

No te dejes engañar: cómo evaluar la credibilidad de la información en Internet

Dr. **Jorge Franganillo**

Facultad de Información y Medios Audiovisuales

Universidad de Barcelona

<https://franganillo.es>

marzo de 2025

1. La necesidad de evaluar la información en Internet

Internet se ha convertido en la principal fuente de información para muchas personas. Su acceso universal y la facilidad para publicar contenido han democratizado el conocimiento como nunca antes, pero también han creado un nuevo desafío: la sobreabundancia de información y la dificultad para discernir entre lo veraz y lo falso, lo riguroso y lo superficial (Rheingold, 2002; Weinberger, 2007).

A diferencia de las publicaciones tradicionales, como los libros o las revistas académicas, que se someten a rigurosos procesos de revisión y edición antes de llegar al público, Internet carece de filtros de calidad intrínsecos. Cualquier persona, organización o entidad puede crear y difundir información en línea, con independencia de su experiencia, conocimiento o intenciones (Shirky, 2008). Esta apertura, aunque positiva en muchos sentidos, crea un entorno donde la información fiable convive con la desinformación, la propaganda, la opinión sesgada y el contenido creado con fines puramente comerciales.

Además, la estructura descentralizada de Internet hace difícil organizar y jerarquizar la información. No existe un índice universal que catalogue y clasifique los sitios web según su credibilidad, como sí hacen las bibliotecas tradicionales al seleccionar y clasificar los materiales para sus colecciones. Buscar información en línea a menudo implica navegar por un mar de resultados, donde la posición en los buscadores no siempre refleja la calidad o la fiabilidad.

Por otra parte, la irrupción de la inteligencia artificial (IA) generativa, con su capacidad para automatizar y acelerar la redacción, ha multiplicado el contenido engañoso y ha facilitado la desinformación a gran escala (Franganillo, 2023). Un ejemplo claro es la eclosión de una nueva ola de granjas de contenido artificial, esto es, sitios web que

utilizan la IA para generar masivamente artículos de noticias falsos o de baja calidad, imitando el estilo periodístico para engañar al lector (Newsguard, 2025).

Ante esta avalancha de información, conviene adoptar estrategias eficaces para evaluar la credibilidad, como la lectura lateral. En lugar de centrarse únicamente en el contenido de una página web, la lectura lateral implica abrir nuevas pestañas para investigar la fuente, el autor y el contexto de la información, buscando corroboración en fuentes externas y verificando la reputación del sitio web (Wineburg y McGrew, 2017).

Por lo tanto, la responsabilidad de evaluar la credibilidad de la información recae en el usuario. Es fundamental desarrollar habilidades de pensamiento crítico y aplicar criterios rigurosos para navegar por la red de forma inteligente y evitar ser víctimas de la desinformación o la manipulación (Stanford History Education Group, 2016). En las siguientes secciones, se presenta una serie de criterios para evaluar la credibilidad de las fuentes de información digitales de manera eficaz.

1.1. El método CRAAP: un instrumento para evaluar la credibilidad

Ante la necesidad de discernir entre la información fiable y la que no lo es en Internet, se hace imprescindible contar con herramientas que nos permitan evaluar las fuentes con las que trabajamos. Una de las herramientas más efectivas y ampliamente utilizada, especialmente en el ámbito académico, es el método CRAAP (Meriam Library, 2024). Este método, acrónimo de *currency* (actualidad), *relevance* (relevancia), *authority* (autoridad), *accuracy* (precisión) y *purpose* (propósito), proporciona un marco sistemático para analizar la credibilidad de cualquier fuente de información en línea.

Desarrollado por Sarah Blakeslee y su equipo en la Universidad Estatal de California en 2004, el método CRAAP surgió de la necesidad de dotar a los estudiantes de un método sencillo y práctico para evaluar la fiabilidad de la información, especialmente ante la creciente cantidad de contenido accesible en Internet. Si bien no fue el primer método de este tipo —el test SAILS, por ejemplo, se desarrolló en 2002—, la simplicidad y efectividad del CRAAP lo han convertido en un estándar en la educación superior.

El método CRAAP descompone la compleja tarea de evaluar la credibilidad en cinco criterios clave:

- **Actualidad.** En el dinámico entorno digital, la información puede quedar obsoleta rápidamente. Comprueba si la información está actualizada y si su fecha de publicación es relevante para tu tema de investigación. ¿Cuándo se publicó o se actualizó por última vez?
- **Relevancia.** No toda la información, aunque sea precisa y actual, es relevante para nuestras necesidades. Asegúrate de que la información responde a tu pregunta de

investigación y se ajusta a tu nivel de conocimiento. ¿Es realmente útil para lo que buscas?

- **Autoridad.** La fiabilidad de la información está estrechamente ligada a la fuente que la produce. Investiga la credibilidad del autor o de la institución responsable. ¿Cuáles son sus credenciales, experiencia y reputación en el tema? ¿Son expertos reconocidos?
- **Precisión.** Es fundamental comprobar si la información es veraz y está respaldada por fuentes fiables. Busca evidencias, datos, estudios, etc., que la sustenten, e intenta detectar posibles errores o sesgos.
- **Propósito.** Comprender la intención que hay tras la información te ayudará a contextualizarla y a evaluar su objetividad. Analiza qué objetivo tiene el autor o la institución. ¿Informar, persuadir, vender o entretener? ¿Cómo influye este objetivo en la forma en que se presenta la información?

The C.R.A.P. Test

Grade all websites you intend to use for class projects using this rubric.

