



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

¿Elegimos lo que votamos? Dominancia facial,  
liderazgo y éxito electoral

Autora

**Silvia Guillén Marín**

Director

**Ángel Barrasa Notario**

Grado en Psicología

Facultad de ciencias Sociales y Humanas de Teruel

Curso 2020-2021



**Facultad de  
Ciencias Sociales  
y Humanas - Teruel**  
**Universidad Zaragoza**

## Resumen

Las primeras impresiones cobran un papel importante a la hora de establecer juicios de valor sobre las personas. Estudios recientes encuentran que los candidatos políticos con rasgos faciales masculinos y dominantes tienen mayor posibilidad de éxito electoral en condiciones de conflicto, principalmente entre votantes de ideología conservadora, que tienen preferencia por la jerarquización social y con estados emocionales negativos. La atribución de características de personalidad dominantes a rasgos faciales dominantes explica la preferencia de dichos votantes por su tendencia a percibir el mundo como un lugar peligroso y en constante conflicto intergrupal. Se encuentran diferencias entre géneros: en la población femenina se predice un mayor efecto de la apariencia sobre su juicio, debido a que tienden a percibir los rostros masculinos como más dominantes. Entre las mujeres predomina la creencia de atenuar la jerarquización social y promover medidas políticas que apoyen el bienestar social, mientras que los votantes masculinos prefieren la jerarquía social basada en el conflicto intergrupal. En la presente investigación, se pretende comprobar dicho efecto en las elecciones generales españolas de 2019, utilizando los rostros de los cinco líderes políticos principales. En el primer estudio se confirma la influencia del dominio facial en la preferencia del líder y por lo tanto en el éxito electoral. Mientras que en el segundo se analiza cómo se regula esta preferencia por contextos, condiciones y predisposiciones individuales, correlacionando significativamente dichas variables, aunque no en el caso de la elección de rostro. Correlación que solo se cumple entre las mujeres con ideología conservadora, confirmando la predicción de una mayor influencia del efecto de apariencia en mujeres.

*Palabras clave:* Liderazgo, dominio facial, éxito electoral, primeras impresiones, efectos de apariencia, preferencia facial, orientación hacia el dominio social, conflicto intergrupal.

## **Las primeras impresiones y sus efectos**

Olivola, Funk y Todorov (2014) muestran que la apariencia facial puede influir en nuestros juicios y comportamientos acerca de una persona, cambiando la forma en que interpretamos los encuentros sociales y cómo influimos en sus resultados. Por ejemplo, el mismo comportamiento se puede interpretar como asertivo o desconfiado dependiendo del dominio percibido del rostro acompañante (Hassin y Trope, 2000). En nuestro día a día las primeras impresiones pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en áreas tan diversas como la familiar, las relaciones sociales, el ámbito laboral, la política, lo militar e incluso lo judicial (Olivola, Funk y Todorov, 2014). Gran parte de las primeras impresiones se encuentran ligadas inevitablemente a estereotipos y sesgos cognitivos, ambos ayudan a predecir en numerosas ocasiones el éxito en situaciones de liderazgo tanto político como laboral, así como los juicios de confianza nos alientan a fiarnos de ciertos rostros a la hora de tomar decisiones económicas o criminales (Giacomin y Rule, 2020).

En los últimos años varias investigaciones han analizado la influencia de la apariencia física en las primeras impresiones que realizamos acerca de las personas (Bar, Neta y Linz, 2006; Little, Roberts, Jones y DeBruine, 2012). Según Bar, Neta y Linz (2006) las primeras impresiones sobre la personalidad de un individuo pueden formarse utilizando simplemente la apariencia de sus rostros siendo necesarios tan solo 39 ms para conformar una primera impresión coherente. Oosterhof y Todorov (2008) determinan que ante rostros emocionalmente neutrales se requieren 38 ms, aunque un rostro emocionalmente expresivo podría reducir el tiempo de decisión. En esta línea, Pessoa, Japee y Ungerleider (2005) afirman que los rostros que expresan emociones amenazadoras son rápidamente reconocidos, incluso de manera inconsciente, lo que sugiere que los rasgos relacionados con la supervivencia se juzgan más rápidamente.

## **Rasgos masculinos/femeninos y dominantes/confiables**

Dicha apariencia física puede afectar en nuestros juicios sobre la competencia, confiabilidad e inteligencia de una persona (Olivola, Funk y Todorov, 2014). Oh, Dotsch, Porter y Todorov (2019) afirman que entre los principales rasgos de personalidad que pueden inferirse a partir de un rostro se encuentran la agresividad, atractivo, afecto, confiabilidad, dominancia, estabilidad emocional, inteligencia, mezquindad, responsabilidad o la sociabilidad. Giacomin y Rule (2020) consideran características como el atractivo, poder, competencia, dominio, calidez y afecto.

Por lo tanto, se podría afirmar que existen ciertas características faciales significativas a la hora de clasificar un rostro. Dos son los rasgos principales que, a su vez, se distribuyen a lo largo de un espectro. En un extremo encontramos el rasgo de dominancia y en el otro el rasgo de confiabilidad (Oosterhof y Todorov, 2008), o como lo definió Little, Burriss, Jones y Roberts (2007) rasgos más masculinos (dominancia) o rasgos más femeninos (confiabilidad).

Los rasgos masculinos o dominantes suelen componerse por mandíbulas angulosas, con formas rectangulares o cuadradas y por cejas en pico, además de mostrar expresividad de sentimientos negativos. Por otro lado, los rasgos más femeninos o confiables se caracterizan por contornos faciales más redondeados, ojos más grandes y expresividad de sentimientos positivos (Laustsen y Petersen, 2015; 2016; 2017).

Dentro del espectro dominante/confiable, Vernon, Sutherland, Young y Hartley (2014) analizan a través de redes neuronales cómo intervienen los diferentes atributos faciales como el tamaño de los ojos, la nariz o la boca en la percepción de accesibilidad, dominio o atractivo en una persona. Concluyeron que, a pesar de la enorme variabilidad natural de rostros existentes, si se manipulan los factores estables como la masculinidad de un rostro a través de combinaciones lineales de características definidas objetivamente (la forma de las cejas o la mandíbula) se llega a influir sustancialmente en las primeras impresiones que creamos de dicho rostro. Asimismo, Oosterhof y Todorov (2008) desarrollaron un modelo digital en 2D, basándose en juicios de confiabilidad y dominio y creando una base de datos con cientos de rostros que se distribuían a lo largo del espectro de confiabilidad, dominio y amenaza principalmente.

