

Decálogo para la evaluación crítica de las fuentes de información



Identifica sesgos y conflictos de interés.

Analiza si los autores o patrocinadores tienen intereses económicos o personales que puedan influir en los resultados, como estudios sobre salud financiados por empresas con intereses comerciales directos.

Considera la seguridad técnica (HTTPS), la terminación del dominio (priorizando .edu o .gov) y el mantenimiento del sitio, vigilando que no existan enlaces rotos o diseños obsoletos.



Evalúa la calidad del ecosistema digital.



Verifica la vigencia temporal y actualidad de la fuente.

Revisa las fechas de publicación y actualización; en disciplinas de avance rápido como la medicina o tecnología, prioriza fuentes que no superen los 3 a 5 años de antigüedad.



Determina la pertinencia académica (relevancia).

Evalúa si el contenido responde a tu pregunta de investigación y si su nivel de profundidad es adecuado para el ámbito universitario, evitando fuentes generalistas o excesivamente elementales.



Aplica la lectura lateral y el contraste de fuentes.

No te limites a la fuente original; abre nuevas pestañas para investigar la reputación del sitio web y comparar la información con contenidos informativos de otras fuentes fiables.



Examina el rigor metodológico y la transparencia.

Revisa que se describan claramente los protocolos de investigación y que los datos estén disponibles (ciencia abierta) para permitir que otros investigadores puedan replicar el estudio.



Valida la existencia de revisión por pares (Peer Review).

Asegúrate de que el documento haya pasado por un proceso de "peer review", donde expertos independientes validan la calidad y originalidad de los resultados antes de su publicación.



Corroborar la exactitud y veracidad de los datos.

Confirma que la información esté respaldada por evidencias comprobables y bibliografía citada; detecta señales de alerta como errores ortográficos o falta de revisión editorial.



Descifra el propósito e intención de la fuente.

Identifica si el objetivo es educar, informar, vender o persuadir, analizando si existe una agenda oculta comercial, política o ideológica tras el contenido.