Name: _____

Website: <http://> _____

Criteria	Evaluation Techniques	0	1	2	3
Currency When was the information written & last updated?	<ul style="list-style-type: none"> • Is there a copyright or last updated date on the page? • Are links broken (404 error)? • Is it current enough for your topic? 	There is no indication of when the site was created or revised.	The date given for the site's creation is over 3 years old; no date of revision or update.	The site has been created or updated within the last 3 years.	Created or updated less than two years. Sources referenced are current.
Reliability Where did the author get this information?	<ul style="list-style-type: none"> • Does the creator provide links to sources for data or quotations? Do those sources seem reliable? • Is the information accurate and error-free? • Can the information be corroborated with another source? 	No links to sources or works cited is given.	There is a general statement about the source of the information, but no specific links to sources or a works cited list.	There are links to sources or a works cited list.	There are links to sources or a works cited list. Information is corroborated with another source.
Authority of Author Who is responsible for the information?	<ul style="list-style-type: none"> • Is the author's name listed? • Google the authors' names to learn more. • Can you figure out what makes the author an expert (credentials, known and respected)? 	The author is probably a student. Errors indicate the author is not an expert.	The author is unnamed and/or no credentials are given.	The author is named but credentials are incomplete.	Credentials are given and indicate that author is an expert.
Authority of Organization Does the resource have a reputable organization behind it?	<ul style="list-style-type: none"> • Is there a reputable organization behind it? What is the organization's interest (if any) in this information? • What is the domain (.edu, .com, .org, .net, .uk, .k12, etc)? Is the page hosted by an individual? (look for any of the following in the URL: %, -, "users", "AOL", or "yahoo".) • Search who owns the site using a "whois" search engine such as: http://whois.domaintools.com. • Who else links to the site? Google command: "link:mchs.net" 	An individual's page hosted by an Internet service provider (Comcast, yahoo, AOL, etc) or a .com site with no affiliation	Any of these: - The home page is a K12, .com, .org, or unknown, and NOT included in level 2 or 3. - The home page is a student folder on a .edu site.	A known business, government department or agency is the home page.	A professional association or organization, museum, a university sponsored home page or a domain of .edu and faculty maintain the site.
Purpose/ Point of View: Does the information seem fairly represented, or is it biased?	<ul style="list-style-type: none"> • Scan the contents. Why was it written? (ex. information, advice, advocacy, propaganda, opinion, entertainment, commercial site, personal, news) • Be able to spot point of view. Is the site fair and objective? Is it an advocacy site? Is the page affiliated with an organization that has a particular political or social agenda? • Is there a conflict of interest? Does the web site producer stand to benefit from the information being provided? • How important is balance? Is it required for your purposes? Is any bias explicit or hidden? Can you use the information? 	The purpose is personal or too much advertising is distracting.	Purpose is to sell, persuade, or give a biased view. Some factual info. or useful pictures but focus is to promote something.	Offers some factual information. Sides unbalanced; some bias or advertising.	The purpose is to support scholarly research with factual information. Balanced coverage/without bias.
What does the score mean? 12 to 15 pts Excellent source for research 8 to 11 pts Good source for a research paper or academic project. Confirm with other sources. 4 to 7 pts Useful for ideas or casual projects. Do not cite as a reference for a research paper or project 0 to 3 pts Highly questionable source		Total Points = <input type="text"/>			

El método CRAAP puede aplicarse de forma flexible, desde una evaluación mental rápida hasta una rúbrica más formal con puntuaciones para cada criterio. Este método proporciona una base sólida para el desarrollo del pensamiento crítico, y prepara a los estudiantes para una evaluación más detallada y exhaustiva de las fuentes de información, como la que se presenta a continuación.

2. Criterios para una evaluación exhaustiva de la información en Internet

El método CRAAP permite hacer una evaluación inicial y ofrece una visión general de la fiabilidad de una fuente, pero es recomendable profundizar en el análisis mediante un conjunto de criterios más específicos. Si bien el CRAAP proporciona un marco útil para una primera aproximación, una evaluación exhaustiva requiere considerar aspectos adicionales que pueden influir en la credibilidad de la información. Este análisis más profundo es especialmente importante en el ámbito académico, donde la rigurosidad y la precisión son fundamentales.

La siguiente sección detalla una serie de criterios que complementan el método CRAAP y permiten realizar una evaluación más completa y matizada de las fuentes de información en Internet. Estos criterios abarcan desde la autoridad y reputación del autor hasta la calidad del contenido, la usabilidad del sitio web y la presencia de posibles sesgos. Su aplicación, de forma individual y conjunta, permitirá a los estudiantes universitarios desarrollar un juicio crítico sólido y seleccionar fuentes de información confiables para sus investigaciones y trabajos académicos.

2.1. Autoridad y credibilidad

Este criterio se centra en determinar quién está detrás de la información y si posee la experiencia, las credenciales y la reputación necesarias para ser considerado una fuente confiable. Un análisis riguroso de la autoridad implica ir más allá de la simple identificación del autor y profundizar en sus cualificaciones, experiencia y posibles sesgos.

Para evaluar la autoridad y credibilidad de una fuente, examina los factores siguientes:

- **Identificación del autor/responsable.** Es fundamental identificar claramente al autor o a la entidad responsable del contenido. La ausencia de esta información, o el uso de seudónimos, debe ser una señal de alerta. Busca información biográfica del autor, incluyendo su formación académica, experiencia profesional, afiliaciones institucionales y publicaciones previas.
- **Credenciales y experiencia.** Investiga las credenciales del autor en relación con el tema tratado. ¿Posee títulos académicos, certificaciones profesionales o una trayectoria reconocida en el campo? Por ejemplo, un artículo sobre cambio climático escrito por un climatólogo con un doctorado y publicaciones en revistas científicas tendrá mayor credibilidad que uno escrito por un periodista sin formación específica en el tema. Examina también la experiencia del autor: ¿Ha trabajado en el campo, ha realizado investigaciones o ha publicado libros o artículos sobre el tema?
- **Reconocimiento y reputación.** Busca evidencias del reconocimiento del autor dentro de su campo o sector. ¿Ha recibido premios, becas o distinciones? ¿Es citado por otros expertos en el tema? ¿Pertenece a asociaciones profesionales o comités

editoriales de revistas científicas? Una buena reputación dentro de la comunidad académica o profesional refuerza la credibilidad del autor.

- **Datos de contacto y transparencia:** La presencia de información de contacto, como el correo electrónico, el perfil profesional en redes sociales o la afiliación institucional, aumenta la transparencia y facilita la verificación de la información. Un autor que se identifica claramente y proporciona información de contacto demuestra mayor responsabilidad y confianza en su trabajo. Para evaluar la objetividad del contenido, también es fundamental la transparencia en cuanto a fuentes de financiación o posibles conflictos de intereses.
- **Evaluación de posibles sesgos.** Considera si el autor podría tener algún sesgo ideológico, político, económico o personal que pueda influir en la presentación de la información. Por ejemplo, un estudio sobre los efectos del tabaco financiado por una compañía tabacalera tendrá un alto riesgo de sesgo.

