

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

Memoria de Trabajo Final de Graduación bajo la modalidad de Seminario de Graduación
para optar por el grado de Licenciatura en Psicología

**ALTERNATIVAS METODOLÓGICAS PARA EL
ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO
POLÍTICO ELECTORAL**

Sustentantes

Marianela Calderón Guzmán. Carné A06050

Roxana Méndez Rodríguez. Carné A06227

Róger Pérez Romero. Carné A06275

Mariela Quirós Méndez. Carné A06290

Sócrates Jesús Salas Sánchez. Carné A06326

Monserrat Vega Ramírez. Carné A06378

Comité Asesor:

PhD. Thomas Castelain, Director

PhD. Rolando Pérez Sánchez, Lector

PhD. Carlos Brenes Peralta, Lector

Mayo, 2020

Tribunal Examinador



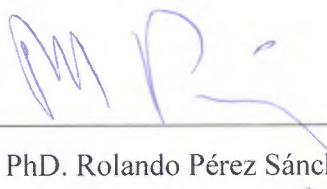
M.Sc. Teresita Ramellini Centella

Directora Escuela de Psicología



PhD. Thomas Castelain

Director de Seminario



PhD. Rolando Pérez Sánchez

Lector de Seminario



PhD. Carlos Brenes Peralta

Lector de Seminario



Licda. Heidy Hernández Romero

Profesora Invitada, Escuela de Psicología

Sustentantes



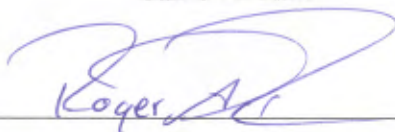
Marianela Calderón Guzmán

Carné A06050



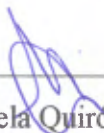
Roxana Méndez Rodríguez

Carné A06227



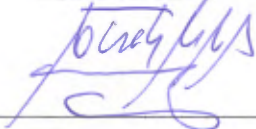
Róger Pérez Romero

Carné A06275



Mariela Quiros Méndez

Carné A06290



Sócrates Jesús Salas Sánchez

Carné A06326



Monserrat Vega Ramírez

Carné A06378

Dedicatoria

*A Dios y la Virgen por darme la voluntad y la fuerza para realizar este trabajo, pospuesto
por tantos años.*

A mi madre y padre por su escucha y apoyo incondicional.

A mis hermanos Carlos y Rodolfo, por su constante motivación para no desistir.

Monserrat Vega Ramírez

*A Dios, primero por ser mi luz, mi escudo y mi llave; a mis padres Rafael e Irma, por darme
la oportunidad de estudiar; a mi esposa Sonia y a mis hijos Diego y Fiorella, por su apoyo y
sacrificio en este tiempo y ser el motor que me impulsa cada día.*

Sócrates Salas Sánchez

A mi familia.

Mariela Quirós Méndez

Reconocimientos

Al profesor Thomas Castelain, director del Seminario, por su disponibilidad, apoyo, guía y paciencia para la consecución de este proyecto.

A los profesores Rolando Pérez y Carlos Brenes, nuestros lectores, por sus observaciones y orientaciones para el mejoramiento de nuestro trabajo.

A los integrantes de este proyecto, grandes amigos y amigas, por su compromiso y trabajo para el logro del objetivo que nos propusimos, nuestra añorada Licenciatura.

Y a todas aquellas personas que en las diferentes etapas del proyecto nos brindaron su tiempo y colaboración.

Nuestro reconocimiento y agradecimiento.

Marianela, Roxana, Róger, Mariela, Sócrates y Monserrat.

Índice de Contenido

Tribunal Examinador	ii
Sustentantes	iii
Dedicatoria.....	iv
Reconocimientos.....	v
Índice de Contenido	vi
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras.....	x
1. Resumen ejecutivo	1
2. Introducción	3
2.1. Justificación.....	3
3. Marco de Referencia (Antecedentes).....	6
4. Marco Teórico Conceptual.....	17
3.1 Contexto del estudio.....	17
3.2 Comportamiento político electoral	18
3.3 Metodologías experimentales en el estudio del comportamiento político electoral	23
3.3.1.El Test de Asociaciones Implícitas (TAI).....	23
3.3.2.El Test de Ceguera de Elección	26
4. Planteamiento del Problema.....	29
4.1 Delimitación del tema de trabajo.....	29
4.2 Objetivos	30
4.2.1.Objetivo general	30
4.2.2.Objetivos específicos	30
5. Delimitación de las tareas y responsabilidades individuales	31
5.1 Primera etapa: Revisión bibliográfica	31
5.2 Segunda etapa: Formulación y aprobación del Anteproyecto	32
5.3 Tercera etapa: Trabajo de Campo	32
5.4 Cronograma de trabajo	38

6. Paradigma Test de Asociaciones Implícitas	39
6.1 Marco metodológico del estudio	39
6.1.1. Método	39
6.1.2. Muestra	39
6.1.3. Participantes	39
6.1.4. Consentimiento Informado, Cuestionario General de Datos Sociodemográficos y Mediciones Explícitas	41
6.1.5. Breve descripción TAIB	43
6.1.6. Procedimiento	46
6.1.7. Materiales e instrumentos	47
6.1.8. Estrategia de análisis	50
6.2 Resultados del estudio	52
6.2.1. Perfil sociodemográfico de las y los participantes	52
6.2.2. Mediciones explícitas	54
6.2.3. Mediciones implícitas	59
6.2.4. Mediciones explícitas e implícitas	59
7. Test de Ceguera de Elección	63
7.1 Marco metodológico del estudio	63
7.1.1. Método	63
7.1.2. Muestra	63
7.1.3. Participantes	64
7.1.4. Breve descripción	64
7.1.5. Procedimiento	65
7.1.5.1. Primera Etapa	65
7.1.5.2. Segunda Etapa	66
7.1.5.2.1. Piloto	67
7.1.5.2.2. Materiales e instrumentos	68
7.1.5.2.3. Estrategia de análisis	68
7.1.5.3. Tercera Etapa: Implementación del Test de Ceguera de Elección	69

7.1.6. Materiales e instrumentos	71
7.1.6.1. Fase 1	71
7.1.6.2. Fase 2	72
7.1.6.3. Fase 3	73
7.1.7. Estrategia de análisis	75
7.2 Resultados del estudio	76
7.2.1. Perfil sociodemográfico de los participantes	76
7.2.2. Detección de la manipulación	77
8. Discusión y Conclusiones	88
9. Referencias bibliográficas	95
10. Anexos	101
Anexo 1. Consentimiento Informado TAIB	101
Anexo 2. Cuestionario General de Datos Sociodemográficos y Mediciones Explícitas...	102
Anexo 3. Imágenes Logo Partido Acción Ciudadana	109
Anexo 4. Imágenes Logo Partido Restauración Nacional	110
Anexo 5. Imágenes Candidato Carlos Alvarado	111
Anexo 6. Imágenes Candidato Fabricio Alvarado	112

Índice de Tablas

Tabla 1	
Bloques y ensayos de la tarea del TAI.....	45
Tabla 2	
Procedimiento TAIB para candidatos políticos	49
Tabla 3	
Algoritmo para calcular el score D del TAIB	51
Tabla 4	
Puntajes de las escalas y de los TAIB en función del voto en segunda ronda.....	60
Tabla 5	70
Tabla 6	
Clasificación de los argumentos según cada tema para la versión 2 del experimento	70
Tabla 7	
Clasificación de los argumentos según cada tema para la versión 3 del experimento	70
Tabla 8	
Frecuencia y porcentaje de detección de la manipulación según las tres mediciones	78

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Cronograma de trabajo	38
<i>Figura 2.</i> Perfil sociodemográfico de los y las participantes en el TAI.	53
<i>Figura 3.</i> Mediciones explícitas del cuestionario incluido en el TAIB.....	56
<i>Figura 4.</i> Mediciones explícitas del cuestionario incluido en el TAIB (Continuación).....	56
<i>Figura 5.</i> Estructura de las preguntas de la fase 1 en TCE.....	71
<i>Figura 6.</i> Estructura de las preguntas de la fase 2 en TCE.....	72
<i>Figura 7.</i> Estructura de las preguntas de la fase 3 en TCE.....	73
<i>Figura 8.</i> Perfil sociodemográfico de los y las participantes del TCE.	77
<i>Figura 9.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Eliminar la religión oficial”.....	80
<i>Figura 10.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Impedir la difusión de noticias falsas”.	81
<i>Figura 11.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Permitir el matrimonio igualitario” no manipulado.	82
<i>Figura 12.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Permitir el matrimonio igualitario” manipulado.	83
<i>Figura 13.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes” no manipulado...84	84
<i>Figura 14.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes” manipulado.....	85
<i>Figura 15.</i> Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Autorizar el aborto en caso de violación”.	86

1. Resumen ejecutivo

En Costa Rica existen pocas investigaciones de tipo experimental para el estudio del comportamiento político electoral, lo cual abre la posibilidad de implementar herramientas metodológicas alternativas que enriquezcan a las técnicas de auto-reporte (o explícitas) tradicionalmente utilizadas. Según la revisión de antecedentes, se evidenció que estas técnicas presentan limitaciones que reducen su capacidad explicativa o predictiva, principalmente porque no tienen la posibilidad de acercarse a las actitudes implícitas de las y los votantes, a los procesos de razonamiento que sustentan su toma de decisión, y además aportan poca o nula información sobre los votantes indecisos y las potenciales inclinaciones que estos tengan en su intención de voto. En este contexto, el objetivo del Seminario consistió en validar alternativas metodológicas que ofrezcan nuevas herramientas en el estudio del comportamiento político electoral.

Las dos herramientas que se validaron fueron: (1) el Test de Asociaciones Implícitas Breve (TAIB), diseñado para medir las actitudes implícitas y la fuerza de asociación entre conceptos, y (2) el Test de Ceguera de Elección (TCE), que mide la detección o no de la manipulación a la que son sometidos los participantes del estudio, la asimetría entre producción y evaluación de argumentos y los cambios de opinión. Estas herramientas han sido ampliamente utilizadas en otras latitudes, principalmente Estados Unidos y Europa; sin embargo, a nivel latinoamericano han sido poco implementadas, y en Costa Rica hasta la fecha su uso es incipiente para el estudio del comportamiento político.

Este estudio hace énfasis en los tres pilares de la toma de decisión política para hacer la validación de los test supra citados para evaluar la identidad partidaria, las características de los candidatos y los temas debatidos en la campaña, para adaptar ambos test al contexto de las elecciones presidenciales del 2018, en Costa Rica. A nivel metodológico, se realizó una investigación cuantitativa, con diseño experimental, transversal, de alcance explicativo, que utilizó un método de muestreo no probabilístico intencional por cuotas.

A nivel de resultados, la adaptación del TAIB demostró que, la medición implícita resultante de la aplicación del instrumento, correlacionó de manera significativa con la elección explícita realizada por los y las participantes. Es decir que ambas medidas (explícitas y el TAIB), aunque miden cosas diferentes, van en una misma dirección. Por su parte, la adaptación del TCE permitió evidenciar que, más de 70% de los sujetos no se dio cuenta de la manipulación y, de acuerdo con la teoría argumentativa del razonamiento, al solicitarles producir argumentos para sostener su opinión, la mayoría de estos fueron muy simples.

El estudio representa el primer intento a nivel nacional de adaptación de estos dos test en el contexto electoral. Aunque se necesita mayor evidencia para tener certeza sobre la pertinencia del uso de estos métodos como complementos a las mediciones clásicas en encuestas o estudios de PANEL, los hallazgos de la presente investigación parecen indicar que efectivamente podrían complementar las medidas explícitas y mejorar el poder predictivo de las encuestas de opinión, en particular en los votantes indecisos, gracias a la introducción de mediciones implícitas. Así como la importancia de la manipulación sobre el cambio de opinión en temas debatidos en las campañas electorales.

2. Introducción

2.1. Justificación

En Costa Rica, el sistema democrático hace que prevalezca la soberanía y el derecho a elegir de las y los ciudadanos, materializado tanto en las elecciones presidenciales como en las elecciones municipales que se realizan cada cuatro años. Dicho proceso está influenciado por la cultura, valores y creencias de la población, propias del momento histórico. Ejemplo de esto fue la campaña 2014, donde se dio una ruptura del bipartidismo en las elecciones presidenciales que, por décadas, caracterizó a la política costarricense, esto como posible resultado de un electorado que se mostraba cada vez más expresivo y disgustado con la clase política y con los actos de corrupción. Aunado a ello, en la campaña electoral 2018 se contó con mayor acceso a la información gracias a los recursos tecnológicos existentes, evidenciando claramente que se va perfilando un votante diferente al que existía años atrás (Pignataro y Cascante, 2018).

Factores como los recién mencionados, deben ser considerados en la actualidad al iniciar un estudio sobre el comportamiento electoral en el país, pues estas coyunturas plantean para los investigadores un reto, tanto teórico como metodológico. Sin embargo, el avance en el conocimiento científico sobre este tema constituye un fin en sí mismo, por lo tanto, demanda el desarrollo e implementación de nuevas metodologías, las cuales permitan entenderlo en toda su complejidad, independientemente de los cambios en el contexto y en

la población de estudio. La validación de novedosas alternativas metodológicas, permitirá dar respuesta a las nuevas preguntas de investigación que surgen sobre este tema y, a la vez responder a nuevos contextos para lograr entender, de mejor forma, cómo es el proceso del voto y la toma de decisión.

En cuanto a las metodologías más utilizadas hasta la fecha en Costa Rica para el estudio del comportamiento electoral, principalmente se han implementado encuestas o estudios de PANEL (panel electoral). La gran rigurosidad con la cual se han desarrollado estos estudios, permite obtener resultados sumamente pertinentes para el entendimiento de la realidad nacional. Sin embargo, las técnicas de auto-reporte presentan limitaciones que pueden reducir su capacidad explicativa o predictiva, acentuada en la actualidad por la alta volatilidad del voto (Alfaro, Redondo, (en prensa)). La primera limitación hace referencia a la imposibilidad de dichas técnicas clásicas de acercarse a las actitudes implícitas de las y los votantes, así como a los procesos de razonamiento que sustentan su toma de decisión. La segunda limitación está ligada a la necesidad de identificar las actitudes implícitas de las y los votantes indecisos para intentar obtener indicios sobre su toma de decisión.

En este contexto, esta investigación examinó alternativas metodológicas para el estudio del comportamiento electoral, hasta ahora poco utilizadas en Costa Rica. En particular, validar a nivel nacional los paradigmas del Test de Asociaciones Implícitas (o IAT, por sus siglas en inglés) y de Ceguera de Elección (o CBP, por sus siglas en inglés) para estudiar tres pilares que, según los especialistas en ciencias políticas, ejercen mayor influencia en la toma de decisión electoral: la identidad partidaria, las características de los

candidatos y los temas debatidos en la campaña (Roche, 2008).

La introducción de dichas técnicas para el estudio del comportamiento electoral costarricense permitirá: a) complementar las medidas explícitas y acercarse a un mejor entendimiento de la toma de decisión de voto, y b) mejorar el poder predictivo de las encuestas de opinión, gracias a la aplicación de mediciones implícitas sobre los y las votantes indecisos. Ambos tipos de estudio no son excluyentes, sino que facilitarán mayor profundidad en el estudio del comportamiento electoral, innovando mediante el uso de la experimentación, como herramienta que ayuda a complementar con mediciones implícitas el carácter explícito de las encuestas de opinión. En este punto cabe aclarar que esta investigación no pretende ser predictiva. Si bien se realiza en un contexto post-electoral, se podrían perfeccionar dichas técnicas a fin de que estén operacionales para la próxima campaña presidencial en 2022, y aplicarlas en un contexto predictivo que ayude a determinar, con más evidencia científica, su efectividad en el contexto nacional, prediciendo la intención de voto de los indecisos.

Esta propuesta se ejecutó desde un paradigma cuantitativo y se desarrolló de forma teórico experimental, en el marco de un estudio mayor de interés institucional, fruto del trabajo conjunto realizado entre el Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP) y el Instituto de Investigaciones Psicológicas (IIP) de la Universidad de Costa Rica (UCR).

El estudio cobra relevancia por su aporte teórico-práctico, metodológico y social. En relación con lo teórico-práctico incorpora posibilidades conceptuales, tales como las

asociaciones implícitas y la ceguera de elección para el abordaje del comportamiento político electoral.

Es relevante a nivel metodológico, porque permitió explorar y validar estos paradigmas, como herramientas complementarias en el estudio de la decisión de voto. Futuras investigaciones podrán incorporar estas metodologías en su repertorio de técnicas e instrumentos para comprender el accionar político y predecir mejor la intención de voto, tal como ha sido indicado.

Finalmente, a nivel social, la validación de instrumentos que proporcionen una comprensión de los aspectos que intervienen en las decisiones políticas de los y las votantes, es fundamental para crear y desarrollar metodologías y programas de formación cívica del electorado para fortalecer el sistema democrático del país.

3. Marco de Referencia (Antecedentes)

En las últimas campañas electorales se puede apreciar claramente cómo se ha producido una importante disminución en la fuerza que ejercen los vínculos partidistas tradicionales en la intención de voto, puesto que este tipo de factores construidos a largo plazo, se han ido reemplazando por otros de corto plazo, como las características de los candidatos y los temas debatidos durante la campaña política (Pignataro y Treminio, 2015).

El tradicional bipartidismo que experimentaron las generaciones anteriores, contrasta fuertemente con el fraccionamiento partidario que viven los nuevos electores. Por lo que se

puede observar cómo las investigaciones más recientes centradas en el comportamiento político electoral, al adaptarse a este cambio, introducen nuevos factores al estudio de este fenómeno, en aras de abarcar más aspectos de la gran complejidad del tema.

A continuación, se describen una serie de investigaciones realizadas a nivel nacional e internacional que tratan el tema del comportamiento electoral desde diversas perspectivas.

A nivel nacional, desde los años ochenta se estudió el comportamiento político electoral de los y las costarricenses mediante una encuesta en el Área Metropolitana, haciendo énfasis en dos factores como determinantes para definir el voto:

- 1) La manipulación de la imagen de los candidatos.
- 2) La presentación de los temas de campaña en los medios de comunicación (Jensen y González, 1986).

De esta forma, tanto la imagen de los candidatos como los temas debatidos en campaña adquieren relevancia como un elemento explicativo de la intención de voto, en un periodo que estaba marcado aún por el bipartidismo.

Más recientemente, se han realizado estudios para comprender cómo se manifiestan estos cambios en el comportamiento político electoral de las y los costarricenses. A continuación, se describen dos de ellos, que coinciden con los dos últimos periodos electorales. El primero, está orientado a analizar las diferencias entre los jóvenes y no jóvenes en la toma de decisión de por quién votar. En este se revela que menos de un 30 % de las y los votantes, dice simpatizar con un partido político en particular. Sin embargo, durante el

periodo electoral, estos porcentajes suben hasta el 42 % entre los jóvenes y un 40.9 % entre los no jóvenes. Esto deja en evidencia que no hay diferencia significativa según grupo etario en este patrón (Pignataro y Treminio, 2015).

En este mismo estudio, los encuestados señalaron en un alto porcentaje que los aspectos más importantes que influyeron en su decisión de voto fueron la personalidad, la forma de pensar, las ideas y el desempeño del candidato, con un 19.1 % entre los jóvenes y un 23.6 % entre los no jóvenes, y el programa y propuestas de gobierno del candidato con un 21.9 % entre los jóvenes y un 8.5 % entre los no jóvenes. Los datos anteriormente aportados, evidencian que las características de los candidatos y su desempeño durante la campaña electoral, representan un papel fundamental a la hora de decidir por quién votar en el contexto costarricense.

De igual forma, resultan interesantes los hallazgos que indican que el momento de decisión de voto se tiende a dejar cercano a las elecciones, indistintamente del rango etario del elector, y que el cambio de decisión de voto es una tendencia marcada, especialmente entre los jóvenes, cuyo porcentaje llega hasta el 50 % (Pignataro y Treminio, 2015).

Los hallazgos de este estudio confirman el planteamiento realizado en esta investigación, con respecto a los tres elementos más relevantes en el estudio del comportamiento político:

- 1) Identidad partidaria: aunque muestra un marcado descenso, justo en los periodos electorales se presenta un aumento considerable entre los y las

votantes que reportan estar identificados con algún partido, por lo que es necesario continuar con el estudio de su influencia en la intención de voto.

- 2) Características de los candidatos: se presenta como uno de los factores tanto o más importante que la identidad partidaria en la actualidad, quedando en tercer lugar en el citado estudio, como uno de los aspectos más importantes que influyen en la decisión de voto de los electores.
- 3) Propuestas de gobierno del candidato: se manifiesta como el segundo aspecto de mayor influencia en la decisión de voto en el estudio mencionado recientemente.

En cuanto a más evidencia sobre la importancia que tienen estos tres temas sobre la intención de voto de los electores, una investigación más reciente señala que, de forma continua, cada vez son más los votantes que dicen no simpatizar con ningún partido político, siendo los más afectados con esta tendencia los partidos tradicionales Partido Unidad Social Cristiana (PUSC) y Partido Liberación Nacional (PLN). Además, se constató que la mayoría de las y los electores vota por el candidato y no por el partido; la principal razón que se señaló para esto fue el deseo de cambio, aunque fueron también de vital importancia asuntos como el gusto por el candidato, el querer evitar que ganara otro candidato, y las propuestas o el programa de gobierno (Pignataro y Cascante, 2018).

La imagen del candidato del partido que resultó ganador en las contiendas del 2014 tuvo un peso sin precedentes en la culminación de la ruptura del bipartidismo, pues un

importante sector del electorado, insatisfecho con su entorno político y social, vio en este líder una propuesta novedosa no perteneciente a los grupos tradicionales.