### **Influencia en la política**

A raíz de dichas inferencias sobre la personalidad de un individuo, se han detectado decisiones sesgadas a la hora de seleccionar un tipo de liderazgo o asignación de un puesto de éxito (política, CEOs, ejército) (Olivola, Funk y Todorov, 2014). Esto se debe a la existencia de determinadas características faciales cuyos poseedores son más propensos a experimentar resultados deseables, como ganar unas elecciones, o evitar resultados indeseables, por ejemplo, ser condenado por un crimen. En lo que respecta al área política, las posibilidades de éxito electoral de los candidatos pueden verse afectadas por una apariencia competente, dominante, sociable, amenazante y conservadora. Además, se ha comprobado que existe un fuerte acuerdo entre los individuos a la hora de extraer dichas primeras impresiones (Olivola, Funk y Todorov, 2014).

Si aplicamos estos hallazgos al campo de la política cabría esperar que nuestras elecciones podrían estar condicionadas por un componente no tanto ideológico sino psicológico y visual. Consciente o inconscientemente basamos nuestras decisiones en estereotipos, por lo tanto, la apariencia física toma un papel muy importante a la hora de consolidar una creencia de líder, que afecta tanto a nuestra opinión como a nuestros comportamientos. Por ejemplo, el prototipo de líder en la cultura occidental generalmente se conceptualiza como blanco, masculino, atractivo y dominante (Giacomin y Rule, 2020).

Lenz y Lawson (2011) utilizan el término “efecto de la apariencia” para referirse a este hecho, el cual consiste en que las personas tienden a juzgar a los individuos desconocidos en función de su apariencia, infiriendo en él rasgos de personalidad como competencia, inteligencia, honestidad y confiabilidad simplemente a partir de sus rasgos faciales. Este fenómeno se da cuando las personas saben poco más que la apariencia física acerca del sujeto, es decir, utilizan sus rasgos faciales como un heurístico de poca información. Lenz y Lawson (2011) encontraron que los mayores afectados por dicho efecto son las personas con pocos conocimientos de política y que consumen mucha televisión.

### **Liderazgo y tendencia hacia la dominancia facial**

Otro aspecto a destacar es la preferencia por líderes con apariencia dominante, especialmente en situaciones de conflicto (inestabilidad laboral, crisis económica, conflictos bélicos, etc.). Así como la preferencia por rostros dominantes desde una perspectiva ideológica conservadora (Laustsen y Petersen, 2020).

Una de las explicaciones de dichas preferencias es que la apariencia dominante evolutivamente ha actuado como señal de competencia. La teoría de la competencia basa sus argumentos en que los individuos de derechas tienden a ver el mundo como un lugar peligroso y con conflictos intergrupales, por lo que a menudo presentan cierta inclinación hacia la dominancia facial. Por otro lado, se contempla la explicación de la similitud entre los votantes. Esta teoría sugiere que los individuos generalmente prefieren líderes que sean similares a ellos, tanto en términos de apariencia como en lo que a opinión política respecta. Es decir, un votante de derechas preferirá una cara con rasgos dominantes ya que de ella se esperará un comportamiento orientado a la dominancia y en consecuencia un comportamiento conservador o similar al suyo (Laustsen y Petersen, 2020).

Por lo tanto, a la hora de elegir una cara principalmente dominante, los votantes de derechas se guiarán tanto por el deseo de votar a un líder competente como por la inferencia de opiniones políticas similares (Laustsen y Petersen, 2020).

### **Diferencias de percepción de dominio facial en función del género**

Se han encontrado evidencias (Chiao, Bowman y Gill, 2008) de que las mujeres tienden a percibir los rostros masculinos como más dominantes que los femeninos, mientras que entre los varones no se encuentra dicha diferencia de percepción. Del mismo modo, las mujeres tienden a puntuar un mismo rostro masculino como más dominante de lo que lo puntuaría un varón (Chiao, Bowman y Gill, 2008). A raíz de estos resultados, resulta esperable que las inferencias de características de personalidad ante una cara dominante tengan mayor efecto y se vean agravadas entre las votantes femeninas.

Por lo general, entre la población masculina existe una tendencia hacia la dominancia social y el cese de la igualdad intergrupala, en contraposición a la población femenina que aboga por el bienestar e igualdad grupal (Pratto, Stallworth y Sidanius, 1997). En términos más abstractos, en los votantes masculinos predominan creencias que sirven para promover la jerarquía social basada en el grupo y en las votantes femeninas creencias que tienden a atenuarla

### **Estudio 1**

Por su importancia en la elección de un líder, en un primer estudio nos hemos focalizado en la variable de dominancia facial. Dicha variable, además de estar presente en múltiples investigaciones a la hora de medir la competencia percibida (Blaker, Spisak, Tybur, Kandrik y Arvey, 2020; Giacomin y Rule, 2020; Oh, Dotsch, Porter, y Todorov, 2019; Oosterhof y Todorov, 2008, 2014), también se utiliza para discriminar la preferencia por un líder en tiempos de paz o de guerra (Laustsen y Petersen, 2017; Little, Burriss, Jones y Roberts, 2007; Re, DeBruine, Jones y Perrett, 2013; Spisak, Dekker, et al., 2012 ; Spisak, Homan, et al., 2012 ). Se ha demostrado que, en tiempos de guerra, es decir, en situaciones de conflicto se prefieren líderes con apariencia dominante, al contrario que en tiempos de paz o ausencia de conflicto, en los que son elegidos líderes con aspecto más femenino y confiable (Little, Burriss, Jones y Roberts, 2007; Re, DeBruine, Jones y Perrett, 2013). Esto se debe a que la dominancia está asociada a lo formidable, la agresión y la masculinidad, atributos que

pueden ser beneficiosos en algunas situaciones, concretamente en situaciones de conflicto (Blaker, Spisak, Tybur, Kandrik y Arvey, 2020).