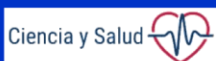
Aplicar estos criterios de forma rigurosa permitirá evaluar la autoridad y credibilidad de una fuente de información con mayor precisión y, en consecuencia, tomar decisiones más informadas sobre la confiabilidad del contenido.

Ejemplo

Si encontramos un artículo sobre los beneficios de una dieta específica, debemos investigar quién lo ha escrito. Si el autor es un nutricionista reconocido con una amplia experiencia en el campo y publicaciones en revistas científicas, la información tendrá mayor credibilidad que si el autor es anónimo o se identifica como un «entusiasta de la salud» sin cualificaciones.

Caso real

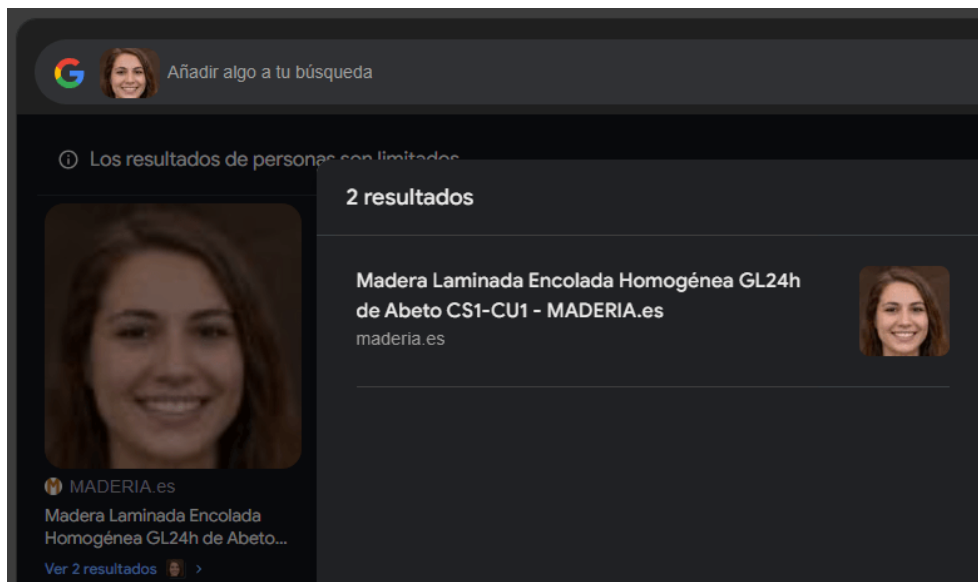
El sitio web *Ciencia y Salud* ilustra los desafíos de verificar la credibilidad en línea. Los artículos publicados en él, atribuidos todos ellos a una tal Isabel Manzano, carecen de credenciales que respalden su supuesta experiencia. La biografía que acompaña a su firma es genérica; no concreta nada.



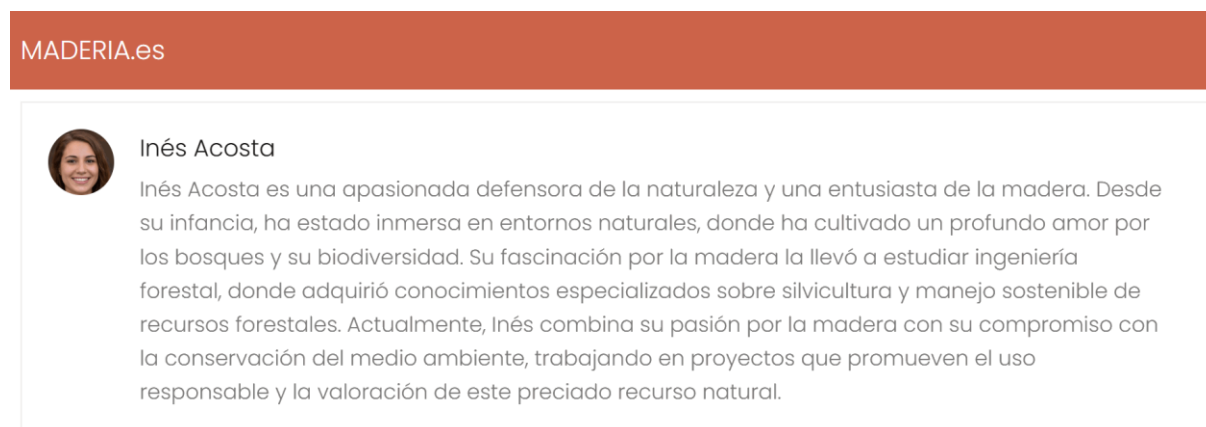
Isabel Manzano

Isabel Manzano es una destacada especialista en información social y sociosanitaria, dedicada a la promoción del conocimiento y la salud pública. Con una amplia experiencia en el desarrollo de sistemas de información y evaluación científica, Isabel ha contribuido significativamente a la creación de herramientas y directrices que facilitan el intercambio y reutilización de datos. Su enfoque interdisciplinario y su compromiso con el bienestar comunitario la posicionan como una líder en su campo, impulsando la toma de decisiones informadas y el desarrollo de políticas efectivas.

Una búsqueda de «Isabel Manzano» no arroja ningún resultado relevante en el área sociosanitaria. Y la imagen, según revela una búsqueda inversa, solo aparece en este sitio web y en otro sobre el mundo de la madera (Maderia.es). La estética similar de ambos sitios sugiere que podrían formar parte de una granja de contenido. El registro *Whois*¹ confirma que, en efecto, ambos dominios tienen el mismo propietario.



En *Maderia.es*, la misma foto de perfil se atribuye a una tal Inés Acosta, cuya supuesta biografía es igualmente vaga y grandilocuente.



Por su aspecto, la foto podría ser falsa, probablemente generada por una herramienta de IA como *ThisPersonDoesNotExist.com*.

¹ El registro *Whois* es una base de datos pública que proporciona información sobre la propiedad y el registro de un nombre de dominio. Permite conocer quién es el propietario del dominio, cuándo se registró y cuándo expira, entre otros datos. Se puede acceder a esta información a través de sitios web específicos de búsqueda de *Whois*.

