



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y
SOCIALES

**ESTUDIO SOBRE LA RELACIÓN
ENTRE LA ORIENTACIÓN POLÍTICA,
MORALIDAD Y PERSONALIDAD Y SU
EFECTO SOBRE UN TEST DE
ASOCIACIÓN IMPLÍCITA**

Autor: Alejandro Gallego Olea

Tutor Metodológico: Ignacio Echegoyen Blanco

Madrid

Junio del 2023

Resumen

Este estudio consiste en un análisis de la posible influencia de las variables sociodemográficas, orientación política, moralidad y personalidad de una muestra de población española sobre un test de asociación implícita (TAI). A su vez, se estudia el posible efecto modulador de la exposición de 3 agrupaciones de titulares de distinta orientación política sobre los tiempos de respuesta del TAI. Para la medición de la moralidad se ha usado un cuestionario basado en la teoría de los fundamentos morales que recoge puntuaciones de cinco factores (Cuidado, Equidad, Lealtad, Autoridad y Santidad). Para el estudio de la personalidad se ha basado en la teoría de los cinco grandes rasgos (Neuroticismo, Extraversión, Apertura a la Experiencia, Amabilidad y Responsabilidad). Se ha diseñado un TAI para este estudio, donde los sujetos tenían que asociar lo más rápido posible si los adjetivos que aparecían les correspondía a “una persona rica” o a “una persona pobre”.

Palabras clave: orientación política, moralidad, personalidad, test de asociación implícita.

Abstract

This study consists of an analysis of the potential influence of sociodemographic variables, political orientation, morality and personality on a sample of the Spanish population regarding an Implicit Association Test (IAT). Additionally, the possible modulating effect of exposure to three groups with different political orientations on response times in the IAT is studied. For measuring morality, a questionnaire based on the theory of moral foundations, which assesses scores on five factors (Care, Fairness, Loyalty, Authority and Sanctity), was employed. The study of personality was based on the theory of the Big Five traits (Neuroticism, Extraversion, Openness to Experience, Agreeableness and Conscientiousness). An IAT specifically designed for this study was used, where participants had to quickly associate whether the adjectives presented corresponded to "a rich person" or "a poor person."

Key words: political orientation, morality, personality, Implicit association test.

Índice

1. Introducción.....	3
1.1. Fundamentos morales	3
1.2. Personalidad	5
1.3. Test de asociación implícita	7
1.4. Objetivos	8
2. Metodología.....	9
2.1. Diseño	9
2.2. Muestra	9
2.3. Procedimiento	10
2.4. Instrumentos	10
3. Resultados.....	12
3.1. Orientación política	12
3.2. Resultados MFQ30	13
3.3. Resultados NEO-FFI	14
3.4. Resultados del TAI	15
3.5. Análisis de los datos sociodemográficos, orientación política, MFQ30 y NEO-FFI	16
4. Discusión.....	18
5. Conclusión.....	20
6. Referencias.....	22
7. Anexos.....	25

Introducción

El presente estudio se propone analizar los posibles efectos de la orientación política, la moralidad y la personalidad sobre un test de asociación implícita (TAI), donde aparecen ítems relacionados con la *pobreza/riqueza*. Para ello, explicaré estas variables y cómo están relacionadas en los siguientes puntos.

Fundamentos morales

Tradicionalmente, cuando se ha intentado explicar el origen de la moralidad del ser humano se ha hecho desde dos perspectivas. Por un lado, los nativistas argumentaban que la moral era innata a nuestra mente, fruto de la evolución del ser humano (Darwin, 1998/1871). Por el otro, los empiristas defendían a la moral como resultado de la educación recibida, justificando así las diferencias entre países y a lo largo del tiempo. Bajo esta perspectiva se pensaba que los niños eran hojas en blanco al nacer (Locke, 1979/1690) y que a través del aprendizaje de la propia experiencia se desarrollaba el conocimiento moral.

Con cierta influencia de estas dos vertientes surge posteriormente la corriente racionalista. Siguiendo esta corriente, Jean Piaget aplicó su aproximación al desarrollo cognitivo al estudio específico del desarrollo del pensamiento moral en niños (1932/1965). Observó que los niños construían su conocimiento moral a raíz de que se desarrollasen cognitivamente y a la acumulación de experiencias con otros niños y adultos. Por lo tanto, no se podía afirmar que la comprensión de la moralidad de los niños fuese innata ni que la hubiesen aprendido directamente de los adultos.

A los avances de Piaget se sumó el trabajo de Lawrence Kohlberg (1969,1971), que desarrolló un método para calcular en qué medida el razonamiento moral de los niños cambia en el tiempo por medio del diseño de un conjunto de dilemas morales estandarizado. A través de los datos que obtuvo de esta herramienta, concluyó que aquellos niños con mayor puntuación eran más avanzados moralmente a causa de tener frecuentes oportunidades de experimentar el intercambio de roles, empatizar con los problemas de otros y mirar desde su perspectiva. Esta última se encontraba sesgada dado que se entendía la moral como justicia y se denigraban la autoridad, la jerarquía y la tradición (Haidt, 2019).

El instrumento de medida que desarrolló Kohlberg requería de habilidad verbal para responder los dilemas. Por ello, su alumno Elliot Turiel propuso una nueva herramienta que consistía en la lectura de cuentos para, a continuación, realizar preguntas simples de sí o no. A través de este instrumento, observó que los niños reconocen ciertas reglas como convenciones sociales, y por ello, modificables hasta cierto punto (Turiel, 1983). Además, concluyó que los niños entienden que las reglas que evitan el daño son reglas morales, basándose en la certeza de que hacer daño está mal (Turiel, 1983).

En cambio, Richard Shweder propuso que el enfoque moral orientado en el individuo de Kohlberg y Turiel se centraba en una de las tres éticas morales, la ética de la autonomía, sin tener en cuenta la ética de la comunidad ni la ética de la divinidad (Shweder et al., 1997). A raíz de este planteamiento se hizo un conglomerado de análisis del discurso moral en la India y los Estados Unidos, ampliándose posteriormente a Brasil (datos expuestos por primera vez en Shweder et al., 1987). Con la intención de buscar los sistemas psicológicos implicados en las intuiciones morales en todo el mundo, Haidt y Joseph (2004) analizaron diversas teorías sobre la moralidad y los valores. Así mismo, buscaban identificar las emociones automáticas que aparecen en todas las culturas y examinar las respectivas funciones sociales de las que han podido haber evolucionado. Ambos concluyeron que hay cinco sistemas psicológicos (posteriormente ampliados a seis) que son el origen de las intuiciones morales en todas las culturas. Esta teoría (Haidt, 2019) es en la que se apoya esta investigación, cuyos seis fundamentos morales son los siguientes:

- Fundamento del Cuidado/Daño. Ante el desafío evolutivo de cuidar niños vulnerables, el ser humano ha desarrollado sensibilidad al sufrimiento de su propia descendencia. La misma se ha podido extender fuera de la relación con la descendencia, de tal forma que a cualquier individuo con un desarrollo normal le disgusta ver el sufrimiento en los demás, surgiendo la compasión como potencial respuesta. Del mismo modo que desprecian la crueldad y rechazan a aquellos que hacen sufrir.
- Fundamento de la Equidad/Engaño. Desde el desafío adaptativo donde el ser humano formaba alianzas con la intención de cosechar las ventajas de cooperar en grupo, se ha llegado a la evolución de emociones facilitadoras del altruismo recíproco y a la

adopción de roles. Surgiendo así sensibilidad ante los signos de aquellos que colaboran de una forma justa y rechazo a aquellos que se aprovechan de los demás.