Existen evidencias que constatan como los rasgos faciales dominantes favorecen el hecho de ser percibido como un líder fuerte, competente y capaz de hacer frente a situaciones conflictivas de manera agresiva, decidida y eficaz (Blaker, Spisak, Tybur, Kandrik y Arvey, 2020). De la misma manera, también hay evidencias de que los rasgos femeninos o rasgos que transmiten confianza son seleccionados por los votantes en situaciones de estabilidad y cooperación (Laustsen y Petersen, 2016; Little et al., 2007; Spisak, Homan, et al., 2012).

Sin embargo, son más numerosos los hallazgos acerca de la relación entre la apariencia dominante y el éxito en elecciones políticas (Giacomin y Rule, 2020; Olivola, Funk y Todorov, 2014). En la mayoría de las investigaciones que miden la dominancia o masculinidad facial, el proceso que se sigue es juzgar mediante una elección de tipo Likert ciertas características físicas de los candidatos propuestos (Laustsen y Petersen, 2015; Oosterhof y Todorov, 2008), siendo en ocasiones esas caras modificadas digitalmente para otorgarles un aspecto más o menos dominante o confiable (Jensen y Petersen, 2011; Little et al., 2007; Olivola, Funk y Todorov, 2014).

En base a ello el objetivo de este primer estudio es medir el nivel de dominancia facial que poseía cada candidato político en 2019. La hipótesis fue que el candidato que salió electo o que consiguió mayor número de votos en 2019 tendría una puntuación media en dominancia superior al resto de los candidatos.

## **Método**

### **Muestra**

La muestra estuvo formada por 567 participantes con edades comprendidas entre 15 y 92 años ( $\bar{X} = 43,56$ ;  $DT=14,89$ ). El 49,7% fueron mujeres, el 49,3% varones y un 0,9% contestaron en la categoría “otro”. Con respecto al nivel de estudios de la muestra encontramos un 8,6% de personas cuyos últimos estudios completados fueron la ESO, 20,8% bachiller, 51,3% grado universitario y un 19,2% formación profesional.

### **Medidas**

*Dominancia de caras estandarizadas:* Pertenecen a los dos extremos del constructo de dominancia, es decir, una de ellas “cara dominante” comprende los rasgos estandarizados que

puntúan más alto en dominancia y la otra “cara no dominante” se compone por rasgos estandarizados que puntúan más bajo en dominancia (ver Figura 1). Estos dos rostros estandarizados se obtuvieron de la base de datos de Oosterhof y Todorov (2008). Para medir la dominancia de estas caras se utiliza un ítem de tipo Likert de 1-9: “¿Cómo de dominante ves a esta persona?” siendo 1 “para nada dominante” y 9 “extremadamente dominante”. Se utiliza esta medida para asegurar la validez de los resultados y que el criterio que siguen los participantes de la muestra para determinar la dominancia facial es el correcto. Así pues, el rostro estandarizado “muy dominante” debería tener la puntuación media más alta y el rostro estandarizado “poco dominante” la más baja.

### Figura 1

*Caras estandarizadas*

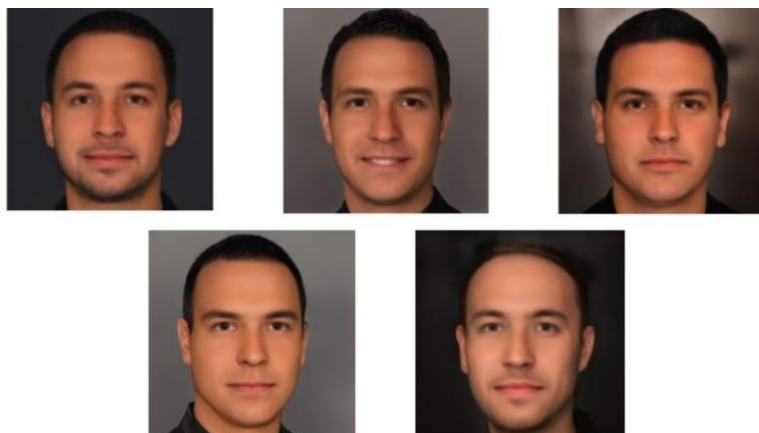


*Nota:* A la izquierda rostro dominante, a la derecha rostro no dominante.

*Dominancia de caras neutras de candidatos políticos:* Se utilizan caras neutras de los cinco candidatos políticos españoles de las elecciones de 2019 (Santiago Abascal, Pablo Casado, Pablo Iglesias, Albert Rivera y Pedro Sánchez) (ver Figura 2) compuestas al 50% por las caras de los cinco, de las cuales tres de ellas fueron obtenidas de la imagen del cartel que utilizaron para su campaña electoral y las otras dos, dado que en la imagen del cartel no estaba la cara del candidato, de imágenes tomadas en debates electorales en esa campaña, todas ellas corresponden al año 2019, y compuestas en otro 50% por un rostro de expresión neutra sacado de la base de datos de acceso abierto creada por Oosterhof y Todorov (2008), para que no sean reconocibles y evitar el efecto de las preferencias personales o ideológicas en la puntuación de dominancia. Esta composición se realizó con el programa Artbreeder 2.0. Para medir la dominancia de estas caras se utiliza un ítem de tipo Likert de 1-9: “¿Cómo de dominante ves a esta persona?” siendo 1 “para nada dominante” y 9 “extremadamente dominante”.

## Figura 2

*Caras neutras de candidatos políticos*



*Nota:* de izquierda a derecha y de arriba a abajo: Santiago Abascal, Pablo Casado, Albert Rivera, Pedro Sánchez, Pablo Iglesias.

*Medidas Sociodemográficas:* Preguntas sobre la edad, el género y el nivel de estudios completados para la descripción demográfica de la muestra.

### Procedimiento

Se elaboró un cuestionario online con las imágenes de las caras y los ítems a través de Google Forms. A los/as participantes se les distribuyó vía online a través de redes sociales, utilizando la técnica de bola de nieve. Una vez empezado disponían de todo el tiempo que necesitasen para realizarlo. Se les dijo que debían responder las preguntas guiándose por la primera impresión y que no había respuestas correctas o incorrectas. Las caras se mostraron una vez cada una con tiempo ilimitado y de manera aleatoria.