La sección «Quiénes somos» de *Ciencia y Salud* menciona un «equipo de profesionales», pero solo nombra a la tal Manzano, sin especificar ninguna afiliación institucional, lo que resulta preocupante en un área como la sociosanitaria.

Nuestro equipo está compuesto por profesionales altamente cualificados y comprometidos con la excelencia en la investigación y la difusión del conocimiento. Entre ellos, Isabel Manzano, una destacada especialista en información social y sociosanitaria, quien ha jugado un papel fundamental en la creación de herramientas y directrices que promueven el intercambio de datos y la evaluación científica.

La misma sección de *Maderia.es*, como es de esperar, presenta los mismos rasgos.

Dado que la experiencia no es verificable, la autoría real del contenido es desconocida. Esta falta de transparencia, sumada a la presencia destacada de publicidad, apunta a que el principal objetivo del sitio web no proporcionar información fiable, sino solo generar ingresos publicitarios. Su credibilidad, por tanto, es seriamente cuestionable.

2.2. Reputación y reconocimiento del sitio web

Este criterio evalúa la visibilidad, el prestigio y la confiabilidad del sitio web que aloja la información. Mientras que la autoridad se centra en el autor individual, la reputación se refiere al sitio web en su conjunto. Un sitio web con una sólida reputación suele ser un indicador de la calidad y la fiabilidad de la información que publica.

Para evaluar la reputación y reconocimiento de un sitio web, observa los aspectos siguientes:

- **Autoridad del dominio.** Observa la extensión del dominio del sitio web (.edu, .gov, .org, .com, etc.). Si bien la extensión no es un indicador definitivo de credibilidad, puede proporcionar pistas sobre la naturaleza de la institución u organización que administra el sitio. Dominios .edu (educativos) y .gov (gubernamentales) suelen estar asociados a instituciones con mayor control de calidad, mientras que los dominios .com (comerciales) pueden tener objetivos principalmente lucrativos que influyen en el contenido publicado.
- **Indicadores cualitativos.** Investiga la presencia y la calidad de los siguientes elementos:
 - **Afiliación institucional.** ¿El sitio web está vinculado a una institución académica, un organismo gubernamental, una organización sin ánimo de lucro u otra entidad reconocida?
 - **Reconocimientos y premios.** ¿Ha recibido el sitio web o la institución premios o reconocimientos relevantes en su campo o sector?
 - **Presencia en medios y eventos.** ¿Es el sitio web citado como fuente de información en medios de comunicación de prestigio? ¿Participa en congresos, conferencias o eventos relevantes del sector?

- **Citaciones en literatura científica y académica.** ¿Se utiliza la información del sitio web como referencia en publicaciones académicas, investigaciones o trabajos científicos? Esto indica que la información es considerada confiable por la comunidad académica.
- **Indicadores cuantitativos.** Además de los indicadores cualitativos, existen métricas cuantitativas que ayudan a evaluar la autoridad de un dominio web. Herramientas de SEO como *ahrefs* y *SEMrush* proporcionan puntuaciones numéricas basadas en factores como la cantidad y calidad de enlaces que apuntan al sitio web. Si bien estas métricas no deben ser el único criterio de evaluación, ofrecen una perspectiva adicional sobre la visibilidad y la influencia del sitio web en el entorno digital.
- **Sellos de calidad y certificaciones.** Busca sellos de calidad otorgados por organismos certificadores o asociaciones profesionales. Estos sellos indican que el sitio web cumple con ciertos estándares de calidad, seguridad o ética.
- **Transparencia y datos de contacto.** Este aspecto es esencial para evaluar la confiabilidad de un sitio web. Un sitio web transparente proporciona información clara sobre:
 - **Propósito y misión.** ¿Cuál es el objetivo del sitio web? ¿Qué tipo de información ofrece y a quién va dirigida?
 - **Equipo editorial.** ¿Quiénes son las personas responsables del contenido del sitio web? ¿Cuáles son sus cualificaciones y experiencia?
 - **Información de contacto.** ¿Se proporciona información de contacto, como correo electrónico, dirección física o número de teléfono? Esto permite a los usuarios contactar con la organización o institución responsable del sitio web para realizar preguntas, verificar información o reportar errores.
 - **Financiación.** ¿Se declara abiertamente la fuente de financiación del sitio web? La transparencia en la financiación ayuda a identificar posibles conflictos de intereses que podrían influir en el contenido publicado.
- **Diseño y usabilidad.** Si bien no es un indicador directo de credibilidad, un diseño web profesional, una navegación intuitiva y una buena organización del contenido suelen reflejar una mayor atención a la calidad en general.

La evaluación de la reputación y reconocimiento de un sitio web requiere una investigación cuidadosa y la consideración de numerosos factores. Mediante estos criterios, se puede obtener una visión más completa de la confiabilidad de la información que publica el sitio.

Ejemplo

Un sitio web con el dominio .edu perteneciente a una universidad reconocida, que publica investigaciones revisadas por pares², que ha recibido premios por la calidad de su contenido y que es citado frecuentemente en la literatura científica, tendrá una mayor reputación y credibilidad que un blog personal con un dominio .com que no proporciona información sobre el autor ni sobre sus fuentes.

2.3. Actualidad y vigencia de la información

En el contexto digital, donde la información se genera y se propaga a una velocidad vertiginosa, la actualidad es un factor crítico para determinar la fiabilidad de una fuente. La información, especialmente en campos como la ciencia, la tecnología o la medicina, puede quedar obsoleta rápidamente. Por lo tanto, es esencial evaluar si la información es lo bastante actual y relevante para el propósito de la investigación.