Este mismo fenómeno se observó en los comicios del 2018. La Encuesta de Opinión Sociopolítica realizada por el CIEP en abril de ese año, planteó que para quienes votaron por el Partido Acción Ciudadana (PAC), fue determinante en su decisión el desempeño de Carlos Alvarado en la campaña. Conforme mejoraba la valoración del proceder del candidato, aumentaba significativamente la probabilidad de votar por el PAC (Alfaro, Alpízar, Cascante y Guzmán, 2018).

En relación con la importancia que los temas debatidos han tomado a la hora decidir por quién votar, en la campaña electoral 2018 existieron tres temáticas capaces de generar el fenómeno llamado “shock externo”, a partir del cual las personas pueden cambiar de manera radical y en poco tiempo, sus opiniones y percepciones de los candidatos:

- 1) El caso del “cementazo”, escándalo de corrupción que cuestionó a miembros del gobierno en ejercicio en aquel momento, incluido el Presidente de la República, lo cual ponía en tela de duda la integridad y confiabilidad del PAC.
- 2) En el campo religioso destacan, por un lado, las declaraciones con connotaciones negativas hacia la Virgen de los Ángeles por parte de representantes del Partido Restauración Nacional (RN) y por otro, la defensa como símbolo importante por parte de las personas católicas.
- 3) La manifestación de opiniones opuestas a partir del pronunciamiento de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre el matrimonio igualitario, mostrando

este antagonismo entre la población y el discurso de los dos candidatos enfrentados en la segunda ronda.

De acuerdo con esto, los temas polémicos en campaña influyen fuertemente en la opinión pública y en el electorado (Alfaro *et al.*, 2018).

Las investigaciones hasta ahora mencionadas utilizaron técnicas de auto-reporte para la recopilación de información, lo cual, desde el punto de vista teórico y metodológico de este estudio, resulta una limitante si se pretende predecir el comportamiento electoral futuro, a partir únicamente de lo manifestado de forma explícita por las y los votantes. Dicha limitante toma mayor relevancia por lo anteriormente expuesto: con mayor frecuencia la decisión de voto se deja muy cerca del momento de las elecciones y un alto porcentaje de sujetos, los más jóvenes principalmente, tienden a cambiar su elección inicial al momento de emitir el voto (Pignataro y Treminio, 2015).

Las y los votantes indecisos tienen, por lo tanto, un gran impacto en los resultados de las encuestas, ya que disminuyen su precisión de cara al resultado final de las justas electorales. Las herramientas tradicionales captan información, principalmente, de los votantes decididos para tratar de predecir el resultado de las elecciones, incorporando vagamente en sus resultados la otra gran parte del electorado que no tiene definido cuál partido o candidato van a elegir, sino hasta el momento de ejercer el voto.

El uso de otro tipo de instrumentos que permitan obtener información más allá del hecho de que un individuo exprese abiertamente su intención de realizar un comportamiento,

y que profundicen en asuntos como actitudes y asociaciones implícitas, abre la posibilidad de obtener una mayor comprensión de la población total en estudio (votantes decididos e indecisos), ya que se incorpora no solo la dimensión cognitiva dentro del estudio, sino también la emocional, la cual difícilmente puede ser abarcada por técnicas tradicionales de auto-reporte.

Desde esta perspectiva, incorporar mediciones implícitas al estudio del comportamiento político, permitirá abarcar de forma conjunta a los votantes decididos e indecisos sobre su intención de voto, pues se obtendrá información valiosa sobre las actitudes, las tendencias o preferencias de estos últimos. La importancia primordial de la medición de las actitudes y asociaciones implícitas radica en que permiten acceder a las intenciones de voto de los electores, aun cuando estos no tengan clara la decisión final.

Resulta necesario a este punto, describir el concepto de actitudes, las cuales se entienden como evaluaciones que se realizan sobre lo favorable o desfavorable que resultan los objetos, situaciones, lugares y las personas del entorno; estas ayudan en la toma de decisiones y son susceptibles a cambios por intercambios sociales (Albarracín y Johnson, 2018). Las personas suelen estar más o menos conscientes de sus actitudes, sin embargo, no siempre se muestran anuentes a revelarlas en público y pueden cambiarlas sobre la marcha, ya que son susceptibles a la autocensura. Son justamente las actitudes explícitas las que se miden por medio de herramientas de auto-informe (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces y Sierra, 2002).

Por otro lado, existe una dimensión implícita de las actitudes, que se refiere a evaluaciones automáticas realizadas por las personas ante los estímulos que se les presentan. A diferencia de las explícitas, pueden dar evidencia de asociaciones de las cuales el sujeto puede no estar consciente. Frecuentemente, difieren de lo que las y los sujetos indican explícitamente. Además, parece ser más lento realizar un cambio sobre estas, lo cual se puede deber a que son más resistentes a la respuesta socialmente deseable (Arcuri, Castelli, Galdi, Zogmaister y Amadori, 2008). Por lo tanto, poder medir las actitudes o asociaciones implícitas será de gran valor para predecir el voto de los indecisos, ya que ofrecen indicios sobre su futura intención de voto (Arcuri, Castelli, Galdi, Zogmaister y Amadori, 2008).

La medición implícita de las actitudes requiere poder realizar una evaluación automática de estímulos basada en tiempos de reacción, para esto se pueden utilizar pruebas como el Test de Asociaciones Implícitas (TAI) (Greenwald, McGhee y Schwartz, 1998). El TAI puede ser utilizado para estudiar los mecanismos de asociación implícita en la decisión electoral, principalmente en los votantes indecisos, y así llegar a resultados más ajustados a la realidad.

Investigaciones recientes a nivel internacional sugieren que las actitudes implícitas pueden inclusive ser mejores predictores de comportamientos políticos posteriores, que las actitudes explícitas auto informadas, incluida la elección del voto (Arcuri, Castelli, Galdi, Zogmaister y Amadori, 2008)

Dos estudios ponen a prueba la afirmación anterior, los cuales fueron realizados en países diferentes y con distintos sistemas políticos. El primero de ellos fue realizado en

Estados Unidos para las elecciones presidenciales del 2008, en el cual los investigadores emplearon un TAI, junto con medidas explícitas como cuestionarios, para evaluar las actitudes implícitas hacia los candidatos por la presidencia en ese momento, McCain y Obama. Se emplearon, como estímulos, fotografías de los candidatos, palabras positivas y negativas. El segundo estudio se realizó previo a las elecciones parlamentarias alemanas en 2009; en este país cada persona emite un voto para Canciller y otro para Coalición. Las coaliciones se midieron a partir de enunciados, presentando logotipos de los partidos, imagen del representante y alias de la coalición. Por otro lado, para los candidatos se presentaron fotografías y estímulos evaluativos positivos y negativos (Frieze, Smith, Plischke, Bluemke y Nosek, 2011).

Contrario a lo esperado, en ambos estudios se determinó que las actitudes explícitas predicen de manera más acertada el comportamiento de votación en comparación con las actitudes implícitas, lo cual se manifiesta de esta manera, tanto con participantes decididos como con los indecisos (Frieze, Smith, Plischke, Bluemke y Nosek, 2011).

Estas posiciones opuestas con respecto al valor predictivo que ofrecen las asociaciones implícitas, señalan la necesidad de profundizar aún más en el tema, a través de metodologías que permitan abordarlo desde diferentes enfoques científicos, considerando, además, otros factores que podrían marcar diferencia en los hallazgos tales como el contexto social y político del país.

Otro elemento que resulta de gran importancia para la comprensión de los comportamientos políticos son los cambios de opinión que realizan las y los votantes sobre

su intención o decisión de voto. Estos han sido estudiados en diversas investigaciones mediante el Test de Ceguera de Elección (TCE).

La ceguera de elección hace referencia al hecho de que las personas son ciegas con respecto a sus propias decisiones y preferencias. Una forma simple de explicarlo es la siguiente: ante una decisión de múltiples opciones, un sujeto puede indicar que prefiere “X” y elige esa opción, pero más adelante se le indica que su elección fue “Y” (pudiendo ser inclusive totalmente contrario a lo que eligió originalmente) y en muchos casos, debido a la ausencia de identificación de la manipulación, el sujeto buscará argumentos que sostengan que su elección fue “Y” aunque en realidad no fue así.

El TCE tiene como objetivo medir si los participantes de un experimento se dan cuenta de que una elección previa hecha por ellos mismos fue cambiada (manipulada) por otra. Un ejemplo es la investigación realizada en Suecia para determinar qué tan vulnerables pueden ser los participantes a la persuasión (Hall *et al.*, 2013). Para ello se consultó la intención de voto, el compromiso y la certeza política, presentando una encuesta sobre los temas más significativos tratados en campaña, con el fin de identificar su nivel de acuerdo; luego se hizo un cambio entregando a las y los sujetos respuestas que defendían la posición contraria a la inicial, y se les solicitó que razonaran sobre las respuestas asignadas. Menos del 22 % de las y los individuos, detectó la manipulación y hasta un 48 % indicó estar dispuesto a cambiar su voto, con lo cual esta investigación demuestra mayor flexibilidad en las actitudes políticas en relación con lo que muestran las encuestas tradicionales (Hall *et al.*, 2013).

Por otra parte, en Argentina se analizaron mediante la aplicación del TCE en el ámbito político, la confianza, la confabulación y el autoengaño. El objetivo fue determinar si las y los sujetos eran capaces de identificar elementos de su argumentación interna. La aplicación se llevó a cabo por medio de la presentación de declaraciones políticas, consultando inicialmente a los y las participantes por su nivel de compromiso e ideología; posteriormente, se les presentaron planteamientos con cuestiones que mostraban oposición y las y los sujetos debían indicar su nivel de acuerdo con estas. Sin embargo, contrario a las investigaciones realizadas en Suecia, en este caso no se detectó una intención de cambio de voto y se reportó que los niveles de confianza fueron menores que en los casos no manipulados, inclusive si la manipulación no se detectó (Rieznik *et al.*, 2017).

Los antecedentes del TCE muestran resultados diferentes entre sí, lo cual no indica que el método sea ineficaz, sino que abre la necesidad de generar mayor volumen de experimentación en diversas áreas de estudio en las ciencias sociales, que permitan dar sustento científico para su aplicación y validación. Con lo anterior, será posible evidenciar la aplicación de estos métodos en el contexto costarricense y determinar sus aportes para el estudio del comportamiento electoral.

A continuación se procede a plasmar los principales conceptos teóricos en los que se fundamenta esta investigación.

4. Marco Teórico Conceptual

3.1 Contexto del estudio

En Costa Rica se ha gestado un cambio importante en la cantidad de agrupaciones políticas que pugnan por el poder. El bipartidismo predominante existente desde los años 50, fue diluyéndose recientemente y nuevos actores políticos empezaron a ganar protagonismo hasta acabar con la hegemonía de los dos partidos políticos tradicionales (Hernández, 2012). Adicionalmente, la creciente exposición mediática aumenta la información que los y las votantes tienen a su alcance sobre los diferentes partidos, su filosofía, sus representantes, sus características y sus acciones, entre otros factores.

En este contexto, las redes sociales permiten a los y las votantes tomar parte activa en los diversos temas que durante la campaña se convierten en focos de debate. Esto favorece tanto la posibilidad de informarse y expresar opiniones, como la creación de comunidades virtuales, donde se comparten intereses comunes y fuertes discusiones (Pignataro y Treminio, 2015). Por lo tanto, se puede asegurar que no solo el contexto político ha cambiado, sino también el votante y su comportamiento electoral. Estos cambios se han visto claramente en los dos últimos periodos electorales (2014 y 2018), fundamentando la necesidad de introducir nuevas alternativas metodológicas para el estudio del comportamiento de los y las votantes.

Estos cambios, si bien llevan a cuestionarse por qué seguir usando los mismos instrumentos como si estos fueran resistentes al paso del tiempo, no es la razón única ni

primera para buscar e implementar metodologías novedosas para el estudio del comportamiento político en el país; como ya se mencionó, esta necesidad debe ser una prioridad en sí misma, si se pretende generar avances en el conocimiento científico de un fenómeno.

El hacer uso de nuevas metodologías, que en el país han sido poco implementadas, permitirá entender mejor cómo es el proceso del voto y la toma de decisión y estar, por lo tanto, mejor capacitados para entender de forma más integral el comportamiento electoral.

3.2 Comportamiento político electoral

El comportamiento político electoral ha sido objeto de estudio desde muchas décadas atrás; las investigaciones al respecto tienen como objetivo primordial entender por qué el electorado vota por determinado candidato o partido político, y así, eventualmente, predecir la forma como lo harán en los procesos electorales futuros.

La explicación de por quién votan los electores se ha atribuido a diferentes elementos; en un inicio, a estos se les daba un papel pasivo, la razón del voto se atribuía a factores sociales e influencias externas, y el acto de votar no se consideraba un ejercicio intelectual, sino más bien venía dado por una identificación no racional con determinado partido político. Esta identificación era originada por el grupo social al cual pertenecían las y los sujetos y era resistente al paso de los años, por lo cual la persona entregaría su voto al mismo partido con pocas posibilidades de cambio (Roche, 2008).

Con el pasar de los años, así como con el nacimiento de fuertes movimientos sociales y nuevas fuerzas políticas, los estudiosos del tema atribuyen al votante un papel más activo, una creciente conciencia política e interés en su entorno, por lo tanto, consideran que el votante tiene una mayor posibilidad de movilización en cuanto a su intención de voto (Flores, 2015).

En décadas más recientes, con motivo de diversos estudios, se empieza a considerar el ejercicio del voto como un proceso más racional, donde los votantes evalúan las experiencias que han tenido con un partido u otro, sobre todo con el partido en el poder. Se preocupan en mayor o menor medida de obtener información de lo que pasa durante la campaña electoral y de conocer a los representantes de los partidos (Kuschick, 2004).

Tras el análisis de los diferentes modelos explicativos tomados como referencia para esta sistematización, se encuentran varios puntos de coincidencia. A continuación, se presentan tres modelos que explican la intención de voto: el modelo sociológico, el modelo psico-sociológico y el modelo espacial-racional.

3.2.1. El modelo sociológico

Se basa en estudios realizados en la escuela estadounidense de Columbia, sobre los elementos que el electorado considera al momento de tomar su decisión. En este se resalta el papel de la integración social como motivador de la participación política y los grupos primarios en la creación, así como la transmisión de valores y percepciones, que llevarán a los miembros de estos grupos a estar alineados al mismo partido político. Según lo anterior,

la decisión de por quién votar es primordialmente influida por la situación de clase de las y los electores, su ocupación y estatus socioeconómico (Kuschick, 2004). La premisa básica plantea que las y los electores votan en función del grupo o clase social al cual pertenecen, implicando un bajo nivel de movilidad en la decisión de voto. Ello le resta poder a las campañas político-electorales sobre el cambio en la elección de un miembro de grupo, y lo atribuye a la posibilidad de un cambio en la composición y la movilidad socioeconómica de los grupos de referencia del electorado (Roche, 2008).

3.2.2. El modelo psico-sociológico

En este modelo el voto es un proceso de largo plazo, donde se consideran tres elementos como los más importantes a la hora de la tomar la decisión de por quién votar:

- Identidad político-partidaria.
- Imagen de los candidatos.
- Temas de interés en las campañas políticas.

Desde este modelo se considera que el individuo ha desarrollado a lo largo de su vida una identificación duradera con un partido o ideología a través de su proceso de socialización, la cual se adquiere por medio de la influencia familiar y es reforzada por la pertenencia a ciertos grupos. Sin embargo, puede ser modificada por la percepción que las y los votantes tengan de los candidatos políticos. Además, las y los sujetos muestran más interés por la realidad política y esto llega a tener efecto sobre el comportamiento.

Estos dos modelos, sociológico y psico-sociológico, conciben que el actuar político electoral es consecuencia de las influencias del grupo particular de pertenencia de las y los sujetos, o bien, resultado de identificaciones no racionales con un partido político, desarrolladas lentamente a lo largo de la vida del votante (Flores, 2015). Atribuyen poca o nula influencia a los medios de comunicación masiva en la decisión de las y los electores, lo cual implica un bajo nivel de movilidad, logrando influir únicamente a quienes no se encuentran integrados a sus grupos de referencia (Kuschick, 2004). El panorama político de las siguientes décadas modificó la concepción del electorado como actor pasivo, mostrando este, mayor interés en las propuestas de los candidatos, considerando las actitudes políticas como más volubles que los modelos anteriores. Es así como se gesta un nuevo modelo, que asigna un mayor énfasis a la maximización de los beneficios que los y las votantes tratan de conseguir por medio de su voto (Flores, 2015).

3.2.3. Modelo espacial-racional

El modelo espacial racional intenta explicar el comportamiento político electoral en función de los beneficios que el individuo percibe que ha recibido o recibirá de los partidos y candidatos contrincantes (Kuschick, 2004). Las adiciones partidistas no vienen preconcebidas por la pertenencia a un grupo social determinado, sino por el proceso de análisis del individuo sobre las acciones del partido que está en el poder, en contraposición con la capacidad de los opositores de generar confianza y credibilidad en sus ofertas o de los cambios que introducirán. En este modelo entra en juego la elección racional, el o la

votante evaluará a cada candidato y apoyará al partido que considere que mejor defiende sus intereses, en un ejercicio donde los beneficios esperados de su comportamiento superen los costos (Roche, 2008). En este modelo, las campañas electorales y los medios de comunicación sí tienen el poder de influenciar la decisión de voto y existe una mayor movilidad de los electores en su decisión de por quién votar.

En relación con la decisión de voto, Lau y Redlawsk (2006) establecen cuatro elementos explicativos sobre cómo los y las votantes toman su decisión con base en la información que buscan y reciben durante las campañas: 1. Conseguir información sobre cada uno de los candidatos y analizarla antes de tomar una decisión. 2. Elegir de forma intuitiva un candidato y reunir información, si resulta satisfactoria se deja de buscar. 3. Elegir uno o varios asuntos de interés, reunir información sobre esos asuntos, compararla y decidir en consecuencia. 4. Buscar información que confirme una decisión que ya se ha tomado en virtud de la pertenencia a un grupo particular, o la identificación con cierto partido político. Todo lo anterior cobra relevancia en el contexto de las últimas contiendas electorales en Costa Rica, caracterizadas por una creciente volatilidad en la intención de voto y el creciente número de indecisos, motivadas ambas por una clara ruptura de las tradicionales lealtades partidarias, lo cual es muestra inequívoca del cambio.

Producto del interés por la comprensión del comportamiento político, han surgido además de los modelos anteriormente planteados, técnicas que pretenden profundizar en el estudio de tal comportamiento. Para efecto de esta investigación, se aplicarán las metodologías que se detallan a continuación.

3.3 Metodologías experimentales en el estudio del comportamiento político electoral

Con la intención de complementar los procesos de análisis del actuar electoral basados en el auto-reporte, se recurre a metodologías experimentales como el Test de Asociaciones Implícitas y el Test de Ceguera de Elección, para profundizar y facilitar el entendimiento de la toma de decisión electoral.

3.3.1. El Test de Asociaciones Implícitas (TAI)

El Test de Asociaciones Implícitas ha sido utilizado en otros países desde hace varias décadas, como un instrumento confiable y de suma utilidad para acercarse a las preferencias no conscientes de las personas y comprender sus orientaciones políticas (Ayala, 2012).

Desde mediados de la década de los noventa, las investigaciones en Psicología sobre las actitudes se han enfocado en el dualismo de lo implícito y lo explícito. Desde los estudios que abordan las actitudes explícitas se resaltan instrumentos como los cuestionarios y encuestas basados en el auto-informe, que se refiere específicamente a preguntar de forma directa sobre pensamientos y sentimientos relacionados con el tema en cuestión, y cuyas críticas principales son la incapacidad de capturar contenidos no conscientes y que los participantes comúnmente responden a lo socialmente aceptado (Gawronski y Brannon, 2017).

Un concepto fundamental para comprender las asociaciones implícitas es el de

actitudes implícitas, definidas como rastros introspectivos de experiencias pasadas que no fueron identificadas o que fueron identificadas de manera incorrecta, en los cuales median sentimientos o acciones positivas o negativas hacia los objetos sociales (Greenwald y Banaji, 1995).

En cuanto a los instrumentos que miden las actitudes implícitas, Gawronski y Brannon (2017) indican que son procedimientos experimentales adaptados a la psicología cognitiva, cuya principal característica es ofrecer respuestas que se infieren por indicadores de ejecución, como la velocidad y precisión de las y los participantes ante los estímulos que se les presentan. Su principal premisa es que estos instrumentos evalúan asociaciones que las personas no quieren o no pueden informar.

La asociación implícita se entiende como la relación mental entre el concepto presente en la memoria de un individuo sobre determinado objeto y cierto estímulo que se le plantee. Desde el estudio de la psicología social se le ha entendido como cognición social implícita, siendo relevante para el abordaje de diferentes temáticas, incluido el comportamiento político (Gawronski y Brannon, 2017).

Dentro de las particularidades de esta rama de la investigación se encuentra el uso específico de instrumentos con las siguientes características: se automatizan para la medición de los pensamientos y reacciones, el participante tiene poco control del impacto de sus respuestas en la medición y brindan la posibilidad de aplicarlos a cualquier objeto de interés para la disciplina psicológica (Gawronski y Hahn, 2019).

Uno de los principales ejemplos de dichas herramientas es el Test de Asociaciones Implícitas, que tiene el objetivo de medir la fuerza de asociación entre conceptos. Este se

particulariza por realizar la presentación de imágenes y palabras en bloques binarios, con condiciones antagónicas combinadas de forma congruente o incongruente en relación con la asociación que se va a analizar (Gawronski y Hahn, 2019).

El TAI se apoya en la idea de que la clasificación debería ser más sencilla y rápida cuando dos categorías se encuentran altamente asociadas en el sujeto de forma implícita, por esta razón, la categorización de imágenes se debe realizar en un tiempo determinado, reflejando así una evaluación automática de los conceptos, ya que, según la teoría, a mayor asociación entre conceptos, el tiempo de respuesta será menor (Greenwald *et al.*, 1998).

