

# Fact-checking 101:

How to be a smarter news consumer on the internet



## On websites

### Check the date and section

Stories have an expiration date, but the internet is forever. News stories are a snapshot of information available at a given time. If the story is old, search the topic in Google under the News tab to find up-to-date information.

Some organizations have dedicated editorial and opinion sections, which means those stories are designed to argue from a specific point of view. Reputable news organizations will identify that, but the heading might not be immediately apparent.

### Potential expert bias

Experts are speaking as individuals on a particular topic. Often, they are talking about something they've dedicated a bunch of time and resources to better understanding. Even without malice or intention, their perspectives are formed by that study. Look up the institutions they research under and see if there's any bent to the publications they've written in.

What are the potential biases and perspectives from the experts? What are their credentials? What is their expertise? Are they speaking outside of their expertise?

What have they written about or said in other news stories? An expert is offering their individual perspective on a topic.

### Hyperlinked sources

A lot of news organizations will use hyperlinks in their stories to promote prior reporting and to help provide context for the story. But journalists may also link to reports, stories and other information that informed their reporting.

A lot of official-sounding organizations (examples: the Heritage Foundation or the Center for American Progress) may have a particular perspective on issues. That doesn't mean that their input is useless, but it is a bias to keep in mind when considering the information they are providing.

### The Sniff Test™

Does the headline seem outlandish or sensational?

Headlines are a promise to the reader about what the story has in it, often leading with the most important, relevant or timely information. Clickbait is a headline that doesn't live up to that promise or makes unverifiable, outlandish claims to get someone to click on them.

Check with other sources and verify the information. Search keywords from the headline with multiple news organizations. If the information is from a government agency or organization, you will often have the same access to news releases that members of the press have.

See if the organization has a particular agenda or leaning by going to their About page. Or, if it presents itself as a news site, try to find its submissions guidelines. They will often infer or straight up say what perspective they want stories from.

Don't forget to consider your own bias! Most issues and people are more complicated than good or bad. New information – especially information that challenges your beliefs or ideas – doesn't mean it's intentionally misleading.

### Double-check the URL

Are you on the website that you expected to be on? During the 2016 elections, several "news" websites cropped up allegeding to be CNN or the New York Times. CNN has several subdomains (edition.cnn.com as an example) but the URL ends in .com. Sites impersonating the national organization ended in .news. The New York Times had a similar issue crop up – its website is nytimes.com. Several imposters used nyt.news or ny.times.

## On social media

In just the last decade, the landscape of social media has changed drastically.

**Sensational takes on real information garner more comments, views and shares than accurate reporting.** But people's ability to develop platforms to tell their own stories, especially from historically ignored groups has also grown. You can use the same fact-checking tools that journalists do to verify information on social media.

It is rarely true that "no one is reporting" on stories that show up on social media. In reality, local and regional news organizations are often the sources for those kinds of posts and videos. Seek out those stories, while still identifying potential bias in the reporting that is being done.

Consider the source of the information. Does the person or organization posting this information have anything to gain from outrage or support from the post? That doesn't necessarily mean that they are misrepresenting information, but it is something to be mindful of when considering their perspective.

Is the information outlandish or sensational? See if there are any news organizations reporting on it and verify with multiple sources the key information. Go to the source's bio or about and see if there is any obvious bias on display.

Verification on social media platforms does not guarantee that the information being shared is factual. Often, it only means that the account built a large following or paid for verification.

### Additional resources

#### "Web Literacy For Student Fact Checkers"

By Michael A. Caulfield, free to access  
[pressbooks.pub/webliteracy/chapter/chapter-1/](https://pressbooks.pub/webliteracy/chapter/chapter-1/)

#### Benedictine University Library

Guides on identifying fake news, choosing news outlets and fact-checking  
[researchguides.ben.edu/c.php?g=608230&p=4219925](https://researchguides.ben.edu/c.php?g=608230&p=4219925)

# Verificación de hechos 101:

Cómo ser un consumidor más inteligente de noticias en Internet



## En páginas web

### Verifique la fecha y la sección

Las historias tienen fecha de caducidad, pero el Internet es eterno. Las noticias son una muestra de la información disponible en un momento dado. Si la noticia es antigua, busque el tema en Google en la pestaña Noticias para encontrar información actualizada.

Algunas organizaciones tienen secciones editoriales y de opinión dedicadas, lo que significa que esas historias están diseñadas para argumentar desde un punto de vista específico. Las organizaciones de noticias con reputación identificarán eso, pero el factor de diseño podría no ser evidente de inmediato.