### Resultados

Tal como se muestra en la Tabla 1 los resultados obtenidos del rostro estandarizado dominante fueron ( $\bar{X} = 6,81$ ; DT = 1,64) y del rostro estandarizado no dominante ( $\bar{X} = 5,19$ ; DT = 1,86). En lo que respecta a los rostros modificados de los candidatos políticos, el que obtuvo la mayor puntuación fue el rostro perteneciente a Pedro Sánchez ( $\bar{X} = 5,62$ ; DT = 1,8) y el de menor puntuación fue el rostro de Santiago Abascal ( $\bar{X} = 4,21$ ; DT = 1,74).

**Tabla 1***Puntuaciones medias en dominancia facial*

	RostroDom	RostroNoDom	Abascal	Casado	Rivera	Sánchez	Iglesias
$\bar{X}$	6,81	5,19	4,21	4,24	5,11	5,62	4,38
DT	1,64	1,86	1,74	1,97	1,77	1,80	1,77

Para comprobar que la diferencia de las puntuaciones en las caras estandarizadas dominante y no dominante es significativa se realizó una prueba t ( $t = 23,3$ ;  $p < 0,001$ ). Se realizó el mismo proceso para las caras de los candidatos políticos que obtuvieron la puntuación más alta y más baja (Sánchez y Abascal) en la variable de dominancia, obteniendo también diferencias significativas ( $t = 16,5$ ;  $p < 0,001$ ).

Las mujeres otorgan una puntuación de dominancia superior que los varones ( $\bar{X}_{mujeres} = 35,99$ ;  $\bar{X}_{varones} = 35,18$ ), aunque en este caso no es significativa ( $t = 1,18$ ;  $p > 0,05$ ).

### Conclusiones

El conjunto de resultados de las caras neutras de los líderes políticos denota una mayor dominancia facial por parte de Pedro Sánchez, mientras que Santiago Abascal es el candidato político con menor puntuación en dominancia. Tal como se plantea en la hipótesis se comprueba que el candidato electo en las elecciones generales de 2019 obtiene la mayor puntuación en dominancia.

Respecto a la validez del procedimiento utilizado, se comprueba que las caras estandarizadas difieren significativamente entre ellas en mayor proporción que las caras neutras de los candidatos políticos con mayor y menor puntuación en dominancia, corroborando así el procedimiento utilizado.

### Estudio 2

Laustsen y Petersen (2017) encuentran que percibir el mundo social como una competencia entre grupos y/o el hecho de encontrarse en una situación de conflicto, puede predecir la elección de un líder con apariencia dominante. Laustsen y Petersen (2020) asocian la percepción de conflicto intergrupala constante con tener una postura ideológica de derechas o más conservadora, por lo tanto, afirman que los votantes de derechas prefieren líderes

dominantes por sus conocimientos y actitudes más agresivas en la resolución de problemas. Por último, constatan que el sentimiento de amenaza agrava la percepción de conflicto intergrupal y en consecuencia se asocia con la elección de un líder dominante.

Por otra parte, se han encontrado diferencias entre géneros (Pratto, Stallworth y Sidanius, 1997). Por lo general, las mujeres prefieren medidas políticas e ideológicas que apoyen el bienestar y la igualdad social, mientras que los varones apoyan con mayor frecuencia programas políticos que incluyen el militarismo, la coerción, el racismo y el patriotismo. Chiao, Bowman y Gill (2008) encuentran un efecto principal significativo entre el género del votante y las impresiones de dominio: los votantes masculinos no percibieron una diferencia significativa en el dominio facial masculino o femenino, mientras que para las votantes femeninas, los candidatos políticos masculinos se percibieron como significativamente más dominantes en comparación con las candidatas femeninas.

A partir de estos resultados, se ha diseñado este segundo estudio, en el que el objetivo es averiguar en qué medida influyen las diferentes ideologías y preferencias de dominio grupal en la elección de un liderazgo dominante. Además, se pretende analizar si el hecho de encontrarse en una situación de conflicto o percibirse a uno mismo en un estado de peligro influye en la elección de liderazgo y cómo interviene la diferencia de género en dicha percepción de dominancia.

Se plantea una hipótesis principal: el estado emocional negativo, la orientación hacia la dominancia social, la ideología política, encontrarse en una situación de conflicto (pertenecer al sector servicios/hostelería en un contexto de pandemia) y el riesgo laboral percibido, van a predecir la elección de líder. Específicamente, una puntuación más alta en estas variables va a incrementar la preferencia por un líder con apariencia dominante.

En la segunda hipótesis se propone que los participantes varones mostrarán mayor orientación hacia el dominio social o desigualdad grupal que las mujeres.

Así como una tercera hipótesis que demuestre que estas últimas deberían verse más afectadas por el efecto de apariencia facial, puesto que tienden a considerar los rostros masculinos como más dominantes.

## Método

### Muestra

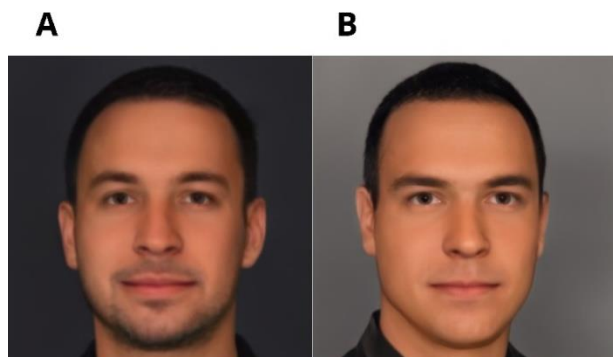
La muestra estuvo formada por 418 participantes con edades comprendidas entre 16 y 77 años ( $\bar{X} = 41,48$ ;  $DT=15,22$ ). El 49,3% fueron mujeres, el 50,7% varones. Con respecto al sector laboral de la muestra encontramos un 7,7% de personas pertenecientes al sector primario, 25,6% secundario/industria, 26,6% al sector servicios/hostelería, 20,8% funcionarios y un 19,4% eran estudiantes desempleados.

### Medidas

*Preferencia de liderazgo político:* A partir de las puntuaciones medias obtenidas en el estudio 1, se formula la pregunta utilizada por Laustsen y Petersen (2017) “¿A cuál de las dos personas elegirías como líder?” elección dicotómica entre las imágenes de los candidatos políticos que corresponden con la cara más dominante (Pedro Sánchez) y la menos dominante (Santiago Abascal) de entre los cinco evaluados en el estudio 1 (ver figura 3).