El enfoque de algunas de las investigaciones relacionadas con esta metodología se concentra en comprender el proceso donde se realizan asociaciones de manera implícita, con la intención de advertir mejor las actitudes de las y los votantes. Arcuri *et al.* (2008) plantean que dicho enfoque investigativo, puede ser de gran apoyo para el estudio de los procesos de decisión política de las y los votantes indecisos, y sugieren que su utilización puede ser aprovechada para la realización de encuestas, ya que podría favorecer la obtención de predicciones más cercanas a la realidad.

Lo anterior resulta de especial importancia cuando varios de los planteamientos indican que la mayoría de las y los votantes se manifiestan indecisos, muchas veces hasta el momento en que se encuentran en las urnas, ya que según se indica en la investigación señalada anteriormente, a pesar de que las y los votantes indecisos refieren duda al consultarles por su elección, este panorama cambia al expresar actitudes espontáneas que podrían resultar un predictor del futuro comportamiento de votación. En esta misma línea Friese *et al.* (2011) sugieren que, aunque no esté clara de decisión de voto, es posible

identificar cogniciones sociales para predecir el voto de los indecisos.

La metodología descrita anteriormente pretende explorar las actitudes implícitas que tienen las y los votantes, muy especialmente en los casos donde se refiere incertidumbre, brindando elementos que pueden complementar el estudio del accionar político.

De igual manera sucede con la segunda técnica aplicada en esta investigación y que se presenta a continuación, en la cual, a través del análisis de las respuestas de las y los votantes, se identifican elementos que amplían el panorama y favorecen la comprensión del comportamiento.

3.3.2. El Test de Ceguera de Elección

La ceguera de elección hace referencia a la falta de comprensión de las personas ante sus propias elecciones, lo cual puede llegar a un grado tal que, ante el cambio de una respuesta previamente dada (inclusive contraria), y que luego les es presentada a las y los sujetos como su elección inicial, en un alto porcentaje estos no se enteran del cambio, llegando a dar justificantes de una elección que en realidad nunca hicieron.

Lo anterior queda demostrado en un estudio donde se les presentó a las y los participantes, fotografías de dos mujeres y se les preguntó a cuál encontraban más atractiva y cuál fue la razón de su elección. Este mismo ejercicio se llevó a cabo en 15 ocasiones consecutivas por cada sujeto, pero en 3 de las 15 repeticiones, los experimentadores cambiaron la fotografía por la que no había sido escogida por los participantes (Johansson, Hall, Sikström y Olsson, 2005).

Estos investigadores identificaron que el 75 % de las y los voluntarios no notaron el cambio de la fotografía, y al solicitarles el motivo de su elección, estos proporcionaban todo tipo de argumentos para justificarla, a pesar de que como ya se sabe, nunca la eligieron. Solamente uno de cada diez participantes identificó que no había sido su decisión inicial. Otros dudaban, pero al final, la mayoría optaba por sostener la elección que nunca habían hecho.

Estos mismos autores han realizado múltiples estudios, con montajes experimentales diversos, para verificar la veracidad y potencia de la ceguera de elección. Por ejemplo, con test de productos, en temas que sugieren dilemas morales y más recientemente, en las elecciones suecas del 2013, con actitudes políticas. En este último estudio se manipuló la información que las y los sujetos proporcionaron sobre su orientación política. Los resultados obtenidos fueron concordantes con los obtenidos en estudios anteriores, donde un alto porcentaje (92 %) no detectó la manipulación (Figini, 2014).

Como se puede notar, en los estudios relacionados con la ceguera de elección, uno de los puntos focales es la manipulación de las respuestas dadas por las y los sujetos, los investigadores modifican la respuesta dada en etapas posteriores de los experimentos por:

- Respuestas contrarias.
- Respuestas que nunca fueron dadas por los participantes.
- O se indica que la respuesta fue dada por otra persona, cuando en realidad fue la misma que el participante indicó.

La finalidad de este tipo de experimentación no es únicamente comprobar el porcentaje de detección de la manipulación, sino que es de gran importancia el estudio de la forma como los sujetos defienden las elecciones que nunca hicieron, la recopilación de los argumentos utilizados para esto, la complejidad de los mismos, y los cambios de opinión que se pueden lograr mediante la manipulación de las respuestas.

Esto último es de vital importancia, pues el sujeto que no nota la manipulación justifica su elección falsa y la acepta cuando explica las razones detrás de ella. Estos desajustes podrían inducir a que las personas estén más propensas a hacer cambios en sus decisiones, retroalimentando e influyendo posteriormente su comportamiento (Sivén, Strandberg, Hall, Johansson y Pärnamets, 2016).

En cuanto a los argumentos que se utilizan para justificar las propias decisiones, existen importantes diferencias entre el trato que las personas dan a un argumento creado por sí mismas, en oposición a uno creado por otros. En el primer caso, es tratado de manera más benevolente a la hora de su análisis y en el segundo caso, el manejo es mucho más riguroso, además, las personas que se muestran más seguras de la validez de sus argumentos tienden a ser menos críticas en la evaluación de perspectivas ajenas (Trouche, Johansson, Hall y Mercier, 2015).

Otro elemento que atañe a la toma de decisiones es la manera como la persona llega a cierta elección, ya sea acudiendo a sus patrones de respuestas previas ya probados, o eligiendo deliberadamente. En su gran mayoría, los seres humanos utilizan la primera vía. Aunque en los casos en que se hace necesario hacer una elección deliberada, aparecen de

forma paralela las emociones, que actuarán como coordinadoras de la interacción cognitiva y los procesos automáticos. Independientemente de la decisión que se deba tomar, la ceguera de elección es un efecto cognitivo general, lo cual hace que sea categorizada como un sesgo cognitivo (Arcenaux, 2012).

El paradigma de ceguera de elección se puede implementar en múltiples temáticas; en cuanto a la que interesa para este estudio puede ser utilizada para enriquecer los métodos tradicionales para el abordaje del comportamiento político, más específicamente la decisión de por quién votar.

4. Planteamiento del Problema

4.1 Delimitación del tema de trabajo

La existencia de pocos estudios de tipo experimental en el contexto costarricense que enriquezcan las técnicas utilizadas para la comprensión del comportamiento político electoral, lleva al cuestionamiento sobre la posibilidad de implementar herramientas metodológicas diferentes a las existentes. Por lo anterior, el propósito del Seminario consistió en examinar algunas de estas técnicas alternativas e innovadoras.

En particular, se articula alrededor de la presentación de una serie de estudios desarrollados con el fin de validar, a nivel nacional, los paradigmas del Test de Asociaciones Implícitas y de Ceguera de Elección, para estudiar tres pilares de la toma de decisión política:

la identidad partidaria, las características de los candidatos y los temas debatidos en la campaña.

Por lo anterior, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles alternativas metodológicas pueden representar nuevas herramientas para el estudio del comportamiento político electoral en el contexto costarricense?

4.2 Objetivos

4.2.1. Objetivo general

Validar alternativas metodológicas que ofrezcan nuevas herramientas en el estudio del comportamiento político electoral, en el contexto costarricense.

4.2.2. Objetivos específicos

1. Comprobar la validez del protocolo del Test de Asociaciones Implícitas Breve en el estudio de la identidad partidaria en el contexto de la elección presidencial costarricense 2018.
2. Comprobar la validez del protocolo del Test de Asociaciones Implícitas Breve en el estudio de la escogencia de un candidato político de la elección presidencial 2018.
3. Validar el protocolo de Ceguera de Elección (Choice-Blindness) mediante el estudio de los cambios de opinión de los votantes en temas políticos.

5. Delimitación de las tareas y responsabilidades individuales

5.1 Primera etapa: Revisión bibliográfica

Objetivo: Realizar la revisión bibliográfica para la elaboración de la justificación del estudio, los antecedentes, el marco teórico, el planteamiento del problema y la metodología.

Responsables: Marianela Calderón, Roxana Méndez, Mariela Quirós, Róger Pérez, Sócrates Salas, Monserrat Vega.

Especificación: Cada estudiante revisó material bibliográfico y participó en la formulación de los diferentes apartados del anteproyecto. Los hallazgos se discutieron con los y las sustentantes en reuniones programadas, dos veces por semana, vía Skype; las consultas conceptuales y metodológicas fueron quincenalmente atendidas por el director del Seminario. Las reuniones tuvieron una duración de dos horas.

Delimitación de las tareas y responsabilidades: Todos los estudiantes participaron en la revisión bibliográfica. Se asignó trabajo individual para la búsqueda y revisión de material, se preparó un resumen para ser discutido con el resto de las y los compañeros. Adicionalmente, cada participante formuló los antecedentes revisados. Se desarrollaron sesiones semanales de trabajo virtual para el logro del objetivo. De igual manera, se efectuaron sesiones quincenales con el director del seminario para su retroalimentación.

5.2 Segunda etapa: Formulación y aprobación del Anteproyecto

Objetivo: Formular el Anteproyecto de Seminario y conseguir la aprobación de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación.

Responsables: Todos los y los estudiantes.

Especificación: La participación fue activa en la formulación y revisión de las secciones del anteproyecto, en la atención de las observaciones recibidas por el equipo asesor. Durante esta etapa, hubo sesiones semanales de trabajo virtual entre los y las sustentantes, y otras quincenales con el director del Seminario con una duración de dos horas.

Delimitación de las tareas y responsabilidades: Todos los y los estudiantes participaron en la elaboración del anteproyecto. Se asignó trabajo individual para la redacción de los diferentes apartados. En parejas se hizo la lectura, revisión y enriquecimiento del documento. Se desarrollaron sesiones semanales de trabajo virtual en parejas y se efectuaron sesiones quincenales con el director del Seminario para su retroalimentación.

5.3 Tercera etapa: Trabajo de Campo

Experimento N°1

Objetivo: Comprobar la validez del protocolo del Test de Asociaciones Implícitas Breve en el estudio de la identidad partidaria en el contexto costarricense.

Responsables: Sócrates Salas Sánchez y Monserrat Vega Ramírez.

Especificación: La ejecución del trabajo de campo se desarrolló siguiendo el método, los participantes, los instrumentos, los procedimientos y las estrategias de análisis especificadas en la metodología.

Delimitación de las tareas y responsabilidades: La pareja responsable de este objetivo diseñó y validó el protocolo experimental del TAIB para estudiar la identidad partidaria.

Una vez realizada la programación del experimento, para validar su funcionalidad, las y los investigadores completaron en varias ocasiones el protocolo, con el objetivo de establecer las mejoras pertinentes, verificaron la claridad de las instrucciones, validaron el procesamiento de los datos, determinaron la salida de los datos y aseguraron que estos se resguardaran.

El trabajo de campo se desarrolló en conjunto por todas y todos los estudiantes del Seminario; realizando cada quien un total de 35 aplicaciones, para un total de 210 aplicaciones del TAIB sobre la identidad partidaria.

La pareja responsable del estudio realizó el procesamiento y análisis de los datos recopilados, sistematizó los hallazgos y elaboró el informe.

Experimento N°2

Objetivo: Comprobar la validez del protocolo del Test de Asociaciones Implícitas Breve, en el estudio de la escogencia de un candidato político de la elección presidencial 2018.

Responsables: Roxana Méndez Rodríguez y Mariela Quirós Méndez

Especificación: La ejecución del trabajo de campo se desarrolló con base en el

método, los participantes, los instrumentos, los procedimientos y las estrategias de análisis especificadas en la metodología.

Delimitación de las tareas y responsabilidades: La pareja responsable del objetivo diseñó y validó el protocolo experimental del TAIB para estudiar la escogencia de un candidato.

Una vez realizada la programación del experimento, para validar su funcionalidad, las y los investigadores completaron en varias ocasiones el protocolo con el objetivo de establecer las mejoras pertinentes, verificaron la claridad de las instrucciones, validaron el procesamiento de los datos, determinaron la salida de los datos y aseguraron que estos se resguardaran.

El trabajo de campo fue desarrollado por todas y todos los estudiantes del Seminario; cada quien realizó 35 aplicaciones, para un total de 210 aplicaciones del TAIB sobre la escogencia de un candidato.

La pareja responsable del estudio realizó el procesamiento y análisis de los datos recopilados, sistematizó los hallazgos y elaboró el informe correspondiente.

Experimento N°3

Objetivo: Indagar en la percepción que tienen los y las votantes con respecto al resentimiento hacia las élites.

Responsables: Marianela Calderón Guzmán y Róger Pérez Romero.

Especificación: La ejecución del trabajo de campo se desarrolló con base en el método, los participantes, los instrumentos, los procedimientos y las estrategias de análisis especificadas en la metodología.

Delimitación de las tareas y responsabilidades: La pareja responsable del objetivo diseñó y validó el protocolo experimental del TAIB para estudiar la percepción sobre el resentimiento hacia las élites.

Una vez realizada la programación del experimento, para validar su funcionalidad, las y los investigadores completaron en varias ocasiones el protocolo con el objetivo de establecer las mejoras pertinentes, verificaron la claridad de las instrucciones, validaron el procesamiento de los datos, determinaron la salida de los datos y aseguraron que estos se resguardaran.

El trabajo de campo fue desarrollado por todas y todos los estudiantes del Seminario; cada quien realizó 35 aplicaciones, para un total de 210 aplicaciones del TAIB sobre el resentimiento hacia las élites.

La pareja responsable del estudio realizó el procesamiento y análisis de los datos recopilados, sistematizó los hallazgos y elaboró el informe correspondiente.

Experimento N°4

Objetivo: Validar el protocolo de Ceguera de Elección mediante el estudio de los cambios de opinión de los votantes en temas políticos.

Responsables: Todos los y los estudiantes.

Especificación: La ejecución del trabajo de campo se desarrolló con base en el método, los participantes, los instrumentos, los procedimientos y las estrategias de análisis especificadas en la metodología.

Delimitación de las tareas y responsabilidades: La construcción e implementación de este experimento tuvo en total tres etapas, en las cuales todos las y los estudiantes

participaron activamente.

La primera etapa consistió en la revisión de material escrito y audiovisual generado durante la campaña política 2018, esto con el objetivo primordial de definir los temas de mayor relevancia durante esta campaña, los argumentos que los y las votantes utilizaban con mayor frecuencia para defender su apoyo u oposición ante los temas que fueron foco de discusión durante la campaña, y los argumentos de los candidatos presidenciales para defender la posición tomada por sus partidos ante los temas más sensibles. Las diferentes fuentes de información fueron revisadas de la siguiente forma:

- Redes sociales de los partidos Acción Ciudadana (PAC) y Restauración Nacional (RN). Responsables: Roxana Méndez Rodríguez y Mariela Quirós Méndez.
- Revisión de debates televisivos de la primera y segunda rondas electorales 2018. Responsables: Marianela Calderón Guzmán y Róger Pérez Romero.
- Revisión de planes de gobierno. Responsable: Monserrat Vega Ramírez
- Análisis de Big data. Responsable: Sócrates Salas Sánchez

Una vez compilada la información de todas las fuentes, se realizó en conjunto un análisis exhaustivo por parte de todo el equipo de estudiantes para extraer los datos pertinentes para la construcción del piloto que comprende la segunda etapa. Dicha información fue discutida en varias sesiones de trabajo con el Director del proyecto, a partir de las que surgieron las mejoras que posteriormente fueron implementadas.

Como se mencionó anteriormente, la segunda etapa consistió en la elaboración y aplicación de un piloto previo a la conformación de la versión final del experimento; el pilotaje tuvo como objetivo la construcción de los argumentos a los cuales serán expuestos

las y los participantes.

El piloto fue diseñado como un formulario en línea a través de la herramienta Qualtrics y cada estudiante realizó un total de 16, para completar un total de 100 participantes.

La totalidad de las y los experimentadores realizaron el análisis de la aplicación del piloto, con la finalidad de extraer los argumentos usados con mayor frecuencia por las y los sujetos, calificarlos como argumentos a favor o en contra y como complejos o simples, además de sugerir las mejoras pertinentes. Dicha información fue discutida en varias sesiones de trabajo con el Director del proyecto, desde donde surgieron las mejoras que posteriormente fueron implementadas.

La tercera etapa consistió en la programación, aplicación y análisis de la información del test de Ceguera de Elección; en esta etapa se contó con la participación de la totalidad de las y los estudiantes. El test fue programado por medio de la plataforma Qualtrics y se realizaron tres versiones diferentes, utilizando la versión final de los argumentos extraída del piloto. Cada pareja de estudiantes estuvo a cargo una de las versiones:

- Versión 1: Marianela Calderón Guzmán y Róger Pérez Romero.
- Versión 2: Roxana Méndez Rodríguez y Mariela Quirós Méndez.
- Versión 3: Sócrates Salas Sánchez y Monserrat Vega Ramírez.

La pareja responsable de cada versión realizó la aplicación, procesamiento y análisis de los datos recopilados, sistematizó los hallazgos y elaboró el informe correspondiente para el análisis final de la información.

5.4 Cronograma de trabajo

En la Figura 1 se presenta el cronograma de trabajo:

Seminario de Temas: Alternativas Metodológicas para el Estudio del Comportamiento Político Electoral																									
Cronograma de actividades realizadas: Marzo 2018- Mayo 2020																									
Calendarización por etapa	Meses																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
I Etapa: Revisión Bibliográfica	■	■																							
II Etapa: Formulación de anteproyecto de investigación			■	■	■	■																			
Aprobación anteproyecto por CTFG							■	■																	
III Etapa: Trabajo de campo									■	■	■	■	■	■											
IV Etapa: Procesamiento y análisis de datos															■	■	■								
V: Sistematización de los hallazgos y elaboración de Memoria de Seminario																		■	■	■	■				
Aprobación del equipo Asesor y Defensa de Seminario																						■	■	■	■

Figura 1. Cronograma de trabajo

6. Paradigma Test de Asociaciones Implícitas

Como parte de este estudio, se realizaron tres versiones del TAIB que evaluaron la identidad partidaria y las características de los candidatos, además, se incluyó un experimento complementario referente al resentimiento hacia las élites.

6.1 Marco metodológico del estudio

6.1.1. Método

En relación con el método, la investigación se planteó como cuantitativa, con diseño experimental, transversal, de alcance explicativo (Walliman, 2011; Kothari, 2004). Se utilizó un método de muestreo no probabilístico intencional por cuotas, dado que resultó más económico y práctico para alcanzar el tamaño de la muestra.

6.1.2. Muestra

Se definió una muestra total de 210 participantes, donde cada estudiante aplicó las tres versiones del experimento para un total de 630 aplicaciones, buscando respetar la distribución por sexo del padrón electoral de las votaciones del 2018, y la representatividad según el sector urbano o rural (75 % y 25 %, respectivamente).

6.1.3. Participantes

Se tomaron del Padrón Nacional Electoral utilizado el 4 de febrero de 2018,

considerando únicamente aquellos electores que residían y votaron dentro del territorio nacional. La población total de este padrón fue de 3.290.465; de los cuales 1.638.652 eran electores hombres (49.8 %) y 1.651.813 (50.2 %) correspondían a votantes mujeres. Por interés de las y los investigadores, tuvieron edades entre los 18 y 50 años cumplidos; agrupados en igual representación en función de los siguientes rangos de edad: de 18 a 30 años cumplidos, de 31 a 40 años cumplidos y de 41 a 50 años cumplidos. Limitar la edad de la muestra resultó importante porque la aplicación se realizó mediante un programa de computadora, y las tareas contemplaron un tiempo de reacción que fue considerado en el análisis de los experimentos. Se procuró incluir en la muestra a personas que votaron por el Partido Restauración Nacional (RN) y el Partido Acción Ciudadana (PAC) para garantizar la mayor neutralidad posible y poder asegurarse de tener dos grupos que pudieran compararse.

Se utilizó un procedimiento no aleatorio de selección de la muestra cumpliendo con la cantidad de participantes según las variables de interés y la anuencia a participar en el estudio. En este proceso se verificó el cumplimiento de los siguientes criterios de inclusión: a) rango de edad entre los 18 y los 50 años cumplidos, b) Ser parte del padrón nacional electoral definitivo para febrero de 2018, c) residir en el territorio nacional, d) aceptar el consentimiento informado. Los criterios de exclusión fueron: a) tener problemas motores o psicomotrices en las manos que impidan el uso de la computadora y la selección de respuestas a través del teclado, b) tener problemas neurológicos detectados, c) tener medicación que altere el nivel de conciencia y/o motricidad, d) residir en el extranjero.

6.1.4. Consentimiento Informado, Cuestionario General de Datos Sociodemográficos y Mediciones Explícitas

Antes de la aplicación de los tres TAIB, se incluyó una pantalla solicitando a cada participante su consentimiento para acceder a formar parte del estudio (Ver Anexo 1); este se otorgó luego de una breve descripción del experimento por realizar, donde en caso de acuerdo, se debía presionar el comando “Acepto participar”, posteriormente, cada sujeto realizó el Cuestionario General de Datos Sociodemográficos y Mediciones Explícitas (Ver Anexo 2).

Con respecto a la indagación de los datos sociodemográficos, se procedió a consultar por la siguiente información: estado civil, nivel educativo, rango de ingresos del núcleo familiar y religión que practica. En cuanto a las mediciones explícitas se preguntó sobre temas tales como, si se ejerció el voto y en caso afirmativo, el candidato de elección, enfatizando en la investigación de particularidades referentes a la segunda ronda, como los factores y razones que influyeron en el voto emitido y el momento en que se decidió a ejercerlo. Las preguntas del cuestionario inicial fueron adaptadas de las preguntas realizadas en el estudio de panel del CIEP durante la campaña política del 2018. Este cuestionario permitió determinar las características ideológicas y políticas de la muestra de participantes, así como su percepción en referencia al estado actual del país, examinando problemáticas que se consideran más significativas dentro de la actualidad costarricense.

Posteriormente, se procedió a profundizar en dos de los temas ejes que sustentan el estudio. La identidad partidaria en primer lugar, específicamente relacionada con la

motivación principal detrás del voto, el peso de la tradición familiar y el récord personal de simpatía y preferencia con un partido político. Y, en segundo lugar, las características de los candidatos, donde se solicitó un análisis por parte del o la participante con respecto a las particularidades personales de cada candidato que le llevaron a definir su preferencia.

