



Guía (bilingüe) para periodistas que cubren comunidades latinas en los Estados Unidos

Herramientas, ejemplos y recomendaciones ([in English here](#))

Por: Tamoia Calzadilla, de factchequeado.com

Si tienes alguna pregunta puedes contactarme:

tcalzadilla@factchequeado.com. Siéntete libre de añadir comentarios en el documento.



Índice:

Sobre Tamoa Calzadilla y Factchequeado

Tamoa Calzadilla es una periodista líder de equipos de investigación y de *fact checking*, en Estados Unidos. Inmigrante venezolana con 30 años de experiencia, sirve a las comunidades hispanohablantes desde 2015. Editor in Chief de [Factchequeado](#), una iniciativa colaborativa para combatir la desinformación que afecta a comunidades latinas en Estados Unidos. Publican artículos, audios y videos de *fact checking* y explicadores, mientras construyen una alianza con medios de comunicación y organizaciones en todo el país. [2023-24 Reynolds Journalism Institute Fellow](#). En 2022, Calzadilla fue reconocida en la lista de los 100 Most Creative People in Business de Forbes. Fue directora de elDetector, la plataforma de verificación de datos de Univision Noticias (la primera plataforma de verificación de datos en español creada en los EE. UU.). Formó parte de un equipo finalista del Premio Pulitzer por su trabajo colaborativo en #FinCenfiles (2021) y del equipo de investigación que produjo los Panama Papers (ICIJ, 2016). Recibió una mención especial del Premio María Moors Cabot en 2014, entre otros reconocimientos.

1) Por qué creamos esta guía

- 1.1 ¿Por qué son vulnerables a la desinformación las comunidades latinas?
- 1.2 ¿Cuán familiarizados estamos los periodistas con las herramientas para combatir la desinformación?

2) Mapa de algunas herramientas y tutoriales para periodistas

3) Claves para llegar a las comunidades latinas

- 3.1 Escuchar a la audiencia en WhatsApp y redes sociales
- 3.2 Los formatos que mejor funcionan

4) Términos y datos para tener en cuenta a la hora de cubrir comunidades latinas

- 4.1 ¿Hispano (a), latino (a) o latinx?
- 4.2 Por qué preferimos “comunidades latinas” y no “latinos” o “hispanos”
- 4.3 Focos de desinformación y carencias informativas
- 4.4 Datos que derriban mitos y estereotipos, y cómo usarlos en la cobertura

5) Fuentes confiables para consultar



1) Por qué creamos esta guía

Los periodistas que cubrimos comunidades latinas en los Estados Unidos tenemos el doble reto de informar y luchar contra la desinformación mientras interpretamos y comprendemos la diversidad de problemas que las afectan. A pesar del crecimiento de esa población y del idioma español en los Estados Unidos, actualmente la oferta de medios de comunicación que tiene como audiencia principal a estas comunidades es insuficiente. Así, los latinos son huérfanos de información en su lengua materna. Por eso, en abril de 2022, nace [Factchequeado](#), una iniciativa que combate la desinformación que circula en español y crea una gran alianza de medios para lograrlo.

1.1 ¿Por qué son vulnerables a la desinformación las comunidades latinas?

- El periodismo de calidad en español es un bien muy escaso y los desinformantes sacan ventaja de ello: aprovechan los desiertos informativos para colar contenidos falsos o engañosos que minan las instituciones democráticas o afectan los derechos al voto, a la salud y los derechos de los migrantes, entre otros .
- El idioma actúa como una primera barrera que crea desiertos informativos.
- Los hispanos son (somos) más propensos que otras comunidades a comunicarse (comunicarnos) por WhatsApp y Telegram e incluso utilizar las redes sociales como fuente de información (YouTube, Facebook, Instagram, X, Tik-Tok), lo que produce un riesgo mayor a recibir desinformación por esas vías.

Como periodistas, nuestro objetivo es satisfacer las necesidades de nuestra audiencia con información útil, de calidad, detallada y precisa. Sin embargo, una consulta realizada por **Factchequeado** en 2023 a medios que cubren estas comunidades evidenció que tienen (tenemos) un conocimiento dispar de las herramientas y aplicaciones que hoy existen para detectar y combatir la desinformación que circula. Mientras que las herramientas de Google resultaron las más conocidas, los periodistas mostraron mayor desconocimiento de herramientas para detectar imágenes creadas por inteligencia artificial. Además, manifestaron interés en conocer los términos que deben usarse cuando nos referimos a



comunidades latinas, así como en tener un listado de fuentes expertas y confiables especialistas en esta población.