- Fundamento de la Lealtad/Traición. Como fruto de la evolución de las primeras agrupaciones donde el ser humano vivía en grupos basado en el parentesco, se han desarrollado habilidades socio-cognitivas, junto a fuertes emociones sociales, relacionados con confiar, reconocer y cooperar con los miembros de su mismo grupo. Así como sensibilidad y desconfianza ante aquello que no pertenece a su mismo endogrupo. Al mismo tiempo que las personas valoran a aquellos que aportan y se sacrifican por el grupo, a aquellas personas que no proporcionan ayuda o que lo traicionan, se las desprecia y rechaza.
- Fundamento de la Autoridad/Subversión. Ante la larga historia de vivir en grupos estructurados de forma jerárquica, el ser humano ha desarrollado la facilidad de establecer relaciones donde se benefician de las jerarquías sociales. Las personas sienten admiración y respeto hacia las autoridades legítimas, del mismo modo que rechazo ante comportamientos no adecuados a su posición jerárquica.
- Fundamento de la Santidad/Degradación. Bajo el dilema del omnívoro presente en la evolución del ser humano, surgía el impulso a consumir nuevos alimentos al mismo tiempo que el riesgo de que fuesen perjudiciales para la salud. De manera simultánea, al vivir en un mundo lleno de patógenos y parásitos, emerge la emoción del asco como defensa ante aquellas sustancias que pueden causar alguna enfermedad. De esta forma surgen comportamientos destinados a la prevención de infecciones y enfermedades, expandiéndose a objetos simbólicos libres de estas impurezas.
- Fundamento de la Libertad/Opresión. Este fundamento fue añadido posteriormente a la teoría inicial y se refiere a cómo los mecanismos de las personas que las hacen sensibles de cualquier signo de intento de dominación opresiva sirven de disparador de un impulso de unirse frente aquellos que les están amenazando.

La mente humana se compone de un sistema afectivo automático, muy rápido, y un sistema cognitivo filogenéticamente más nuevo, más lento y motivacionalmente más débil (Zajonc, 1980). Por ello, el proceso de evaluar lo percibido por el cerebro es automático, estando el pensamiento humano en un nivel superior precedido, permeado e influenciado por reacciones afectivas (Haidt, 2007). Los distintos enfoques evolutivos de la moralidad afirman que los componentes básicos de la moralidad son emocionales (p. ej., simpatía como respuesta al que sufre, afecto hacia parientes y miembros del mismo grupo, ira hacia los no recíprocos).

Basándose en el trabajo de Bargh y Chartrand (1999), Haidt (2001) refiere que el contraste de mayor utilidad para la psicología moral es entre la intuición moral y el razonamiento moral. La intuición moral se compone de procesos rápidos, automáticos y frecuentemente cargados de afecto en los que un sentimiento evaluativo surge sin que haya consciencia de todo el proceso mental del que viene. El razonamiento moral es un proceso controlado y lógico que se da de una forma consciente donde se transforma la información sobre personas o acciones para alcanzar un juicio o decisión moral. Como afirma Haidt (2001). “el razonamiento moral, cuando ocurre, suele ser un proceso post-hoc en el que buscamos pruebas para respaldar nuestra reacción intuitiva inicial”.

En el estudio de Wheatley y Haidt (2005), se observó cómo en sujetos sometidos a hipnosis, los cuales experimentaban una emoción subjetiva más intensa, mostraron una mayor severidad en sus juicios morales que los sujetos que no estaban bajo sus efectos. Además, en Sanfey et al. (2003) se pudo comprobar cómo la amígdala, siendo ésta la parte del cerebro involucrada en el procesamiento emocional, se activaba a la hora de tomar decisiones sobre cuestiones monetarias. A través de estas investigaciones y de la teoría de los fundamentos morales se puede concluir que la emoción está altamente implicada en el razonamiento moral.

Por otra parte, la emoción es un componente esencial de la personalidad y tiene un importante papel en la forma en la que procesan, perciben y responden a los estímulos las personas (Watson y Naragon-Gainey, 2014). Así mismo, los rasgos de personalidad se relacionan con las estrategias de afrontamiento, encontrando diferencias según los rasgos de

personalidad de la persona (Hughes et al., 2020). Por ello, ante los distintos rasgos de personalidad se darán emocionalidades diferentes en las personas.

Se ha investigado también sobre si hay relación entre personalidad y orientación política. Constatando como dependiendo de la orientación política, existe una tendencia general a tener unos rasgos de personalidad concretos. Las personas conservadoras tienden a ser menos abiertas a la experiencia, más responsables y organizadas y más respetuosas con las normas que las personas liberales; así como las personas liberales tendieron a ser más flexibles y espontáneas (Li et al., 2020). En la misma línea, Chris et al. (2012) realizaron una revisión sistemática y un meta-análisis sobre la relación entre la personalidad y la orientación política donde se reafirma el anterior punto. Sumado a esto, observaron que los conservadores pueden ser más fácilmente amenazados por el cambio y la incertidumbre y que los liberales pueden estar más motivados a mantener la libertad individual y la autonomía. En relación con la moral, Haidt, y Graham (2007) observaron que la moral de las personas liberales se sustenta principalmente en el fundamento del Cuidado/Daño y el de Equidad/Engaño, mientras que la moral de las personas conservadoras se sustenta de una forma más equilibrada entre todos los fundamentos morales (Haidt, 2019).

En la investigación de Inbar et al. (2009), se comprobó que las personas conservadoras experimentan más fácilmente la emoción de la repugnancia que las personas liberales. Esta diferencia se vio particularmente significativa en temas relacionados con la contaminación, las relaciones sexuales y la moralidad.

Test de asociación implícita

A través del TAI se obtiene una medida de sesgos implícitos, ya que se evalúa la fuerza de asociación automática entre los objetos y sus atributos y sus respectivas representaciones mentales. Por medio de este test, se pueden reflejar diferencias sutiles en creencias y actitudes que las personas puedan no querer compartir o puedan no ser conscientes de ellas. Por ello, es una herramienta útil para medir prejuicios y actitudes (Greenwald et al., 1998; Nosek et al., 2005).

Greenwald y Banaji (2008) investigaron sobre el papel de la cognición social implícita en la formación de las actitudes, los estereotipos y la autoestima. Cuando tratan con

la cognición social implícita se refieren a los procesos mentales inconscientes y automáticos que influyen en las creencias, los comportamientos y las actitudes hacia los demás. En su estudio se observó cómo la cognición social implícita puede tener un significativo impacto en la formación y ser expresión de actitudes hacia grupos sociales distintos del propio individuo. Asimismo, se concluyó que los estereotipos implícitos se pueden crear y cambiar por medio de la exposición a mensajes sociales y culturales; así como de la propia experiencia.

En la investigación de Lindqvist et al. (2017) se planteó el objetivo de estudiar cómo se percibe a las personas pobres empleando un TAI sobre una muestra de personas suecas. Obtuvieron como resultado que las personas pobres eran percibidas de forma más negativa que positiva en las tres medidas de contenido de estereotipos que emplearon.

En estudios recientes se ha criticado por motivos psicométricos esta modalidad de test, ya que se ha visto que los resultados obtenidos por el TAI tienen un efecto estadístico pequeño (Fiedler et al., 2006; Forscher et al. 2019). Ante esto, Greenwald et al. (2015) reconocen el pequeño tamaño de efecto de los TAI resaltando la importancia que tienen estos, dado su gran impacto en la sociedad. En su estudio se vio cómo este tamaño de efecto pequeño tiene amplias implicaciones sociales en temas como la discriminación racial, los estereotipos de género y el sexismo.

Objetivos

Ante lo analizado hasta el momento, se ha considerado relevante plantear una investigación donde se pueda medir la moral, la personalidad y datos sociodemográficos esperando encontrar las relaciones confirmadas por las investigaciones y teorías planteadas. Sumado a ello, se ha desarrollado un test de asociación implícita (TAI) en el cual se presentaba a los participantes una serie de adjetivos con connotación tanto negativa como positiva para que los asociaran de la forma más rápida posible a “personas ricas” o a “personas pobres” según sus propias creencias. Además, antes de la exposición a los estímulos se ha enfrentado a la muestra a diferentes titulares de prensa de diferentes ideologías para observar un posible efecto modular sobre los resultados obtenidos.