Para evaluar la actualidad y vigencia de la información, revisa los elementos siguientes:

- **Fecha de publicación y última actualización.** Busca la fecha original de publicación y, si está disponible, la fecha de la última actualización del contenido. Esta información suele encontrarse al principio o al final del artículo, o en el pie de página del sitio web. En temas dinámicos, la información reciente es crucial. En otros campos, como la historia o la literatura, la fecha de publicación puede ser menos relevante.
- **Marcas temporales explícitas.** Presta atención a las marcas temporales dentro del texto que indiquen cuándo se produjeron ciertos eventos o se obtuvieron ciertos datos. Esto permite contextualizar la información y evaluar su vigencia en relación con los acontecimientos o descubrimientos más recientes.
- **Enlaces actualizados.** Verifica que los enlaces dentro del texto funcionen correctamente y dirijan a información actualizada y relevante. Los enlaces rotos o que conducen a páginas obsoletas son un indicio de falta de mantenimiento y pueden restar credibilidad al sitio web.
- **Actualizaciones periódicas.** Observa si el sitio web o la publicación se actualiza con regularidad. La presencia de secciones de «Noticias», «Blog», «Últimas publicaciones» o un historial de versiones del documento sugiere un compromiso con la actualización del contenido y un esfuerzo por mantener la información vigente.
- **Frecuencia de actualización en función del tema.** La frecuencia de actualización esperada varía según el tema. En áreas de rápido desarrollo, como la tecnología o la medicina, se espera una mayor frecuencia de actualización que en temas más estables. Considera la naturaleza del tema al evaluar la actualidad de la información.

² Sistema de evaluación de la calidad de una publicación académica en el que expertos en el mismo campo revisan el trabajo antes de su publicación.

La evaluación de la actualidad no consiste solo en buscar la fecha más reciente, sino de comprender el contexto del tema y determinar si la información es lo bastante vigente para el propósito de la investigación.

Ejemplo

Si estás investigando sobre un nuevo tratamiento médico, un artículo publicado hace cinco años podría estar desactualizado a causa de nuevos descubrimientos o investigaciones. En cambio, si buscas información sobre la historia de la filosofía, un libro publicado hace décadas podría seguir siendo una fuente confiable. En el primer caso, sería crucial buscar información más reciente, mientras que, en el segundo, la fecha de publicación tendría menos peso en la evaluación de la actualidad.

2.4. Objetividad y propósito

Este criterio examina la imparcialidad del contenido y la transparencia de las intenciones que subyacen a la información. Una fuente objetiva presenta la información de manera neutral, evitando sesgos y distorsiones. Comprender el propósito de la fuente, ya sea informar, persuadir, vender o entretener, es fundamental para evaluar la confiabilidad de la información.

Para evaluar la objetividad y el propósito de una fuente, ten en cuenta lo siguiente:

- **Ausencia de sesgos.** Analiza el lenguaje utilizado en el texto. ¿Es neutral y objetivo, o presenta sesgos ideológicos, políticos, económicos o personales? La presencia de lenguaje emotivo, adjetivos calificativos, estereotipos, generalizaciones sin fundamento o ataques *ad hominem*⁵ puede indicar falta de objetividad.
- **Propósito declarado.** ¿Cuál es el objetivo explícito del sitio web o del contenido? ¿Informar, educar, persuadir, vender o entretener? La declaración de la misión del sitio web o la introducción del artículo pueden proporcionar información sobre el propósito. Comprender el propósito es clave para evaluar la credibilidad, ya que influye directamente en cómo se selecciona, se interpreta y se presenta la información. Un sitio web comercial que promociona un producto tendrá un propósito diferente al de un sitio web educativo de una universidad.
- **Transparencia en la financiación.** ¿Se declara abiertamente la fuente de financiación del sitio web o del contenido? Conocer quién financia la información permite evaluar posibles conflictos de intereses o influencias que podrían afectar la objetividad. Un estudio científico financiado por una empresa con intereses en los resultados de la investigación podría presentar un sesgo a favor de esos intereses.
- **Perspectivas alternativas.** ¿Se presentan diferentes perspectivas sobre el tema, o se ofrece una visión única y sesgada? Una fuente objetiva considera diferentes

⁵ Argumento que ataca a la persona que hace una afirmación, en lugar de refutar la afirmación en sí. Se considera una falacia lógica.

puntos de vista y presenta la información de manera equilibrada, incluso si el autor defiende una postura particular.

- **Comparación con otras fuentes.** Consulta otras fuentes de información sobre el mismo tema para comparar la información y detectar posibles sesgos o discrepancias. Si la información de una fuente difiere significativamente de la de otras fuentes confiables, es necesario investigar más a fondo la razón de esa discrepancia.

La evaluación de la objetividad y el propósito requiere un análisis cuidadoso del lenguaje, el contexto y la intención tras la información. Ser consciente de estos factores permite una interpretación más crítica y una mejor comprensión de la confiabilidad de la fuente.

Ejemplo

Un artículo que presenta solo los beneficios de un producto, sin mencionar sus posibles riesgos o efectos secundarios, carece de objetividad y probablemente tenga un propósito comercial. Por otro lado, un artículo científico que presenta los resultados de una investigación, incluidas sus limitaciones y posibles sesgos, y que cita otras investigaciones relevantes, demuestra mayor objetividad y un propósito principalmente informativo.

Caso real

Google Discover, esa aplicación de curaduría algorítmica que nos recomienda artículos supuestamente interesantes según nuestro historial de navegación, a veces nos conduce a contenido sensacionalista o engañoso.

Imaginemos que nos topamos con un artículo como el siguiente, sobre la «sanación cuántica», con una entrada que habla del «Método SAAMA». Las alarmas de la pseudociencia deberían saltar de inmediato. Pero, ¿cómo es posible que este tipo de contenido aparezca en un medio de gran difusión como *La Vanguardia*? La clave está en el propósito.

The screenshot shows the top navigation bar of the website 'LA VANGUARDIA' with a logo and a 'ÚNETE' button. Below the navigation bar is a breadcrumb trail: 'DIRECTORIO EMPRESAS / HISTORIAS DE ÉXITO / CANAL PRÁCTICO / ACTUALIDAD EMPRESARIAL'. Underneath, it says 'OFRECIDO POR SAAMA'. The main heading of the article is 'TERAPIA ENERGÉTICA' followed by a large quote: '“La sanación cuántica aborda las emociones atrapadas, que son la raíz de casi todos los problemas”'. At the bottom, there is a sub-heading: '• Conversamos con Veturián Arana sobre el Método SAAMA, el pensamiento cuántico y las terapias energéticas para transformar vidas'.

Si nos fijamos, justo antes del titular, en letra pequeña, se lee «Ofrecido por SAAMA». Dado que SAAMA es la empresa que protagoniza esta pieza (difícilmente un «artículo»), estamos ante contenido de marca (*branded content*), esto es, contenido publicitario disfrazado aquí de periodismo. Su propósito, entonces, no es informar, sino persuadir y vender, lo que compromete gravemente la objetividad y la credibilidad de la información.