1.2 ¿Cuán familiarizados estamos los periodistas con las herramientas para combatir la desinformación?

En **Factchequeado** tenemos una [red de 60 \(hasta noviembre de 2023\) aliados de medios de comunicación e instituciones](#) que sirven a comunidades latinas, que replican en sus medios y redes sociales el contenido que producimos. A su vez, nos permiten escuchar qué problemas afectan a las distintas comunidades para las que trabajan. En junio de 2023 les preguntamos qué herramientas y habilidades necesitarían aprender o desarrollar para hacer mejor su trabajo (en [español](#) e [inglés](#)). También pedimos que puntuaran del 1 al 5 una serie de herramientas, donde (1) indicaba escaso conocimiento y (5) indicaba el máximo conocimiento. Contestaron 34 de ellos: 29 en español y 4 en inglés.

Algunos resultados:

- Más del 85% de los consultados conoce bien (4 y 5 puntos) y sabe usar Google Reverse Images, herramienta para comprobar si una imagen ha sido publicada anteriormente, en un contexto distinto al que está siendo usada.
- El 100% consideró muy útil (4 y 5 puntos) para los periodistas conocer esta herramienta.
- Más del 68% (4 y 5 puntos) dijo tener amplio conocimiento de Google Earth para hacer geolocalizaciones.
- Más del 64% conoce TweetDeck (entre 4 y 5 puntos), herramienta que permite hacer búsquedas específicas en Twitter por fechas de publicación y números de publicaciones o seguidores.
- Cuando preguntamos sobre la importancia de aprender a identificar imágenes y videos creados con inteligencia artificial, todos coincidieron en que era muy importante (5 puntos) y sólo dos personas ubicaron en 3 y 4, respectivamente, su nivel de importancia.
- El 100% dijo desconocer herramientas como Hive moderation (1 y 2 puntos) para identificar imágenes creadas con inteligencia artificial.
- Todos calificaron como esencial (entre 4 y 5 puntos) tener una guía sobre cómo detectar desinformación que circula en el discurso público. Lo mismo ocurrió con



las respuestas sobre si es útil tener un manual con fuentes confiables que trabajen y aporten información fidedigna sobre comunidades latinas.

En este contexto, esta guía presenta una serie de tutoriales sobre las mejores herramientas para verificar informaciones y contenidos, y algunas claves para llegar con información de calidad a las comunidades latinas. Además, brinda información de contexto que ayudará a los periodistas a evitar reproducir los principales mitos y estereotipos que circulan sobre ellas, y un listado de fuentes confiables para consultar a la hora de cubrir noticias que afectan a las comunidades latinas.

2) Mapa de algunas herramientas y tutoriales para periodistas (bilingüe)

Esta sección presenta un mapa de cada herramienta que describe cómo se llama, a quién pertenece, si es gratis o requiere suscripción, en qué casos puede usarse, un tutorial paso a paso para utilizarla y ejemplos de cómo la hemos usado en **Factchequeado**. **Cada tutorial tiene una versión en español y en inglés en el mismo documento.**

Para verificar contenido en general

[Google: búsqueda avanzada](#)

Para verificar imágenes: fotos y videos

[Búsqueda inversa de imágenes: Google Lens](#)

[Yandex](#)

[Bing](#)

[InVID](#)

[FotoForensics](#)



Para buscar contenido de archivo y elementos eliminados

[Wayback Machine](#)

[Archive.is](#)

[Perma.cc](#)

En X (ex Twitter)

[Búsqueda avanzada](#)

Inteligencia Artificial (IA)

[Hive moderation](#)

Geolocalización

[Google Earth](#)

Tráfico y tendencias

[Google Trends](#)

[CrowdTangle](#)

Herramientas para verificación del discurso

[Fact Check Explorer](#)

[El Desgrabador](#)

Chatbot WhatsApp

[Factchequeado](#)



3) Claves para llegar a las comunidades latinas

3.1 Escuchar a la audiencia en WhatsApp y redes sociales

Los [datos de Pew Research](#) indican que los hispanos (46%) son mucho más propensos a decir que usan WhatsApp para comunicarse que los negros (23%) o los blancos (16%) en los Estados Unidos. El reporte [Nielsen de 2021](#) detalla que es dos veces más probable que los hispanos de entre 18 y 34 años usen redes de mensajería como WhatsApp y Telegram que el resto de la población, lo que produce un riesgo mayor de recibir desinformación por esas vías.