La presente investigación tiene como objetivo principal estudiar si existen diferencias en los resultados de un TAI sobre aporofobia relacionados por diferencias en los fundamentos morales, la personalidad y la orientación política de la muestra; así como observar si tiene un efecto modulador la exposición de titulares con distinta carga política sobre sus resultados. Los objetivos específicos con los que se va a trabajar son:

- Medir la moralidad, personalidad, orientación política y datos sociodemográficos de una amplia población para analizar posibles correlaciones entre los datos obtenidos.
- Analizar cómo correlacionan los resultados del TAI con las variables medidas anteriormente.
- Examinar un posible efecto modulador sobre los resultados del TAI de la exposición de distintos titulares que denotan distintas cargas políticas.
- Identificar variables predictoras que puedan dar una aproximación sobre los posibles resultados del TAI.
- Identificar variables predictoras que puedan proporcionar predicciones entre las variables medidas (moralidad, personalidad, orientación política y datos sociodemográficos) y la orientación política de una persona.

Método

Diseño

Se trata de un estudio empírico. Para estudiar los distintos tiempos de respuesta del TAI (variable dependiente), se medirán la personalidad, la moralidad, la orientación política y los distintos datos sociodemográficos (variables independientes) y se estudiará el efecto por la exposición de distintos titulares durante el IAT (variable moduladora). Las distintas variables independientes se han medido a través de un cuestionario publicado en internet y distribuido a través de las redes sociales. Como consecuencia de que el TAI se ha realizado desde el ordenador del principal investigador y se han recogido los resultados en presencia de este, no se pudo pasar el TAI a toda la muestra recogida.

Muestra

En la primera parte de esta investigación participaron 305 personas, siendo 106 hombres (34,75 %) y 199 mujeres (65,25%). La edad media de la muestra es de 43.9 años,

teniendo edades comprendidas entre 18 y 88 años. El único criterio de inclusión para la participación en el estudio fue que los participantes fueran mayores de edad y que diesen su consentimiento informado.

En la segunda parte de esta investigación donde se realizó el TAI participaron 57 personas, siendo 25 hombres (43,86%) y 32 mujeres (56,14 %). La edad media de la muestra es de 34,1 años, teniendo edades comprendidas entre 18 y 67.

Para la inclusión de participantes a esta investigación se ha tenido en cuenta el único criterio de que sean mayores de edad y que hayan aportado el consentimiento informado. Durante la primera recogida de datos se excluyeron los resultados de 5 personas dado que habían nacido y residían fuera de España.

Procedimiento

Antes de poder comenzar con el estudio, se solicitó la aprobación del comité de Ética de la Universidad Pontificia de Comillas. Tras obtener dicha aprobación, se dividió la presente investigación en de dos partes. La primera consta de un cuestionario desarrollado en la plataforma de Google Forms donde se incluían preguntas sobre datos socio-demográficos, el test de fundamentos morales de Haidt y el NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI). Este cuestionario se ha distribuido de forma online a través de un muestreo de conveniencia, ya que se ha difundido a través de los contactos del principal autor de esta investigación y, a su vez, de los contactos de estos. Todos los sujetos de la investigación han dado su consentimiento informado para poder participar y han sido debidamente informados sobre su confidencialidad y el anonimato de los datos recogidos, pudiendo abandonar en cualquier momento la investigación.

En la segunda parte, se ha desarrollado un IAT relacionado con aprofobia a través del programa PsychoPy. Esto ha complicado la recolección de muestra dado que para poder realizar el ejercicio se requiere tener descargado en el dispositivo donde se realice la prueba el propio programa y el lenguaje de programación Python con el que funciona. Por ello, los sujetos experimentales han realizado la prueba desde el ordenador del principal autor de esta investigación, disminuyendo enormemente la cantidad de muestra recolectada.

Instrumentos

Para obtener la información requerida se aplicaron los siguientes cuestionarios:

- Cuestionario sociodemográfico: Al inicio del Google Forms se plantearon cuestiones de carácter sociodemográfico, donde se recogió información sobre el género, edad, nacionalidad, formación académica, barrio residencial y orientación política de la muestra.
- MFQ30 (Moral Foundations Questionnaire; Graham et al., 2011): Este cuestionario tiene como objetivo realizar una medición confiable y teóricamente fundamentada de toda la gama de preocupaciones morales, basándose en el modelo teórico de los cinco fundamentos morales (Cuidado, Equidad, Lealtad, Autoridad y Santidad). Está formado por 32 ítems (siendo 2 ítems de control) teniendo un formato de respuesta de 5 opciones tipo Likert. Cada fundamento se mide a través de 6 ítems diseñados especialmente para ese fin y tienen una consistencia interna aceptable. Esta validación cuenta con una muestra de 34.476 sujetos y donde se ha obtenido un alfa de Cronbach de 0,69 para Cuidado, de 0,65 para Equidad, de 0,71 para Lealtad, de 0,74 para Autoridad y de 0,84 para Santidad.
- NEO-FFI (Inventario Neo reducido de cinco factores; Costa y McCrae, 1999): Se trata de una forma abreviada del NEO-PIR que permite evaluar las cinco dimensiones de la personalidad (Neuroticismo, Extraversión, Apertura a la Experiencia, Amabilidad y Responsabilidad). Este inventario consta de 60 ítems teniendo un formato de respuesta de 5 opciones tipo Likert. Cada dimensión se mide a través de 12 ítems. Cada dimensión cuenta con una consistencia interna demostrada, siendo el alfa de Cronbach de 0,82 para Neuroticismo, 0,81 para Extraversión, 0,76 para Apertura, 0,71 para Amabilidad y 0,81 para Responsabilidad.
- TAI sobre aporofobia: Para este estudio se ha desarrollado un TAI de 50 ítems donde tras presentar cada ítem al sujeto de pruebas, se le pedía que lo clasificase de la forma más rápida posible si dicho ítem le corresponde a “una persona pobre” o a “una persona rica”. Los ítems consistían en 50 adjetivos distintos de distinta connotación, variando entre positiva o negativa. De esta forma se espera encontrar tiempos de respuesta distintos en aquellas personas que presenten asociaciones implícitas hacia las “personas pobres” o hacia las “personas ricas”. Tras haber recogido la muestra y a la hora de analizar los resultados se ha concluido que el diseño planteado no era el

adecuado para un TAI, dado que no sigue el diseño expuesto en la tabla 1, donde habría que ir clasificando los ítems que van apareciendo a su correspondiente Categoría o Atributo según el bloque correspondiente (Greenwald et al., 2003).

Tabla 1.

Tabla descriptiva del diseño de un TAI

	Tipo	Etiqueta izquierda	Etiqueta derecha
Bloque 1	Práctica	Categoría A	Categoría B
Bloque 2	Práctica	Atributo A	Atributo B
Bloque 3	Prueba	Categoría A	Categoría B
		Atributo A	Atributo B
Bloque 4	Prueba	Categoría B	Categoría A
Bloque 5	Prueba	Categoría B	Categoría A
		Atributo A	Atributo B

Nota: Categoría A hace referencia a “personas ricas”, Categoría B hace referencia a “personas pobres”, Atributo A hace referencia a “características positivas” y Atributo B hace referencia a “características negativas”.

Resultados

Orientación política

Originalmente esta variable contaba con 7 factores (dichos resultados se pueden ver en el anexo), pero dado que la muestra obtenida de personas de ideología extremadamente de derechas era muy pequeña (n=8) impedía realizar un análisis completo de los resultados. Por ello, se decide transformar la variable *Orientación política* en la nueva variable *Orientación política agrupada en los extremos (O.P.ae)* combinando sus factores en tres nuevos factores. Se crea el factor *Izquierdas*, combinando los datos obtenidos en *Extremadamente de izquierdas*, *Moderadamente de izquierdas* y *Ligeramente de izquierdas*. El factor *Neutro / Centro (moderado)* pasa a llamarse *Centro*. Siendo el tercer factor nombrado *Derechas*, combinando los datos obtenidos en *Extremadamente de derechas*, *Moderadamente de derechas* y *Ligeramente de derechas*. Los posteriores análisis se realizarán con esta nueva variable. La tabla de frecuencias de *O.P.ae* se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2

Frecuencias de Orientación política agrupada en extremos

O.P.AE	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Izquierdas	171	56.1 %	56.1 %
Centro	54	17.7 %	73.8 %
Derechas	80	26.2 %	100.0 %

Resultados MFQ30

Las puntuaciones obtenidas del MFQ30 se pueden ver en la tabla 3. Cabe destacar que las medias obtenidas de los distintos fundamentos morales son parejas para las distintas orientaciones políticas. Siendo la mayor diferencia de puntuaciones de 1,4 puntos entre las medias de *Lealtad* de la muestra de *Derechas* (16,5) respecto a la de *Izquierdas* y *Centro* (ambas con 17,9). Este efecto se reproduce en la desviación estándar de las medias, siendo de un tamaño similar en los distintos grupos. La mayor diferencia de desviación estándar se da entre los resultados de *Autoridad* entre la muestra de *Izquierdas* (4,79) y la muestra de *Centro* (5,86).

