
INVESTIGACIÓN

Recibido: 09/03/2018 --- Aceptado: 28/06/2018 --- Publicado: 15/03/2019

VERDADES Y MENTIRAS EN INTERNET: EL DESPERTAR NECESARIO DE UNA CONCIENCIA CRÍTICA ENTRE ESTUDIANTES DE TRADUCCIÓN

*Truths and lies on the Internet: the necessary awakening of a critical
awareness between translation students*

Alfredo Álvarez Álvarez¹: Universidad de Alcalá. España.
a.alvarezalvarez@uah.es

RESUMEN

El presente artículo pretende, en primer lugar, plantear una visión crítica de la información que cada usuario maneja en Internet y, en particular, despertar en los estudiantes universitarios de traducción la necesidad de evaluar la documentación a la que acceden y con la que trabajarán en su futuro profesional. Se desarrolla en este trabajo el proyecto² realizado en una clase de traducción general Francés-Español en la Universidad de Alcalá, en el cual se han diseñado una serie de parrillas de análisis de espacios web que ayuden a los estudiantes a determinar el grado de fiabilidad que pueden otorgar a un sitio web.

PALABRAS CLAVE: fiabilidad - posverdad - verificación de hechos - parrilla de análisis - Internet - traducción - hechos alternativos.

¹ **Alfredo Álvarez Álvarez:** Doctor en Filología Francesa por la Universidad Autónoma de Madrid, profesor de la Universidad de Alcalá, especializado en el uso de las TIC y, en particular, de las redes sociales en el aula.

² Proyecto realizado en la clase de Traducción General e Interculturalidad (FR-ES), en el Grado de Lenguas Modernas y Traducción, del campus de Guadalajara, con la colaboración de los siguientes alumnos: Bárbara Abajas Pérez, Azyadé Allal, Paula Asensi Gómez, Celia Biedma Méndez, Ramata Camara, Sergio Costero Cerrada, Coralie Crétenet, Sofia Da Silva Cunha, Elena De Lio, Ana Francisco Saavedra, Miguel Ángel Gacituaga Esquinas, Victoria Soledad García Hernández, Yorquidia Guzmán Guzmán, Anne-Lise Lerbourg, Raúl Martín Gil, David Felipe Mora Londoño, Pascaline Mpah-Njanga, Amelia Ixchel Ruiz de Gauna Rivera, Julia Salgado Gómez, Fatoumata Sané.

ABSTRACT

This article aims, first of all, to encourage a critical approach to the Internet information handled by each user, and particularly hopes to awaken in university translation students the need of evaluating the documentation they are accessing and which they will work with in their future careers. This paper develops the project carried out in a general French-Spanish translation lecture of Alcalá University, in which a series of website analysis grids were designed to help students ascertain any website's trustworthiness.

KEY WORDS: reliability - post-truth - fact checking - analysis grid - Internet - translation - alternative facts.

VERDADE E MENTIRAS NA INTERNET: O DESPERTAR NECESSÁRIO DE UMA CONCIÊNCIA CRÍTICA ENTRE ESTUDANTES DE TRADUÇÃO

RESUME

O presente artigo pretende, em primeiro lugar plantear uma visão crítica da informação que cada usuário maneja na internet e, em particular, despertar nos estudantes universitários de tradução a necessidade de valorar a documentação a qual acedem e com a que trabalharam em seu futuro profissional. Se desenvolve neste trabalho o projeto realizado em uma classe de tradução geral Frances-Espanhol na Universidade de Alcalá, na qual foi desenhada uma serie de tabelas de analises de espaços web que ajudem a os estudantes a determinar os graus de fiabilidade que possam outorgar a página web.

PALAVRAS CHAVE: fiabilidade - post verdade - verificação de fatos - tabelas de analises - internet - tradução - fatos alternativos.

Como citar el artículo:

Álvarez Álvarez, A. (2019). Verdades y mentiras en Internet: el despertar necesario de una conciencia crítica entre estudiantes de traducción. [Truths and lies on the Internet: the necessary awakening of a critical awareness between translation students]. Vivat Academia. Revista de Comunicación, 146, 97-111. <http://doi.org/10.15178/va.2019.146.97-111> Recuperado de <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1119>

1. INTRODUCCIÓN

En el ámbito docente, al igual que en otros, trabajamos con jóvenes habituados a visitar los diferentes entornos de la Red prácticamente sin ningún tipo de traba. Al

tratarse de jóvenes que, de forma más o menos inmediata, van a formar parte del mundo laboral, se entiende que habrán de aplicar criterios en el trabajo con Internet que sean válidos y sobre todo no engañosos, con objeto de que manejen de forma habitual solo materiales que verdaderamente puedan considerarse fiables desde el punto de vista del contenido. Enunciado de esta forma, el objetivo parece sencillo, pero en realidad no es fácil de alcanzar. No olvidemos que las dimensiones de la Red hace tiempo que dejaron de conformar magnitudes comprensibles para el común de usuarios.

Especialmente desde el ámbito de la traducción, es importante transmitir a los estudiantes que las fuentes de documentación habrán de ser confiables de principio a fin. Es decir, que la calidad de los textos que van a producir en sus carreras profesionales depende en gran medida de que apliquen de manera rigurosa unos estándares de trabajo que pasen, de forma muy prioritaria, por acceder únicamente a fuentes fiables.