Con nuestros medios aliados y con el apoyo de una consultora, en [Factchequeado hicimos un estudio que muestra lagunas de vulnerabilidad de las comunidades hispanohablantes a la hora de informarse](#). Destacaron no solo la barrera del idioma, sino el uso del WhatsApp y redes sociales para mantenerse informados.

El uso del WhatsApp para informar y llegar a la audiencia hispana es tan importante como su utilización a la hora de escucharlos, recibir sus inquietudes, sus preguntas y su *feedback*. Resulta clave llegar a las comunidades latinas con contenidos periodísticos pensados para las plataformas que ya suelen utilizar para comunicarse. Así, establecer canales de comunicación como WhatsApp y redes sociales es una buena vía para saber qué buscan, qué les importa, qué tipo de desinformación o rumores circulan y también saber si nuestro mensaje está siendo recibido como queremos.

3.2 Los formatos que mejor funcionan

Usar formatos amables al consumo de redes sociales y medios de mensajería como WhatsApp es esencial para comunicar nuestros contenidos periodísticos a las comunidades latinas. Por eso recomendamos hacer piezas cortas de video, animaciones, audios con gráficos y compartir en diferentes redes. Es decir, es clave hablar el mismo “lenguaje” y estar en las mismas aplicaciones donde circula la desinformación que afecta a nuestra audiencia.



En Factchequeado [sometimos a prueba algunos videos](#) y descubrimos que son efectivos, sobre todo cuando decimos directamente que algo es falso o verdadero. También probamos que la imagen de un periodista que cuenta frente a cámara sus hallazgos causa un efecto positivo y genera confianza en la audiencia.

El formato de video (Instagram Reel y/o TikTok) es, al momento, el más efectivo en términos de alcance e *engagement*. Si bien el tema que aborda el contenido muchas veces es más o igual de importante que el formato en el que se cuenta, las mismas plataformas e influencers exitosos hacen énfasis en la utilización del formato video como el más efectivo y exitoso. Los videos deben ser dinámicos, con movimiento, rápidos e ilustrativos, con subtítulos, dado que muchas veces los usuarios los consumen sin sonido.

Aquí algunos ejemplos de videos:

Reels de alfabetización (media literacy) en Instagram:

- [Cómo darte cuenta que una imagen es falsa](#)
- [Herramientas, datos y fuentes para el conflicto bélico de Israel-Hamas](#)
- [Tips para detectar desinformación](#)
- [Cómo hablar con un familiar que difunde desinformación por WhatsApp](#)

Explicadores:

- [7 claves para entender el caso criminal de Bob Menéndez](#)
- [7 claves del caso criminal contra Trump por el intento de invalidar el resultado de las elecciones de 2020](#)
- [Qué sabemos sobre el aumento de casos de Covid en Estados Unidos](#)

Verificaciones o advertencias de desinformación:

- [Aplicaciones que te pagan por caminar: son un engaño](#)
- [No, este video no muestra cómo empujan a un niño a un lago cuando pasa un caimán: es una broma con una cabeza “fake” de alligator](#)
- [Cuidado con esas cadenas de WhatsApp que te advierten sobre unas fotos que van a hackear tu celular en 10 segundos: son un engaño.](#)
- [Aplicaciones que prometen hacerte ganar dinero a cambio de realizar tareas fáciles: suelen ser estafas](#)



Recientemente, en **Factchequeado** abrimos nuestro [canal de WhatsApp](#) como plataforma de verificación en español y en un mes alcanzamos una audiencia superior que la que hemos sumado en más de un año en Instagram, la red en la que más interactuamos en ese periodo.

4) Términos y datos para tener en cuenta a la hora de cubrir comunidades latinas

4.1 ¿Hispano (a), latino (a) o latinx?

El libro [Reporting on Latino/a/x communities](#) (Routledge, 2022), editado por Teresa Puente y otros autores, explica la necesidad de preparar mejor a los periodistas que atienden a estas audiencias. También revela enormes vacíos en la cobertura noticiosa, una estigmatización de la población hispana y latina que los retrata por lo general como víctimas, en la pobreza o en su mayoría inmigrantes sin documentos. Al mismo tiempo, la publicación advierte que el periodismo no está cubriendo adecuadamente esas carencias: “La ausencia de preparación profesional entendiendo esa complejidad de los cambios sociodemográficos se convierte en el primer reto de las redacciones” (pág 3).

