
Sus datos sugieren una moderada preferencia automática por Felipe Calderón
Hinojosa sobre Andrés Manuel López Obrador.**

Si su resultado fue descrito como 'inconcluso', [haga click aquí](#).

Su resultado, reportado arriba, ya está corregido para el orden en el que usted realizó las distintas partes del TAI.

Si tiene usted una pregunta sobre los efectos del orden, por favor lea la respuesta en Preguntas Frecuentes 1 en la [página de Preguntas Frecuentes](#) para esta prueba.

La interpretación mostrada arriba es descrita como "preferencia automática por el Candidato X" si usted ha respondido más rápidamente cuando el rostro del Candidato X y las palabras Buenas fueron clasificadas con la misma tecla opuestamente al rostro del Candidato Y y palabras Buenas. Se marca "preferencia automática por el Candidato Y" si usted ha respondido más rápidamente cuando el rostro del Candidato Y y las palabras Buenas fueron clasificadas con la misma tecla opuestamente al rostro del Candidato X y palabras Buenas. Dependiendo de la magnitud de su resultado, su preferencia automática puede ser descrita como "leve", "moderada", "fuerte", o "muy pequeña o inexistente".

Si usted tiene preguntas sin responder acerca de la tarea, por favor revise las [preguntas frecuentes](#) sobre este tipo de investigación. Cualquier pregunta subsecuente puede ser dirigida a los investigadores por correo electrónico en esa página.

Usted puede probar otros test de demostración usando el siguiente link Pedimos a los visitantes que hablen inglés que se registren en el sitio de investigación [donde podrán tener acceso a estudios acerca de mas de 100 temas de investigación acerca de grupos sociales, personalidad y otros](#).

Fuente: Proyecto Implícito.

Utilización del TAI en las elecciones presidenciales de 2012

El TAI es sin duda una herramienta muy útil para exponer preferencias implícitas en los individuos, como lo han demostrado los estudios citados en este trabajo, especialmente en ambientes electorales muy polarizados, como el que vivió la sociedad mexicana en las elecciones presidenciales del año 2006.

Ante los serios cuestionamientos que enfrentan las encuestadoras tradicionales, esta herramienta puede erigirse como una opción seria de análisis de preferencias electorales, además de que brinda una oportunidad a los investigadores sociales para probar teorías o generar nuevas, con respecto a la evolución política de los mexicanos.

Es en este sentido que el equipo del Proyecto Implícito México, liderado por quien esto escribe, llevó a cabo otro ejercicio como el efectuado en 2006, a fin de determinar las preferencias políticas del electorado. El estudio de 2012 incluyó a los cuatro candidatos siguientes:

Cuadro 12. Candidatos presidenciales del 2012

			
<p>Andrés Manuel López Obrador, de la Alianza PRD-PT-Movimiento Ciudadano. (FUENTE: CNN 2006)</p>	<p>Enrique Peña Nieto, de la alianza PRI-PVEM. (FUENTE: GOOGLE PLUS 2012)</p>	<p>Gabriel Quadri de la Torre, de Nueva Alianza. (FUENTE: MILENIO 2012)</p>	<p>Josefina Vázquez Mota, del PAN. (FUENTE: PROYECTO DIEZ)</p>

La metodología es igual a la descrita en este capítulo, enfrentando pares de candidatos con 7 ítems por test. Y es por este medio, amable lector, que se te invita a participar en esta investigación, simplemente ingresando al sitio web del Proyecto Implícito: <https://implicit.harvard.edu/implicit/mexico/takeatest.html> y sólo utilizando 20 minutos de tu valioso tiempo puedes finalizar el test y conocer tus preferencias implícitas respecto a los candidatos. Tal vez te sorprenda el resultado.

Fuentes consultadas

- Arcuri, Luciano *et al.* 2008. "Predicting the vote: Implicit attitudes as predictors of the future behavior of decided and undecided voters". *Political Psychology* 29 (3): 369-87.
- Barisione, Mauro y Renato Mannheim. 1999. *I sondaggi*. Boloña: Il Mulino.
- Blanton, Hart y James Jaccard. 2006. "Arbitrary Metrics in Psychology". *American Psychologist* 61 (1): 27-41.
- Caprara, Gian Vittorio y Phillip G. Zimbardo. 2004. "Personalizing politics: A congruency model of political preference". *American Psychologist* 59 (7): 581-94.
- , Claudio Barbaranelli y Phillip G. Zimbardo. 2002. "When parsimony subdues distinctiveness: Simplified public perception of politician's personality". *Political Psychology* 23 (1): 77-95.
- Castelli, Luigi, *et al.*, 2004. "On the automatic evaluation of social exemplars". *Journal of Personality and Social Psychology* 86 (3): 373-87.
- CNN Expansión. 2006. "AMLO quiere un modelo noruego para Pemex". María Luisa Díaz de León y Nadia Sanders. Disponible en <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2011/12/13/apuesta-por-el-sector-energetico> (consultada el 12 de noviembre de 2012).
- De Houwer, Jan y Agnes Moors. 2007. *How to define and examine the implicitness of implicit measures*. En *Implicit measures of attitudes*, eds. Bernd Wittenbrink y Norbert Schwartz, 179-94. Nueva York: Guilford Press.