Las medias obtenidas de los distintos fundamentos son mayores en los fundamentos de *Cuidado* y *Equidad*, obteniendo resultados entre 24,44 y 25,1 puntos. Se observan medias más pequeñas en el caso de *Autoridad* y *Santidad*, obteniendo puntuaciones que varían entre 13,5 y 15,9 puntos. Las puntuaciones de *Lealtad* obtienen valores entre ambos grupos, estando más próximas a las de *Autoridad* y *Santidad*. La diferencia entre la desviación estándar de los distintos fundamentos morales varía entre 2,65 puntos (en el caso de la muestra de *Centro* del factor *Equidad*) y entre 5,86 puntos (en el caso de la muestra de *Centro* del factor *Autoridad*). Siendo mayores las desviaciones estándares de *Lealtad*, *Autoridad* y *Santidad*.

Tabla 3

Descriptivas de los resultados del MFQ30 según la Orientación política agrupada en extremos

	O.P.AE	Cuidado	Equidad	Lealtad	Autoridad	Santidad
N	Izquierdas	171	171	171	171	171

Descriptivas de los resultados del MFQ30 según la Orientación política agrupada en extremos

	O.P.AE	Cuidado	Equidad	Lealtad	Autoridad	Santidad
	Centro	54	54	54	54	54
	Derechas	80	80	80	80	80
Media	Izquierdas	24.5	24.4	17.9	15.9	14.5
	Centro	24.5	25.1	17.9	15.3	13.5
	Derechas	24.7	25.0	16.5	15.4	14.1
Desviación estándar	Izquierdas	3.36	3.07	4.85	4.79	5.48
	Centro	3.15	2.65	4.30	5.86	5.25
	Derechas	3.44	2.90	4.77	5.17	5.58

Resultados NEO-FFI

Las puntuaciones obtenidas del NEO-FFI se pueden observar en la tabla 4. Al igual que en los resultados del MFQ30, en este caso las medias obtenidas en los distintos grupos de orientación política son bastante similares existiendo diferencias de las medias dentro de cada factor inferiores a 0,9 puntos. Exceptuando en el caso del *Neuroticismo*, que encontramos una diferencia de 2,5 puntos entre la media de la muestra de *Izquierdas* (20,5) y la muestra de *Centro* (18). Las diferencias de la desviación estándar dentro de cada factor de la personalidad dependiendo de la orientación política varían entre 0,84 y 1,96 puntos.

Las medias obtenidas de los distintos factores de personalidad (*Extroversión, Apertura a la experiencia, Amabilidad y Responsabilidad*) tienen un valor parecido que va entre 30,7 y 33,3 puntos. Exceptuando los valores de las medias del factor *Neuroticismo*, teniendo en este caso un valor notablemente menor (18,0-20,5). En el caso de las desviaciones estándares de los distintos rasgos de personalidad, se han obtenido puntuaciones similares en todos los casos, siendo las de *Neuroticismo* las mayores obtenidas.

Tabla 4

Descriptivas de los resultados del NEO.FFI según la Orientación política agrupada en extremos

	O.P.AE	Neuroticismo	Extroversión	Apertura a la experiencia	Amabilidad	Responsabilidad
N	Izquierdas	171	171	171	171	171
	Centro	54	54	54	54	54
	Derechas	80	80	80	80	80
Media	Izquierdas	20.5	30.9	31.5	32.5	30.9
	Centro	18.0	31.6	32.0	32.6	31.5
	Derechas	18.8	30.7	31.3	33.3	31.7
Desviación estándar	Izquierdas	8.02	6.02	6.10	5.13	6.39
	Centro	8.01	6.80	5.26	7.05	7.37
	Derechas	7.14	7.12	6.10	5.09	6.66

Resultados del TAI

Para analizar los resultados obtenidos del TAI, se han dividido dichos resultados en varias variables. Por un lado, se han agrupado los tiempos de respuesta de aquellas personas que han relacionado los ítems a *una persona rica* o a *una persona pobre* en variables distintas. Del mismo modo, se ha creado una variable agrupando los tiempos de respuesta de aquellos ítems con connotación positiva y otra con los ítems con connotación negativa.

Por último, se han separado aquellos tiempos de respuesta donde ante un ítem con connotación positiva se le ha relacionado a *una persona rica* de los que se le ha relacionado con *una persona pobre*. Del mismo modo, se han separado aquellos tiempos de respuesta donde ante un ítem con connotación negativa se le ha relacionado dicho ítem a *una persona rica* de los que se le ha relacionado con *una persona pobre*. De este modo se han obtenido 4 nuevas variables distintas.

Tras realizar una correlación de Pearson entre todas estas variables se han observado correlaciones significativas y positivas entre todas las variables (dicha matriz de correlaciones se añade en el anexo). Se observa que las correlaciones son menores cuando se relacionan variables relacionadas con los tiempos de respuesta de ítems con connotación positiva con las variables de tiempos de respuesta de ítems con connotación negativa.

Al realizar una correlación de Pearson entre los resultados del MFQ30 y las variables relacionadas con los tiempos de respuestas encontramos algunas correlaciones significativas (dicha matriz de correlaciones se añade en los anexos). Se observa un patrón de correlaciones entre las variables *Cuidado* y *Equidad* y algunas variables del TAI. Todas estas correlaciones son de un tamaño pequeño y con un valor negativo.

A continuación, se realizaron análisis de la varianza (ANOVA) buscando encontrar diferencias en las medias de los tiempos de respuesta en función de la exposición de los titulares mostrados durante el TAI sin encontrar resultados significativos.

Del mismo modo, se analizaron ANOVA de todas las variables de tiempos de respuesta en función de las variables independientes y datos sociodemográficos medidos anteriormente. Tras este análisis no se obtuvieron ningún resultado significativo.

Al no encontrar ningún resultado significativo se decidió terminar el análisis de los resultados del TAI y se decidió profundizar el análisis de la información obtenida del primer cuestionario.

Análisis de los datos sociodemográficos, orientación política, MFQ30 y NEO-FFI

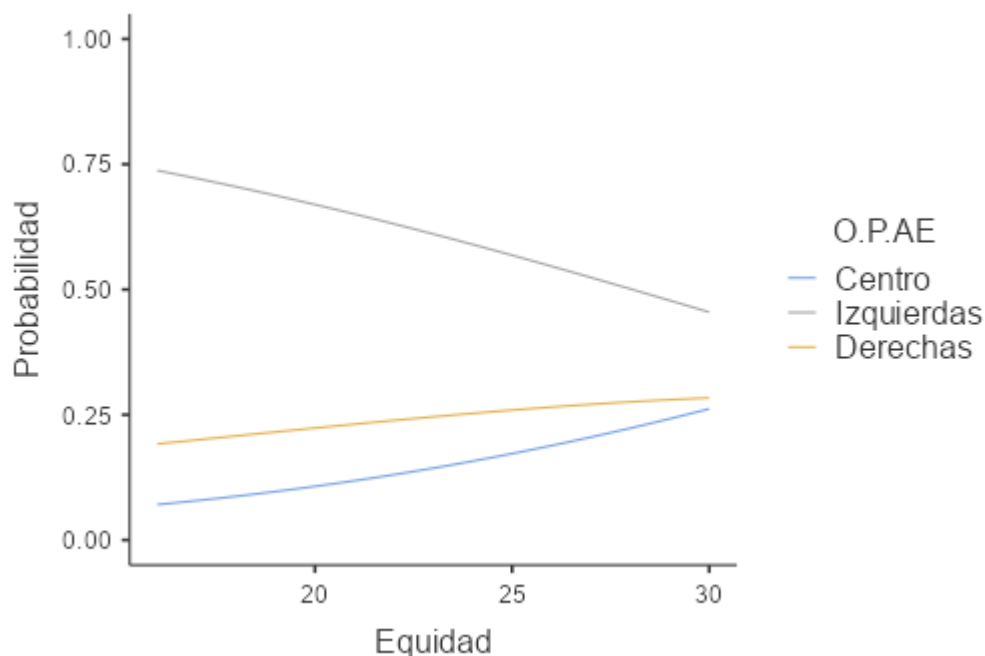
Después de realizar una matriz de correlaciones entre las distintas variables medidas a través del cuestionario se han obtenido algunas correlaciones significativas entre las variables de los distintos cuestionarios (la matriz de correlaciones de todas las variables se expone en el anexo). Estas correlaciones presentan un tamaño pequeño, siendo 0,330 la de mayor tamaño, y varían en cuanto a su valencia. A pesar del tamaño pequeño, es destacable el hecho de que la variable *Renta neta media por hogar* correlacione significativamente con la mayoría de los distintos fundamentos morales (menos el del *Cuidado*) y no lo haga con ningún rasgo de personalidad. Estas correlaciones son positivas en *Lealtad*, *Autoridad* y *Santidad*, siendo negativa para *Equidad*.