En el texto se explica, además, que “hispanos” se refiere a los que tienen al español como idioma común, mientras que “latinos” se refiere a los que tienen su origen en países de Latinoamérica. En este sentido, por ejemplo, una persona de origen brasileño es latina pero no hispana y alguien de origen español es hispano mas no latino. Además, el término “latinx” nació para buscar inclusión de género en estas comunidades, aunque ha tenido más acogida entre personas liberales y jóvenes.

Según [datos del Pew Research Center](#), existe una tendencia entre estas comunidades a preferir el uso de la identificación “hispanos”, mientras que sólo el 3% dijo usar “latinx”. La discusión sobre ambos términos es dinámica y, como ocurre con la lengua, su uso está en constante evolución.

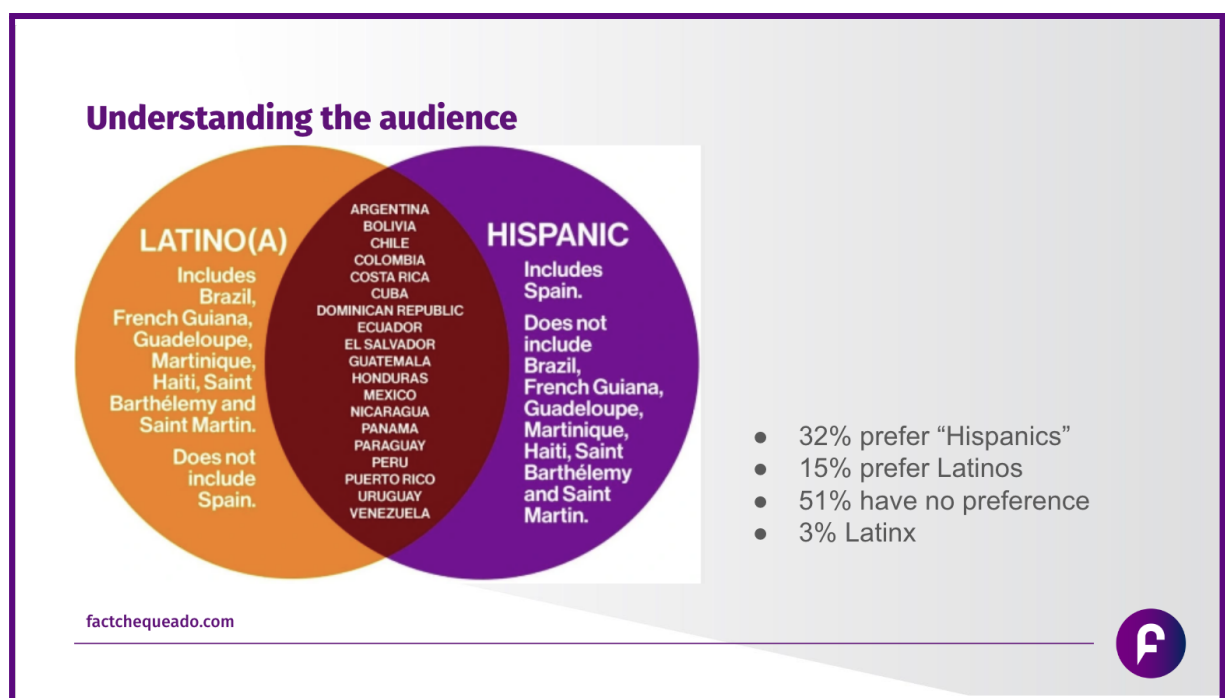
[El Censo de los Estados Unidos](#) usa “hispanos/as” o “latino/as” de forma indistinta para clasificar a estos grupos de personas y calculó, en 2022, que esta población aumentó a 63.6



millones de habitantes, lo cual convierte a las personas de origen hispano en la mayor minoría étnica o racial del país: el 19% de la población total.

