

Comunicación transformadora



Guía rápida de autorrevisión ética y estratégica

Antes de difundir un contenido (ya sea una noticia, un vídeo, un cartel o una publicación en redes), es muy útil pasarlo por el filtro de algunas **preguntas de comprobación**. Esta *check-list* actúa como una guía rápida de **autorrevisión ética y estratégica**. A continuación, se presentan algunas preguntas a modo de ejemplo que podemos hacernos para verificar si la comunicación se alinea con los **valores de justicia global**.

01

¿He tenido en cuenta el punto de vista de las personas representadas?

¿He involucrado de alguna forma a las personas o comunidades de las que estoy hablando, ya sea consultándolas, citándolas directamente o reflejando fielmente su perspectiva?



02

¿Estoy promoviendo una narrativa que potencie la capacidad de agencia?

¿El mensaje transmite una imagen de las personas como sujetos de derechos y protagonistas, o cae en el paternalismo/victimización?



03

¿Soy transparente sobre el contexto y las causas?

¿Explico los factores estructurales del problema/conflicto, señalando responsabilidades y evitando simplificaciones? ¿Ofrezco datos precisos y fuentes fiables?



04

¿Utilizo un lenguaje e imágenes respetuosos e inclusivos?

¿Reviso que no haya expresiones estereotipadas, palabras deshumanizadoras o sesgos sexistas/racistas/edadistas/...; y que las imágenes elegidas respeten la dignidad y la diversidad?



05

¿Es coherente con los valores de mi medio, mi entidad o los propios?

¿El contenido refleja los valores éticos que defendemos y es coherente con nuestras acciones? ¿Estamos saltándonos nuestros propios códigos de conducta para ganar audiencia?



Estas preguntas (y otras similares que se puedan añadir o adaptar según el caso) sirven como **lista de control** antes de publicar. Si la respuesta a alguna de ellas es insatisfactoria, conviene revisar y ajustar el material. Por ejemplo, si nos damos cuenta de que no hemos incluido ninguna voz del colectivo implicado (pregunta 1), quizá podamos añadir un testimonio o una cita. Si detectamos que el lenguaje contiene alguna expresión desafortunada (pregunta 4), corregirla. El **objetivo** es asegurarnos de que el producto final **se alinea** con la **perspectiva de justicia global** y no perpetúa aquello que precisamente queremos ayudar a transformar.