### Posible sesgo de los expertos

Los expertos hablan como individuos sobre un tema concreto. A menudo, hablan de algo a lo que han dedicado mucho tiempo y recursos para comprender mejor. Incluso sin malicia ni intención, sus perspectivas están moldeadas por ese estudio. Busque las instituciones con las que investigan y vea si hay alguna propensión en las publicaciones en las que han escrito.

¿Cuáles son los posibles sesgos y perspectivas de los expertos? ¿Cuáles son sus creencias? ¿Cuál es su experiencia? ¿Hablan desde fuera de su especialidad?

¿Qué han escrito o dicho en otras noticias? Un experto ofrece su perspectiva individual sobre un tema.

### Fuentes con hipervínculos

Muchas organizaciones de noticias utilizan hipervínculos en sus noticias para promocionar reportajes anteriores y ayudar a contextualizar la noticia. Pero los periodistas también pueden enlazar a informes, historias y otra información que sirvió de base a su reportaje.

Muchas organizaciones oficiales (por ejemplo, la Heritage Foundation o el Centro para el Progreso Americano) pueden tener un punto de vista particular sobre determinados temas. Eso no significa que su aporte sea inútil, pero es un sesgo a tener en cuenta a la hora de considerar la información que ofrecen.

### La prueba del olfato™

¿El titular parece extravagante o sensacionalista?

Los titulares son una declaración al lector sobre el contenido de la noticia, a menudo encabezada por la información más importante, relevante u oportuna. El "clickbait" (Carnada para captar clics) es un titular que no cumple esa promesa o que hace afirmaciones extravagantes e inverificables para conseguir que alguien haga clic en él.

Consulte otras fuentes y verifique la información. Busque las palabras clave del titular en varias organizaciones de noticias. Si la información procede de una agencia u organización gubernamental, a menudo tendrá el mismo acceso a los comunicados de prensa que los miembros de la prensa.

Compruebe si la organización tiene una agenda o una inclinación particular visitando en su página "Sobre nosotros". O, si se presenta como un sitio de noticias, intente encontrar sus normas de publicación. A menudo inferirán o dirán directamente desde qué perspectiva desean las historias.

No olvide tener en cuenta sus propios prejuicios. La mayoría de los temas y personas son más complicados que solo buenos o malos. Esto no significa que la información nueva sea intencionadamente engañosa, en particular la que cuestione sus creencias o ideas.

### Verifique dos veces la URL

¿Está en el sitio web en el que debería estar? Durante las elecciones de 2016, aparecieron varios sitios web de "noticias" que decían ser la CNN o el New York Times. La CNN tiene varios subdominios (edition.cnn.com, por ejemplo), pero la URL termina en .com. Los sitios que se hacían pasar por la organización nacional terminaban en .news. El New York Times tuvo un problema similar: su sitio web es nytimes.com. Varios impostores utilizaron nyt.news o ny.times.

## Redes sociales

En tan solo la última década, el panorama de las redes sociales ha cambiado drásticamente. [Los reportajes sensacionalistas sobre información real generan más comentarios, visualizaciones y se comparten más que la información veraz.](#) Pero también ha crecido la capacidad de las personas de desarrollar plataformas para contar sus propias historias, especialmente de los grupos históricamente ignorados. Para verificar la información en las redes sociales se pueden utilizar las mismas herramientas de comprobación de hechos que utilizan los periodistas.

Raramente es cierto que "nadie informe" sobre las noticias que aparecen en las redes sociales. En realidad, las organizaciones de noticias locales y regionales son a menudo las fuentes de ese tipo de publicaciones y vídeos. Busque esas historias, sin dejar de identificar posibles sesgos en los reportajes que se realizan.

Considere la fuente de la información. ¿La persona u organización que publica esta información tiene algo que ganar con la indignación o el apoyo de la publicación? Eso no significa necesariamente que estén tergiversando la información, pero es algo que hay que tener en cuenta al considerar su perspectiva.

¿La información es extravagante o sensacionalista? Averigüe si hay algún medio de comunicación que hable del tema y verifique la información clave con varias fuentes. Vaya a la biografía de la fuente y compruebe si hay algún sesgo evidente.

La verificación en las redes sociales no garantiza que la información que se comparte sea veraz. A menudo, solo significa que la cuenta tiene muchos seguidores o que se ha pagado por la verificación.

## Recursos adicionales

### "Web Literacy For Student Fact Checkers"

By Michael A. Caulfield, solo en inglés  
[pressbooks.pub/webliteracy/chapter/chapter-1/](http://pressbooks.pub/webliteracy/chapter/chapter-1/)

### Univision Noticias: el Detector

El primer sitio de chequeo de datos en español en EEUU  
[univision.com/especiales/noticias/detector/](http://univision.com/especiales/noticias/detector/)