Además, según la Oficina del Censo estadounidense, el [español es el idioma más hablado en los Estados Unidos después del inglés, con más de 41 millones de personas](#) que lo hablan habitualmente en su casa. Esto supone casi 12 veces más que el chino, el siguiente idioma en importancia dentro de los Estados Unidos. Así, los [Estados Unidos son el quinto país del mundo donde más personas hablan español, sólo por detrás de países que tienen el español como lengua materna: México, Colombia, Argentina y España](#).

Sin embargo, la avalancha de desinformación que reciben estas comunidades a través de las diversas plataformas por las que se informan en sus teléfonos móviles no se corresponde con la cantidad —y calidad— de los medios para contrarrestarla, como escribió también [The New York Times](#).



4.2 Por qué preferimos “comunidades latinas” y no “latinos” o “hispanos”

Cuando cubrimos comunidades latinas, es importante tener en cuenta que no hablamos de un grupo monolítico: son comunidades diversas, que se comportan distinto y que se ven



afectadas de manera diferente en diversos temas. Por eso, preferimos hablar de “comunidades latinas” y no de “latinos” o “hispanos”.

El lugar de procedencia de estas comunidades, las edades, la condición socioeconómica, el nivel educativo y [el lugar que habitan dentro de los Estados Unidos](#) son datos importantes para comprender qué tipo de información necesitan. Por ejemplo, estas comunidades no tienen las mismas necesidades informativas ni se comportan exactamente igual si viven en el sur de Florida —donde hay mayoría de cubanos—, en el centro de Florida —donde hay mayoría de puertorriqueños, que por nacimiento son ciudadanos estadounidenses—, en la capital —donde hay mayoría de centroamericanos— o en los estados fronterizos con México, donde se ubican la mayoría de las personas de origen latino: los mexicanos. [Pew Research Center actualiza datos demográficos de estos grupos según su país de procedencia](#).

4.3 Focos de desinformación y carencias informativas

Cuando los periodistas tenemos que cubrir una noticia que afecta e interesa de manera particular a las comunidades latinas, no podemos obviar el contexto, ni pensar que todos en la audiencia tienen presente la historia, las razones y las cifras que ofrecen un panorama más preciso de lo que se está discutiendo. Por eso, nos preocupamos por aportarlas en cada nota, en cada oportunidad que tenemos para explicar los problemas complejos, las leyes y los fenómenos que les (nos) afectan.

Para atender mejor las necesidades de información que tienen estas comunidades, esta guía provee fuentes de información confiables (investigadores y expertos de organizaciones públicas y privadas) que generan datos para contextualizar los hechos.

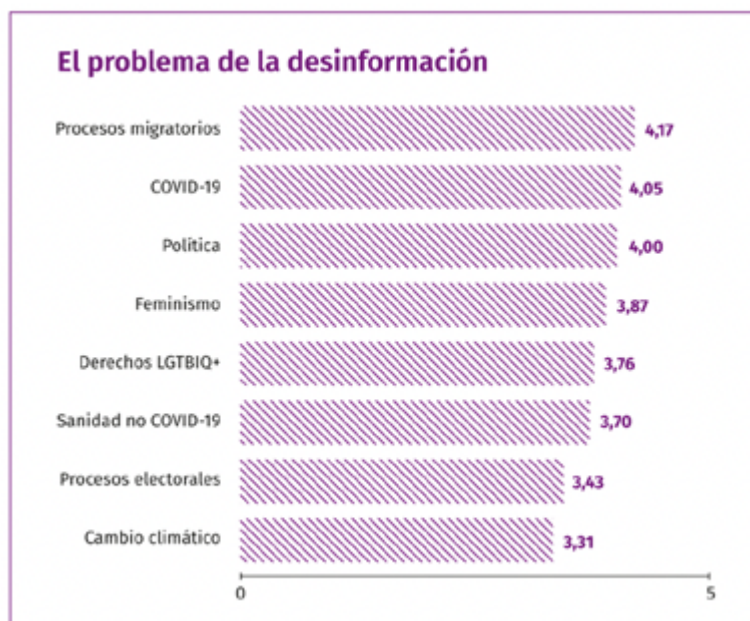
Además, para detectar focos de desinformación y carencias informativas que afectan a las comunidades latinas, en mayo de 2023 en **Factchequeado** realizamos una consulta a nuestros medios aliados sobre [ocho de los principales temas](#) en los que estudios previos habían detectado focos de desinformación o carencias informativas entre la población latina. Recibimos 17 respuestas de 15 organizaciones diferentes.