A continuación, se realiza una regresión logística multinomial teniendo como variable dependiente a *O.P.ae* y como covariables a las distintas variables medidas en los cuestionarios, incluyendo los fundamentos morales, los rasgos de personalidad y diferentes datos sociodemográficos.

Se toma como nivel de referencia el factor *Centro* y se obtienen puntuaciones significativas en diversas variables (la tabla con los resultados se puede ver en el anexo). Entre estas variables se destacan las variables *Equidad* y *Lealtad*, ya que sus puntuaciones en la Razón de odds son las que más se alejan de 1. En el gráfico 1 se muestran las medias marginales estimadas sobre la variable *Equidad*. Se puede observar cómo la pendiente de la recta que representa a *Izquierdas* disminuye notablemente ante el aumento de la variable *Equidad*. Esto quiere decir que la probabilidad de ser de *Izquierdas* disminuye respecto a la probabilidad de ser de *Centro* cuando ante puntuaciones más altas en *Equidad* (con un valor de la Razón de odds de 0,880). Por otro lado, la pendiente de la línea que representan a *Centro* tiene un mayor crecimiento que la línea que representa a *Derechas*. Esto nos indica que la probabilidad de ser de *Derechas* respecto a la probabilidad de ser de *Centro* disminuye ante el aumento de la variable *Equidad* (con un valor de la Razón de odds de 0,937). Por ello, se puede inferir que cuando se obtienen puntuaciones altas en *Equidad* la probabilidad de ser de *Izquierdas* es menor y la probabilidad de ser de *Derechas* o *Centro* es mayor que cuando se obtienen puntuaciones bajas sobre dicho factor.

Gráfico 1

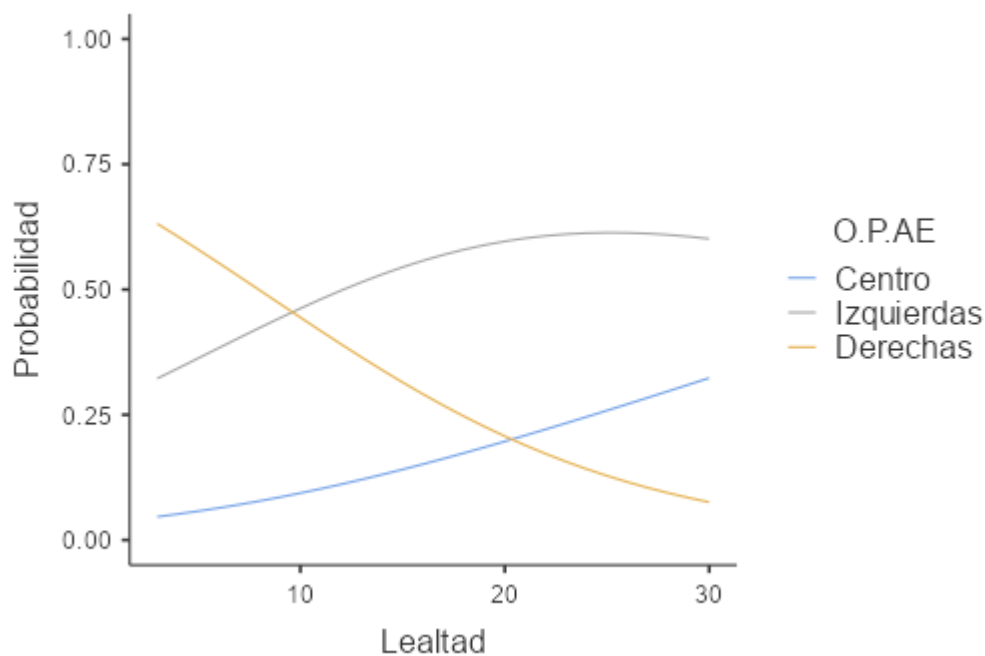
Medias marginales estimadas Equidad



Por lo que se refiere a la variable *Lealtad*, en el gráfico 2 se muestran las medias marginales estimadas de la orientación política sobre dicha variable. Se observa como la línea que representa a *Derechas* muestra un descenso significativo en su pendiente indicando una menor probabilidad de ser de *Derechas* respecto a ser de *Centro* según se incrementan las puntuaciones en *Lealtad* (con un valor de la Razón de odds de 0,860). Respecto a la línea que representa a *Izquierdas*, se puede observar una pendiente que aumenta en menor medida que la línea que representa a *Centro*. Por ello, la probabilidad de ser de *Izquierdas* disminuye ante la probabilidad de ser de *Centro* ante el aumento de la variable *Lealtad* (con un valor de la Razón de odds de 0,952). Por ello, se puede inferir que cuando se obtienen puntuaciones altas en *Lealtad* la probabilidad de ser de *Derechas* es menor y la probabilidad de ser de *Izquierdas* o *Centro* es mayor que cuando se obtienen puntuaciones bajas sobre dicho factor.

Gráfico 2

Medias marginales estimadas Lealtad



Discusión

Como ya se ha comentado anteriormente, hay que tener en cuenta que el diseño del TAI no ha sido metodológicamente correcto. Por ello, los posibles análisis a los resultados obtenidos se limitarán a los sucesos observables que han aparecido.

Tras el análisis de las variables independientes medidas y su efecto sobre el TAI para alcanzar el objetivo principal de este estudio, se han observado relaciones entre algunos fundamentos morales y rasgos de la personalidad y entre los tiempos de respuesta recogidos. Concretamente, se han observado correlaciones significativas entre distintas variables de tiempos de respuesta y entre las variables *Cuidado*, *Equidad*, *Extroversión*, *Apertura a la experiencia* y *Amabilidad*.

En los rasgos de personalidad se han encontrado una mayor cantidad de correlaciones significativas, siendo esto un indicativo de su mayor implicación en los tiempos de respuesta obtenidos. Asimismo, cabe destacar que todas estas correlaciones son negativas. Esto indica que, ante una mayor puntuación obtenida en las variables independientes nombradas, la persona tendrá una tendencia a tardar más tiempo en contestar los ítems del TAI.

Dado que no se han obtenido ANOVA confirmatorios de la relación de las variables independientes y los resultados del TAI y el pequeño tamaño de efecto de las correlaciones significativas obtenidas, no hay suficiente evidencia para afirmar que, a través de la medición de la orientación política, los distintos fundamentos morales y los rasgos de personalidad se pueda predecir cambios en los resultados del TAI que se ha diseñado para este estudio.

Por otro lado, ante la falta de resultados que demuestren un efecto modulador de la exposición de diferentes titulares durante el TAI, se puede concluir que estos titulares de distintas ideologías políticas no tienen efecto en los resultados obtenidos.

Del análisis de los resultados del MFQ30 y el NEO-FFI según la orientación política de la muestra, cabe destacar que no se han encontrado diferencias destacables en sus puntuaciones medias que puedan demostrar una diferencia sustancial según las personas sean de *Izquierdas*, *Centro* o *Derechas*. Del mismo modo, no se han encontrado correlaciones entre estas variables; exceptuando entre la orientación política y la *Lealtad*. En este caso se ha encontrado ambas variables están inversamente relacionadas con un tamaño del efecto muy pequeño, donde se muestra una relación entre puntuaciones altas en *Lealtad* y ser de *Izquierdas* y puntuaciones bajas con ser de *Derechas*.

