

INFLUENCIA DE LOS SIGNOS INTERROGATIVOS EN LA VALORACIÓN DE MENSAJES PERSUASIVOS, EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE TALCA

**VICTORIA PAZ GONZÁLEZ ALZAMORA
DANIELA SÁNCHEZ SALINAS
PSICÓLOGO MENCIÓN EN PSICOLOGIA SOCIAL Y DE LAS ORGANIZACIONES**

RESUMEN

El estudio de la presencia de preguntas dentro de mensajes persuasivos es en la actualidad un clásico de la literatura en psicología social. En todos los trabajos se presenta una pregunta con un formato retórico o interrogativo, evaluándose después su efecto sobre las actitudes. Sin embargo, ninguno de ellos ha evaluado aspectos estructurales de las preguntas para conocer sus efectos específicos. En este trabajo se controla uno de estos posibles aspectos, que es en concreto la presencia o ausencia de signos de interrogación antes o después del proceso persuasivo. Dos estudios muestran que dicha presencia afecta a la persuasión pero de manera diferente dependiendo de la fuerza de los argumentos presentados y de la posición en que son ubicadas las preguntas en relación al mensaje entregado. Se discute los resultados de acuerdo a su implicancia para el estudio de las preguntas en cambio de actitudes, tanto en sus efectos como en los procesos de cambio subyacentes.

Palabras claves: Persuasión, actitudes, preguntas retóricas, signos de interrogación.