[En el cuestionario les preguntamos por ocho de los principales temas](#) en los que estudios previos habían detectado focos de desinformación o carencias informativas entre la población latina. Concretamente, les pedimos que evaluaran los problemas informativos en relación con:

- el COVID-19;
- temas sanitarios;
- trámites administrativos o procesos migratorios;
- temas políticos;
- procesos de voto en las elecciones;
- cambio climático;
- feminismo y políticas de género;
- derechos LGTBIQ+.

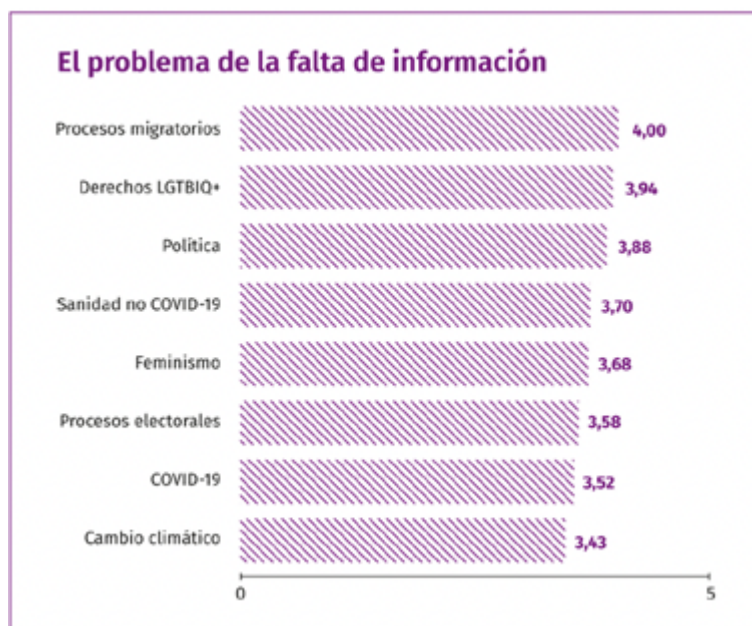
También les consultamos su opinión sobre otras cuestiones relacionadas con cómo y por qué afecta la desinformación a las comunidades latinas. En cada uno de los temas se pidió a los participantes que evaluaran según la cantidad de desinformación que habían detectado en una escala de 1 (no existen problemas) a 5 (el problema es enorme). Además, se les pidió que aportaran ejemplos concretos o reflexiones sobre los problemas informativos que habían encontrado en su trabajo diario y en su contacto con las comunidades latinas. Los siguientes gráficos muestran los resultados:



Fuente: “[Narrativas desinformantes y vacíos informativos en español que afectan a las comunidades latinas en Estados Unidos: Un estudio sobre los efectos de la verificación](#)”, **Factchequeado** (2023).



Al analizar la falta de información confiable (gráfico de abajo), los derechos LGTBIQ+ y el COVID-19 arrojaron resultados significativos. El primero tiene una puntuación muy alta. Los encuestados desean que hubiera estado disponible más información confiable, cuando en la clasificación anterior (gráfico de arriba), la desinformación no era tan pronunciada en comparación con el resto. Con respecto al COVID-19, es lo opuesto. Se encuentra en las primeras posiciones en cuanto a desinformación (gráfico de arriba), pero los participantes no creen que falte información confiable y ocupa el penúltimo lugar en esa clasificación (gráfico de abajo).



Fuente: “[Narrativas desinformantes y vacíos informativos en español que afectan a las comunidades latinas en Estados Unidos: Un estudio sobre los efectos de la verificación](#)”, **Factchequeado** (2023).

Este estudio evidencia la necesidad de proveer en esta guía enlaces a organizaciones que trabajan con datos y expertos y que se constituyen como fuentes confiables de información sobre comunidades latinas en los Estados Unidos. La siguiente sección brinda algunos ejemplos de cómo puede usarse la información de contexto en la cobertura de algunos de estos temas.



4.4 Datos que derriban mitos y estereotipos, y cómo usarlos en la cobertura

Esta vez tomaremos como ejemplo las coberturas sobre inmigración, procesos migratorios y comunidades latinas. Cuando se habla de comunidades latinas, hispanos en general, se tiende a pensar en ellos (nosotros) como inmigrantes, como personas que están de paso o de manera irregular sin documentos o permisos para vivir en los Estados Unidos. Pero eso es un error, y es responsabilidad de cada periodista que cubre esos temas recordar que sólo el [19% de los latinos y latinas](#) que viven en Estados Unidos son inmigrantes, [según los datos más recientes del Pew Research Center](#) basados en la American Community Survey de 2021.