Si profundizamos un poco en la página, encontramos destacados los datos de contacto de la empresa (URL, teléfono, dirección, horario, redes sociales y hasta un enlace a su «ficha completa»), lo que confirma su carácter promocional.

La pieza, además, se enmarca dentro de la sección «Empresas de Vanguardia», que contiene otros artículos similares. Una llamativa llamada a la acción, «Únete», invita a otras empresas a publicitarse en *La Vanguardia*. Al hacer clic, descubrimos la oferta:



The image shows a screenshot of a website form for 'Empresas de Vanguardia'. The header features the logo 'empresas de VANGUARDIA' in a green bar. The main heading is 'Tu historia merece ser publicada' in large, bold, dark blue letters. Below it, a sub-heading asks '¿Quieres que La Vanguardia cuente los éxitos de tu empresa?'. A short paragraph explains the opportunity to publish company stories. To the right is a contact form with the title '¿Eres una PYME? Solicita más información:'. The form includes fields for 'Nombre completo*', 'Empresa', 'Correo electrónico*', and 'Número de teléfono' (with a '+34' prefix). A checkbox at the bottom allows users to consent to data processing, with a link to 'aquí' for more information. A green 'ENVIAR' button is at the bottom of the form.

Queda claro: se trata de publisreportajes, donde cualquier empresa, pagando, puede publicar su «historia». Por tanto, aunque un contenido parezca periodístico, es vital analizar estas pistas para identificar posibles intereses publicitarios ocultos que le resten credibilidad.

2.5. Precisión y verificabilidad

Este criterio se centra en la exactitud de la información presentada y la posibilidad de corroborarla con otras fuentes confiables. En el entorno digital, donde la información

puede ser manipulada o distorsionada con facilidad, la precisión y la verificabilidad son cruciales para determinar la fiabilidad de una fuente.

Para evaluar la precisión y verificabilidad de la información, examina los factores siguientes:

- **Evidencias y fuentes.** ¿La información está respaldada por evidencias sólidas, como datos, estadísticas, estudios científicos, informes oficiales o citas de expertos reconocidos? Una fuente confiable cita sus fuentes y proporciona enlaces o referencias que permiten verificar la información.
- **Metodología.** Si la información se basa en una investigación o estudio, ¿se describe la metodología utilizada de manera clara y transparente? Una metodología rigurosa aumenta la confiabilidad de los resultados.
- **Coherencia interna.** ¿La información es coherente dentro del propio texto y con el conocimiento existente sobre el tema? Las contradicciones o inconsistencias pueden ser un indicio de errores o falta de rigor.
- **Verificación con otras fuentes.** Busca la misma información en otras fuentes confiables, como sitios web de instituciones académicas, organizaciones de renombre, organismos gubernamentales o publicaciones científicas revisadas por pares. Si la información se corrobora en varias fuentes independientes, es más probable que sea correcta.
- **Triangulación de datos⁴.** Utiliza diferentes métodos y fuentes para verificar la información. La triangulación de datos implica buscar la misma información en diferentes tipos de fuentes, como artículos académicos, informes periodísticos y sitios web oficiales, para obtener una visión más completa y precisa.
- **Cuidado con la información no verificable.** Desconfía de la información que no puede ser verificada o que se presenta sin fuentes. Las afirmaciones vagas, las generalizaciones sin fundamento y las opiniones personales sin respaldo no deben considerarse información precisa.

La evaluación de la precisión y verificabilidad requiere un análisis crítico de las evidencias y las fuentes, así como la comparación con otras fuentes de información. Aplicar estos criterios permitirá determinar si la información es confiable y puede ser utilizada con seguridad en una investigación o trabajo académico.

Ejemplo

Si un artículo afirma que cierto suplemento alimenticio cura una enfermedad, busca evidencias científicas que respalden esa afirmación. Si la única fuente de información es el sitio web de la empresa que vende el suplemento, la información es menos

⁴ Método de investigación que usa diferentes fuentes y métodos para verificar la validez de la información.

confiable que si la afirmación está respaldada por estudios científicos publicados en revistas revisadas por pares y corroborada por organismos oficiales de salud.

2.6. Calidad del contenido y enfoque

Este criterio evalúa la profundidad, la claridad, la organización, el rigor intelectual y el enfoque del contenido. Una fuente de información de alta calidad presenta un análisis profundo del tema, utiliza un lenguaje claro y preciso, está bien organizada y se basa en un enfoque riguroso y coherente.

Para evaluar la calidad del contenido y el enfoque, analiza los aspectos siguientes:

- **Profundidad del análisis.** ¿El contenido aborda el tema con suficiente profundidad, exploran diferentes perspectivas y presenta argumentos sólidos y bien fundamentados? Un análisis superficial o simplista puede indicar una falta de rigor intelectual.
- **Claridad y precisión del lenguaje.** ¿El lenguaje utilizado es claro, preciso y accesible para el público objetivo? Evita la jerga técnica innecesaria, las ambigüedades y las generalizaciones vagas. La claridad en la expresión facilita la comprensión y evita malentendidos.
- **Organización y estructura.** ¿La información está organizada de manera lógica y coherente, utilizando encabezados, subtítulos, viñetas y otros elementos que facilitan la lectura y la comprensión? Una buena estructura facilita la navegación por el contenido y la búsqueda de información específica.
- **Rigor intelectual y enfoque.** ¿El contenido demuestra un enfoque riguroso y coherente, evitando las falacias lógicas⁵, las distorsiones de la información y las conclusiones infundadas? Un enfoque riguroso se basa en evidencias, utiliza un razonamiento lógico y evita las generalizaciones apresuradas.
- **Originalidad y valor añadido.** ¿El contenido aporta información nueva, una perspectiva original o un análisis innovador sobre el tema? O, por el contrario, ¿se limita a repetir información ya disponible en otras fuentes?
- **Ajuste al público objetivo.** ¿El contenido está adaptado al nivel de conocimiento y a las necesidades del público objetivo? Un texto dirigido a especialistas utilizará un lenguaje y un enfoque diferente al de un texto dirigido a un público general.