### Figura 3

*¿A cuál de las dos personas elegirías como líder?*



*Nota.* La imagen A corresponde al rostro con la puntuación más baja en dominancia de entre los líderes políticos. La imagen B corresponde al rostro con la puntuación más alta en dominancia.

*Estado emocional negativo:* Medida del grado de amenaza percibida en la última semana con respecto a la situación actual del país. Escala compuesta de cuatro ítems de tipo Likert del 1 al 7 siendo 1 “Nunca” y 7 “Muy a menudo” utilizando la escala de Laustsen (2017), basada en el estudio de Huddy, Feldman, y Cassese (2007) que presentaba una fiabilidad (alpha de Cronbach) de 0,79. Se contesta la pregunta "En la última semana, ¿con qué frecuencia has

sentido ira/odio/ansiedad/miedo con respecto a la situación económico-laboral actual del país?". En el presente estudio se obtuvo una fiabilidad (alpha de Cronbach) de 0,86.

*Escala SDO (Social Dominance Orientation):* Medida del grado en que una persona percibe y valora el conflicto grupal y el dominio en la sociedad (Ho et al., 2016; Sidanius y Pratto, 2001). Se utilizó la versión reducida de 8 ítems de tipo Likert del 1 "totalmente en desacuerdo" al 7 "totalmente de acuerdo" y traducida al español (Henríquez, Urbina y Romero, 2020; Ho et al., 2016) con una fiabilidad de 0,78-0,90 alpha de Cronbach. Compuesta de dos factores: dominancia (SDO-D) que representa una preferencia por el dominio basado en las jerarquías grupales (ej. "Resulta normal y positivo que ciertos grupos estén en una posición superior y otros en una posición inferior"), y anti-igualitarismo (SDO-E) que representa la oposición a la igualdad entre grupos, con ideologías y políticas que mantienen la desigualdad, y propósitos ostentadamente diferentes como la eficiencia económica y la meritocracia (ej. "La igualdad entre grupos no debería ser nuestro objetivo principal"). Los 8 ítems de la escala reducida se distribuyen en 4 subescalas: Ítems 1 y 2 "rasgos dominantes", 3 y 4 "rasgos contra-dominantes", 5 y 6 "rasgos anti-igualitaristas", 7 y 8 "rasgos igualitaristas". Considerando como ítems directos los ítems 1, 2, 5 y 6, mientras que los ítems 3, 4, 7 y 8 tienen puntuaciones inversas. En el presente estudio se obtuvo una fiabilidad (alpha de Cronbach) de 0,75.

*Ideología política:* ítem de tipo Likert de 11 puntos "¿En qué posición te situarías según tu ideología política?", siendo 0 "extrema izquierda" y 10 "extrema derecha" (Van der Eijk, Schmitt y Binder, 2005).

*Estado de conflicto:* Medida de si la persona se encuentra en una situación de conflicto laboral o por el contrario se encuentra en una situación de estabilidad, calculada a partir del sector laboral al que pertenece, para diferenciar a personas que integran el sector servicios u hostelería de las personas que son funcionarios en el contexto de la pandemia COVID-19 en 2020-2021.

*Riesgo percibido:* Medida en que la persona independientemente del sector laboral al que pertenece siente que su integridad laboral está en riesgo. Se formula la siguiente pregunta: "En los últimos meses ¿has sentido la sensación de estar en riesgo laboral? (Posibilidad de perder el puesto de trabajo, dificultades e impedimentos para ejercer tu profesión, situación de paro/ERTE)".

*Medidas sociodemográficas:* Preguntas sobre la edad y el género para la descripción demográfica de la muestra.

## Procedimiento

Se elaboró un cuestionario a través de Google Forms con las diferentes imágenes y escalas. A los/as participantes se les distribuyó la encuesta vía online a través de redes sociales, utilizando la técnica de bola de nieve. Se les dijo que debían responder a todas las preguntas con la mayor sinceridad posible, que el cuestionario se realiza de manera anónima y que no existían respuestas correctas ni incorrectas. Una vez empezado disponían de todo el tiempo que necesitasen para realizarlo.

## Resultados

Para llevar a cabo la comparación de medias prueba *t* se realizan agrupaciones en las variables cuantitativas de manera que se pudieran seleccionar los extremos de cada variable tanto por puntuaciones altas como por puntuaciones bajas. En todas ellas asignando 1 a las puntuaciones altas que correlacionarían con la elección de un liderazgo dominante y 0 a las puntuaciones bajas que correlacionarían con la elección de un liderazgo no dominante.

Con respecto a la medida del estado emocional negativo, como resultado de la suma de los 4 ítems (ira, odio, ansiedad y miedo) se obtuvieron puntuaciones comprendidas entre 4 y 28 puntos ( $\bar{X} = 15,17$ ;  $DT = 6,63$ ). Por lo tanto, se tomaron como referencia las puntuaciones de 8,54 y 21,8 para clasificar a los individuos con un estado emocional negativo bajo y alto respectivamente. Un 20,1% de los participantes ( $n = 84$ ) ha sentido emociones negativas altas con respecto a la situación económico-laboral actual del país, un 21,3% ( $n = 89$ ) reflejan un bajo nivel emocional negativo y un 58,6% de los participantes ( $n = 245$ ) se sitúan en valores intermedios.

En lo referente a las puntuaciones en la escala SDO, como resultado de la suma de los 8 ítems se obtuvieron puntuaciones comprendidas entre los 8 y 50 puntos ( $\bar{X} = 22,46$ ;  $DT = 9,38$ ). Por lo tanto, se tomaron como referencia las puntuaciones 13,08 y 31,84 para clasificar a los individuos con una baja y alta orientación a la dominancia social respectivamente. Un 20,6% de los participantes ( $n = 86$ ) muestran una alta orientación a la dominancia social, mientras que un 19,6% ( $n = 82$ ) muestran una orientación baja, siendo un 59,8% de la muestra ( $n = 250$ ) individuos con valores intermedios.