Las correlaciones encontradas entre los resultados del MFQ30 y el NEO-FFI tienen un tamaño del efecto pequeño. Por lo que son indicadores de la relación entre estas variables,

pero no resultan en una evidencia clara que permita explicar cambios directamente relacionados entre dichas variables.

En cuanto a los resultados del MFQ30, no se han encontrado los resultados esperados con referencia a la bibliografía empleada en este estudio (Graham et al., 2011; Haidt, 2019). Se esperaba obtener puntuaciones medias más altas en los fundamentos de Cuidado/Daño y Equidad/Engaño en la muestra con una ideología de izquierdas comparada a la muestra con ideología de derechas. De la misma forma que se esperaban puntuaciones más altas en Lealtad/Traición, Autoridad/Subversión y Santidad/Degradación en la muestra con una ideología de derechas. Los resultados obtenidos no muestran diferencias significativas en cuanto al valor de las puntuaciones medias de los grupos con distinta ideología política. Asimismo, a través de la regresión logística multinomial se ha observado que ante puntuaciones altas en la variable de Equidad/Engaño existe una menor probabilidad de ser de izquierdas que ante puntuaciones bajas y que ante puntuaciones altas en Lealtad/Traición es menos probable ser de derechas que ante puntuaciones bajas. De esta forma se han encontrado incongruencias entre los resultados obtenidos y los resultados de los diversos estudios que se han empleado como bibliografía.

En referencia a lo anterior, se ha encontrado una tendencia similar a la esperada en la renta neta media por hogar. Donde se ha visto que rentas más altas correlacionan con puntuaciones más altas en los fundamentos de Lealtad/Traición, Autoridad/Subversión y Santidad/Degradación. Por otro lado, rentas más bajas correlacionan con puntuaciones más altas en Equidad/Engaño. Dado que las correlaciones tenían un tamaño pequeño, no se puede afirmar que haya un efecto similar al que se da sobre la orientación política en Estados Unidos, pero es un indicador de que se pueden estar dando similitudes entre ambos procesos.

Conclusión

De este estudio se puede concluir que en los resultados obtenidos no se han encontrado suficientes pruebas como para afirmar que las distintas variables independientes estén afectando a los tiempos de respuesta del TAI. Se han encontrado indicios que señalan que ante puntuaciones más altas en los fundamentos de Cuidado/Daño y Equidad/Engaño y en los rasgos de personalidad de Extroversión, Apertura a la experiencia y Amabilidad las personas tienden a tardar más en contestar. Esto muestra que estas personas pueden estar

realizando un proceso más consciente a la hora de decidir a quién asignar los diferentes adjetivos tardando más tiempo como consecuencia.

Poniendo el foco en la orientación política, se puede afirmar que la moral y la personalidad están influyendo en cierta medida sobre esta variable. Es importante destacar que no se ha encontrado un perfil muestral correspondiente a una orientación política concreta, pero se han observado diversas relaciones estadísticas que permiten afirmar este hecho.

Por otro lado, ya que no se han obtenido los resultados esperados del MFQ30 según las distintas orientaciones políticas, este hecho podría ser una futura línea de investigación. Esta incongruencia de resultados puede estar causada a que las diferencias en cuanto a los fundamentos morales de las personas con una orientación política “libera” o “conservadora” que se dan en Estados Unidos, es diferente a las diferencias existentes en la población española según tengan una ideología de “izquierdas” o de “derechas”. De este modo las diferencias encontradas en la bibliografía no se podrían replicar en una muestra española. Otra posible explicación a este hecho es que la diferenciación entre “izquierdas” y “derechas” que se da en la orientación política en España este, en cierta medida, obsoleta y a consecuencia de ello no se han encontrado las diferencias esperadas entre ambos grupos.

Es importante tener en cuenta las limitaciones que posee este estudio. Por un lado, como ya se ha citado, El TAI empleado no se ajusta al diseño validado por Greenwald et al. (2003). Por otro lado, el MFQ30 no cuenta con una validación oficial en España, por lo que se ha empleado una traducción extraída de la web oficial de los fundamentos morales (<https://moralfoundations.org/>) lo que ha podido afectar a la validez del cuestionario.

Esto se suma a que, a pesar de contar con una muestra grande de sujetos, la mayoría presentan una ideología de izquierdas, siendo el 56,07% del total de la muestra (siendo *Moderadamente de izquierdas* el 36,07%). Además de esto, la muestra no es representativa de la sociedad española, ya que se ha adquirido a través de los contactos del principal investigador de este estudio. Por ello, se ha trabajado con una muestra sesgada y que ha podido influir en los resultados de la muestra.

Como consecuencia de todas estas limitaciones, las conclusiones planteadas tienen su límite en este estudio, y se requiere más investigación para poder generalizarlas a la población española.

Referencias

Bargh, J. A., & Chartrand, T. L. (1999). The unbearable automaticity of being. *American psychologist*, 54(7), 462. Doi: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.462>

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. FL: Psychological Assessment Resources. Versión castellana de A. Cordero, A. Pamos & N. Seisdedos (1999). *Inventario de Personalidad Neo Revisado (NEO-PI-R) e Inventario Neo Reducido de Cinco Factores (NEO-FFI)*. TEA Ediciones, S.A.

Darwin, C. (1998/1871). *The descent of the man and Selection in Relation to Sex*. Prometheus Books. Versión castellana de Joandomènec Ros (2009), *El origen del hombre*. Crítica.

Fiedler, K., Messner, C., & Bluemke, M. (2006). Unresolved problems with the "I", the "A", and the "T": A logical and psychometric critique of the Implicit Association Test (IAT). *European Review of Social Psychology*, 17, 74–147. Doi: <https://doi.org/10.1080/10463280600681248>

Forscher, P. S., Lai, C. K., Axt, J. R., Ebersole, C. R., Herman, M., Devine, P. G., & Nosek, B. A. (2019). A meta-analysis of procedures to change implicit measures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 117(3), 522–559. Doi: <https://doi.org/10.1037/pspa0000160>

Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(2), 366–385. Doi: <https://doi.org/10.1037/a0021847>

Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1), 4–27. Doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.1.4>

Greenwald, A. G., Banaji, M. R., & Nosek, B. A. (2015). Statistically small effects of the Implicit Association Test can have societally large effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(4), 553–561. Doi: <https://doi.org/10.1037/pspa0000016>

Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1464-1480. Doi: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.6.1464>

Greenwald, A. G., Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2), 197–216. doi: [10.1037/0022-3514.85.2.197](https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.2.197)

Haidt, J. (2019). *La mente de los justos*. Deusto

Haidt, J. (2007). The New Synthesis in Moral Psychology. *Science* 316, 998-1002. Doi: [10.1126/science.1137651](https://doi.org/10.1126/science.1137651)

Haidt, J. (2001). The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, 108(4), 814–834. Doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.108.4.814>

Haidt, J., & Graham, J. (2007). *When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize*. *Social Justice Research*, 20(1), 98-116. Doi: [10.1007/s11211-007-0034-z](https://doi.org/10.1007/s11211-007-0034-z)

Haidt, J., & Joseph, C. (2004). Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*, 133(4), 55-66. Doi: <https://doi.org/10.1162/0011526042365555>

Hughes, D. J., Kratsiotis, I. K., Niven, K., & Holman, D. (2020). Personality traits and emotion regulation: A targeted review and recommendations. *Emotion*, 20(1), 63–67. Doi: <https://doi.org/10.1037/emo0000644>

Inbar, Y., Pizarro, D. A., Knobe, J., & Bloom, P. (2009). Conservatives are more easily disgusted than liberals. *Cognition & Emotion*, 23(4), 714-725. Doi: <https://doi.org/10.1080/02699930802110007>

Kohlberg, L. (1969). Stage and Sequence: The Cognitive Developmental Approach to Socialization. En D. A. Goslin, ed., *Handbook of socialization theory*, pp. 347-480. Rand McNally.