La evaluación de la calidad del contenido y el enfoque requiere un análisis crítico del texto, considerando tanto la forma como el fondo. Una fuente de información de alta calidad presenta un contenido riguroso, claro, bien organizado y adaptado al público objetivo.

⁵ Tipos de razonamiento erróneo que parecen válidos, pero que contienen un error en su estructura que los invalida.

Ejemplo

Una entrada de blog que presenta una opinión personal sobre un tema sin aportar evidencias ni argumentos sólidos tendrá una menor calidad que un artículo académico revisado por pares que presenta una investigación original con una metodología rigurosa y un análisis profundo de los resultados. De igual forma, un texto con una estructura confusa, un lenguaje ambiguo y lleno de jerga técnica será de menor calidad que un texto bien organizado, con un lenguaje claro y preciso, adaptado al público objetivo.

2.7. Relevancia y cobertura temática

Este criterio evalúa la pertinencia del contenido para la necesidad de información específica del usuario y la amplitud con la que se aborda el tema. Una fuente de información relevante proporciona la información necesaria para responder a la pregunta de investigación o satisfacer la necesidad de información del usuario. La cobertura temática se refiere a la amplitud y la profundidad con la que se trata el tema.

Para evaluar la relevancia y cobertura temática, considera los siguientes aspectos:

- **Alineación con la necesidad de información.** ¿El contenido responde a la pregunta de investigación o satisface la necesidad de información del usuario? Para comprobarlo, define tu necesidad de información utilizando las preguntas clave que suelen ser la esencia de una noticia: ¿quién? ¿qué? ¿cuándo? ¿dónde? ¿por qué? ¿cómo? Así podrás evaluar si la fuente la aborda adecuadamente cada uno de estos aspectos.
- **Alcance y profundidad de la cobertura.** ¿El contenido cubre todos los aspectos relevantes del tema o se centra solo en algunos aspectos específicos? ¿La profundidad del análisis es adecuada para el propósito de la investigación?
- **Actualidad de la información en relación con el tema.** ¿La información presentada es lo suficientemente actual para ser relevante en el contexto del tema investigado? En temas dinámicos, la información obsoleta puede ser irrelevante.
- **Público objetivo.** ¿El contenido está dirigido al público objetivo adecuado? La relevancia de la información puede variar según el nivel de conocimiento y las necesidades del usuario.
- **Contexto y perspectiva.** ¿El contenido proporciona el contexto necesario para comprender la información? ¿Se presentan diferentes perspectivas sobre el tema?
- **Exhaustividad y omisión de información.** ¿El contenido omite información relevante o presenta una visión sesgada o incompleta del tema? La omisión de información clave puede afectar la comprensión y la interpretación de los datos.

La evaluación de la relevancia y la cobertura temática requiere una comprensión clara de la necesidad de información y un análisis crítico del contenido para determinar si la fuente aborda el tema de manera adecuada y completa.

Ejemplo

Si estás investigando sobre los efectos del cambio climático en la agricultura, un artículo que solo se centra en los efectos en un país específico tendrá una menor relevancia y cobertura temática que un estudio global que analiza los efectos en diferentes regiones y tipos de cultivos. Igualmente, un artículo que solo menciona los efectos negativos, sin considerar las posibles estrategias de adaptación, ofrecerá una cobertura incompleta del tema.

2.8. Representación visual de datos

Este criterio evalúa la precisión, la claridad y la objetividad de la información presentada visualmente, especialmente mediante gráficos, tablas y otras visualizaciones. Aunque estas representaciones son muy eficaces para comunicar información compleja —de hecho, asimilamos la información más rápido en diagramas que en texto (Larkin y Simon, 1987)—, también pueden manipular o distorsionar los datos, ya sea de forma intencionada o no. Tendemos a confiar más en lo visual que en lo escrito, al percibirlo como más objetivo (Burn-Murdoch, 2013), y olvidamos que puede contener errores o ser tendencioso. Incluso la combinación de colores puede impactar notablemente en la credibilidad percibida, a menudo más que la propia autoridad de la fuente (Idris *et al.*, 2011). Por tanto, analizar críticamente estas visualizaciones es fundamental para garantizar su precisión y objetividad.

Para evaluar la representación visual de datos, fíjate en estos aspectos:

- **Precisión de los datos.** ¿Los datos presentados en los gráficos y tablas son precisos y coherentes con la información del texto? Verifica si las cifras, las etiquetas y las escalas son correctas y no inducen a error.
- **Claridad y legibilidad.** ¿Los gráficos y tablas son fáciles de entender e interpretar? Un buen diseño visual utiliza etiquetas claras, colores apropiados, una tipografía legible y una organización que facilita la comprensión de los datos.
- **Escala y ejes.** ¿Las escalas de los ejes son apropiadas y no distorsionan la representación de los datos? Manipular las escalas puede exagerar o minimizar las diferencias entre los datos, creando una impresión engañosa. Presta atención a la escala utilizada y verifica si es lineal o logarítmica, ya que esto puede afectar la interpretación de los datos.
- **Contexto y fuente de los datos.** ¿Se proporciona el contexto necesario para comprender los datos presentados? ¿Se cita la fuente original de los datos? Conocer la fuente de los datos permite evaluar su credibilidad y verificar su precisión.
- **Objetividad en la representación.** ¿La representación visual de los datos es objetiva y evita sesgos o manipulaciones? Desconfía de gráficos o tablas que parecen diseñados para destacar un punto de vista particular o para inducir a una conclusión específica. Busca representaciones equilibradas que muestren todos los datos relevantes.

- **Uso adecuado del tipo de gráfico.** ¿Se ha elegido el tipo de gráfico más adecuado para representar los datos? Diferentes tipos de gráficos son apropiados para diferentes tipos de datos. Un gráfico de barras puede ser adecuado para comparar cantidades, mientras que un gráfico de líneas puede ser mejor para mostrar tendencias a lo largo del tiempo.

Ejemplo

Un gráfico que muestra un aumento drástico en las ventas podría ser engañoso si la escala del eje vertical está manipulada para exagerar la diferencia. Un gráfico que omite datos clave o que utiliza colores y etiquetas confusas puede dificultar la comprensión de la información. Un gráfico bien diseñado, con una escala adecuada, etiquetas claras y una fuente de datos confiable, facilitará la interpretación precisa de la información.