En la medida de ideología se obtuvieron puntuaciones comprendidas entre 0 y 10 ( $\bar{X} = 5,02$ ;  $DT = 2,02$ ). Por lo tanto, se tomaron como referencia las puntuaciones de 3 y 7,04 para clasificar a los individuos con ideología de izquierdas/progresista y de ideología de

derechas/conservadora respectivamente. Un 23,2% de la muestra (n = 97) se consideran de derechas, mientras que un 26,3% (n = 110) se consideran de izquierdas, siendo un 50,05% de la muestra (n = 211) individuos con valores intermedios.

El 34% de los participantes (n = 142) han tenido la sensación de estar en riesgo laboral en los últimos meses (Posibilidad de perder el puesto de trabajo, dificultades e impedimentos para ejercer tu profesión, situación de paro/ERTE). Un 66% (n = 276) no se identifican en riesgo laboral.

Tras realizar la comparación de medias, no se encuentran diferencias significativas ante la elección de un rostro más o menos dominante indistintamente de las puntuaciones en las diferentes medidas tomadas (ver Tabla 2).

**Tabla 2**

*Comparación de medias de las puntuaciones altas y bajas de cada medida en la preferencia por un rostro dominante*

		Preferencia por rostro dominante
Estado emocional negativo	Puntuación alta	0.488
	Puntuación baja	0.517
SDO (Social Dominance Orientation)	Puntuación alta	0.535
	Puntuación baja	0.622
Ideología	Puntuación alta	0.567
	Puntuación baja	0.518
Estado de conflicto	Puntuación alta	0.513
	Puntuación baja	0.528
Riesgo percibido	Puntuación alta	0.549
	Puntuación baja	0.539

*Nota:* la puntuación numérica corresponde a la preferencia por un rostro dominante. Asimismo, cada medida se divide en dos, comparando a los individuos con puntuaciones altas y bajas en cada una de ellas.

Con respecto a los resultados obtenidos en las escalas de emociones negativas, SDO, ideología, encontrarse en un estado de conflicto y tener la percepción de riesgo laboral, se han encontrado ciertas correlaciones (ver Tabla 3): tener ideología conservadora correlaciona positivamente con la orientación hacia la dominancia social. Además, puntuar alto en estado emocional negativo correlaciona significativamente con ideología conservadora, orientación hacia la dominancia y con percepción de riesgo laboral. Por último, el hecho de encontrarse en una situación de conflicto (pertenecer al sector servicios/hostelería) correlaciona positiva y

significativamente tanto con orientación hacia la dominancia social como con poseer una ideología conservadora. A pesar de que varias medidas correlacionan entre ellas, ninguna de ellas correlaciona significativamente con la preferencia por un rostro dominante, por lo que no encontramos evidencias de que se cumpla la primera hipótesis.

**Tabla 3**

*Correlaciones entre medidas y variables*

	$\bar{X}$	SD	1	2	3	4	5	6
1. Estado Emocional	15.17	6.63	0.86					
2. SDO	22.46	9.38	.162**	0.75				
3. Ideología	5.02	2.02	.201**	.500**	-			
4. Estado de conflicto	.56	.49	-.030	.110*	.131**	-		
5. Riesgo percibido	.34	.47	.189**	.029	.006	.131**	-	
6. Preferencia de rostros	.54	.49	-.014	-.016	.013	-.014	.009	-

*Nota:* Alpha de Cronbach en la diagonal.

Existe una diferencia significativa en las puntuaciones de SDO entre varones y mujeres, siendo la de los primeros significativamente más alta ( $\bar{X}_{\text{varones}} = 24,15$ ;  $\bar{X}_{\text{mujeres}} = 20,73$ ). Confirmando así la segunda de las hipótesis.

Dentro de la muestra femenina la correlación entre ideología y la preferencia de rostro ( $r = 0,127$ ;  $p = 0,068$ ) es superior a la correlación entre la muestra masculina ( $r = -0,092$ ;  $p = 0,184$ ). Concretamente la muestra femenina de ideología conservadora correlaciona positivamente y de forma significativa con la elección de un rostro dominante ( $r = 0,186$ ;  $p = 0,054$ ) (ver Tabla 4).

**Tabla 4**

*Comparación de medias de preferencia de rostro dominante en función de ideología segmentado por género*

		$\bar{X}$	DT	$t$	$p$
Mujeres	Izquierdas	0.442	0.500	3.708	0.054
	Derechas	0.630	0.488		
Hombres	Izquierdas	0.612	0.492	1.064	0.302
	Derechas	0.509	0.504		

## **Conclusiones**

Se confirma la existencia de correlaciones entre una puntuación alta en SDO, ideología conservadora y estados emocionales negativos. Así como de la tendencia a percibir riesgo laboral por parte de los trabajadores del sector servicios.

Con respecto a la relación con la elección de un líder dominante, las votantes conservadoras tienden a clasificar los rostros masculinos de forma más dominante, lo cual se ve reflejado en una mayor influencia sobre el efecto de apariencia y su consecuente correlación entre ideología conservadora y elección de rostro dominante.

Por último, acerca de las diferencias entre géneros se encuentran diferencias entre las puntuaciones en SDO, siendo la de los varones significativamente más alta que la de las mujeres.

## **Discusión**

Tras analizar los resultados se pueden sacar varias conclusiones acerca de la apariencia facial y su relación con el éxito electoral y el efecto sobre los votantes. La primera de ellas es que tal y como se plantea en la hipótesis del primer estudio y en la misma línea que los hallazgos de (Giacomin y Rule, 2020; Olivola, Funk y Todorov, 2014) los rasgos faciales dominantes ayudan a la consecución de puestos electorales, especialmente en contextos de conflicto como fueron las elecciones españolas de 2019 o el contexto actual español de inestabilidad e incertidumbre social en el que se ha realizado el estudio. Viéndose reflejado en los resultados una mayor puntuación en dominancia del rostro neutro de Pedro Sánchez, candidato electo en 2019, por encima del resto de candidatos.

Con respecto al segundo estudio, se puede afirmar que tanto la orientación hacia el dominio social como la sensación de emociones negativas ante un panorama político social conflictivo se asocia con ideologías políticas de derechas. Así como en época de inestabilidad el hecho de percibirse en riesgo económico-laboral agrava el sentimiento de emociones negativas estando ambas variables relacionadas con pertenecer al sector servicios.

