



## **AUTOAFIRMACIÓN Y PERSUASIÓN. PROCESOS Y EFECTOS EN MENSAJES AMENAZANTES**

**TATIANA DE LOS ÁNGELES POBLETE SAN MARTÍN  
CAROLINA FRANCISCA RAMÍREZ TOBAR  
PSICÓLOGO, MENCIÓN EN PSICOLOGÍA SOCIAL Y DE  
LAS ORGANIZACIONES**

### **RESUMEN**

En la vida cotidiana, las personas utilizan actitudes para construir su identidad y evaluar distintos acontecimientos. Sin embargo, estas actitudes no siempre resultan ser correctas, por lo que muchas veces las personas suelen persistir en comportamientos errados, como fumar o descuidar su salud. Para disminuir estas conductas potencialmente nocivas, se ha utilizado la persuasión como mecanismo psicológico efectivo para producir un cambio en las actitudes. No obstante, y pese a los esfuerzos, las personas se resisten a ser persuadidas y persisten en sus actitudes previas. Muchos han sido los intentos para disminuir esta resistencia a través de la manipulación de las distintas variables involucradas en el proceso persuasivo. Investigaciones anteriores señalan que el modelo que mejor explica el funcionamiento de dichas variables es el de Probabilidad de Elaboración (Petty y Cacioppo, 1986). Este modelo expone como el proceso persuasivo, mediado por la capacidad y la motivación del receptor, da cuenta de los múltiples roles que pueden adquirir estas variables y como afectan la probabilidad para elaborar o pensar en la información. En respuesta a lo anterior, y para disminuir la resistencia frente a una situación persuasiva, existe una técnica que se basa en afirmar aspectos importantes de la identidad de las personas para reducir la amenaza que puede representar una nueva información, lo que se conoce como autoafirmación. La investigación en este tema ha mostrado que las personas afirmadas son más persuadidas que aquellas que no son afirmadas (Steele y Liu, 1983), mostrando que el efecto de la autoafirmación se debe a la confianza que ésta produce en las personas. Siguiendo esta idea la siguiente investigación pretende determinar el rol de la autoafirmación en situaciones persuasivas,

cuando son presentados mensajes amenazantes para la identidad del individuo o que involucran una alta relevancia personal para quienes deben evaluarlos.  
PALABRAS CLAVES: Autoafirmación, Persuasión, Probabilidad de Elaboración, Relevancia Personal.

## **ABSTRACT**

In everyday life, the people utilize attitudes to construct their identity and to evaluate several events. However, these attitudes not always turn out to be correct, which is why many times the people use to persist in behaviors mistaken, like smoking or neglecting his health. In order to decrease these potentially noxious conducts, the persuasion like psychological effective mechanism to produce a change in the attitudes has been utilized. Nevertheless, and in spite of the efforts, the people stand against being persuaded themselves and persist in his previous attitudes. Many have been the attempts to decrease this resistance through the manipulation of the different variables in the persuasive process implicated. Previous investigations indicate that the model that better explains the functioning of the aforementioned variables is the one belonging to Elaboration Likelihood (Petty & Cacioppo, 1986). This model exposes like the persuasive process, mediated for capability and the motivation of the recipient, the account of the multiple roles make one feel that they can acquire these variables and as they affect the probability to elaborate or to think in the information. In response, and to decrease the resistance to a persuasive situation, there is a technique that is based on important aspects of affirming the identity of individuals to reduce the threat they may represent new information, known as self-affirmation. The investigation in this theme has evidenced that the assured people are but persuaded than those that are not affirmed (Steele & Liu, 1983), showing that the effect of the self-assertion is due to the confidence that this produces in people. Following this idea the following investigation intends to determine the role of the self-assertion in persuasive situations, when threatening messages for the individual's identity are presented or than implicate a loud personal relevance for those who they must evaluate themselves.

**KEYWORDS:** Self-affirmation, Persuasion, Elaboration Likelihood, Personal Relevance.