Caso real



Ejemplo de manipulación visual de datos: el gráfico presenta una desproporción evidente y provoca que la diferencia entre los resultados parezca mayor de lo que realmente es.

La evaluación crítica de la representación visual de datos es fundamental para evitar malinterpretaciones y asegurar la objetividad en la comprensión de la información.

2.9. Diseño, usabilidad y accesibilidad del sitio web

Este criterio evalúa la facilidad de navegación, la claridad visual, la organización del contenido y la accesibilidad del sitio web para diferentes usuarios. Si bien el diseño y la usabilidad no son indicadores directos de la credibilidad de la información, un sitio web bien diseñado y fácil de usar facilita el acceso a la información, mejora la experiencia del usuario y puede reflejar una mayor atención a la calidad en general.

Para evaluar el diseño, la usabilidad y la accesibilidad de un sitio web, juzga los aspectos siguientes:

- **Navegación intuitiva.** ¿Es fácil navegar por el sitio web y encontrar la información deseada? Un menú claro, una estructura lógica y un buscador eficiente facilitan la navegación.
- **Claridad visual y organización del contenido.** ¿El diseño visual es atractivo y facilita la lectura? ¿La información está organizada de manera clara y concisa, utilizando encabezados, subtítulos, viñetas y otros elementos que mejoran la legibilidad? Un diseño limpio y una buena organización del contenido facilitan la comprensión y la retención de la información.
- **Funcionalidad y rendimiento.** ¿El sitio web carga rápidamente y funciona correctamente en diferentes dispositivos y navegadores? Un sitio web lento o con errores técnicos puede dificultar el acceso a la información, lo que puede afectar la credibilidad del sitio.
- **Accesibilidad.** ¿El sitio web es accesible para personas con discapacidades, como problemas de visión, audición o movilidad? Un sitio web accesible cumple con las *Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG)*⁶ y utiliza características como texto alternativo para imágenes, subtítulos para vídeos y un diseño adaptable a diferentes dispositivos.
- **Adaptabilidad a dispositivos móviles (diseño reactivo).** ¿El sitio web se adapta correctamente a diferentes tamaños de pantalla, como teléfonos móviles y tabletas? La adaptabilidad a dispositivos móviles es esencial para asegurar el acceso a la información desde cualquier dispositivo.
- **Experiencia de usuario (UX).** ¿La experiencia general del usuario en el sitio web es positiva? ¿Es fácil encontrar la información, navegar por el sitio y realizar las tareas deseadas?

La evaluación del diseño, la usabilidad y la accesibilidad del sitio web contribuye a una valoración más completa de la calidad y la confiabilidad de la información. Un sitio web bien diseñado y fácil de usar facilita el acceso a la información y mejora la experiencia del usuario, lo que a su vez puede aumentar la confianza en la fuente.

Ejemplo

Un sitio web con una estructura confusa, un diseño visual desordenado, una navegación complicada y tiempos de carga lentos tendrá una menor usabilidad que un sitio web con un diseño limpio, una navegación intuitiva, una buena organización del contenido y un rendimiento óptimo. Un sitio web accesible que proporciona subtítulos para

⁶ Conjunto de recomendaciones desarrolladas por el World Wide Web Consortium (W3C) para hacer que los contenidos web sean más accesibles para personas con discapacidades.

vídeos y texto alternativo para imágenes demuestra una mayor preocupación por la inclusión y la accesibilidad para todos los usuarios.

3. La importancia de la evaluación crítica de la información

En la era digital, con el constante flujo de información a través de numerosos canales, la capacidad de evaluar críticamente las fuentes de información se ha convertido en una habilidad esencial. La abundancia de información no es sinónima de veracidad o calidad, y la responsabilidad de discernir entre la información confiable y la desinformación recae en nosotros como usuarios.

Los criterios presentados en este documento ofrecen una guía completa para evaluar la credibilidad de la información en Internet. Desde la autoridad del autor y la reputación del sitio web, hasta la precisión de los datos, la calidad del contenido y la forma en que se presenta, cada criterio contribuye a un análisis exhaustivo de la fiabilidad de una fuente.

Aplicar estos criterios rigurosamente capacita a los estudiantes universitarios, y a cualquiera que navegue por Internet, para desenvolverse en el complejo mundo de la información digital de forma crítica e informada. Desarrollar estas habilidades de evaluación no solo es clave para el éxito académico, sino también para una ciudadanía responsable y la toma de decisiones informadas en todos los aspectos de la vida. La información es poder, pero solo cuando sabemos cómo evaluarla y utilizarla con buen criterio y de forma responsable.

Referencias

Burn-Murdoch, John (2013). Why you should never trust a data visualisation. *The Guardian*. <https://theguardian.com/news/datablog/2013/jul/24/why-you-should-never-trust-a-data-visualisation>

Franganillo, Jorge (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *Methaodos: revista de ciencias sociales*, 11(2). <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>

Idris, Nurul Hawani; Jackson, Mike J.; Abrahart, Robert J. (2011). Map mash-ups: what looks good must be good? *GISRUK 2011 Conference*. https://eprints.utm.my/12576/1/NurulHawaniIdris_GISRUK.pdf

Larkin, Jill H.; Simon, Herbert A. (1987). Why a diagram is (sometimes) worth ten thousand words. *Cognitive Science*, 11(1), 65–100. <https://doi.org/10.1111/j.1551-6708.1987.tb00863.x>

Meriam Library, California State University, Chico (2004). *Evaluating information: applying the CRAAP test*. https://guides.lib.uchicago.edu/ld.php?content_id=77584250

Newsguard (2025). *Tracking AI-enabled misinformation: 1,254 «unreliable AI-generated news' websites (and counting), plus the top false narratives generated by artificial intelligence tools*. <https://newsguardtech.com/special-reports/ai-tracking-center>

Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: the next social revolution*. Perseus.

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: the power of organizing without organizations*. Penguin Press.

Stanford History Education Group (2016). *Evaluating information: the cornerstone of civic online reasoning*. <https://purl.stanford.edu/fv751yt5934>

Weinberger, D. (2007). *Everything is miscellaneous: the power of the new digital Disorder*. Times Books

Wineburg, S.; McGrew, S. (2017). *Lateral reading: reading less and learning more when evaluating digital information*. Stanford History Education Group. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3048994>