Sin embargo, no se muestran indicios de que dichas premisas tengan como consecuencia una preferencia hacia un líder con apariencia dominante, tal y como sostienen Laustsen y Petersen (2017) y tal como se buscaba confirmar en la primera hipótesis del segundo estudio. Esto podría deberse a que Laustsen y Petersen (2017) utilizan únicamente caras estandarizadas, mientras que en la presente investigación las caras con las que se

realizan las correlaciones son las caras neutras de los candidatos políticos. El hecho de que en el estudio de origen se utilicen caras creadas digitalmente controlando los principales rasgos de expresión que inspiran dominancia o confiabilidad reduce la posibilidad de error ante el juicio subjetivo por parte de los participantes. En cambio, al utilizar únicamente las caras neutras de los candidatos políticos se ha podido desdibujar el impacto de la dominancia facial que presenta cada candidato ya que probablemente los rostros de ninguno de ellos muestren rasgos faciales tan extremos como los estandarizados, provocando una regresión a la media en la puntuación de los rostros de los candidatos políticos.

Otra explicación de que nuestros resultados vayan en una línea diferente a la de Laustsen y Petersen (2017) es que exista un criterio claro para clasificar los rasgos dominantes, pero no tan claro para los rasgos menos dominantes. Esto se ve reflejado en el primer estudio, a la hora de puntuar los siete rostros según su nivel de dominancia. A pesar de haber diferencias significativas entre las puntuaciones de los rostros estandarizados, el rostro estandarizado dominante es el que mayor puntuación muestra (6.81) mientras que el rostro estandarizado no dominante se encuentra en tercer lugar con una puntuación de (5.19) muy similar al cuarto puesto ocupado por Rivera (5.11). Para que se den estos resultados ha podido afectar el hecho de que las imágenes estandarizadas fueran de figuras creadas con ordenador y no tuvieran apariencia tan humana, de tal modo que el rostro menos dominante se ha podido percibir como potencialmente más dominante. El hecho de que los rostros creados digitalmente no tuvieran pelo también pudo afectar (Blaker, Spisak, Tybur, Kandrik y Arvey, 2020).

Además, puesto que se han utilizado rostros de políticos españoles conocidos por todos los encuestados, en el segundo cuestionario al preguntar por “liderazgo” y al mostrar los dos rostros simultáneamente los participantes han podido relacionarlos con la política española, debido a su ligero parecido a los candidatos reales. El hecho de reconocerlos ha podido sesgar las decisiones tomadas ante la elección entre dos líderes. Es posible que un votante con ideología de derechas y, por lo tanto, una orientación hacia el dominio social esperadamente alta no haya elegido la cara que considerase más apta o competente por el simple hecho de haber reconocido los rasgos característicos de Pedro Sánchez, actual líder de un partido de ideología de izquierdas y viceversa en el caso de votantes de izquierdas y el reconocimiento de Santiago Abascal.

Por último, es probable que la situación de conflicto medida en la presente investigación a través de los trabajadores del sector servicios en tiempos de pandemia, no tenga el mismo efecto sobre los participantes que la situación de conflicto bélico utilizada por Laustsen y Petersen (2017) y por lo tanto no se puedan extrapolar las mismas conclusiones.

A pesar de ello, en lo que respecta a la diferencia entre géneros si que se pueden confirmar las dos hipótesis planteadas. Por un lado, como se evidencia en el estudio de Pratto, Stallworth y Sidanius (1997), la población masculina tiende a una mayor predisposición hacia la jerarquización de grupos sociales y endurecimiento de medidas político-sociales, en contraste con la población femenina.

Por otro lado, se confirma el hecho de que las mujeres perciben las caras masculinas como más dominantes (Chiao, Bowman y Gill, 2008) por lo que se espera un incremento de la influencia facial tanto en el juicio sobre la competencia percibida como en la inferencia de similitudes de creencias políticas (Laustsen y Petersen, 2020). En este caso, ante una muestra de candidatos 100% masculina lo esperable es que las votantes mujeres se hayan visto influidas en gran parte por el efecto de apariencia y esto haya hecho que se confirmara tanto la tercera hipótesis como parte de la primera hipótesis, en la que existe una correlación significativa entre mujeres de ideología conservadora y la elección de un rostro dominante. De esta correlación se puede deducir que el efecto de apariencia causa en la población femenina una mayor percepción de dominancia y por lo tanto de competencia, esencial a la hora de elegir un líder dominante en tiempos de conflicto o inestabilidad (Burriss, Jones y Roberts, 2007; Laustsen y Petersen, 2017; Little, Re, DeBruine, Jones y Perrett, 2013; Spisak, Dekker, et al., 2012). Asimismo, se puede deducir que ese incremento en el efecto de apariencia les incite a pensar que dicho candidato con rasgos dominantes posea opiniones políticas dominantes y por lo tanto similares a las suyas (Laustsen y Petersen, 2020).

Como idea para futuras investigaciones, sería interesante replicar el segundo estudio con las dos caras neutras de los candidatos políticos y también con las dos caras estandarizadas como hacen Laustsen y Petersen (2017). De esta manera se podrían comparar los resultados de ambas parejas de rostros y comprobar si las caras reconocibles de los candidatos alteran los resultados obtenidos con el par de rostros estandarizados.

Por otro lado, dado que poseer una apariencia facial dominante y aparecer en medios de comunicación visuales (prensa, televisión, redes sociales, etc.) favorece el éxito electoral entre votantes con poca información o pocos conocimientos de política Lenz y Lawson

(2011), se debería de tener en cuenta tanto a la hora de potenciar la imagen pública de un posible candidato a la presidencia del gobierno como a la hora de evitar potenciales manipulaciones por parte de los partidos políticos hacia los votantes. Además, estos datos no solo afectan al área política, son extrapolables al ámbito empresarial, militar, social e incluso al judicial. Cualquier entorno que implique liderazgo, altos cargos y puestos de poder o responsabilidad podría verse afectado por las primeras impresiones y estereotipos.