Así, podemos ver que clasificar a las comunidades latinas como tal por su estado migratorio es poco preciso, porque el 81% de los latinos y latinas son ciudadanos estadounidenses, ya sea porque son puertorriqueños (tienen nacionalidad estadounidense al nacer) o porque se nacionalizaron según las reglas de este país. Es decir, la mayoría de las personas que integran las comunidades latinas en los Estados Unidos tienen los mismos derechos y deberes que cualquier otro ciudadano.

[La división sobre Hispanics/Latinos del Pew Research Center](#) se dedica a investigar y comunicar datos que sirven de referencia confiable para nuestro trabajo. [El Censo de los Estados Unidos publica visualizaciones y desglosa datos específicos](#) sobre esta población, y la [American Community Survey actualiza anualmente](#) datos que, según su propia definición, ayuda a funcionarios locales, líderes comunitarios y empresas a comprender los cambios que tienen lugar en sus comunidades. Es la fuente principal de información detallada sobre la población y la vivienda en los Estados Unidos.

Algunos de los datos que aportan los [“11 facts about Hispanic origin groups in the U.S.” de Pew Research Center](#), y que deben convertirse en contexto permanente, arrojan que, según los cálculos más recientes (2022), hay [63.7 millones de “hispanos o latinos” que viven en los Estados Unidos](#).

El Pew Research Center explica que los nacimientos en Estados Unidos de padres hispanos superaron la llegada de nuevos inmigrantes entre 2010 y 2021. Como resultado, la población hispana nacida en los Estados Unidos [creció 10.7 millones, mientras que la](#)



[población inmigrante creció en 1.1 millones](#). La misma fuente explica que los inmigrantes representaron una proporción menor en casi todos los grupos de origen hispano en los Estados Unidos en 2021, en comparación con lo que ocurrió en 2010. “La disminución más pronunciada se dio entre los hispanos de origen ecuatoriano y nicaragüense, en 11 puntos porcentuales cada uno. Los venezolanos fueron la excepción: la proporción de inmigrantes aumentó del 69% al 76%”, sostiene el informe. Este fenómeno responde al crecimiento de la migración venezolana, que fue de 169% entre 2010 y 2021, según los datos del Pew Research.

Aunque la población mexicana sigue siendo la más grande en los Estados Unidos, el crecimiento del grupo de mexicanos inmigrantes es el menor de todos los grupos entre 2010 y 2021.

Pero algo dejan claro estos datos: la gran mayoría de los hispanos y latinos en Estados Unidos son ciudadanos estadounidenses: el 81% de ellos lo era en 2021, mientras que el 74% lo era en 2010.

El otro dato que sirve para contextualizar coberturas sobre inmigración, procesos migratorios y comunidades latinas está relacionado con las **personas que viven en Estados Unidos sin documentos migratorios**.

Por ejemplo, en **Factchequeado** publicamos la nota “[No, Illinois no está permitiendo que ‘extranjeros ilegales’ formen parte de la policía: la nueva ley aplica para inmigrantes con permiso de trabajo y permiso federal de porte de armas](#)”, que además de combatir la desinformación sobre la incorporación de inmigrantes a la policía, brinda algunas cifras como contexto. Por ejemplo, mientras que la población total de los Estados Unidos es de alrededor de [335 millones de personas](#), la cifra de personas indocumentadas, de acuerdo con la estimación del [Migration Policy Center](#) y del [Pew Research Center](#), es de aproximadamente 11 millones, es decir, **el 3.2% de la población**.