Kohlberg, L. (1971). From Is to Ought: How to Commit the Naturalistic Fallacy and Get Away with It in the Study of Moral Development. En T. Mischel, ed., *Psychology and Genetic Epistemology*, pp. 151-235, Academic Press.

Li, Y., Huang, J., & Yang, Y. (2020). The Big Five Personality Traits, Material Values, and Financial Well-Being of Self-Declared Liberals and Conservatives. *Journal of Happiness Studies*, 21(4), 1301-1321. Doi: <https://doi.org/10.1007/s10902-019-00149-2>

Lindqvist, A., Björklund, F., & Bäckström, M. (2017). The perception of the poor: Capturing stereotype content with different measures. *Nordic Psychology*, 69(4), 231-247. Doi: <https://doi.org/10.1080/19012276.2016.1270774>

Locke, J. (1979/1690). *A Essay Concerning Human Understanding*, Oxford University Press. Versión castellana de Luis Rodríguez Aranda (2003). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Folio.

Nosek, B. A., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (2005). Understanding and using the Implicit Association Test: II. Method Variables and Construct Validity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 166-180. <https://doi.org/10.1177/01461672042714>

Piaget, J. (1932/1965). *The Moral Judgement of the Child*. Free Press. Versión en castellano de Alfonso Ruiz Hernández (2016), *Psicología del niño*. Morata.

Sanfey, A. G., Rilling, J. K., Aronson, J. A., Nystrom, L. E., & Cohen, J. D. (2003). The neural basis of economic decision-making in the Ultimatum Game. *Science*, 300(5626), 1755–1758. Doi: [10.1126/science.1082976](https://doi.org/10.1126/science.1082976)

Shweder, R. A., Mahapatra, M., & Miller, J. G. (1987). Culture and moral development. en J. Kagan & S. Lamb (Eds.), *The emergence of morality in young children* (pp. 1–83). University of Chicago Press.

Shweder, R. A., Much, N. C., Mahapatra, M., & Park, L. (1997). The “big three” of morality (autonomy, community, and divinity), and the “big three” explanations of suffering

en Brandt, A. and Rozin, P. (Eds.), *Morality and Health* (pp. 119–172). Taylor & Frances/Routledge.

Sibley, C. G., Osborne, D., & Duckitt, J. (2012). Personality and political orientation: Meta-analysis and test of a threat-constraint model. *Journal of Research in Personality*, 46(6), 664-677. Doi: [10.1016/j.jrp.2012.08.002](https://doi.org/10.1016/j.jrp.2012.08.002)

Turiel, E. (1983). *The Development of Social Knowledge: Morality and Convection*. Cambridge University Press. Versión castellana de Tomás del Amo (1984). *El desarrollo del conocimiento social*. Debate.

Watson, D., & Naragon-Gainey, K. (2014). Personality, emotions, and the emotional disorders. *Clinical Psychological Science*, 2(4), 422–442. Doi: <https://doi.org/10.1177/2167702614536162>

Wheatley, T. & Haidt, J. (2005). Hypnotic disgust makes moral judgments more severe. *Psychol Sci*. 780-4. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01614.x>

Zajonc, R. B. (1980). Feeling and Thinking: Preferences Need No Inferences. *American Psychologist*, 35, 151-175. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.35.2.151>

Anexos

Tabla de frecuencia de la variable orientación política original

Frecuencias de Orientación política

O.P.	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
Extremadamente de izquierdas	32	10.5 %	10.5 %
Moderadamente de izquierdas	110	36.1 %	46.6 %
Ligeramente de izquierdas	29	9.5 %	56.1 %
Neutro / Centro (moderado)	54	17.7 %	73.8 %
Ligeramente de derechas	32	10.5 %	84.3 %
Moderadamente de derechas	40	13.1 %	97.4 %
Extremadamente de derechas	8	2.6 %	100.0 %

Matriz correlaciones TAI

	TR_P_own	TR_R_own	TR_pos	TR_neg	TR_pos_R	TR_pos_P	TR_neg_R	TR_neg_P	Neuroticismo	Extroversión	Apertura a la experiencia	Amabilidad
TR_P_own	—											
R de Pearson	—											
valor p	—											
TR_R_own	0.838 ***	—										
R de Pearson	0.838 ***	—										
valor p	< .001	—										
TR_pos	0.893 ***	0.866 ***	—									
R de Pearson	0.893 ***	0.866 ***	—									
valor p	< .001	< .001	—									
TR_neg	0.867 ***	0.895 ***	0.714 ***	—								
R de Pearson	0.867 ***	0.895 ***	0.714 ***	—								
valor p	< .001	< .001	< .001	—								
TR_pos_R	0.705 ***	0.862 ***	0.869 ***	0.651 ***	—							
R de Pearson	0.705 ***	0.862 ***	0.869 ***	0.651 ***	—							
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	—							
TR_pos_P	0.902 ***	0.684 ***	0.888 ***	0.644 ***	0.581 ***	—						
R de Pearson	0.902 ***	0.684 ***	0.888 ***	0.644 ***	0.581 ***	—						
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	—						
TR_neg_R	0.781 ***	0.876 ***	0.649 ***	0.946 ***	0.595 ***	0.601 ***	—					
R de Pearson	0.781 ***	0.876 ***	0.649 ***	0.946 ***	0.595 ***	0.601 ***	—					
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	—					
TR_neg_P	0.814 ***	0.732 ***	0.660 ***	0.838 ***	0.640 ***	0.592 ***	0.698 ***	—				
R de Pearson	0.814 ***	0.732 ***	0.660 ***	0.838 ***	0.640 ***	0.592 ***	0.698 ***	—				
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	—			
Neuroticismo	-0.009	0.057	0.057	-0.010	0.040	-0.008	-0.039	0.061	—			
R de Pearson	-0.009	0.057	0.057	-0.010	0.040	-0.008	-0.039	0.061	—			
valor p	0.950	0.674	0.674	0.941	0.770	0.954	0.776	0.651	—			
Extroversión	-0.340 **	-0.299 *	-0.273 *	-0.329 *	-0.301 *	-0.255	-0.266 *	-0.370 **	-0.274 *	—		
R de Pearson	-0.340 **	-0.299 *	-0.273 *	-0.329 *	-0.301 *	-0.255	-0.266 *	-0.370 **	-0.274 *	—		
valor p	0.010	0.024	0.040	0.013	0.024	0.058	0.045	0.005	0.039	—		
Apertura a la experiencia	-0.298 *	-0.165	-0.304 *	-0.139	-0.278 *	-0.339 *	-0.081	-0.263 *	-0.022	0.495 ***	—	
R de Pearson	-0.298 *	-0.165	-0.304 *	-0.139	-0.278 *	-0.339 *	-0.081	-0.263 *	-0.022	0.495 ***	—	
valor p	0.025	0.219	0.022	0.301	0.038	0.011	0.549	0.048	0.872	< .001	—	
Amabilidad	-0.251	-0.293 *	-0.366 **	-0.155	-0.292 *	-0.301 *	-0.165	-0.124	-0.413 **	0.384 **	0.144	—
R de Pearson	-0.251	-0.293 *	-0.366 **	-0.155	-0.292 *	-0.301 *	-0.165	-0.124	-0.413 **	0.384 **	0.144	—
valor p	0.060	0.027	0.005	0.249	0.029	0.024	0.221	0.358	0.001	0.003	0.285	—
Responsabilidad	0.033	0.097	0.031	0.108	0.107	-0.088	0.136	0.042	-0.245	0.281 *	0.205	0.143
R de Pearson	0.033	0.097	0.031	0.108	0.107	-0.088	0.136	0.042	-0.245	0.281 *	0.205	0.143
valor p	0.805	0.472	0.821	0.422	0.433	0.521	0.313	0.755	0.067	0.034	0.126	0.289