En la siguiente fase se presentó un grupo de escalas que brindó información sobre temas complementarios a los obtenidos a partir de los Test de Asociaciones Implícitas. Dichas escalas fueron ubicadas en bloques de acuerdo con los tópicos y calificadas en un rango de 1 a 5 donde, 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente en acuerdo.

A continuación, la descripción de las escalas.

1. El primer bloque de enunciados, llamado “Escala de resentimiento hacia las élites políticas” indagó en la percepción que tenían los y las votantes con respecto a la clase política (Vega, Molina, Smith-Castro y Pérez, en prensa).
2. El segundo bloque “Escala de autoritarismo de derecha” abordó temáticas planteadas desde una visión más conservadora, y que pretendieron determinar el grado de identificación con un modelo autoritario (Altermayer, 1996).
3. La próxima escala fue la “Escala de dominancia social”, que aplicó un esquema de calificación de criterios invertidos en los casos señalados, para medir el valor asignado a cada clase social, así como la percepción del derecho de movilización entre clases (Sidanius y Pratto, 1999).
4. Seguidamente, se presentó la escala de “Medición socio-religiosa”, en la cual se cuestionó sobre la importancia de la religión y la espiritualidad para el individuo (Ver Anexo 2).

6.1.5. Breve descripción TAIB

El objetivo del estudio consistió en determinar el rol de factores implícitos en la conducta de voto y estudiar los mecanismos de asociación implícita en la decisión electoral. Estudios recientes han demostrado que el Test de Asociaciones Implícitas (TAI) puede constituir una medición que permite predecir (en parte) los resultados electorales (*Arcuri et al.*, 2008). El uso del TAI podría revelarse particularmente pertinente para intentar detectar preferencias (implícitas) en las y los votantes indecisos, y así complementar las predicciones resultantes de las encuestas en el Panel. Es un test que mide las actitudes implícitas (*Greenwald et al.*, 1998). En particular, mide la fuerza o la asociación entre conceptos (negro, gay) y evaluaciones (bueno, malo) o estereotipos (atlético, torpe) (ver por ejemplo en: <https://implicit.harvard.edu/implicit/featuredtask.html>). Constituye ahora uno de los test implícitos más utilizados, ya que fue objeto de una amplia serie de comprobaciones en varios ámbitos, incluyendo preferencias por candidatos presidenciales (*Nosek, Banaji y Greenwald, 2002; Knutson, Wood, Spampinato y Grafman, 2006*). Ofrece una metodología completa para su implementación y el análisis de los resultados (*Greenwald, Nosek y Banaji, 2003; Nosek, Greenwald y Banaji, 2005*) y dispone de buenas propiedades psicométricas y una mejor confiabilidad que otras medidas implícitas (*Cunningham, Preacher y Banaji, 2001*).

La tarea computarizada consistió en clasificar palabras o imágenes en cuatro categorías presentadas a la izquierda y la derecha de la pantalla presionando una tecla (por ejemplo “e”) si la palabra o imagen pertenece a las categorías de la izquierda, y otra tecla

(por ejemplo “i”) si la palabra o imagen pertenece a las categorías en la derecha.

En este estudio las y los participantes estuvieron confrontados a las siguientes categorías: Bueno vs. Malo y PAC vs. RN. En la fase 1, las y los participantes categorizaron una serie de palabras en función de su valencia emocional (“Bueno” o “Malo”) presionando la tecla correspondiente al lado en el cual se encuentra la categoría.

En la fase 2, clasificaron imágenes de candidatos según su pertenencia a un partido político (“PAC” o “RN”). Estas dos primeras fases constituyeron un entrenamiento a la categorización. En la fase 3, las categorías fueron asignadas simultáneamente; por ejemplo, Bueno y RN a la izquierda y Malo y PAC a la derecha. Así, los y las participantes realizaron una doble categorización con la misma tecla con base en las palabras e imágenes presentadas en las fases 1 y 2. En cada una de las fases, los ítems por clasificar se presentaron de manera aleatoria.

Continuando con la fase 4, los y las participantes clasificaron de nuevo las imágenes de candidatos, pero esta vez las categorías estaban invertidas en la pantalla, así como las teclas. Dicha fase constituyó otra fase de entrenamiento.

El experimento terminó con la fase 5 similar a la fase 3, pero aquí las teclas asociadas a las categorías fueron diferentes. Por ejemplo, Bueno y PAC con la tecla de la izquierda y Malo y RN con la tecla de la derecha (Ver Tabla 1).

Tabla 1
Bloques y ensayos de la tarea del TAI

Bloque	Tipo de juzgamiento	Tecla de la izquierda	Tecla de la derecha	Número de ensayos
1 Aprendizaje	Categorización de actitud	Bueno	Malo	12
2 Aprendizaje	Categorización de conceptos	PRN	PAC	18
3 Test	Categorización combinada	Bueno o PRN	Malo o PAC	66
4 Aprendizaje	Categorización de conceptos invertida	PAC	PRN	18
5 Test	Categorización combinada invertida	Bueno o PAC	Malo o PRN	66

Nota: El orden de los bloques 3 y 5, y de los bloques 2 y 4 se contrabalancean entre los participantes.
 FUENTE: Adaptado de *Arcuri et al. (2008)*

El principio de la técnica reside en el hecho de que la clasificación se ve facilitada cuando ítems relacionados fuertemente, comparten la misma tecla. El puntaje del TAI es calculado a partir del tiempo (en milisegundos) que las personas, en promedio, tomen para clasificar las palabras. Así, si la actitud de un participante hacia RN es positiva, el tiempo necesario para su categorización, en la fase 3, será facilitada en comparación con la fase 5, ya que comparten la misma tecla. En el caso de un participante que apoya al PAC, se podrían esperar latencias más largas en la fase 3 y errores más frecuentes que en la fase 5.

De acuerdo con este principio, las asociaciones implícitas fuertes hacen que los juicios congruentes sean más rápidos de clasificar como una unidad, y los juicios incongruentes más lentos de categorizar en conjunto, aumentando la disparidad entre las

latencias de respuesta congruentes e incongruentes. Una medida de la fuerza de las asociaciones implícitas se obtiene registrando la diferencia en el tiempo que toma hacer estos dos tipos de juicio. La diferencia en las latencias congruentes y las latencias incongruentes se conoce como “el efecto TAI” (Hummert, Garstka, O’Brien, Greenwald y Merllot, 2002).

6.1.6. Procedimiento

La elaboración del test inició mediante la formulación de propuestas de las diferentes características e imágenes por utilizar como base de la categorización, generadas a partir de sesiones grupales de los y las participantes del Seminario, en las cuales se realizaron revisiones de redes sociales y medios de comunicación en general, convirtiéndose en fuentes abundantes de información por la época en que se realizaba esta labor. Posteriormente, se presentaron para discusión y definición con el Director del proyecto, donde se concretaron las propuestas pertinentes y definitivas para el instrumento. Los tres experimentos fueron desarrollados por los responsables en dos versiones diferentes para cada tema: características de los candidatos e identidad partidaria y resentimiento hacia las élites. Para lo cual, en ambas versiones, se fueron presentando los elementos de manera opuesta; es decir, si en la versión uno el primer elemento por clasificar era Carlos Alvarado en la versión dos, el primer elemento por clasificar era Fabricio Alvarado. Cada participante realizó los tres TAIB mencionados anteriormente. El orden de presentación de los tres experimentos fue balanceado entre las y los sujetos, esto con el objetivo de evitar un sesgo en el resultado de los experimentos, debido a un mismo orden de presentación de los estímulos en la totalidad

de la muestra.

En primer lugar, se procedió a realizar la programación de la herramienta en el E-Prime 3.0. Luego se realizaron varias pruebas de manera que los y las experimentadores comprobaron la correcta ejecución del test, claridad en las instrucciones y otro tipo de detalles tales como: la adecuada redacción o errores ortográficos y gramaticales. Una vez comprobado el buen funcionamiento, se validó el procesamiento y resguardo de los datos.

6.1.7. Materiales e instrumentos

Se crearon dos experimentos principales y un experimento complementario. El primero se enfocó en los partidos políticos involucrados en la segunda ronda electoral: PAC y RN. El objetivo de este experimento fue comprobar la validez del protocolo del TAI en el contexto costarricense. En efecto, conociendo el partido por el cual los y las participantes votaron en la segunda ronda (y en la primera ronda), se evaluó la concordancia entre el voto explícito y la asociación implícita hacia los partidos en cuestión. El segundo se enfocó en los candidatos políticos involucrados de la elección estudiada, en particular los dos contrincantes de la segunda ronda: Carlos Alvarado (PAC) y Fabricio Alvarado (RN). De nuevo, el objetivo de este experimento fue validar el protocolo del TAI en el contexto costarricense.

En efecto, sabiendo el candidato por el cual las y los sujetos votaron en segunda ronda, se valoró la concordancia entre el voto explícito y la asociación implícita hacia los candidatos finalistas. Adicionalmente, un tercer experimento se centró en el resentimiento hacia las élites. Su objetivo fue evaluar la congruencia entre las medidas explícitas sobre resentimiento

hacia las élites (cuestionario del CIEP) y las mediciones implícitas gracias al TAI.

En este estudio los experimentos fueron programados mediante E-Prime 3.0 (Schneider, Eschman y Zuccolotto, 2002) y fueron adaptados de una versión más reciente y reducida del TAI, conocida como el Test de Asociación Implícita Breve (o TAIB) (Sriram y Greenwald, 2009). Permite, en particular, conservando propiedades psicométricas aceptables, reducir el tiempo de aplicación del test ya que cuenta con un total de 96 ensayos en vez de 180 (Bar-Anan y Nosek, 2014).

En el TAIB los y las participantes se enfocaron solamente en dos de las cuatro categorías. Estas son divididas en categorías focales y no-focales (ver Tabla 2 Procedimiento TAIB sobre los candidatos). Los estímulos de las categorías focales fueron categorizados con la misma tecla (por ejemplo “i”), y cualquier otro estímulo que aparece en la pantalla (no-focal) fue categorizado con otra tecla (por ejemplo “e”). Las categorías y los atributos aparecieron en la pantalla con colores diferentes, con el fin de facilitar la clasificación.

En los bloques de test (2, 3, 4 y 5) los atributos (Bueno o Malo) focales eran fijos y los conceptos comparados (Carlos A., Fabricio A.) fueron focales en bloques separados (2 y 4, 3 y 5). Para cada TAIB, se crearon dos versiones con el fin de contrabalancear el orden de aparición de las categorías (Carlos o Fabricio). Las y los individuos se asignaron aleatoriamente a cada uno de ellos. Se mantuvo constante el atributo focal (Bueno).

Tabla 2
Procedimiento TAIB para candidatos políticos

Bloque	Estructura de los ensayos	Focal	No-Focal
1	4 atributos + 12 ensayos alternando categoría y atributo (16)	Bueno (atributo) y mamíferos (categoría)	Malo (atributo) y aves (categoría)
2	4 atributos + 16 ensayos alternando categoría y atributo (20)	Bueno (atributo) y Carlos A. (categoría)	Malo (atributo) y Fabricio A. (categoría)
3	4 atributos + 16 ensayos alternando categoría y atributo (20)	Bueno (atributo) y Fabricio A. (categoría)	Malo (atributo) y Carlos A. (categoría)
4	4 atributos + 16 ensayos alternando categoría y atributo (20)	Bueno (atributo) y Carlos A. (categoría)	Malo (atributo) y Fabricio A. (categoría)
5	4 atributos + 16 ensayos alternando categoría y atributo (20)	Bueno (atributo) y Fabricio A. (categoría)	Malo (atributo) y Carlos A. (categoría)

Nota: El orden de los bloques 3 y 5, y de los bloques 2 y 4 se contrabalancean entre los participantes.
 FUENTE: Adaptado de Nosek *et al.* (2014).

A continuación, se presentan los estímulos que fueron utilizados en el TAIB sobre los partidos:

- Atributos “Bueno”: agradable, felicidad, risa, amor
- Atributos “Malo”: desagradable, tristeza, agonía, maldad
- Categoría “PAC”: 4 imágenes diferentes del logo del Partido (Ver Anexo 3)
- Categoría “RN”: 4 imágenes diferentes del logo del Partido (Ver Anexo 4)

Posteriormente, se presentan los estímulos utilizados en el TAIB sobre candidatos:

- Atributos “Bueno”: agradable, felicidad, risa, amor
- Atributos “Malo”: desagradable, tristeza, agonía, maldad
- Categoría “Carlos Alvarado”: 4 imágenes diferentes del candidato (Ver Anexo 5)
- Categoría “Fabricio Alvarado”: 4 imágenes diferentes del candidato (Ver Anexo 6)

Los estímulos que se utilizaron en el TAIB sobre resentimiento hacia las élites fueron:

- Atributos “Confianza”: Fe, certidumbre, seguridad, tranquilidad
- Atributos “Desconfianza”: Incertidumbre, miedo, sospecha, mentira
- Categoría “Élite”: Diputado, Universitario, Periodista, Empresario
- Categoría “Pueblo”: Campesino, Pescador, Empleado, Obrero

6.1.8. Estrategia de análisis

Todos los análisis se realizaron mediante los programas SPSS versión 21 (IBM Corp., Armonk, NY) Jamovi (The jamovi Project, 2019) y JASP (JASP Team, 2019). Se utilizó la metodología desarrollada por Greenwald y sus colaboradores para analizar los resultados obtenidos y calcular el efecto TAI. Asimismo, se empleó el más reciente algoritmo adaptado del TAIB para establecer el score D de cada uno de los y las participantes (Nosek, Bar-Anan, Sriram, Axt y Greenwald, 2014).

Subsecuentemente, se procedió a un análisis para establecer las eventuales correlaciones entre las respuestas del cuestionario y los puntajes obtenidos en cada uno de

los TAIB. El score D es un indicador de la fuerza de asociación que existe entre las categorías y los atributos estudiados. Corresponde a la diferencia entre el promedio de latencias entre las condiciones comparadas dividido por la desviación estándar de las latencias de las dos condiciones. Se puede considerar que representa el tamaño de efecto individual que se podría asimilar al d de Cohen (Greenwald *et al.*, 2003).

La Tabla 3 describe el algoritmo que fue utilizado:

Tabla 3
Algoritmo para calcular el score D del TAIB

Etapas	Operaciones
1	Utilizar los datos de los bloques B2, B3, B4 y B5
2	Eliminar los ensayos > 10000 milisegundos
3	Eliminar los 4 primeros ensayos de cada bloque
4	Conservar los ensayos con errores
5	Recodificar < 400 ms a 400 ms y > 2000 ms a 2000 ms
6	Eliminar las tareas con > 10% de respuestas rápidas
7	<i>Calcular D separados por cada par de bloques consecutivos de manera separada, y después promediarlos.</i>
8	Calcular la desviación estándar (DS) de las latencias N ($N = n1 + n2$) n1 = número de latencias de la condición 1; n2 = número latencias de la condición 2.
9	Calcular el promedio de la latencia, M1 y M2. M1 = promedio de latencias de la condición 1; M2 = promedio de latencias de la condición 2
10	$D = (M2 - M1) / SD.$

Nota: Los números de bloques (por ejemplo, B1) corresponden a los bloques presentados los bloques y procedimientos de las Tablas 1 y 2.

FUENTE: Adaptado de Nosek *et al.* (2014).

6.2 Resultados del estudio

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos con la aplicación de los experimentos de asociaciones implícitas. Para tal fin, primero se hará una descripción del perfil sociodemográfico de las y los participantes y posteriormente se presentarán los análisis realizados y además un análisis descriptivo de las mediciones explícitas aplicadas a cada sujeto.

Cabe señalar que todos los análisis se realizaron mediante los programas Jamovi (The Jamovi Project, 2019) y JASP (JASP Team, 2019). Dado que el objetivo del estudio consistió en determinar la correlación entre las mediciones explícitas (voto y escalas) y las mediciones implícitas (TAIB) los análisis que siguen se restringen a los 182 participantes que indicaron haber votado por uno de los dos candidatos en la segunda ronda. Se descartaron los y las participantes que no votaron en segunda ronda, con el fin de no afectar los resultados.

6.2.1. Perfil sociodemográfico de las y los participantes

En la Figura 2 se presenta una infografía que describe el perfil sociodemográfico de las y los participantes en el Test de Asociaciones Implícitas.

Como parte de la muestra participante, la distribución de género se mantuvo muy cercana a lo establecido para el estudio a partir del padrón electoral, donde 54.4 % son mujeres y 45.6 % son hombres, con respecto a los rangos de edad la totalidad de participantes se distribuyó de la siguiente manera, en el rango de 18-30 años 36.9 %, en el de 31-40 años un 35.4 %, para el rango de 41 a 50 años 25.2 % y finalmente mayores de 51 años un 2.4 %.

En cuanto a la escolaridad, el 61.6 % de las y los participantes cuentan con formación en educación superior, en segundo lugar, se encuentran quienes poseen educación secundaria con un 22.4 %, seguidos por un 7.8 % que cuentan con formación técnica y un 6.8 % con un nivel de primaria, mientras que el restante 1.5 % no indicó su escolaridad. El estado civil de la muestra estuvo conformado, en su mayoría, por personas solteras con un 43.2 %, en segundo lugar, personas casadas 37.9 %, en tercer lugar, personas en unión libre 11.7 % y finalmente, las personas divorciadas para un porcentaje de 7.3 %.

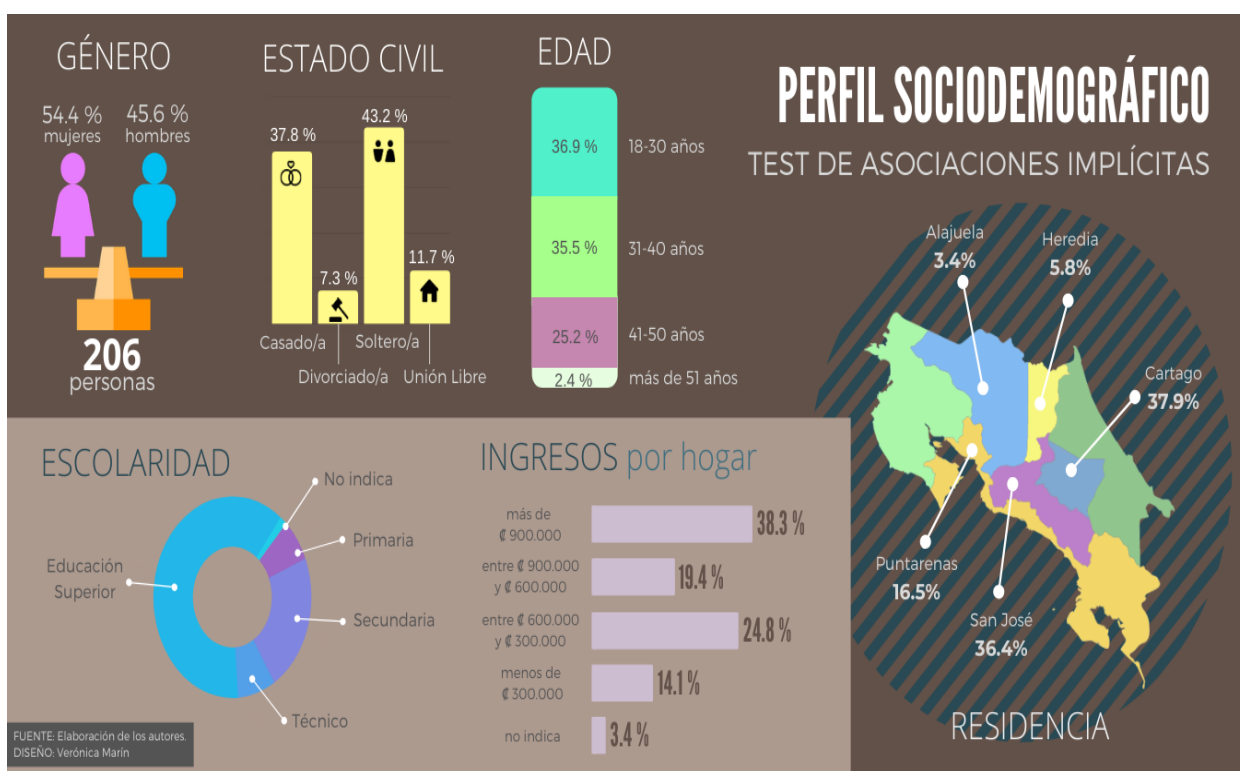


Figura 2. Perfil sociodemográfico de los y las participantes en el TAI.

Por su parte, sobre el lugar de residencia en la muestra sobresale que mayoritariamente pertenecen a Cartago un 37.9 % y a San José 36.4 %, siendo estas provincias las que presentaron mayor cantidad de participantes, seguidos en orden de frecuencia por Puntarenas con un porcentaje de 16.5 %, Heredia con un 5.8 % y Alajuela con 3.4 %. Finalmente, en relación con los ingresos recibidos por hogar, los dos rangos que presentaron mayor frecuencia de participantes fueron el mayor a 900 mil colones correspondiente a un 38.3 % de los entrevistados, en segundo lugar, por el rango de 600 mil a 300 mil colones para un 24.8 %. Seguidos por el tercer rango entre 900 mil y 600 mil colones el porcentaje es de 19.4 %, en el cuarto rango se ubican las personas que reciben menos de 300 mil colones con un 14.1 % y para finalizar, se puede rescatar que un 3.4 % prefirió no indicar su nivel de ingresos.