5) Algunas fuentes confiables para consultar

Tema	Organismo	Especialidad	Link
Inmigración	Migration Policy Institute	Detalles de indicadores	https://www.migrationpolicy.org/
	Bipartisan Policy Center	Análisis de tópicos desde la perspectiva de ambos partidos	https://bipartisanpolicy.org/
	American Immigration Council	Data y análisis	https://www.americanimmigrationcouncil.org/
	American Immigration Lawyers Association	Análisis, datos y expertos legales	https://www.aila.org/
Economía	US Bureau of Labor Statistics	Empleo, inflación	Empleo: https://www.bls.gov/charts/employment-situation/civilian-unemployment-rate.htm Inflación: https://www.bls.gov/cpi/
	Energy Information Administration	Precio de combustibles	http://eia.gov/
Violencia y seguridad	Gun Violence Archive	Muertes violentas / tiroteos	https://www.gunviolencearchive.org/about
	The Violence Project	Prevención de violencia / tiroteos masivos	https://www.theviolenceproject.org/mass-shooter-database/



	FBI	Datos sobre crímenes	https://cde.ucr.cjis.gov/
Salud	FDA en español	Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos	https://www.fda.gov/
	CDC en español	Centros para la prevención y Control de Enfermedades	https://www.cdc.gov/index.htm
	Kaiser Foundation	Investigaciones y datos sobre acceso a a salud	https://www.kff.org/
	OMS en español	Organización Mundial de la Salud	https://www.who.int/es
	MedlinePlus, de la Biblioteca Nacional de Medicina de Estados Unidos	Medicinas y suplementos, genética, pruebas médicas y otros temas de salud en español.	https://medlineplus.gov/spanish/
	Biblioteca Cochrane	Revisiones médicas, artículos, expertos en español.	https://www.cochranelibrary.com/es/
Datos / investigación	Censo	Datos oficiales de población, etnicidad, raza,	https://www.census.gov/



		empleo, salud, vivienda y otros	
	Pew Research Center	Análisis, investigaciones y datos sobre Latinos y Latinas en EE. UU. / idiomas / consumo de información/ raza/ religión/ género	https://www.pewresearch.org/
	American Community Survey	Actualizaciones del censo	https://www.census.gov/programs-surveys/acs
Elecciones	Brennan Center en español	Análisis de datos electorales y expertos	https://www.brennancenter.org/
	Voto Latino	Datos y análisis de información electoral enfocada en población latina y nuevos votantes	https://votolatino.org/
Clima	Climate Power	Activistas por el cambio climático. Datos, análisis y expertos	https://climatepower.us/
	NASA	Administración nacional de aeronáutica y espacio aéreo	https://climate.nasa.gov
	United Nations	Sitio de la ONU con datos	https://www.un.org/en/climatechange



	National Oceanic and Atmospheric Association (NOAA)	Agencia gubernamental con datos y planes estratégicos	https://www.noaa.gov
	Environmental Protection Agency (EPA)	Políticas de protección ambiental en español	https://espanol.epa.gov/espanol
	Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático	Evaluaciones periódicas, estudios, informes sobre cambio climático en español.	https://www.ipcc.ch/languages-2/spanish/
	Departamento de Seguridad Nacional	Preparación para desastres naturales y emergencias en español.	https://www.ready.gov/es
Foco en comunidades latinas / hispanas	Naleo	Educación electoral, datos, expertos y análisis	https://naleo.org/
	Galeo	Migración y elecciones con foco en población latina (Georgia)	https://galeo.org/
	UNIDOS US (La Raza)	Análisis, datos y educación para población latina	https://unidosus.org/
Legislación y gobierno	Constitución	Máximo texto legal	https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/02/Spanish-translation-U.S.-Bill-of-Rights.pdf



	Código de Estados Unidos	53 títulos que rigen el país	http://uscode.house.gov/
	Ley de inmigración y nacionalidad	USCIS	https://www.uscis.gov/es/leyes-y-politicas/legislacion/ley-de-inmigracion-y-nacionalidad
	Gobierno de Estados Unidos en español	Servicios, divisiones de gobierno e información oficial	https://www.usa.gov/es/
	Casa Blanca	Poder Ejecutivo	https://www.whitehouse.gov/
	Cámara de representantes	Legislativo, leyes, diputados	https://www.house.gov/
	Senado	Legislativo, cámara alta	https://www.senate.gov/

Créditos

Autora: Tamoia Calzadilla, Editor in Chief Fact-Checked (<https://factchequeado.com/>) and 2023-24 RJI Fellow (<https://rjionline.org/person/tamoia-calzadilla/>).

Con el apoyo de los equipos de Chequeado Educación (<https://chequeado.com/aprender/>) y Maldita Educa (<https://maldita.es/malditaeduca/>).

Edición: Dolores Arrieta, Laura Zommer, Randy Pitch y Kat Duncan.

Queremos agradecer a todos los **medios aliados de Factchequeado** que nos brindaron feedback durante el proceso de redacción.