

¿Qué preguntas debe hacer para entender mensajes mediáticos sobre las elecciones?



¿Quién creó este contenido mediático?

Saber quién creó lo que consumimos sobre las elecciones es un paso importante para evaluar la confiabilidad y la intención detrás de un mensaje. Si es difícil para usted encontrar información sobre el autor del contenido, es posible que la fuente no sea creíble.



¿Por qué fue creado este contenido?

Todos los mensajes mediáticos tienen un plan y un propósito en su creación. Por ejemplo, algunos son creados para informar, otros para compartir opiniones y otros para entretener. Reflexionar sobre la intención de los mensajes electorales es fundamental para determinar nuestra respuesta a la información y evaluar su confiabilidad.



¿Qué se omite que puede ser importante saber?

Las elecciones son complicadas. Es muy difícil encontrar todos los detalles importantes en un solo artículo, un solo segmento de noticias o una sola publicación en línea. Preguntarnos “¿Qué falta?” es una buena forma de fortalecer nuestras habilidades de aprendizaje mediático.



¿Cómo lo hace sentir esto?

Los mensajes mediáticos son creados para persuadirnos a reaccionar de una manera específica. Es importante que usted evalúe los tipos de reacciones que el creador o la fuente están tratando de provocar, especialmente con respecto a un tema tan importante como las elecciones. Piense en cómo se siente: entre más fuerte sea la emoción (positiva o negativa) es más probable que quiera hacer una pausa antes de reaccionar.



¿Cómo podrían diferentes personas entender este mensaje de manera diferente?

Todos nos acercamos a los mensajes mediáticos con nuestras propias experiencias, creencias y sesgos. Tenga en cuenta que diferentes personas pueden responder de diversas maneras a los mensajes electorales que usted comparte.

Para información confiable sobre las elecciones en su lugar de residencia, hable con sus funcionarios electorales.

Encuentre su oficina de elecciones estatal o territorial en