6.2.2. Mediciones explícitas

En las Figuras 3 y 4 se presentan infografías con los resultados descriptivos de las mediciones explícitas aplicadas en el cuestionario incluido en el TAIB a las y los participantes. En relación con el voto de las y los participantes de la muestra en la primera y segunda ronda, cabe rescatar que, en la primera ronda votó el 91.7 % de los participantes y el total de votos se distribuyó entre 5 candidatos, obteniendo el mayor porcentaje Carlos Alvarado con un 47.1 %, seguido por Fabricio Alvarado con un 17 %, Rodolfo Piza con un 7.8 % y Juan Diego Castro y Antonio Álvarez Desanti con un 5.3 %, respectivamente. Este panorama cambia radicalmente durante la segunda ronda, donde votó un 89.3 % de los

participantes, en el que Carlos Alvarado obtiene 68.0 % y Fabricio Alvarado 20.9 %, un 9.3 % de los participantes que votó blanco o nulo y donde un 1.9 % no respondió a esta interrogante.

En cuanto a las características analizadas de los candidatos para tomar la decisión de voto en la primera ronda, las y los participantes eligieron en primer lugar la capacidad de liderar y tomar decisiones, con un 27.2 %, seguido por la formación académica con 16.5 %, la defensa de los derechos humanos con un 15.5 % y la comunicación asertiva con un 11.2 %. En el último sitio se identificó con un 10.2 % el apego a los valores tradicionales del país.

Por su parte, dentro de las características de los candidatos en segunda ronda que determinaron la intención de voto sobresale que el 40.3 % de las personas participantes identificó al pensar en su candidato, un sentimiento de confianza por su buen manejo de la información, el segundo sentimiento identificado por las y los electores se relaciona con la inseguridad, ya que se considera que no había una mejor opción en un 20.9 %, el apego a los valores morales y religiosos aparece en un tercer lugar con un 12.1 % y finalmente, la tranquilidad y confianza en el éxito de su preparación un 10.2 %.

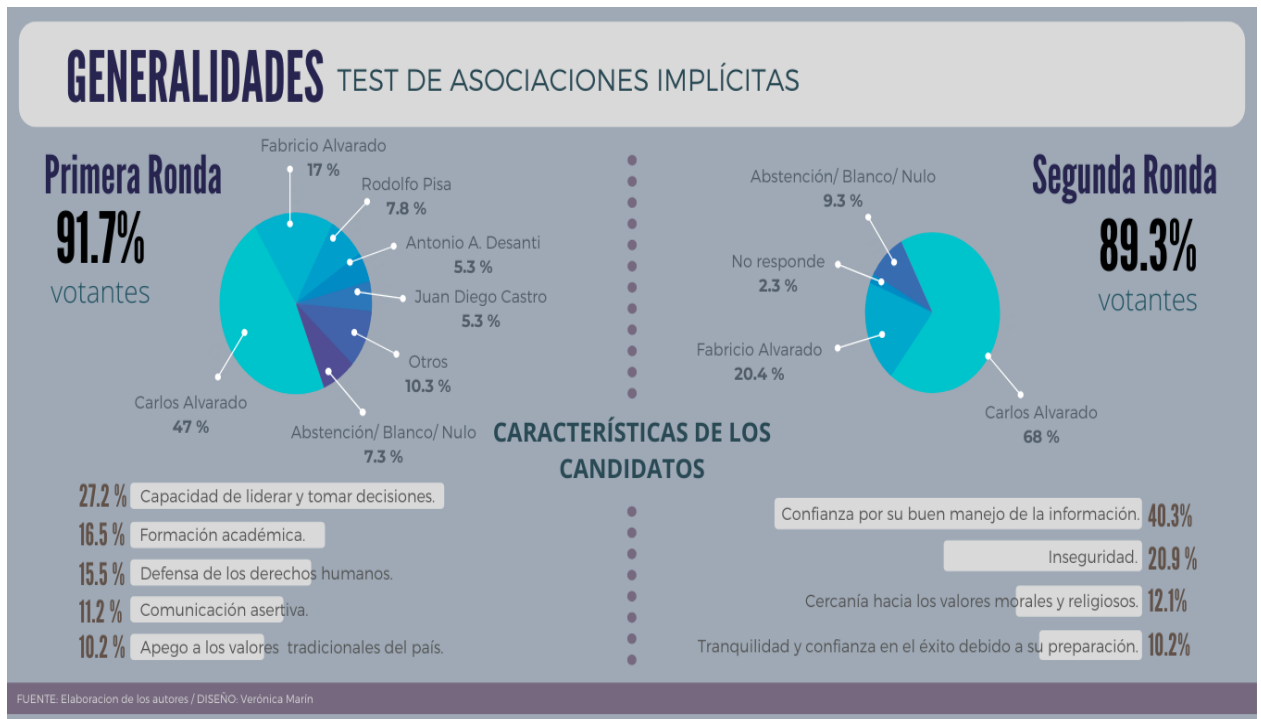


Figura 3. Mediciones explícitas del cuestionario incluido en el TAIB.

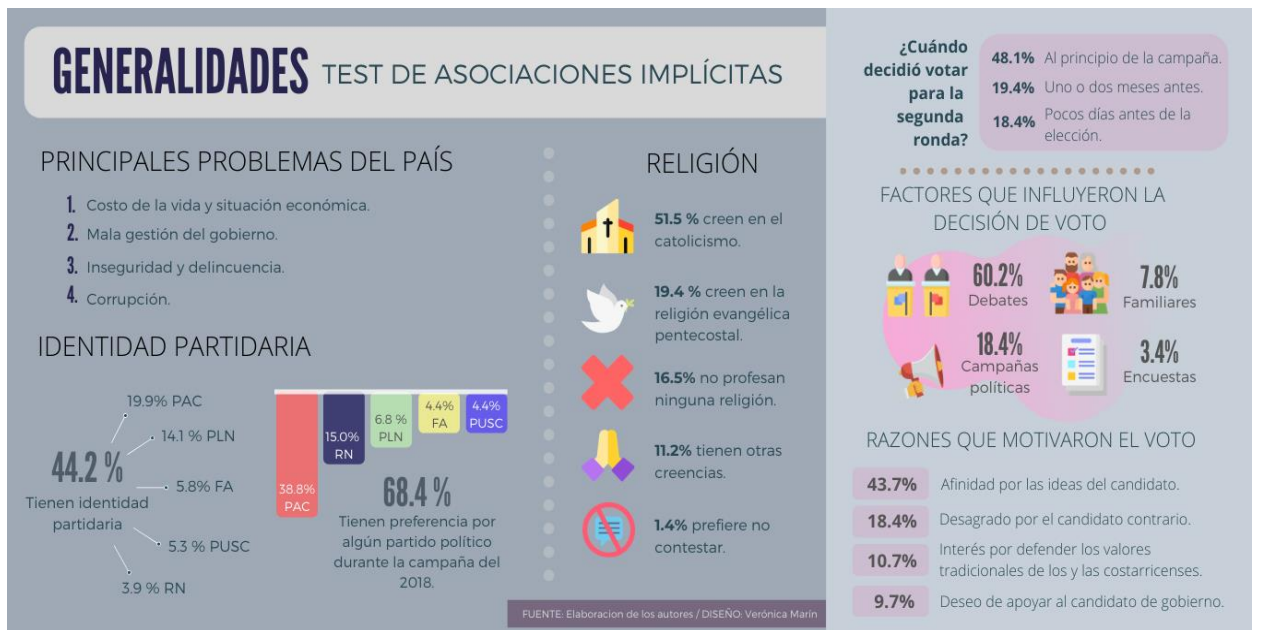


Figura 4. Mediciones explícitas del cuestionario incluido en el TAIB (Continuación).

En lo que respecta a las situaciones que las y los participantes identifican como principales problemáticas para el país se seleccionaron en los tres primeros lugares, el costo de la vida y la situación económica con un 32.5 %, en segundo lugar, con un 24.8 % la mala gestión del gobierno, posteriormente la inseguridad y delincuencia con un 17.0 % y, para terminar, la corrupción con un 16.0 %. En relación con la identidad partidaria las y los participantes indican identificarse mayormente con los partidos PAC en un 19.9 % y en segundo lugar con PLN un 14.1 %, seguidos por el FA con un 5.8 % y el PUSC con un 5.3 %. Lo anterior de un total del 44.2 % que indicó identificarse con algún partido. Por otra parte, para la campaña política de 2018 un total de 68.4 % indica tener preferencia por un partido, donde los mayores porcentajes se concentran en PAC 38.8 %, 15 % por RN, 6.8 % por PLN y 4.4 % por PUSC y FA, respectivamente.

Con respecto a la religión que indican profesar las y los participantes, la mayoría de la muestra forma parte de la religión católica con un 51.5 %, en segundo lugar, se ubican las personas practicantes de la religión evangélica con un 19.4 %, en tercer lugar, un 16.5 % indicó no profesar ninguna religión, un 11.2 % corresponden a otras religiones y finalmente, un 1,5 % prefirió no dar respuesta a esta pregunta.

Al consultar a las y los participantes sobre el momento en el que definió su decisión de voto para la segunda ronda, los porcentajes se dividieron de la siguiente manera: un 48.1 % manifestó hacerlo al principio de la campaña, 19.4 % uno o dos meses antes y finalmente, un 18,4 % mencionó que pocos días antes de la elección.

Así mismo, al indagar sobre los factores que influyeron en dicha decisión se encontró que un 60.2 % consideró el desempeño de los candidatos en los debates, un 18.4 % tomó en cuenta las campañas políticas, un 7.8 % se vio influenciado por el entorno familiar y solamente un 3.4 % por las encuestas.

En cuanto a las razones que motivaron el voto en segunda ronda resalta que los participantes externaron en un 43.7 % que tenían afinidad por las ideas del candidato, en segundo lugar, el desagrado por el candidato contrario y el deseo por apoyar al candidato de gobierno, fueron las dos razones que obtuvieron iguales porcentajes de 18.4 % y con solo un 10.7 %, el interés por defender los valores tradicionales de las y los costarricenses.

Por su parte, un primer análisis de confiabilidad (Alpha de Cronbach) general de las escalas, considerando la totalidad de las y los participantes del estudio ($N = 206$) reveló que estas disponen de una consistencia interna aceptable: $\alpha = .83$ para la escala de Autoritarismo de derecha, $\alpha = .69$ para la escala de Dominancia social, $\alpha = .93$ para la escala de Resentimiento hacia las élites en contra de la clase política y $\alpha = .71$ para la escala de Medición socio-religiosa.

Por otra parte, se observa que la muestra de participantes que votaron en segunda ronda obtuvo un puntaje promedio relativamente alto (significativamente diferente de 2.5) para las escalas de Autoritarismo de derecha ($M = 3.65$, $D.E. = 1.08$; $Z = 15.49$, $p < .001$, $r = 1.15$), de Resentimiento hacia las élites ($M = 3.44$, $D.E. = 1.08$; $Z = 12.25$, $p < .001$, $r = 0.94$) y de Medición socio-religiosa ($M = 4.06$, $D.E. = 1.05$; $Z = 21.11$, $p < .001$, $r = 1.56$), mientras

que fue bajo para la escala de Dominancia social $M = 1.80$, $D.E. = 0.69$; $Z = -9.46$, $p < .001$, $r = 0.70$).

6.2.3. Mediciones implícitas

Los resultados del TAIB para Candidato ($M_{DTAIB \text{ Candidato}} = 0.17$, $D.E._{DTAIB \text{ Candidato}} = 0.40$, $[-0.78, 1.22]$) reveló una asociación implícita positiva entre el atributo “Bueno” y la etiqueta “Carlos Alvarado”, significativamente diferente de cero, $t(181) = 5.74$, $p < .001$, $d = 0.43$. Se observó un mismo resultado similar para el TAIB para Partido ($M_{DTAIB \text{ Partido}} = 0.12$, $D.E._{DTAIB \text{ Partido}} = 0.39$, $[-0.76, 1.05]$), aquí entre el atributo “Bueno” y la etiqueta “PAC” ($t(181) = 4.10$, $p < .001$, $d = 0.30$).

En otras palabras, haciendo uso del atributo focal “Bueno” como referencia, en los TAIB de Candidato y Partido, las asociaciones implícitas que existen entre este atributo y las categorías Carlos Alvarado y Partido Acción Ciudadana, son más fuertes que con las categorías Fabricio Alvarado y Restauración Nacional. Es precisamente por esto que los resultados se expresan únicamente con los atributos y categorías donde el puntaje es más alto.

6.2.4. Mediciones explícitas e implícitas

Para proceder con los análisis relativos a las correlaciones entre las mediciones implícitas (TAIB) y explícitas (Escala), se dividió la muestra en función del voto en segunda ronda.

La Tabla 4 muestra los puntajes de los diferentes instrumentos en función del candidato por el cual los y las participantes votaron (42 a favor de Fabricio Alvarado y 140 a favor de Carlos Alvarado).

Tabla 4

Puntajes de las escalas y de los TAIB en función del voto en segunda ronda

	Voto	N	Promedio	D.E.
Autoritarismo de derecha	F. A.	42	4.119	0.949
	C. A.	140	3.507	1.081
Dominancia social	F. A.	42	2.003	0.733
	C. A.	140	1.738	0.663
Resentimiento hacia élites políticas	F. A.	40	3.455	1.265
	C. A.	131	3.431	1.022
Medición socio-religiosa	F. A.	42	4.429	0.719
	C. A.	140	3.956	1.110
D BIAT Candidato	F. A.	42	-0.082	0.421
	C. A.	140	0.244	0.357
D BIAT Partido	F. A.	42	-0.153	0.295
	C. A.	140	0.200	0.378

Nota: F. A. = Fabricio Alvarado; C. A. = Carlos Alvarado; N = número de participantes; D.E. = desviación estándar.

FUENTE: Elaboración de los autores.

Varios análisis, mediante el U de Mann-Withney, revelaron que los y las participantes que votaron por Fabricio Alvarado obtuvieron un puntaje significativamente mayor en las escalas de Autoritarismo de derecha ($U = 3925, p < .001, r = 0.33$), Dominancia social ($U = 3573, p = .034, r = 0.21$) y Medición socio-religiosa ($U = 3647, p = .015, r = 0.24$) en comparación con los votantes de Carlos Alvarado. No se observó diferencia significativa entre los dos grupos de participantes para la escala de Resentimiento hacia élites políticas contra la clase política ($U = 2753, p = .63$).

Complementariamente, las y los votantes que apoyaron a Carlos Alvarado mostraron puntajes en los TAIB Candidato y Partido significativamente superiores que los del otro grupo (respectivamente, $U_{\text{TAIB Candidato}} = 1606$, $p < .001$, $r = 0.45$; $U_{\text{TAIB Partido}} = 1372$, $p < .001$, $r = 0.53$).

Por su parte, análisis de correlaciones de Spearman evidenciaron una correlación positiva y estadísticamente significativa entre los puntajes del TAIB Candidato y por quién votaron los y las participantes en la segunda ronda, $r_{\text{TAIB Candidato}}(182) = 0.33$, $p < .001$. El mismo resultado se encontró para el TAIB Partido, $r_{\text{TAIB Partido}}(182) = 0.39$, $p < .001$. Adicionalmente, se observó una correlación entre el TAIB Candidato y las escalas de Autoritarismo ($r(182) = -0.20$, $p = .006$), Dominancia Social ($r(182) = -0.15$, $p = .049$) y Medición socio-religiosa ($r(182) = -0.16$, $p = .031$). Igualmente entre el TAIB Partido y las escalas de Autoritarismo ($r(182) = -0.24$, $p < .001$) y Medición socio-religiosa ($r(182) = -0.19$, $p = .009$).

Dado que los resultados presentados anteriormente podrían contener un sesgo debido a la discrepancia de tamaño de las dos submuestras, se procedió a seleccionar de manera aleatoria a una submuestra del grupo que votó por Carlos Alvarado para realizar los análisis con dos muestras equivalentes de 42 participantes.

Procediendo así, los efectos reportados entre las escalas, desaparecieron. Sin embargo, se mantuvieron las diferencias significativas entre los dos grupos, siendo el TAIB Candidato ($U_{\text{TAIB Candidato}} = 483$, $p < .001$, $r = 0.45$) o el TAIB Partido ($U_{\text{TAIB Partido}} = 390$, $p < .001$, $r = 0.56$).

Más interesante aún, se mantuvo la correlación entre el puntaje en los TAIB y por quién votaron los y las participantes ($r_{\text{TAIB Candidato}} (84) = 0.37, p < .001$; $r_{\text{TAIB Partido}} (84) = 0.48, p < .001$).

Seguidamente se detallan los principales resultados:

- El análisis de los TAIB Candidato y Partido arrojan como resultado que las asociaciones implícitas son más fuertes entre el atributo “BUENO” y las categorías Carlos Alvarado y PAC.
- A pesar de la diferencia en la muestra (140 Carlos Alvarado y 42 Fabricio Alvarado), si se toma una submuestra aleatoria de los sujetos que votaron por Carlos Alvarado para igualar la cantidad de votantes de Fabricio Alvarado, los efectos del TAIB se mantienen, es decir, que se sostienen los resultados expuestos en el punto anterior. Las diferencias en la muestra parecen no distorsionar los resultados.
- Mientras las tendencias en los TAIB Candidato y Partido se mantienen al reducir la muestra, en las medidas explícitas de las escalas (Autoritarismo, Dominancia social y Medición socio-religiosa) sí desaparecen las tendencias encontradas, donde los puntajes fueron más altos para quienes reportan haber votado por Fabricio Alvarado.
- Más importante aún es el hecho de que las medidas explícitas e implícitas correlacionan positivamente, es decir, que hay una concordancia entre la respuesta explícita de las y los sujetos ante la consulta directa de por quién

votaron y las tendencias hacia un candidato o partido específicos, que se pueden observar por medio de la medición de sus asociaciones implícitas.

7. Test de Ceguera de Elección

En este estudio se realizó la adaptación del protocolo del Test de Ceguera de Elección (TCE), con el propósito de estudiar los cambios de opinión de las y los votantes sobre los temas debatidos durante la campaña electoral 2018, ya que temas como el aborto o el matrimonio igualitario cristalizaron las tensiones entre los candidatos y dividieron las opiniones de la población costarricense.

7.1 Marco metodológico del estudio

7.1.1. Método

En relación con el método, la investigación se planteó como cuantitativa, con diseño experimental, transversal de alcance explicativo (Walliman, 2011; Kothari, 2004). Se utilizó un método de muestreo no probabilístico intencional por cuotas, dado que resultó más económico y práctico para alcanzar el tamaño de la muestra.

7.1.2. Muestra

Se realizaron un total de 415 aplicaciones del TCE, 131 test con la versión 1, 136 con la versión 2 y 148 con la versión 3. Se buscó respetar la distribución por sexo del padrón

electoral de las votaciones del 2018 y la representatividad según el sector urbano y rural (75% y 25%, respectivamente).

7.1.3. Participantes

El principal requisito para participar en este experimento era estar inscrito dentro del Padrón Nacional Electoral utilizado el 4 de febrero de 2018, procurando mantener la proporcionalidad en cuanto a la cantidad de hombres y mujeres con respecto a dicho padrón, así como la cantidad de votantes del PAC y RN, se consideraron únicamente aquellos electores que residían y votaron dentro del territorio nacional. A diferencia del TAIB y por interés de las y los investigadores, no se limitó la participación por edad.

Se utilizó un procedimiento no aleatorio de selección de la muestra. Los criterios de exclusión fueron: a) tener problemas motores o psicomotrices en las manos que impidan el uso de la computadora o celular y la selección de respuestas a través del teclado, b) tener problemas neurológicos detectados, c) tener medicación que altere el nivel de conciencia o motricidad, d) residir en el extranjero.

7.1.4. Breve descripción

El paradigma de Ceguera de Elección consiste en una manipulación experimental que lleva a los y las participantes a evaluar una decisión presentada como propia, aunque no lo es (Johansson *et al.*, 2005). Lo interesante del paradigma es que casi la mitad de los y las participantes no se dan cuenta de la manipulación. Este ha sido empleado en estudios sobre

razonamiento (Trouche *et al.*, 2015), evaluación de información (Trouche, Johansson, Hall y Mercier, 2018) y decisión política (Hall *et al.*, 2013; Rieznik *et al.*, 2017).

7.1.5. Procedimiento

Para la construcción de este experimento se llevaron a cabo múltiples etapas, las cuales permitieron recabar información importante para la confección de los argumentos a los cuales serían expuestos los y las participantes en la etapa final de la prueba.

7.1.5.1. Primera Etapa

Revisión de material escrito y audiovisual producido durante la campaña política 2018. El objetivo primordial de esta etapa fue definir los temas de mayor relevancia durante esta campaña; los argumentos que las y los votantes utilizaron con mayor frecuencia para defender su apoyo u oposición ante los temas que fueron foco de discusión durante la campaña, y los argumentos de los candidatos presidenciales para defender la posición tomada por sus partidos ante los temas más sensibles durante este periodo.

Las principales fuentes de consulta fueron las siguientes:

1. Redes sociales de los partidos Acción Ciudadana (PAC) y Restauración Nacional (RN). Este escrutinio fue realizado por una pareja de estudiantes de este Seminario con el objetivo de recabar los comentarios más frecuentes sobre las publicaciones hechas en dichas redes por los partidos. También se obtuvo información sobre los temas más recurrentes en estas publicaciones.

2. Revisión de debates televisivos de la primera y segunda ronda electoral 2018: La finalidad de esta revisión fue tomar nota de los argumentos que utilizaban los candidatos políticos, tanto para defender sus posiciones sobre temas sensibles, como los argumentos que usaban para atacar la posición de otros candidatos. Al igual que la actividad anterior, esta fue realizada por dos de los integrantes de este Seminario.
3. Revisión de planes de gobierno: esta tarea fue realizada por uno solo de los integrantes del Seminario, para analizar con detalle a cuáles de los temas previamente discutidos como polémicos daban mayor énfasis los planes de gobierno, con acciones concretas por parte de los partidos.
4. Para reforzar la búsqueda de argumentos, se realizó una extracción, mediante la aplicación Netvizz, de los comentarios de las publicaciones de Facebook asociadas a los temas mencionados anteriormente. Todas las búsquedas cubrieron el periodo del 1° de marzo del 2018 al 31 de agosto del 2018, de una muestra representativa de medios de comunicación nacionales: AmeliaRueda.com, CRHoy.com, Diario Extra, El Financiero, La Nación, La Prensa Libre; Noticias Monumental; Noticias Repretel, Semanario Universidad y Telenoticias.

