

# DESARROLLANDO HÁBITOS DE INVESTIGACIÓN

## PREGUNTAS CLAVES A CONSIDERAR EN EL ANÁLISIS DE LOS MENSAJES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### AUTORÍA

¿Quién lo creó?

### PROPÓSITO

¿Para qué fue creado?  
¿A quién va dirigido?  
¿Qué quieren que haga?  
¿Qué quieren que piense o en qué quieren que piense?

### CONTENIDO

¿De qué se tratan los mensajes?  
¿Qué ideas, valores e informaciones se manifiestan directa o indirectamente?  
¿Qué omite el mensaje que sería importante saber?  
¿Cómo se compara este mensaje con otros del mismo tema en los medios?

### TÉCNICAS

¿Qué técnicas son usadas para comunicar el mensaje?  
¿Qué tan efectivas son las técnicas?  
¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de las técnicas usadas?

### CONTEXTO

¿Cuándo fue creado?  
¿Dónde y cómo fue compartido con el público?  
¿Qué aspectos del contexto cultural hay que tomar en cuenta?

### ECONOMÍA

¿Quién pagó por esto?  
¿Quién podría ganar dinero con esto?

### CREDIBILIDAD

¿Es esto un hecho, una opinión u otra cosa?  
¿Qué tan confiable es esta fuente de información?  
¿Cuáles son las fuentes de las ideas o afirmaciones?  
¿Proviene esta información de una fuente confiable?

### CONSECUENCIAS

¿Quién se beneficiaría de este mensaje?  
¿Quién podría ser perjudicado por este mensaje?  
¿Cuáles voces son representadas o privilegiadas?  
¿Cuáles voces son omitidas o silenciadas?

### INTERPRETACIONES

¿Cuál es mi interpretación sobre esto?  
¿Cómo mis experiencias y creencias previas influyen en mi interpretación?  
¿Qué aprendo sobre mí de mi interpretación o reacción al mensaje?  
¿Cómo y por qué personas diferentes podrían interpretar el mensaje en forma distinta?

### REACCIONES

¿Cómo esto me hace sentir?  
¿Qué tipo de acciones podría tomar para responder a esto?

### *Además...*

¿Cuál es mi evidencia?  
¿Por qué podría importar eso?  
¿Por qué pienso eso?  
¿Qué más quiero (o necesito) saber?  
¿Cómo podría averiguarlo?

# DESARROLLANDO HÁBITOS DE REFLEXIÓN

## PREGUNTAS CLAVES A CONSIDERAR EN LA CREACIÓN DE MENSAJES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### AUTORÍA

¿A quién estoy representando en este mensaje?  
¿Quiénes son mis co-creadores (si alguno), y qué contribuyó cada quien?

### PROPÓSITO

¿Cuál es mi objetivo? ¿Quién es mi audiencia?  
¿Qué quiero que las personas hagan como resultado de mi mensaje?  
¿Qué quiero que las personas piensen? ¿En qué quiero que piensen?

### CONTENIDO

¿Qué mensajes y qué impresiones quiero transmitir?  
¿Qué ideas, valores e información quiero expresar de manera directa e indirectamente?  
¿Qué mensajes decido omitir? ¿Por qué?  
¿He presentado la información y las ideas de forma transparente?

### TÉCNICAS

¿Qué técnicas son más efectivas para transmitir el mensaje a esta audiencia? ¿Por qué?  
¿Tengo o necesito permiso para usar este contenido?

### CONTEXTO

¿Dónde y cómo voy a compartir este mensaje con mi audiencia?  
¿Cómo el contexto cultural podría influir la manera en la que las personas interpreten el mensaje?

### ECONOMÍA

¿Quién me está patrocinando o quién está pagando para transmitir este mensaje?  
¿Quién podría ganar dinero con esto?  
¿Cómo mi patrocinador o fuente de subsidio podría afectar mi mensaje?

### CREDIBILIDAD

¿Es la información transmitida en el mensaje correcta? ¿Cómo lo sabrá la audiencia?  
¿De qué fuentes proviene la información y las ideas? ¿Por qué?

### CONSECUENCIAS

¿Quién se beneficiaría de este mensaje?  
¿Quién podría salir perjudicado?  
¿Quiénes son representados o privilegiados? ¿Quiénes son omitidos o ignorados?  
¿Cuál es mi responsabilidad con la audiencia?

### INTERPRETACIONES

¿Cómo y por qué personas diferentes podrían interpretar el mensaje de manera diferente?  
¿Qué dicen de mi las decisiones que tomé al crear esto?

### REACCIONES

¿Cómo las personas se podrían sentir tras escuchar, leer o ver este mensaje? ¿Qué tipo de decisiones o acciones podrían tomar las personas como consecuencia de este mensaje?