Es conocido que bajo un clima de paz y cooperación en el que un país/empresa/grupo de personas deban unirse para conseguir un objetivo común ante una amenaza externa se tiende a la elección de un líder con características menos dominantes y rasgos afeminados Laustsen y Petersen (2017). Mientras que ante un clima de amenaza y conflicto intergrupales se tiende a elegir líderes con apariencia fuerte y dominante. Hallazgos interesantes para los partidos políticos los cuales deberían aprovecharse de dicha información y hacer un correcto análisis del contexto social en el que se desempeñan las elecciones, así como el tipo de votantes que se espera tener en cada partido, conociendo sus preferencias, ideología y orientación hacia el dominio social. Igualmente es importante conocer el sector laboral que premia entre sus votantes, su estabilidad económico-laboral y su futuro inmediato, para tener una idea general de su percepción de riesgo y/o estado emocional ante la situación vivida, ya sea de conflicto o de cooperación.

Del mismo modo, sabiendo que la apariencia física cobra un papel tan importante ante el éxito electoral, sin ser un aspecto ciertamente relevante a la hora de gobernar de forma competente un país, se deberían desarrollar planes de prevención e intervención tanto en centros educativos como en los principales medios de comunicación para evitar el efecto de apariencia en la población y lo que realmente se valore sea el programa electoral y las propuestas y medidas políticas tomadas por cada partido. Basándonos en los resultados de Lenz y Lawson (2011) los conocimientos acerca de política, hitos y acontecimientos nacionales e historia de los partidos políticos son primordiales para evitar la influencia de la apariencia física, atractivo, dominancia o confiabilidad en los juicios de valor de los votantes. Igualmente, sería interesante que la mayor cantidad posible de la información que se recibiera no fuera por vía audiovisual, sino a través de formatos escritos como la prensa o artículos científicos. (Ballew y Todorov, 2007)

## Referencias

- Ballem, C. C., y Todorov, A. (2007). Predicting political elections from rapid and unreflective face judgments. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *104*. <https://doi.org/10.1073/pnas.0705435104>
- Bar, M., Neta, M., y Linz, H. (2006). Very first impressions. *Emotion*, *6*.  
<https://doi.org/10.1037/1528-3542.6.2.269>
- Blaker, N. M., Spisak, B. R., Tybur, J. M., Kandrik, M., y Arvey, R. D. (2020). Cue masking and cultural signals: Testing context-specific preferences for bald (ing) leaders. *Journal of Experimental Social Psychology*, *88*, 103936.
- Chiao, J. Y., Bowman, N. E., y Gill, H. (2008). The political gender gap: Gender bias in facial inferences that predict voting behavior. *PloS One*, *3*, e3666.
- Giacomin, M., y Rule, N. O. (2020). How static facial cues relate to real-world leaders' success: a review and meta-analysis. *European Review of Social Psychology*, *31*, 120–148.
- Hassin, R., y Trope, Y. (2000). Facing faces: studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, *78*, 837.
- Jensen, N. H., y Petersen, M. B. (2011). To defer or to stand up? How offender formidability affects third party moral outrage. *Evolutionary Psychology*, *9*, 147470491100900130.
- Laustsen, L., y Petersen, M. B. (2015). Does a competent leader make a good friend? Conflict, ideology and the psychologies of friendship and followership. *Evolution and Human Behavior*, *36*, 286–293.
- Laustsen, L., y Petersen, M. B. (2016). Winning Faces Vary by Ideology: How Nonverbal Source Cues Influence Election and Communication Success in Politics. *Political Communication*, *33*, 188–211. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1050565>

- Laustsen, L., y Petersen, M. B. (2017). Perceived conflict and leader dominance: Individual and contextual factors behind preferences for dominant leaders. *Political Psychology*, 38, 1083–1101.
- Laustsen, L., y Petersen, M. B. (2020). Why are right-wing voters attracted to dominant leaders? Assessing competing theories of psychological mechanisms. *The Leadership Quarterly*, 31, 101301.
- Lenz, G. S., y Lawson, C. (2011). Looking the part: Television leads less informed citizens to vote based on candidates' appearance. *American Journal of Political Science*, 55, 574–589.
- Little, A. C., Burriss, R. P., Jones, B. C., y Roberts, S. C. (2007). Facial appearance affects voting decisions. *Evolution and Human Behavior*, 28, 18–27.
- Little, A. C., Roberts, S. C., Jones, B. C., y DeBruine, L. M. (2012). The perception of attractiveness and trustworthiness in male faces affects hypothetical voting decisions differently in wartime and peacetime scenarios. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 65, 2018–2032.
- Oh, D., Dotsch, R., Porter, J., y Todorov, A. (2020). Gender biases in impressions from faces: Empirical studies and computational models. *Journal of Experimental Psychology: General*, 149, 323–330.
- Olivola, C. Y., Funk, F., y Todorov, A. (2014). Social attributions from faces bias human choices. *Trends in Cognitive Sciences*, 18, 566–570.
- Oosterhof, N. N., y Todorov, A. (2008). The functional basis of face evaluation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 11087–11092.
- Pessoa, L., Japee, S., Sturman, D., y Ungerleider, L. G. (2006). Target visibility and visual awareness modulate amygdala responses to fearful faces. *Cerebral Cortex*, 16, 366–375.
- Pessoa, L., Japee, S., y Ungerleider, L. G. (2005). Visual awareness and the detection of fearful faces. *Emotion*, 5, 243.

- Pratto, F., Stallworth, L. M., y Sidanius, J. (1997). The gender gap: Differences in political attitudes and social dominance orientation. *British Journal of Social Psychology*, *36*, 49–68.
- Re, D. E., DeBruine, L. M., Jones, B. C., y Perrett, D. I. (2013). Facial cues to perceived height influence leadership choices in simulated war and peace contexts. *Evolutionary Psychology*, *11*, 147470491301100100.
- Spisak, B. R., Dekker, P. H., Krüger, M., y Van Vugt, M. (2012). Warriors and peacekeepers: Testing a biosocial implicit leadership hypothesis of intergroup relations using masculine and feminine faces. *PloS One*, *7*, e30399.
- Spisak, B. R., Homan, A. C., Grabo, A., y Van Vugt, M. (2012). Facing the situation: Testing a biosocial contingency model of leadership in intergroup relations using masculine and feminine faces. *The Leadership Quarterly*, *23*, 273–280.
- Vernon, R. J. W., Sutherland, C. A. M., Young, A. W., y Hartley, T. (2014). Modeling first impressions from highly variable facial images. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *111*, E3353–E3361.