7.1.5.2. Segunda Etapa

Esta etapa consistió en la aplicación de una prueba piloto con el objetivo de desarrollar los argumentos a los cuales iban a ser expuestos las y los participantes en la tercera

etapa. Se eligieron inicialmente una lista de 11 temas, los cuales fueron seleccionados por ser de importancia durante la campaña política previa a las elecciones presidenciales de 2018; muchos de ellos también abordados en el Votómetro (www.votemoscr.com) desarrollado por el Programa del Estado de la Nación (PEN).

7.1.5.2.1. Piloto

Para el piloto se abordaron en total 11 temas:

1. Eliminar la religión oficial.
2. Implementar la pena de muerte para delitos graves.
3. Permitir el matrimonio igualitario.
4. Autorizar el aborto, en caso de violación.
5. Recortar presupuesto para la educación pública.
6. Vender el ICE.
7. Que todos paguemos más impuestos.
8. El cierre o la fusión de instituciones públicas e ineficientes.
9. Todos nos pensionamos con condiciones de la CCSS.
10. Expulsar a inmigrantes indocumentados.
11. Impedir la difusión de noticias falsas.

7.1.5.2.2. Materiales e instrumentos

El objetivo en este piloto fue conocer cuáles de los temas anteriores permiten una mayor elaboración de argumentos. Para esto, se programó un cuestionario en la plataforma Qualtrics (Qualtrics, Provo, UT; <https://www.qualtrics.com>) que permite la creación de cuestionarios dinámicos en línea, accesibles desde cualquier computadora o celular con conexión a internet. Este cuestionario fue distribuido por medio de un link, vía correo electrónico o WhatsApp.

En este cuestionario los y las participantes debían indicar (1) qué tan de acuerdo o desacuerdo se encontraban con cada tema, (2) dar una respuesta que justificara su posición y, por último (3) indicar, en una escala de 1 al 10, la importancia de cada tema, siendo 1 poco importante y 10 muy importante.

El tamaño de la muestra para este piloto fue de 100 participantes.

7.1.5.2.3. Estrategia de análisis

Para cada uno de los 11 temas se clasificaron los argumentos producidos por los y las participantes, primero en argumentos complejos y simples y luego, en contra o a favor para cada caso. Una vez hecho esto, se eligieron los 5 temas en los cuales se produjo una mayor elaboración de argumentos por parte de los y las participantes, resultando elegidos los siguientes:

1. Eliminar la religión oficial.
2. Permitir matrimonio igualitario.

3. Autorizar el aborto, en caso de violación.
4. El cierre o la fusión de instituciones públicas e ineficientes.
5. Impedir la difusión de noticias falsas.

7.1.5.3. Tercera Etapa: Implementación del Test de Ceguera de Elección

El test fue programado por medio de la plataforma Qualtrics y se realizaron tres versiones diferentes, utilizando la versión final de los argumentos. Las diferencias entre las versiones consistían en lo siguiente: Las versiones 1 y 2 mantienen el mismo orden de la presentación de los temas (ver Tablas 5 y 6); sin embargo, los argumentos que se le presentaban a los y las participantes se alternaron entre simples y complejos, es decir, si para el primer tema en la versión 1 se utilizó un argumento a favor, complejo, y uno en contra, simple, en la versión 2 se presentaba un argumento a favor, simple y uno en contra, complejo.

Por su parte, para la versión 3 únicamente se utilizaron argumentos a favor y en contra, complejos (ver Tabla 6).

Para las tres versiones, el tema manipulado fue el número 4; en las versiones 1 y 2 se eligió un tema que generara menor controversia (cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes), mientras que para la versión 3 se eligió un tema más controversial (permitir el matrimonio igualitario).

A continuación se presentan las siguientes Tablas 5, 6 y 7 con la clasificación de los argumentos para las tres versiones del Test de Ceguera de Elección.

Tabla 5
Clasificación de los argumentos según cada tema para la versión 1 del experimento

VERSIÓN 1	A FAVOR		EN CONTRA	
	Simple	Complejo	Simple	Complejo
Eliminar la religión oficial		●	●	
Impedir la difusión de noticias falsas	●			●
Permitir el matrimonio igualitario		●	●	
Cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes	TEMA MANIPULADO			
Autorizar el aborto, en caso de violación	●			●

FUENTE: Elaboración de las y los autores.

Tabla 6
Clasificación de los argumentos según cada tema para la versión 2 del experimento

VERSIÓN 2	A FAVOR		EN CONTRA	
	Simple	Complejo	Simple	Complejo
Eliminar la religión oficial	●			●
Impedir la difusión de noticias falsas		●	●	
Permitir el matrimonio igualitario	●			●
Cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes	TEMA MANIPULADO			
Autorizar el aborto, en caso de violación		●	●	

FUENTE: Elaboración de las y los autores.

Tabla 7
Clasificación de los argumentos según cada tema para la versión 3 del experimento

VERSIÓN 3	A FAVOR		EN CONTRA	
	Simple	Complejo	Simple	Complejo
Eliminar la religión oficial		●		●
Impedir la difusión de noticias falsas		●		●
Cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes		●		●
Permitir el matrimonio igualitario	TEMA MANIPULADO			
Autorizar el aborto, en caso de violación		●		●

FUENTE: Elaboración de las y los autores.

7.1.6. Materiales e instrumentos

El experimento inicia con un texto que describe brevemente el estudio donde los y las participantes dan su consentimiento informado para participar (ver Anexo 9).

El test de Ceguera de Elección constó de tres fases:

7.1.6.1. Fase 1

En esta fase se les solicitó a los y las participantes dar su opinión sobre cinco temas de actualidad, para lo cual debían escoger una de las cuatro opciones que se les presentó, tal como se ilustra en la figura 5:

Eliminar la religión oficial.

¿Qué tan de acuerdo está con esa afirmación?

Por favor dar una respuesta rápida e intuitiva.

Mucho	Algo	Poco	Nada
-------	------	------	------



Figura 5. Estructura de las preguntas de la fase 1 en TCE.

7.1.6.2. Fase 2

En la segunda fase, para cada uno de los temas, después de recordarles a los y las participantes la respuesta que propusieron en la fase anterior, se les solicitó justificar su respuesta y dar una respuesta final, pudiendo mantener la respuesta inicial, o cambiarla si así lo deseaban, según se muestra en la Figura 6.

Eliminar la religión oficial.

¿Qué tan de acuerdo está con esa afirmación?

Contestó: **Mucho**

¿Podría por favor justificar su respuesta?

Su respuesta final:

Mucho Algo Poco Nada

Figura 6. Estructura de las preguntas de la fase 2 en TCE.

7.1.6.3. Fase 3

En la tercera fase se anunciaba a los y las participantes que les serían presentadas las respuestas de otros sujetos, que fueron recopiladas previamente y que tendrían la posibilidad de cambiar su respuesta, a la luz de esa nueva información. Estas respuestas eran precisamente los argumentos que se trabajaron durante las dos etapas anteriores, según se muestra en la Figura 7.

Eliminar la religión oficial.

¿Qué tan de acuerdo está con esa afirmación?

Su respuesta fue:

Mucho

La respuesta de otro participante en un estudio previo fue:

Poco

Y la explicación fue:

"No tener una religión oficial tendría un efecto negativo en la sociedad costarricense."

Si lo desea, puede reconsiderar su respuesta a la luz de esa información. Si no desea reconsiderarla, por favor de la misma respuesta que la que dio anteriormente.

Mucho

Algo

Poco

Nada

Figura 7. Estructura de las preguntas de la fase 3 en TCE.

En esta fase, los y las participantes eran expuestos a cuatro temas no manipulados y un tema manipulado. Para los temas que no fueron manipulados (1, 2, 3 y 5), si los participantes respondieron “Nada” o “Poco”, la respuesta del otro participante era “Algo”, asociado a un argumento simple o “Mucho”, asociado a un argumento complejo. Si respondieron “Mucho” o “Algo”, la respuesta del otro participante era “Poco”, asociado a un argumento simple o “Nada”, asociado a un argumento complejo.

En el tema “manipulado”, si él o la participante contestó “Nada” o “Poco”, se le indicaba que su respuesta en la fase anterior había sido “Algo”, mientras que la respuesta y la justificación que se presentaba como las de otro participante, eran en realidad las que había propuesto en la fase 2. Si su respuesta había sido “Mucho” o “Algo”, se le indicaba que su respuesta había sido “Poco”, con la misma manipulación en relación con la supuesta respuesta del otro participante.

Al final del experimento, se les realizó a los y las participantes una serie de preguntas con el fin de determinar si habían detectado la manipulación de sus respuestas. La primera consistió en preguntarles su impresión del experimento. La segunda si encontraron algo extraño en el mismo. Y en la tercera, se les preguntó directamente si notaron la manipulación. Si su respuesta fue sí, se les preguntó cuántas veces lo notaron y en cuál o cuáles temas en particular, su respuesta fue manipulada.

Finalmente, se realizaron las preguntas sociodemográficas, se consultó por quién votó en las últimas elecciones, si tiene afiliación partidaria, qué tan importante es la religión en su vida y además se presentó un texto de *debriefing* (ver Anexo 10).

7.1.7. Estrategia de análisis

La primera serie de análisis se enfocó en determinar el porcentaje de participantes que no se dieron cuenta de la manipulación. Primero, con base en las respuestas finales del experimento, y segundo, en función del número de participantes que aceptaron la respuesta del supuesto participante en la condición manipulada. La segunda serie de análisis se centró en la fase 1, y particularmente en la calidad de los argumentos generados. Para ello se procedió a codificar cada uno de los argumentos producidos, categorizarlos en simples y complejos, a favor y en contra, y determinar la proporción de cada una de las categorías construidas.

En la fase 2 se determinó la cantidad de los y las participantes que cambiaron de opinión en función de la calidad de los argumentos a los cuales fueron expuestos para los ensayos no manipulados. Para los ensayos manipulados de los y las participantes que no se dieron cuenta de la manipulación, interesó la valoración que hacen de sus propios argumentos. Se diferenciaron también los argumentos que están en contra o a favor de la respuesta inicial de los y las participantes, además de la calidad del argumento al cual fueron expuestos.

7.2 Resultados del estudio

7.2.1. Perfil sociodemográfico de los participantes

En la Figura 8 se presenta una infografía con los resultados descriptivos de las mediciones explícitas del cuestionario incluido en el TCE. Se puede observar que de 415 participantes un 58.1 % son mujeres y un 41.4 %, hombres. El rango de edad con mayor participación corresponde al de 31-40 años para un 41 %, seguido del rango 18-30 años con un 29.9 % y el de 41-50 años con 22.7 %. Sobre la escolaridad de los participantes sobresale que el 3.1 % tiene un nivel de primaria completa o incompleta, el 16.8 % tiene secundaria completa o incompleta, un 6.3 % tiene un nivel técnico o diplomado, el 17.3 % posee universitaria incompleta, mientras que el restante 56.4 % tiene estudios superiores a nivel de bachillerato, maestría o doctorado.

En cuanto a los resultados sobre el voto en segunda ronda, 66.7 % de los participantes lo hicieron por Carlos Alvarado y un 16.9 % por Fabricio Alvarado, evidenciándose también un 11.1 % de abstencionismo. Por su parte, el 92.3 % de los participantes señalan no tener afinidad partidaria.

Con respecto a la pregunta sobre qué tan importante es la religión en su vida, la mayoría de los participantes manifiesta que mucho, ya que el 92.8 % profesan alguna religión y el 58.6 % creen en el catolicismo, seguidos de un 16.1 % que practican la religión evangélica pentecostal, mientras que el 18.1 % manifestó tener otras creencias religiosas.

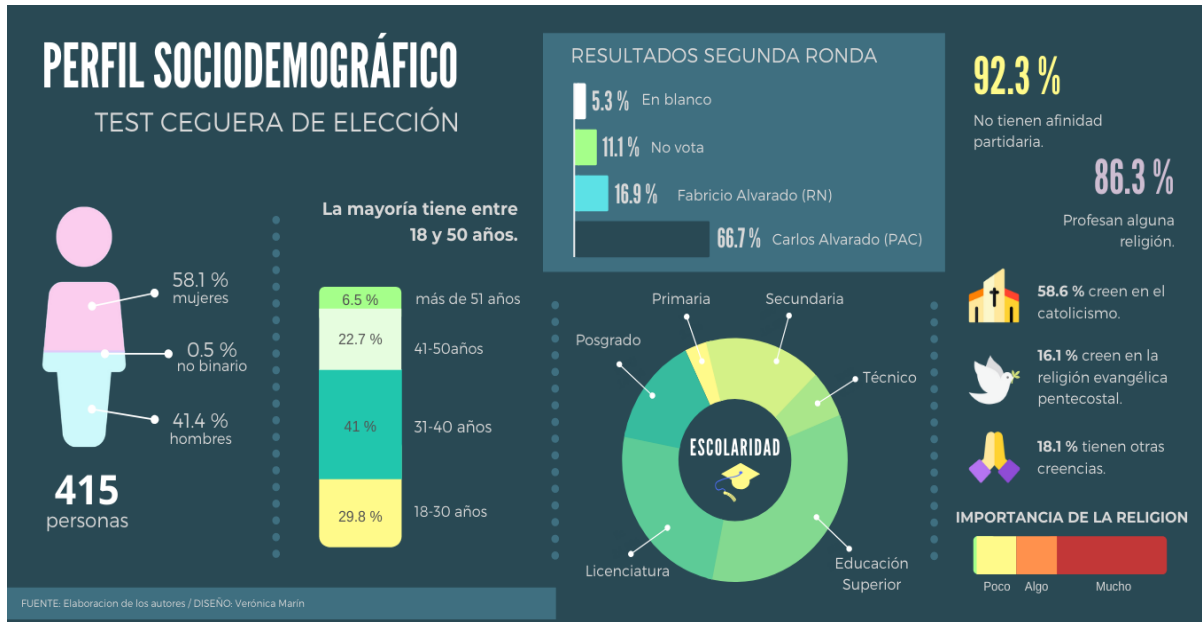


Figura 8. Perfil sociodemográfico de los y las participantes del TCE.

7.2.2. Detección de la manipulación

La primera serie de análisis tiene como objetivo determinar el porcentaje de participantes que detectaron o no la manipulación en el tema 4 de cada versión del experimento. Para captar esta variable, se dispuso de tres mediciones correspondientes a las preguntas finales: “Durante la tercera fase, en uno o más temas su respuesta ha sido cambiada por otra”, y “la respuesta y la justificación del otro participante” eran en realidad las que usted dio anteriormente “¿Notó esto?”, “¿Cuántas veces lo ha notado?”, “¿Para cuál tema su respuesta ha sido cambiada?” La Tabla 8 muestra la frecuencia y el porcentaje de detección en las tres versiones para cada medida.

Tabla 8
Frecuencia y porcentaje de detección de la manipulación según las tres mediciones

	Versión 1	Versión 2	Versión 3
Notaron la manipulación	94 (72 %)	106 (78 %)	113 (76 %)
No notaron	37 (28 %)	30 (22 %)	35 (24 %)
Acertaron que hubo una sola manipulación	66 (50 %)	61 (45 %)	70 (47 %)
No acertaron	65 (50 %)	75 (55 %)	78 (53 %)
Acertaron el tema manipulado	34 (26 %)	40 (29 %)	41 (27 %)
No acertaron	97 (74 %)	96 (71 %)	107 (73 %)

FUENTE: Elaboración de los autores.

Aunque los y las participantes tendían a indicar que notaron una manipulación en el experimento, solo la mitad logró reportar la cantidad de manipulación y menos del 30 % identificó correctamente cuál fue el tema manipulado. No se observó diferencia en la detección de la manipulación entre las tres versiones ($X^2(2, 415) = 0.4, p = .82$), sabiendo que el tema manipulado en las versiones 1 y 2 era “no controversial” (Cerrar o fusionar instituciones públicas ineficientes) y en la versión 3 era “controversial” (Permitir el matrimonio igualitario).

En la siguiente serie se analizaron los resultados para cada uno de los temas de forma independiente. Más específicamente se evaluaron, según fue el caso, el efecto de la exposición a argumentos contradictorios y de la manipulación (calidad de los argumentos propuestos) sobre el cambio de opinión. Cabe recordar que en la fase 3 las y los sujetos fueron confrontados a argumentos que contradecían su posición en los temas “no manipulados” y fueron expuestos de nuevo a sus propios argumentos (producidos en la fase 2), como si fueran de alguien más para los temas “manipulados”.

Para poder apreciar el cambio de opiniones, se procedió a recodificar las respuestas “Mucho” y “Algo” como “A favor” y “Poco” o “Nada” como “En contra”. Esta recodificación es más restrictiva que los cambios que se pueden observar entre las cuatro opciones propuestas. No se presentarán los análisis en función de la complejidad de los argumentos, ya que no se logró detectar un patrón consistente.

Tema 1: “Eliminar la religión oficial” (versiones 1, 2 y 3)

Cambio de opiniones (Fase 1 vs. Fase 3). Se observó que este tema dividió a la muestra, ya que en la fase 1, 58 % se expresaron en contra y 42 % a favor. Un test de McNemar reveló que, de los cambios de opiniones, una proporción significativa se hizo a favor del tema, $X^2(1, 415) = 16.5, p < .001$. Después de haber sido expuesto a argumentos contradictorios, se constató en la fase 3 que 50 % de la muestra seguía en contra, pero que 8 % cambió de opinión a favor. La Figura 9 permite apreciar los cambios entre las dos fases.

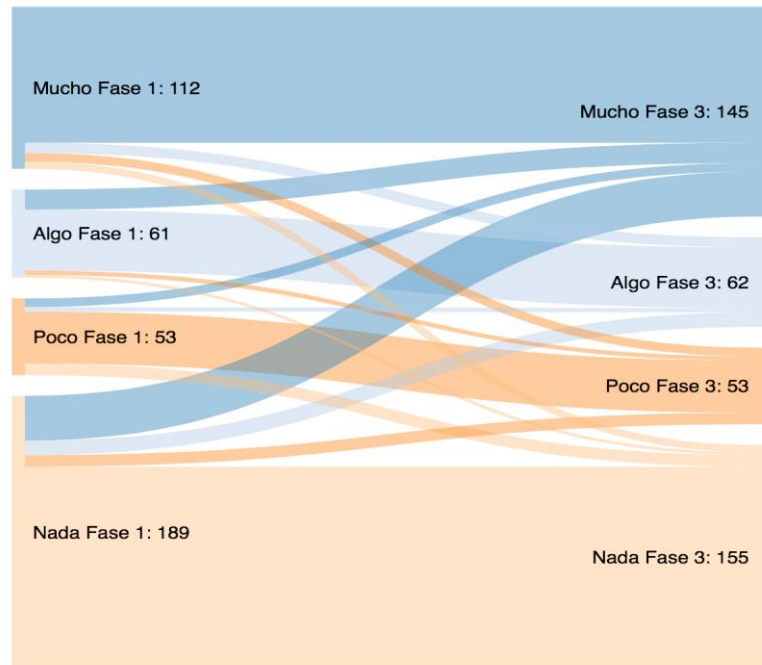


Figura 9. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Eliminar la religión oficial”.

Tema 2: “Impedir la difusión de noticias falsas” (versiones 1, 2 y 3)

Cambio de opiniones (Fase 1 vs. Fase 3). En la fase 1, la mayoría de los y las participantes apoyaron el impedimento de la difusión de noticias falsas (91%). Un test de McNemar reveló que, de los cambios de opiniones, una proporción significativa se hizo en contra del tema, $X^2(1, 415) = 29.9, p < .001$. En efecto, en la fase 3, el porcentaje de participantes en contra se eleva a 20 % (contra 9 % en la fase 1). La Figura 10 ilustra los cambios entre las dos fases.

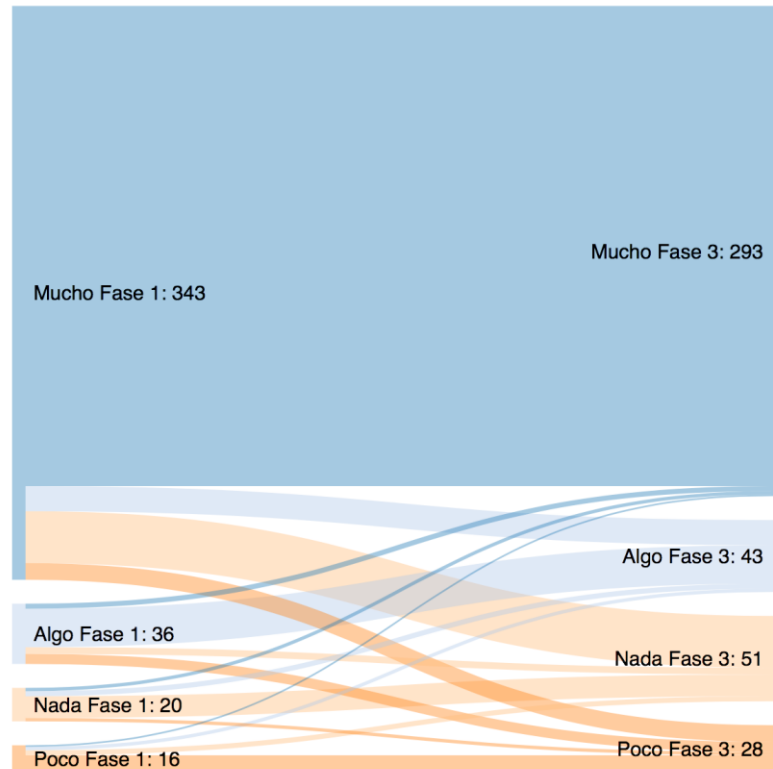


Figura 20. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Impedir la difusión de noticias falsas”.