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Matriz correlaciones TAI

	TR_P_owin	TR_R_owin	TR_neg	TR_pos	TR_pos_R	TR_pos_P	TR_neg_R	TR_neg_P	Cuidado	Equidad	Lealtad	Autoridad	Santidad
R de Pearson	---												
valor p	---												
TR_R_owin	0.838 ***	---											
valor p	< .001	---											
TR_neg	0.867 ***	0.895 ***	---										
valor p	< .001	< .001	---										
TR_pos	0.893 ***	0.866 ***	0.714 ***	---									
valor p	< .001	< .001	< .001	---									
TR_pos_R	0.705 ***	0.862 ***	0.651 ***	0.869 ***	---								
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	---								
TR_pos_P	0.902 ***	0.684 ***	0.644 ***	0.888 ***	0.581 ***	---							
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	---							
TR_neg_R	0.781 ***	0.876 ***	0.946 ***	0.649 ***	0.595 ***	0.601 ***	---						
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	---						
TR_neg_P	0.814 ***	0.732 ***	0.838 ***	0.660 ***	0.640 ***	0.592 ***	0.698 ***	---					
valor p	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	---					
Cuidado	-0.221	-0.297 *	-0.185	-0.275 *	-0.306 *	-0.190	-0.205	-0.098	---				
valor p	0.098	0.025	0.168	0.038	0.022	0.162	0.125	0.468	---				
Equidad	-0.209	-0.233	-0.109	-0.268 *	-0.338 *	-0.174	-0.080	-0.205	0.448 ***	---			
valor p	0.118	0.082	0.419	0.044	0.011	0.200	0.553	0.126	< .001	---			
Lealtad	-0.030	0.047	-0.036	0.055	0.043	0.011	-0.010	0.002	0.231	-0.210	---		
valor p	0.827	0.727	0.789	0.684	0.754	0.938	0.942	0.991	0.084	0.117	---		
Autoridad	0.035	0.067	0.008	0.065	0.057	0.044	0.031	0.036	0.228	-0.238	0.665 ***	---	
valor p	0.798	0.620	0.953	0.633	0.678	0.746	0.817	0.792	0.087	0.075	< .001	---	
Santidad	0.055	0.137	0.092	0.087	0.099	0.049	0.112	0.012	0.301 *	-0.127	0.617 ***	0.763 ***	---
valor p	0.686	0.310	0.495	0.520	0.469	0.718	0.409	0.929	0.023	0.345	< .001	< .001	---
O.P													
R de Pearson	0.126	0.211	0.119	0.183	0.264 *	0.092	0.171	0.088	-0.196	-0.574 ***	0.507 ***	0.453 ***	0.398 **
extremos	0.352	0.115	0.377	0.173	0.049	0.501	0.204	0.515	0.143	< .001	< .001	< .001	0.002

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Matriz de correlaciones de las variables independientes

	Neuroticismo	Extroversión	Aper. exp.	Amabilidad	Resp.	Cuidado	Equidad	Lealtad	Autoridad	Santidad	O.P.AE.nº	Edad	Renta net med
Neuroticismo	—												
R de Pearson													
valor p													
Extroversión	-0.235***	—											
R de Pearson													
valor p	<.001												
Aper. exp.	0.044	0.541***	—										
R de Pearson													
valor p	0.441	<.001											
Amabilidad	-0.277***	0.169**	0.041	—									
R de Pearson													
valor p	<.001	0.003	0.479										
Resp.	-0.357***	0.185**	0.146*	0.161**	—								
R de Pearson													
valor p	<.001	0.001	0.011	0.005									
Cuidado	-0.023	0.102	0.190***	0.330***	0.151**	—							
R de Pearson													
valor p	0.691	0.076	<.001	<.001	0.008								
Equidad	-0.053	0.051	0.237***	0.150**	0.118*	0.503***	—						
R de Pearson													
valor p	0.353	0.373	<.001	0.009	0.040	<.001							
Lealtad	-0.003	0.122*	-0.055	0.138*	0.072	0.298***	-0.017	—					
R de Pearson													
valor p	0.957	0.034	0.336	0.016	0.210	<.001	0.767						
Autoridad	0.040	0.061	-0.195***	0.162**	0.094	0.195***	-0.140*	0.680***	—				
R de Pearson													
valor p	0.484	0.291	<.001	0.005	0.101	<.001	0.015	<.001					
Santidad	0.055	0.084	-0.085	0.232***	0.071	0.299***	-0.017	0.626***	0.695***	—			
R de Pearson													
valor p	0.336	0.141	0.138	<.001	0.214	<.001	0.761	<.001	<.001				
O.P.AE.nº	-0.111	-0.010	-0.006	0.060	0.055	0.030	0.086	-0.114*	-0.045	-0.041	—		
R de Pearson													
valor p	0.053	0.866	0.920	0.294	0.338	0.600	0.134	0.046	0.429	0.476			
Edad	-0.277***	-0.112*	-0.000	0.280***	0.104	0.228***	0.256***	0.121*	0.087	0.160**	-0.027	—	
R de Pearson													
valor p	<.001	0.050	0.997	<.001	0.069	<.001	<.001	0.035	0.130	0.005	0.642		
Renta neta media	-0.024	0.084	0.012	-0.008	-0.012	-0.050	-0.191***	0.256***	0.251***	0.244***	-0.035	-0.176**	—
R de Pearson													
valor p	0.679	0.144	0.837	0.891	0.828	0.382	<.001	<.001	<.001	<.001	0.544	0.002	

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Resultados regresión logística multinomial sobre la variable O.P. ae

Medidas de Ajuste del Modelo

Modelo	Desvianza	AIC	R ² _{McF}
1	573	625	0.0436

Coefficientes del Modelo - O.P.AE

O.P.AE	Predictor	Estimador	EE	Z	p	Razón de odds	Intervalo de Confianza al 95%	
							Inferior	Superior
Izquierdas - Centro	Constante	1.74692	5.95e-5	29363.114	<.001	5.737	5.736	5.738
	Edad	0.02238	0.00554	4.037	<.001	1.023	1.012	1.034
	Renta neta media	-2.72e-6	7.03e-6	-0.387	0.699	1.000	1.000	1.000
	Neuroticismo	0.05720	0.00769	7.443	<.001	1.059	1.043	1.075
	Extroversión	0.01625	0.00404	4.021	<.001	1.016	1.008	1.024
	Aper. exp.	-0.01976	0.00501	-3.947	<.001	0.980	0.971	0.990
	Amabilidad	-0.00636	0.00240	-2.653	0.008	0.994	0.989	0.998
	Resp.	0.01045	0.00422	2.474	0.013	1.011	1.002	1.019
	Cuidado	0.03984	0.00158	25.217	<.001	1.041	1.037	1.044
	Equidad	-0.12807	0.00174	-73.652	<.001	0.880	0.877	0.883
	Lealtad	-0.04882	0.00419	-11.651	<.001	0.952	0.945	0.960
	Autoridad	-0.00167	0.00531	-0.314	0.753	0.998	0.988	1.009
	Santidad	0.04180	0.00521	8.022	<.001	1.043	1.032	1.053
Derechas - Centro	Constante	1.14495	5.88e-5	19481.974	<.001	3.142	3.142	3.143
	Edad	0.00699	0.00514	1.360	0.174	1.007	0.997	1.017
	Renta neta media	-5.19e-6	7.94e-6	-0.653	0.513	1.000	1.000	1.000

Coefficientes del Modelo - O.P.AE

O.P.AE	Predictor	Estimado r	EE	Z	p	Razón de odds	Intervalo de Confianza al 95%	
							Inferior	Superior
	Neuroticismo	0.01766	0.00638	2.770	0.006	1.018	1.005	1.031
	Extroversión	-0.00719	0.00359	-2.004	0.045	0.993	0.986	1.000
	Aper. exp.	-0.01590	0.00424	-3.754	<.001	0.984	0.976	0.992
	Amabilidad	0.01310	0.00234	5.608	<.001	1.013	1.009	1.018
	Resp.	0.01525	0.00367	4.160	<.001	1.015	1.008	1.023
	Cuidado	0.06094	0.00159	38.306	<.001	1.063	1.060	1.066
	Equidad	-0.06559	0.00165	-39.717	<.001	0.937	0.933	0.940
	Lealtad	-0.15057	0.00352	-42.770	<.001	0.860	0.854	0.866
	Autoridad	0.03416	0.00445	7.677	<.001	1.035	1.026	1.044
	Santidad	0.06710	0.00435	15.430	<.001	1.069	1.060	1.079