- Fazio, Russell H. 2001. "On the automatic activation of associated evaluations: An overview." *Cognition and Emotion* 15 (2): 115-41.
- Funk, Carolyn L. 1999. "Bringing the candidate into models of candidate evaluation". *Journal of Politics* 61 (3): 700-20.
- Glaser, Jack, y Peter Salovey. 1998. "Affect in electoral politics." *Personality and Social Psychology Review* 2 (3): 156-72.
- Google Plus. 2012. Enrique Peña Nieto. Disponible en <https://plus.google.com/+EnriquePe%C3%B1aNieto/posts> (consultada el 12 de noviembre de 2012).
- Greenwald, Anthony G. y Mahzarin R. Banaji. 1995. "Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes." *Psychological Review* 102 (1): 4-27.
- *et al.* 1998. "Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test". *Journal of Personality and Social Psychology* 74 (6): 1464-80.
- *et al.* 2002. "A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept." *Psychological Review*. 109 (1): 3-26.
- *et al.* 2003. "Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm". *Journal of Personality and Social Psychology* 85 (2): 197-216.
- *et al.* 2009. "Implicit race attitudes predicted vote in the 2008 U.S. presidential election". *Analyses of Social Issues and Public Policy* 9 (1): 241-53.
- Hofmann, Wilhelm *et al.* 2005. "What moderates implicit-explicit consistency?". *European Review of Social Psychology* 16 (10): 335-90.
- Karpinski, Andrew, Ross B. Steinman y James L. Hilton. 2005. "Attitude importance as a moderator of the relationship between implicit and explicit attitude measures". *Personality and Social Psychology Bulletin* 31 (7): 949-62.
- Lane, Kristin A. *et al.* 2007. Understanding and using the Implicit Association Test: IV. En *Implicit measures of attitudes*, eds. Bernd Wittenbrink y Norbert Schwartz, 59-102. Nueva York: Guilford Press.

- Marcus, George E. y Michael B. MacKuen. 2001. Emotions and politics: The dynamic functions of emotionality. En *Citizens and politics: Perspectives from political psychology*, ed. James H. Kuklinski, 41-67. Nueva York: Cambridge University Press.
- Milenio 2012. “Propone Quadri analizar legalización de drogas”. Adriana Flores Disponible en <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias/2011/7b24d50f0e6d39a8e3fc6e6184ed6a0a> (consultada el 12 de noviembre de 2012).
- Monteith, Margo J., Corrine I. Voils y Leslie Ashburn-Nardo. 2001. “Taking a look underground: Detecting, interpreting, and reacting to implicit racial biases”. *Social Cognition* 19 (4): 395-417.
- Moskowitz, Gordon B. 2005. *Social cognition: Understanding self and others*. Nueva York: The Guilford Press.
- Moss-Racusin, Corinne, Julie Phelan y Laurie Rudman. 2010. “I’m not prejudiced, but...: Compensatory egalitarianism in the 2008 Democratic presidential primary”. *Political Psychology* 31 (4): 543-61.
- Muñoz, A. 2011. “La influencia de los sesgos cognitivos en las decisiones jurisdiccionales: El factor humano. Una aproximación”. *InDret. Revista Digital*, 1-39.
- Nevid, Jeffrey S. y Nate McClelland. 2010. “Measurement of implicit and explicit attitudes toward Barack Obama”. *Psychology and Marketing* 27 (10): 989-1000.
- Nosek, Brian A. 2007. “Implicit-explicit relations.” *Current Directions in Psychological Science* 16 (2): 65-9.
- Pillai, Rajnandini *et al.* 2003. “Personality, transformational leadership, trust and the 2000 U.S. presidential vote.” *Leadership Quarterly* 14 (2): 161-92.
- Proyecto Diez. “Vázquez Mota visitará la Ibero en junio: ‘estoy ilusionada’”. Redacción. Disponible en <http://www.proyectodiez.mx/2012/05/14/vazquez-mota-visitara-la-ibero-en-junio-estoy-ilusionada/11744>.
- Proyecto Implícito. 2011. Información sobre el Laboratorio Virtual (Copyright 2011 © IAT Corp). <http://www.projectimplicit.net/about.php> (consultada el 4 de mayo de 2012).

- Ranganath, Kate A., Colin Tucker Smith y Brian A. Nosek. 2008. "Distinguishing automatic and controlled components of attitudes from direct and indirect measurement methods". *Journal of Experimental Social Psychology* 44 (2): 386-96.
- Roccató, Michele y Cristina Zogmaister. 2010. "Predicting the vote through implicit and explicit attitudes: A field research". *Political Psychology* 31 (2): 249-74.
- Sherman, Steven J. et al. 2003. "Implicit and explicit attitudes toward cigarette smoking: The effects of context and motivation". *Journal of Social and Clinical Psychology* 22 (1): 13-39.
- Sriram, N. y Anthony G. Greenwald. 2009. "The Brief Implicit Association Test". *Experimental Psychology* 56 (4): 283-94.
- Webb, Eugene J. et al. 1966. *Unobtrusive measures: Nonreactive research in the social sciences*. Chicago: Rand McNally.