Tema 3: “Permitir el matrimonio igualitario”

No manipulado (versiones 1 y 2). Este tema parece dividir la población, 57 % se posicionaron en contra y 43 % a favor, en la fase 1. Aquí se nota que, de los cambios de opiniones, una proporción significativa se hizo a favor del tema, $X^2(1, 267) = 4.65, p = .03$. Aunque limitado, 4 % de las personas inicialmente en contra cambiaron de opinión a favor en la fase 2. La Figura 11 permite observar los cambios entre las dos fases.

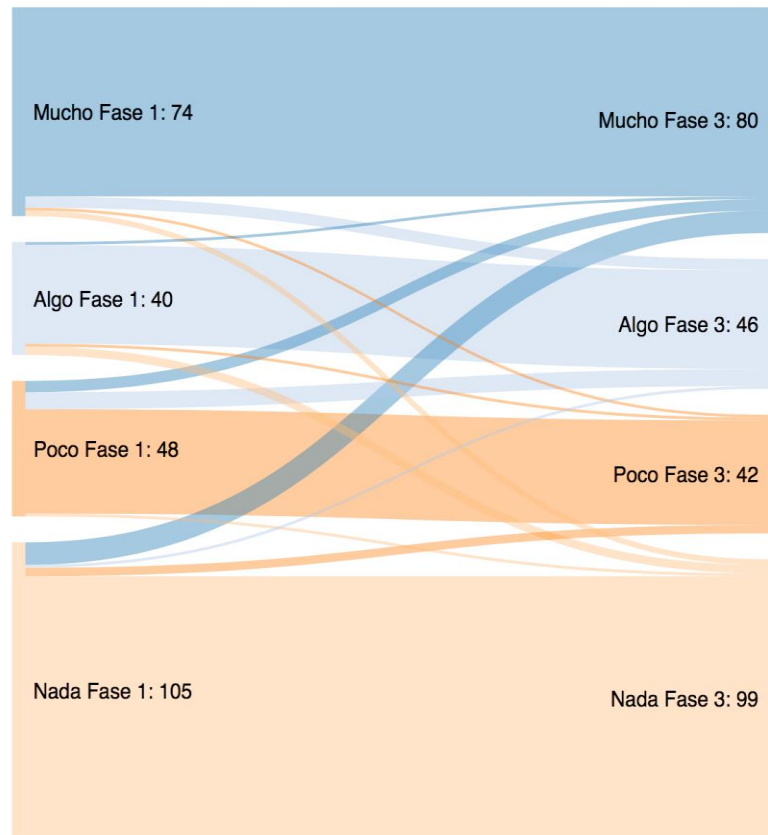


Figura 31. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Permitir el matrimonio igualitario” no manipulado.

Manipulado (versión 3). Un test de McNemar reveló que los y las participantes que no se dieron cuenta de la manipulación, cambiaron significativamente más de opinión cuando fueron confrontados a sus propios argumentos en la fase 3 ($X^2(1, 88) = 9.3, p < .01$), efecto que no se observó en los y las sujetos que se dieron cuenta de la manipulación ($X^2(1, 39) = 0.17, p = .68$). Complementariamente, el mismo test revela que los y las integrantes de la muestra rechazaron significativamente los argumentos que produjeron en la fase 2, que fueron clasificados como “simples” ($X^2(1, 98) = 12.2, p < .001$) y no los argumentos

calificados como “complejos” ($X^2(1, 29) = 0.17, p < .68$). La Figura 12 permite apreciar los cambios entre las dos fases.

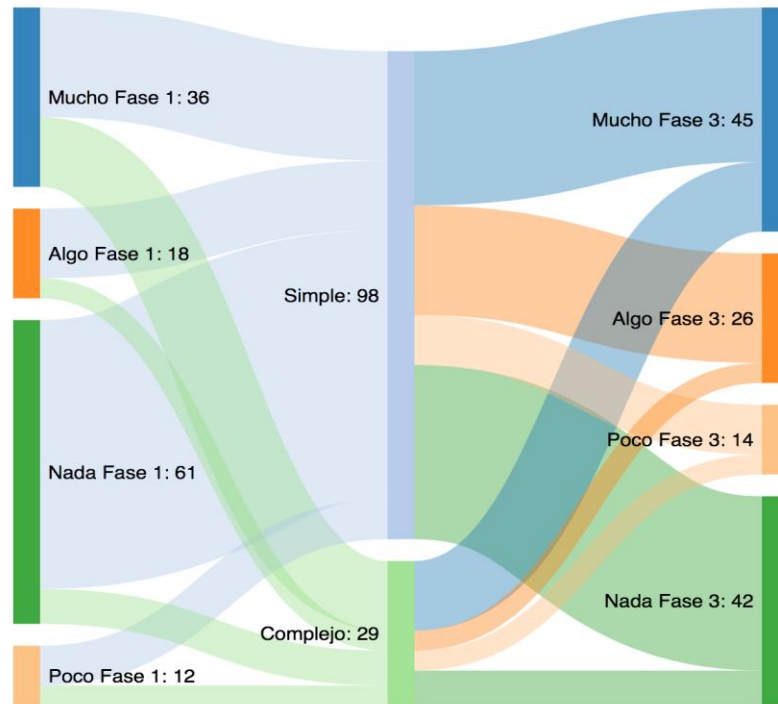


Figura 42. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Permitir el matrimonio igualitario” manipulado.

Tema 4: “Cerrar o fusionar las instituciones públicas inefficientes”

No manipulado (versión 3). En la fase 1 se constató que la mayoría de las personas se posicionaron a favor del cierre de las instituciones públicas inefficientes (89%). Un test de McNemar reveló que, de los cambios de opiniones observados, no se identifica un patrón significativo hacia uno de los dos posicionamientos, $X^2(1, 148) = 1.23, p = .27$. La Figura 13 ilustra este fenómeno.

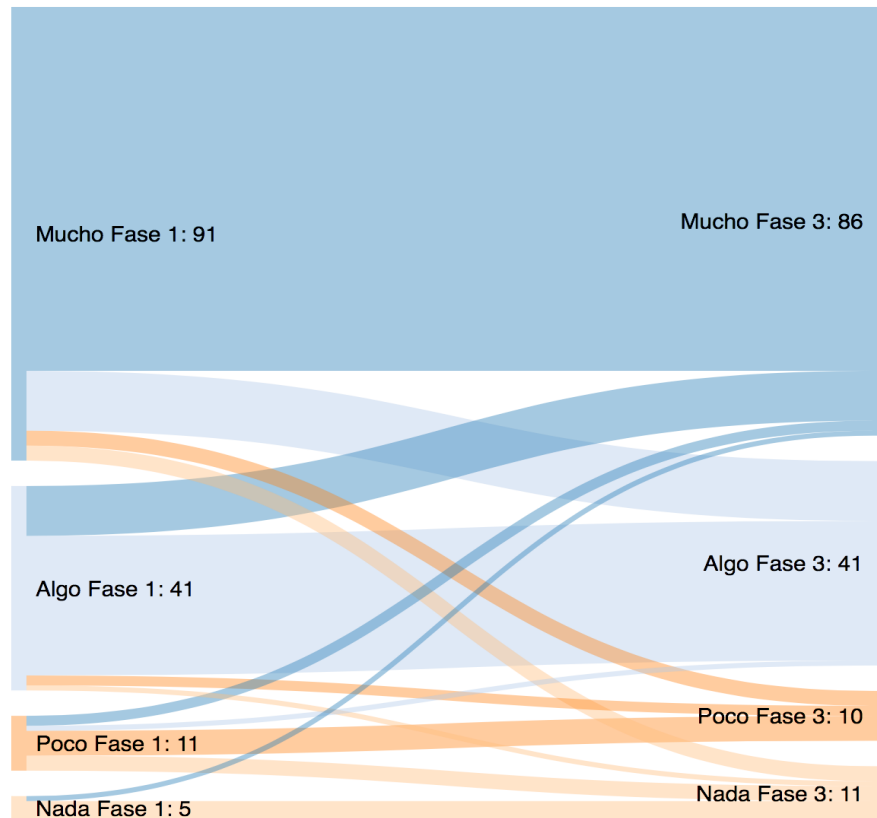


Figura 53. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Cerrar o fusionar las instituciones públicas ineficientes” no manipulado.

Manipulado (versiones 1 y 2). Un test de McNemar reveló que las y los participantes que no se dieron cuenta de la manipulación, cambiaron significativamente más de opinión cuando fueron confrontados a sus propios argumentos en la fase 3 ($X^2(1, 176) = 7.8, p < .01$), efecto que no se observó en las y los sujetos del estudio que se dieron cuenta de la manipulación ($X^2(1, 72) = 0.17, p = .68$). Complementariamente, el mismo test revela que las y los participantes rechazaron significativamente los argumentos que produjeron en la fase 2, que fueron clasificados como “simples” ($X^2(1, 209) = 6.3, p = .01$) y no los

argumentos calificados como “complejos” ($X^2(1, 39) = 0.17, p < .68$). La Figura 14 permite observar los cambios entre las dos fases.

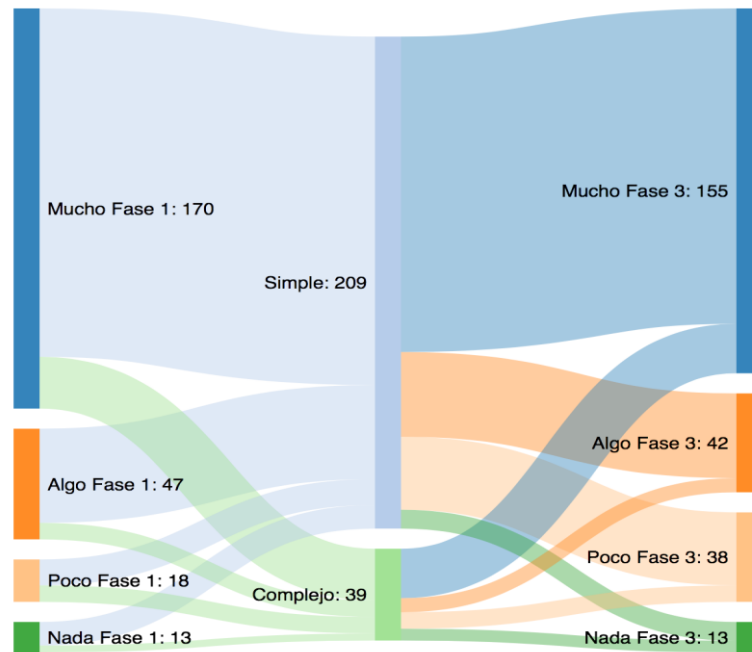


Figura 64. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Cerrar o fusionar las instituciones públicas inefficientes” manipulado.

Tema 5: “Autorizar el aborto, en caso de violación” (versiones 1, 2 y 3)

Cambio de opiniones (Fase 1 vs. Fase 3). Se constató que este tema divide la población, ya que en la fase 1, el 50 % de las personas estaba a favor y 50 % en contra. Un test de McNemar reveló que, de los cambios de opiniones, una proporción significativa se hizo a favor del tema, $X^2(1, N = 415) = 10.7, p < .001$. Aunque limitado, 6 % de la muestra cambió de opinión a favor de la autorización del aborto, en caso de violación, en la fase 3. La Figura 15 revela los cambios entre las dos fases.

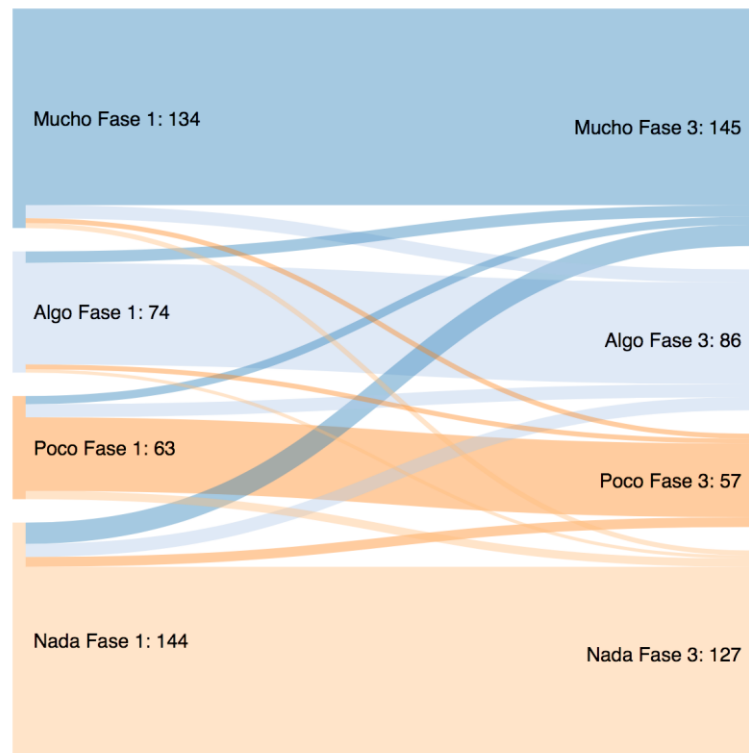


Figura 75. Gráfico Sankey representando los cambios de opiniones entre la Fase 1 y la Fase 3 para el tema “Autorizar el aborto en caso de violación”.

A la luz de los resultados del experimento, se sintetiza que:

- Los porcentajes de detección de la manipulación (27.3 % en promedio para las tres versiones) se mantuvieron muy cercanos a los reportados en los estudios citados en los antecedentes, en donde se informa un porcentaje de detección del 22 % (Hall *et al.*, 2013).
- La variable de que el tema haya sido o no manipulado, no generó una diferencia significativa en el porcentaje de detección de la manipulación.

- Se encontró además que, en los temas “controversiales no manipulados” se produjo un cambio de opinión a favor del tema entre un 4 % y 8 %. Mientras que en el caso del tema “no controversial no manipulado” hubo resultados dispares. En uno de los temas el cambio de opinión se produjo en contra, siendo el único en el que se presentó este comportamiento; el porcentaje de cambio de opinión se incrementó hasta un 10 %, pero en el otro tema no se lograron observar cambios significativos.
- Se puede notar que, en los dos temas manipulados de las tres versiones del experimento, sean o no controversiales, los y las participantes que no notaron la manipulación cambiaron significativamente más de opinión cuando fueron confrontados a sus propios argumentos, fenómeno que no se produjo en quienes sí notaron la manipulación.
- Adicionalmente, los y las participantes rechazaron significativamente los argumentos que produjeron en la fase 2, que fueron clasificados posteriormente por los investigadores como “simples”.

8. Discusión y Conclusiones

El objetivo del Seminario fue comprobar la validez de los Test de Asociaciones Implícitas Breve (TAIB) y de Ceguera de Elección (TCE), como alternativas metodológicas complementarias para el estudio del comportamiento electoral en Costa Rica. Con la validación realizada por medio de los diferentes experimentos, se intentó verificar, por una parte, si existe correlación entre lo que la y el votante informan de manera explícita (por qué partido o candidato votaron) y lo que realmente demuestran de forma implícita. Para ello, se evaluó *a posteriori* y de manera implícita, lo que los y las votantes reportaron haber hecho. Por otra parte, se intentó determinar qué tanta ceguera a la manipulación presentan los participantes del estudio ante sus propias decisiones, qué tan complejo o simple puede ser que cambien de opinión cuando son expuestos de forma manipulada ante sus propios argumentos, o a otros contrarios a sus posiciones.

Con la aplicación de los experimentos de TAIB se logró captar información a la que no se puede acceder a través de las mediaciones explícitas, lo cual es de vital importancia con las y los votantes indecisos, y con esa información, trazar las tendencias o inclinaciones implícitas de la muestra hacia uno u otro partido o candidato, para así contrastarlas contra su informe explícito de por quién votaron, permitiendo saber si los resultados de los dos tipos de mediciones van en una misma dirección. La importancia primordial de las mediciones implícitas es, por lo tanto, permitir a los investigadores acceder a las intenciones de voto, sin que las personas tengan clara la decisión que van a tomar, o simplemente, no desean informarla.

Los resultados encontrados de la adaptación del TAIB mostraron que, tanto para la elección del candidato como del partido, la medición implícita que resulta de la aplicación del instrumento demuestra significativamente una correlación positiva con la elección explícita realizada por los y las participantes. Este resultado constituye una evidencia a favor de la validez del instrumento en el contexto político de país.

Es importante aclarar que los dos tipos de herramientas utilizadas, cuestionario con mediciones explícitas y TAIB, no miden lo mismo. Con el cuestionario se pudo determinar por cuál candidato votaron los sujetos, entre otros datos aportados por los participantes, mientras que con el TAIB se pudieron conocer las tendencias o inclinaciones implícitas de la muestra, y al estar correlacionados significativamente los resultados de los dos tipos de herramientas, se sabe que con la nueva técnica se está midiendo en la dirección correcta. Este hallazgo valida el hecho de que este estudio se haya realizado posterior a las elecciones, ya que se tienen los datos necesarios para contrastar los resultados de ambos tipos de herramientas.

Cabe mencionar que una clara mayoría de los participantes del estudio reportan haber votado por Carlos Alvarado, lo cual representa un sesgo en la muestra, sin embargo, es de vital importancia recordar que, tomando una submuestra aleatoria de los votantes de Carlos Alvarado para igualar la cantidad total de los que reportaron haber votado por Fabricio, la correlación positiva entre las mediciones implícitas y explícitas se mantiene.

Mientras que al igualar las muestras en cantidad de personas no afecta la correlación mencionada, al hacer esto mismo se encontró que las medidas explícitas no logran

discriminar entre posicionamientos políticos. Más específicamente, las diferencias encontradas en los puntajes que fueron mayores en las escalas de Autoritarismo de derecha, Dominancia social y Medición socio-religiosa a favor de quienes votaron por Fabricio Alvarado, desaparecen.

Los resultados acá expuestos son satisfactorios y generan nuevas preguntas para futuras investigaciones y así continuar con la generación de conocimiento por medio de la aplicación de estas nuevas metodologías, de forma conjunta con las técnicas de auto reporte, o por qué no, de forma separada para cotejar los resultados en diferentes periodos de la campaña política.

Por ejemplo, sería de gran valor poder realizar un estudio utilizando una adaptación del TAIB en línea para las próximas elecciones presidenciales, el cual puede abarcar inclusive la primera ronda con los dos candidatos mayoritarios (o sus partidos). Más aún, se puede concluir que la utilización de instrumentos que incorporen tanto mediciones explícitas como implícitas pueden tener un mayor impacto con los votantes indecisos, los cuales no darán un informe directo de por quién van a votar, sino hasta un momento muy cercano a las elecciones, fenómeno que, como ya se ha mencionado antes, se ha vuelto tendencia en los últimos periodos electorales y se puede suponer que será aún más marcado en los próximos.

Otra correlación interesante que se puede explorar por medio de futuras aplicaciones del TAIB en el proceso electoral costarricense y a mayor escala, puede ser comparar, como lo hicieron Pignataro y Treminio (2015), las posibles diferencias entre los votantes jóvenes y no jóvenes en cuanto a la fuerza predictiva de las asociaciones implícitas en su intención

de voto. A lo que podría agregarse el contraste de otras variables, tales como ubicación geográfica, estatus socioeconómico y nivel académico de las y los votantes, entre otros.

Por su parte, la adaptación del TCE permitió replicar los hallazgos principales de este tipo de estudios que radican en la ceguera a la manipulación (Hall *et al.*, 2013; Rieznik *et al.*, 2017) y el cambio de opinión. Respecto a lo primero, más del 70 % de los y las participantes no se dio cuenta de la manipulación. En cuanto a lo segundo, en los dos temas manipulados de las tres versiones del experimento, sean o no controversiales, los y las participantes que no notaron la manipulación, cambiaron significativamente más de opinión cuando fueron confrontados a sus propios argumentos.

En relación con el TCE, es posible generar una versión a mayor escala que contemple los temas que cristalicen las tensiones en el escenario electoral del 2022. Ello permitirá, no solo conocer los posicionamientos ideológicos de la población, sino también identificar quiénes son los votantes donde estas posiciones no son tan pronunciadas, los cuales pueden ser más volátiles y cambiar de opinión durante la campaña.

Este tipo de experimento podría ser adaptado para campañas que generen conciencia social (por ejemplo, sobre temáticas de salud pública, ecología, bienestar) determinando las posiciones de la población y desarrollando contenidos que generen cambios en actitudes y opiniones.

Es necesario señalar una limitación del diseño metodológico, ya que no fue posible determinar claramente el aporte de la calidad de los argumentos sobre los cambios de

opiniones. Por lo tanto, se sugiere revisar la construcción y la categorización de los argumentos en próximos estudios.

En un panorama político tan vasto, con tendencias de voto cada vez más volátiles, tests basados en el paradigma de ceguera de elección pueden colaborar en arrojar luz sobre el efecto que los temas debatidos en campaña tienen sobre los cambios de opinión de los electores, ya que esto impacta fuertemente el ejercicio del voto.

En adelante, y de manera general, se esbozan algunas consideraciones tras la realización del Seminario.

En primer lugar, se debe señalar el papel que adquiere para la investigación la variable nivel académico, debido a que la mayoría de la muestra está conformada por personas con estudios en educación superior (61.6%). En relación con el actuar político, el análisis de dicha variable ha sido recurrente, ya que según demuestran investigaciones realizadas en relación con la sofisticación (Botero, 2011) e interés político (Jorge, 2008; Pignataro y Treminio, 2015) así como el consumo de noticias políticas (Alfaro *et al.*, 2018), estas características son más frecuentes en las personas con un alto nivel educativo, produciendo, a su vez, que este sector de la población, desarrolle criterios que favorezcan ampliar la deliberación y se involucren más en procesos políticos.

En esta investigación esta variable no fue controlada; se recomienda que para futuras investigaciones se establezcan cuotas de participantes de acuerdo con el nivel educativo, para que los resultados puedan ser generalizados a nivel nacional. De esta forma, se podrían

realizar correlaciones con la intención de que se pueda identificar si esta variable puede afectar el resultado de la aplicación de los TAIB y TCE.

En segundo lugar, al igual que se deliberó sobre la importancia de controlar la variable nivel educativo para futuras investigaciones, se podrían considerar múltiples variables para ser tomadas en cuenta: ubicación geográfica, estatus socioeconómico, edad y género, estado civil, entre otras.

En tercer lugar, la evidencia investigativa sugiere que la aplicación del TAI y el TCE es amplia y contundente para obtener resultados significativos con respecto a la intención de voto del electorado en contextos con democracias bipartidistas y parlamentarias; con la validación de estos instrumentos se demuestra su efectividad en un contexto multipartidista, como el costarricense.

Uno de los alcances de esta investigación fue aportar evidencia científica para la validez de estos experimentos que han sido poco utilizados a nivel latinoamericano, ya que la mayoría de estudios se han desarrollado en otros contextos con diferentes estructuras democráticas. Si bien lo que se realizó fue una adaptación de estas metodologías para la realidad nacional, se pudo demostrar que su aplicación resultó en efectos similares a los encontrados a nivel internacional.

En cuarto lugar, una ventaja del TCE radica en que puede aplicado en línea, siendo posible abarcar una muestra de mayor tamaño y representatividad de forma rápida. Esta es una alternativa de mejora en el caso del TAIB, ya que la versión utilizada en la investigación

fue programada mediante una aplicación de escritorio, dificultando su uso de forma masiva, limitando a los investigadores a realizar el experimento presencialmente.

Debido a lo anterior, se plantea la posibilidad de potencializar el uso del TAIB, de manera que se pueda migrar a un formato en línea, mediante la generación de alianzas con otras dependencias o instituciones dentro y fuera del país, haciendo posible la aplicación, tanto de medidas explícitas como implícitas de forma conjunta masivamente, facilitando una mayor cobertura y llegando más fácilmente a cumplir cuotas de representatividad, lo cual permitiría, eventualmente, generalizar los resultados a nivel nacional.

Los dos experimentos representan el primer intento a nivel nacional de adaptación de ambos paradigmas en el contexto electoral. Los resultados de la investigación indican que las medidas implícitas, efectivamente podrían complementar las medidas explícitas y mejorar su poder predictivo, en particular en los votantes indecisos. Se recomienda realizar más investigaciones con miras a que los resultados puedan ser generalizables a nivel nacional, y así generar mayor evidencia científica sobre la pertinencia del uso de estos métodos como complementos a las mediciones clásicas.

Con la realización del Seminario, y al evidenciarse con los resultados alcanzados la pertinencia del TAIB y del TCE, se abre una oportunidad para la realización de un estudio conjunto entre el CIEP y el IIP a escala nacional, que permita utilizar estos experimentos en el contexto de las elecciones políticas nacionales, como herramientas complementarias a los estudios de PANEL y las encuestas de opinión, para intentar predecir la intención de voto y obtener una comprensión integral del comportamiento político electoral.

9. Referencias bibliográficas

- Alfaro, R. (sometido). Identidades políticas, participación e (in)decisión.
- Alfaro, R; Alpízar, R; Cascante, M; Guzmán, J. (2018). Informe de Resultados de la Encuesta de Opinión Sociopolítica realizada en abril de 2018. Recuperado de <https://ciep.ucr.ac.cr/sites/default/files/Informe-encuesta-ABRIL25-2018.pdf>
- Alfaro, R; Alpízar, F; Cascante, M; Brenes, C; Sáenz, J;Martínez, G. (2018). Informe de Resultados de la Encuesta de Opinión Sociopolítica realizada en noviembre de 2018. Recuperado de: <https://ciep.ucr.ac.cr/sites/default/files/Informe-encuesta-CIEP-21-deNOVIEMBRE-2018.pdf>
- Altemeyer, B. (1996). *The authoritarian specter*. Harvard University Press.
- Arceneaux, K. (2012). Cognitive Biases and the Strength of Political Arguments. *American Journal of Political Science*, 56(2), 271–285.
- Arcurie, 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, 369–365.
- Ayala, A. (2012). La utilización del Test de Asociación Implícita en los procesos electorales. *Revista Justicia Electoral*, 1(10), 267–292.
- Bar-Anan, Y; Nosek, B. (2014). A comparative investigation of seven indirect attitude measures. *Behavior Research Methods*, 46, 668–688.
- Botero, F. (2011). *Partidos y elecciones en Colombia*. Bogotá Colombia: Ediciones Uniandes.

- Briñol, P; Horcajo, J; Becerra, A; Falces, C; Sierra, B. (2002). Cambio de actitudes implícitas. *Psicothema*, 14(4), 771–775.
- Cunningham, W; Preacher, K; Banaji, M. (2001). Implicit attitude measures: Consistency, Stability, and Convergent Validity. *Psychological Science*, 12(2), 163–170.
- Flores, R. (2015). Modelos explicativos del comportamiento electoral en influencia de la ideología, las actitudes, y el conformismo social en el comportamiento electoral de estudiantes universitarios. *Tesis doctoral no publicada*, p.p. 17–55 Universidad de Guanajuato, León, Guanajuato. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/305765625>
- Figini, J. (2014). Ilusiones introspectivas: Ceguera a la elección en Argentina. Recuperado de: <http://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11790/3/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Com.%20Figini%2C%20Julieta.pdf>
- Friese, M; Smith, CT; Plischke, T; Bluemke, M; Nosek BA. (2012). Do Implicit Attitudes Predict Actual Voting Behavior Particularly for Undecided Voters? *PLoS ONE*, 7(8), 1-14.
- Jorge, J. (2008). Factores que influyen en el interés por la política entre los argentinos: un análisis basado en evidencia empírica. *Question*, 1(17), 1-19.
- Gawronski, B; Brannon, S. (2017). Attitudes and the Implicit-Explicit Dualism. doi:10.4324/9781315178103-4
- Gawronski, B; Hahn, A. (2019). Implicit measures: Procedures, use, and interpretation. *Measurement in social psychology*. 29-55. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/315810266_Implicit_measures_Procedures_use_and_interpretation

- Greenwald, A. G; Banaji, MR. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1), 4-27.
- Greenwald, AG; McGhee, DE; Schwartz, JKL. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- Greenwald, AG; Nosek, BA; Banaji, MR. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2), 197–216.
- Hall, L; Strandberg, T; Pärnamets, P; Lind, A; Tärning, B. (2013). How the Polls Can Be Both Spot On and Dead Wrong: Using Choice Blindness to Shift Political Attitudes and Voter Intentions. *PLoS ONE*, 8(4), 1-6.
- Hernández, G. (2012). Partidos políticos y calidad de la democracia en un contexto de cambios en el sistema de partidos de Costa Rica. *Anuario del Centro de Investigaciones y Estudios Políticos*, 2, 124-147.
- Hummert, M; Garstka, T; O'Brien, L; Greenwald, A; Merlott, D. (2002). Using the implicit association test to measure age differences in implicit social cognitions. *Psychology and Aging*, 17(3), 482–495.
- IBM Corp. Released. (2012). IBM SPSS Statistics for Windows, Version 21.0. Armonk, NY: IBM Corp.
- JASP Team. (2019). JASP (Version 0.8.6) [Computer software]. Retrieved from <https://www.jasp-stats.org>.
- Jensen, H; González, R. (1986). Perfil Político y Comportamiento Electoral. Análisis de una muestra de votantes costarricenses ante las elecciones presidenciales de 1986. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 12(2), 99–110.

- Johansson, P; Hall, L; Sikström, S; Olsson, A. (2005). Failure to Detect Mismatches Between Intention and Outcome in a Simple Decision Task. *Science*, 310(5745), 116–119.
- Knutson, KM; Wood, JN; Spampinato, MV; Grafman, J. (2006). Politics on the Brain: An fMRI Investigation. *Social Neuroscience*, 1(1), 25–40.
- Kothari, C. (2004). *Research Methodology. Methods ant Techniques*. New Delhi, India, New Age International Publisher.
- Kuschick, M. (2004). Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46(190), 47-70.
- Lau, R; Redlawsk, D. (2006). *How voters decide. Information processing during election campaigns*. New York, Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Nosek, B; Banaji, M; Greenwald, A. (2002). Harvesting implicit group attitudes and beliefs from a demonstration web site. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(1), 101-115.
- Nosek, B; Bar-Anan, Y; Sriram, N; Axt, J; Greenwald, A. (2014). Understanding and Using the Brief Implicit Association Test: Recommended Scoring Procedures. *PLoS ONE*, 9(12), 1-31.
- Nosek, B; Greenwald, A; Banaji, M. (2005). Understanding and Using the Implicit Association Test: II. Method Variables and Construct Validity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(2), 166-180.
- Pignataro, A; Treminio, I. (2015). Jóvenes y democracia: Comportamiento electoral y actitudes políticas en Costa Rica. *Derecho Electoral*, (20), 309 -343.
- Pignataro, A; Cascante, M. (2018). *Los Electorados de la Democracia Costarricense: Percepciones Ciudadanas y Participación en Torno a las Elecciones Nacionales de 2014*. San José, Costa Rica, IFED – CIEP.

- Rieznik, A; Moscovich, L; Frieiro, A; Figini, J; Catalano R; Garrido J. (2017). A massive experiment on choice blindness in political decisions: Confidence, confabulation, and unconscious detection of self-deception. *PLoS ONE*, *12*(2), 1–16.
- Roche, M. (2008). Modelos de comportamiento electoral y político. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/modelos-de-comportamiento-electoral-y-politico/>
- Sidanius, J;Pratto, F. (1999). *Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sivén, D; Strandberg, T; Hall, L; Johansson, P; Pärnamets, P. (2016). Lasting political attitude change induced by false Feedback about own survey responses. *Cognitive Science Society* *38*(38), 301-306.
- Schneider, W; Eschman, A; Zuccolotto, A. (2002). *E-Prime (Version 3.0)*. [Computer software and manual]. Pittsburgh, PA: Psychology Software Tools Inc. Recuperado de:[http://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=204732](http://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=204732)
- Sriram, N; Greewald, AG. (2009). The Brief Implicit Association Test. *Experimental Psychology*, *56*(4), 283–294.
- The jamovi project. (2019). *jamovi (Version 1.0)* [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>.
- Trouche, E; Johansson P; Hall L; Mercier H. (2015). The Selective Laziness of Reasoning. *Cognitive Science*, *40*(8), 1–15.
- Trouche, E; Johansson P; Hall, L; Mercier H. (2018). Vigilant conservatism in evaluating communicated information. *PLoS ONE*, *13*(1), 1–16.

Vega, R; Molina, M; Smith-Castro, V; Pérez, R. (en prensa). Conservadurismo político e intención de voto durante las elecciones 2017-2018: Una aproximación desde la psicología social.

Walliman, N. (2011). *Research Methods The basics*. Londres, Inglaterra y New York, Estados Unidos, Routledge Taylor y Francis Group.

10. Anexos

Anexo 1. Consentimiento Informado TAIB

Gracias por participar en el presente estudio desarrollado en la Universidad de Costa Rica.

El objetivo es tratar de entender mejor la opinión de los y las costarricenses sobre el tema de la política.

A continuación, le presentaremos una serie de preguntas a las cuales le pedimos por favor conteste lo más sinceramente posible. La información que proporcionará será anónima y exclusivamente para fines investigativos.

En una segunda parte, le solicitaremos realizar una serie de experimentos cortos sobre el mismo tema.

Si esta de acuerdo en participar, por favor pulse la tecla "Acepto participar".

Acepto participar

**Anexo 2. Cuestionario General de Datos Sociodemográficos y Mediciones
Explícitas**

a. Información sociodemográfica

1. Sexo: Hombre Mujer
2. Edad: _____ años cumplidos
3. Estado civil: Soltero Casado Unión libre Divorciado
4. Domicilio: 4.1 Provincia _____ 4.2 Cantón _____ 4.3 Distrito _____
5. Nivel educativo:
 - Primaria incompleta
 - Primaria completa
 - Secundaria incompleta
 - Secundaria completa
 - Nivel Técnico
 - Universitaria incompleta
 - Universitaria completa
6. Aproximadamente, ¿cuál es el ingreso mensual de su núcleo familiar?
 - Menos de 300 mil colones
 - Entre 300 mil y 600 mil colones
 - Entre 600 mil y 900 mil colones
 - Más de 900 mil
 - NS/NR

b. Medición explícita: Generalidades

7. ¿Votó en la primera ronda electoral de las pasadas elecciones 2018? Sí No
8. ¿Por quién votó?
 - Fabricio Alvarado, Restauración Nacional (RN)
 - Carlos Alvarado, Partido Acción Ciudadana (PAC)
 - Antonio Álvarez Desanti, Partido Liberación Nacional (PLN)
 - Rodolfo Piza, Partido Unidad Social Cristiana (PUSC)
 - Juan Diego Castro, Partido Integración Nacional (PIN)
 - Rodolfo Hernández, Partido Republicano Social Cristiano (PRSC)
 - Otto Guevara, Partido Movimiento Libertario (ML)
 - Edgardo Araya, Partido Frente Amplio (FA)
 - Sergio Mena, Partido Nueva Generación (PNG)
 - Mario Redondo, Partido Alianza Demócrata Cristiana (ADC)
 - Stephanie Campos, Partido Renovación Costarricense (PRC)
 - Oscar López, Partido Accesibilidad Sin Exclusión (PASE)

John Vega, Partido de los Trabajadores (PT)

9. ¿Votó en la segunda ronda electoral de las pasadas elecciones 2018? Sí No

10. ¿Por quién votó?

Fabricio Alvarado, Restauración Nacional (RN)

Carlos Alvarado, Partido Acción Ciudadana (PAC)

11. Seleccione la religión que profesa:

0 No profesa ninguna religión (ateo o agnóstico)

1 Catolicismo

2 Protestante

3 Budismo

4 Evangélica y pentecostal

5 Iglesia de los Santos de los Últimos Días

6 Testigos de Jehová

7 Judaísmo

99 NS/NR

12. En su opinión, ¿cuál es el principal problema del país?

1 Costo de la vida y situación económica

2 Inseguridad y delincuencia

3 Mala gestión del gobierno

4 Desempleo

5 Corrupción

6 Educación y cultura

7 Los servicios de salud de la CCSS

99 NS/NR

13. Para la segunda ronda, en las pasadas elecciones, ¿En qué momento se decidió a votar?

1 Al principio de la campaña

2 Uno o dos meses antes

3 Pocos días antes de la elección (15 días o menos)

4 El día de la elección

99 NS/NR

14. ¿Qué factores influyeron en su decisión de por quién votar en la segunda ronda?

1 Los debates

2 Las encuestas

3 Sus familiares

4 Las campañas políticas

5 Las redes sociales

6 Los ataques a la Virgen

15. ¿Por qué votó de la manera como lo hizo en la segunda ronda?

1 Porque quería apoyar al candidato de gobierno

2 Porque quería votar contra el candidato de gobierno

3 Porque le gustaban las ideas del candidato por el que votó

- 4 Porque quería votar por un partido distinto al PLN, PUSC
- 5 Porque quería defender los valores tradicionales de los costarricenses
- 6 Porque no le gustaba el candidato contrario
- 99 NS/NR

c. Medición explícita: Identidad partidaria

16. Tradicionalmente, ¿Su familia ha preferido algún partido político?

- 1 No
- 2 Sí
- 99 NS/NR

17. ¿Cuál?

- Restauración Nacional (RN)
- Partido Acción Ciudadana (PAC)
- Partido Liberación Nacional (PLN)
- Partido Unidad Social Cristiana (PUSC)
- Partido Integración Nacional (PIN)
- Partido Republicano Social Cristiano (PRSC)
- Partido Movimiento Libertario (ML)
- Partido Frente Amplio (FA)
- Partido Nueva Generación (PNG)
- Partido Alianza Demócrata Cristiana (ADC)
- Partido Renovación Costarricense (PRC)
- Partido Accesibilidad Sin Exclusión (PASE)
- Partido de los Trabajadores (PT)
- NS/NR

18. En su récord de votos, ¿Ha simpatizado con algún partido político?

- 0 No
- 1 Sí
- 99 NS/NR

19. ¿Cuál?

- Restauración Nacional (RN)
- Partido Acción Ciudadana (PAC)
- Partido Liberación Nacional (PLN)
- Partido Unidad Social Cristiana (PUSC)
- Partido Integración Nacional (PIN)
- Partido Republicano Social Cristiano (PRSC)
- Partido Movimiento Libertario (ML)
- Partido Frente Amplio (FA)

- Partido Nueva Generación (PNG)
 - Partido Alianza Demócrata Cristiana (ADC)
 - Partido Renovación Costarricense (PRC)
 - Partido Accesibilidad Sin Exclusión (PASE)
 - Partido de los Trabajadores (PT)
 - NS/NR
20. En la campaña electoral 2018, prefirió algún partido político
 0 No 1 Sí 99 NS/NR
21. ¿Cuál?
- Restauración Nacional (RN)
 - Partido Acción Ciudadana (PAC)
 - Partido Liberación Nacional (PLN)
 - Partido Unidad Social Cristiana (PUSC)
 - Partido Integración Nacional (PIN)
 - Partido Republicano Social Cristiano (PRSC)
 - Partido Movimiento Libertario (ML)
 - Partido Frente Amplio (FA)
 - Partido Nueva Generación (PNG)
 - Partido Alianza Demócrata Cristiana (ADC)
 - Partido Renovación Costarricense (PRC)
 - Partido Accesibilidad Sin Exclusión (PASE)
 - Partido de los Trabajadores (PT)
 - NS/NR

d. Medición explícita: Características de los candidatos

22. En el momento en que decidió votar por su candidato en segunda ronda, ¿Qué tomó en cuenta?:
- 1 Formación académica
 - 2 Capacidad de liderar y tomar decisiones
 - 3 Honestidad
 - 4 Experiencia
 - 5 Apego a los valores tradicionales del país
 - 6 Defensa de los derechos de todos los ciudadanos
 - 7 Comunicación asertiva
23. Al ver al candidato de su preferencia, qué sentía:
- 1 Confianza por su buen manejo de la información
 - 2 Cercanía, ya que comparten valores morales y religiosos
 - 3 Inseguridad, ya que consideraba que no había una mejor opción
 - 4 Tranquilidad, ya que su preparación era garantía de éxito

- () 5 Alegría, ya que considera que es una persona con intereses diversos o talentos diversos
- () 6 Admiración por su apariencia
- () 7 Respeto, por su carácter de hombre de familia

Escala Resentimiento hacia las élites políticas (EREP)	1	2	3	4	5
1. No confío en ningún político.					
2. Los políticos ofrecen cosas que luego no cumplen.					
3. En lo único en lo que están interesados los políticos es en ellos mismos.					
4. Todos los partidos políticos son la misma cosa.					
5. Los políticos lo único que quieren es sacar provecho personal al ser nombrados en el gobierno.					
6. Los políticos no están interesados en el pueblo.					
7. Los políticos solo se interesan por los problemas del pueblo durante la campaña electoral.					
8. Los políticos solo quieren entrar al gobierno para robar.					
9. Los políticos no dicen la verdad.					
10. A los políticos no les interesa solucionar los problemas del país.					

Escala de autoritarismo de derecha (EAD)	1	2	3	4	5
1. Nuestro país necesita a un líder poderoso que pueda enfrentar a los extremistas e inmorales que actualmente existen en nuestra sociedad.					
2. Las leyes de Dios sobre la pornografía, el aborto y el matrimonio deben ser seguidas estrictamente, sus transgresiones deben ser castigadas.					
3. Nuestros antepasados fueron más honrados por la forma en que construyeron esta sociedad. Por ello, es necesario poner fin a las fuerzas que la están destruyendo.					
4. Hay muchas personas extremistas e inmorales tratando de arruinar las cosas, la sociedad debe detenerlos.					
5. Los hechos muestran que debemos ser más duros con el crimen y la inmoralidad sexual, con el fin de mantener la ley y el orden.					
6. Si la sociedad así lo quiere, es deber de todo buen ciudadano ayudar a eliminar el mal que destruye al país por dentro.					

Escala de dominancia social (EDO)	1	2	3	4	5
1. Algunos grupos sociales son sencillamente menos valiosos que otros.					
2. La igualdad entre los grupos sociales debería ser nuestro principal ideal.*					
3. Los grupos inferiores deberían quedarse en su lugar.					
4. Debemos hacer todo lo que podamos para promover la igualdad entre los diferentes grupos sociales.*					
5. Para salir adelante en la vida, algunas veces es necesario pasar por encima de las otras personas.					
6. Probablemente está bien que ciertos grupos sociales se encuentren en estratos inferiores de la escala social.					
7. Sería bueno que todos los grupos sociales fueran iguales.*					
8. Tendríamos menos problemas si tratáramos a los diferentes grupos sociales más equitativamente. *					

* Ítems inversos.

Medición socio-religiosa	1	2	3	4	5
1. La religión es importante para mí.					
2. Dios es importante para mí.					
3. La espiritualidad es importante para mí.					

Anexo 3. Imágenes Logo Partido Acción Ciudadana



Anexo 4. Imágenes Logo Partido Restauración Nacional



Anexo 5. Imágenes Candidato Carlos Alvarado



Anexo 6. Imágenes Candidato Fabricio Alvarado



Anexo 9. Consentimiento Informado Test de Ceguera de Elección

¡Bienvenido/a! ¡Gracias por su participación!

Usted está colaborando con un estudio que se está realizando desde la Universidad de Costa Rica y que busca conocer la opinión de los/as costarricenses sobre temas de actualidad.

Completar esta encuesta solo le tomará unos 10 minutos. Todas sus respuestas son confidenciales y anónimas.

Si está de acuerdo en participar, de click en Aceptar y en siguiente [>>].

ACEPTAR

Anexo 10. Debriefing

Sus respuestas han sido enviadas.

¡Muchas Gracias por su participación!

Si tiene alguna duda o pregunta sobre este estudio puede escribir a: thomas.castelain@ucr.ac.cr