Ahora bien, esta tarea no parece sencilla, puesto que en realidad se trata, al igual que ocurre en muchas ocasiones con las tecnologías, de que los estudiantes dejen de lado algunos usos adquiridos en un aprendizaje bastante desorganizado del uso de Internet y acepten que es necesario realizar una navegación crítica en cada momento en que accedan a la red.

Con el fin de optimizar sus capacidades, se planteó un proyecto que tenía como objetivo la creación de varias herramientas susceptibles de determinar la fiabilidad de un sitio web. Dicho proyecto se realizó en la asignatura de Traducción General e Interculturalidad, en la versión francés-español, del curso 3º del Grado de Lenguas Modernas y Traducción, en la Universidad de Alcalá (curso 2016-2017).

1.1. Verdades y mentiras en la Red

Lo dicho con anterioridad refuerza el hecho de que Internet sea un espacio al que hay que acercarse con precauciones, ya que no se trata en absoluto de un entorno inocente. En él se concentran todo tipo de intereses (confesables, menos confesables y totalmente oscuros) que en muchas ocasiones encuentran en la publicidad un argumento suficiente como para llenar nuestro correo, o nuestros perfiles en distintas redes sociales, de propuestas que, a tenor de la información que vamos dejando en muchos de los espacios que visitamos, se supone que despertará nuestro interés.

En todo caso, podríamos decir que la publicidad no es el mayor de los males con el que podemos encontrarnos, si no establecemos filtros en la información que buscamos o que obtenemos.

Hemos de ser conscientes de que navegar significa ante todo tomar decisiones (cada uno de los clics de nuestro ratón representa una de ellas) que deberían resolverse en una

ecuación tiempo/ fiabilidad. Sin embargo, si bien nunca en la historia la información y el conocimiento han estado tan al alcance de todos, cabe afirmar que tampoco ha habido otro periodo en el que las posibilidades de manipulación hayan sido tan poderosas y evidentes. Al fin y al cabo, Internet no es más que un reflejo de la vida, que muestra todas las facetas del género humano. Por otra parte, la facilidad de acceso a la información y al conocimiento hace pensar a no pocos incautos que acceder al conocimiento implica *de facto* disponer de ese conocimiento. Nada más lejos, pensar eso es como convencerse de que ver operar a un piloto en un avión nos convierte automáticamente en especialistas de la aviación. Es lo que el filósofo francés Michel Serres (2012) denomina *presunción de competencia*. Es necesario tener conciencia clara de que para todo aquel que pretenda transmitir un mensaje engañoso, falaz o sesgado, Internet es el entorno ideal porque es capaz de llegar a un número ingente de personas en un tiempo mínimo. De hecho, la manipulación, con frecuencia, viene acompañada de nuevos conceptos aparentes que, para los no iniciados, suelen revestir una pátina de modernidad (o posmodernidad) que los hace más fácilmente consumibles.

En ámbitos como la comunicación política puede verse la intencionalidad del mensaje con más claridad. Recientemente, algunas de estas “nuevas-viejas” ideas han comenzado a circular con toda normalidad. Veamos dos ejemplos significativos. El primero es la llamada *posverdad*. Este concepto se ha definido como “un contexto cultural e histórico en el que la contrastación empírica y la búsqueda de la objetividad son menos relevantes que la creencia en sí misma y las emociones que genera a la hora de crear corrientes de opinión pública” (Torres, ND). En realidad, se trata de un eufemismo para esconder otra forma de mentira, con la salvedad de que se intentan desenfocar los límites entre la verdad y la mentira, es decir, en palabras de Mejía (2016) “define una cierta actitud de desprecio hacia la idea de *verdad*, la cual es vista ya sea como una ilusión o al menos como algo que no tiene ninguna utilidad”. Para Flichtentrei (2017), la posverdad es “falsa, absurda, anticientífica; pero frecuente y poderosa para huir de la VERDAD con mayúsculas”. Desde su óptica, se plantea cómo reaccionamos ante la evidencia contraria a nuestras creencias y propone 7 opciones:

- Ignorar los datos.
- Negar los datos.
- Excluir los datos.
- Suspender el juicio.
- Reinterpretar los datos.
- Aceptar los datos y hacer cambios periféricos en la teoría.
- Aceptar los datos y cambiar la teoría.

En todo caso, tal como sugiere Torres, básicamente, el neologismo posverdad “sirve para señalar una tendencia en la creación de argumentarios y discursos [...] en la cual la objetividad importa mucho menos que el modo en el que lo que se afirma encaja con el sistema de creencias que sentimos nuestro y que nos hace sentir bien”.

Otro neologismo que ha tomado cuerpo no hace mucho tiempo y que parece demostrar bastante vigor (de nuevo) procede del inglés y no es otro que *alternative facts*, término que CNN Español (2017) atribuye a Kellyanne Conway, asesora de Donald Trump, con motivo del cálculo de personas que asistieron a la investidura del presidente norteamericano y la comparación con otras ceremonias de investidura a las que, según la prensa estadounidense, había asistido un mayor número de ciudadanos. Sea como sea, lo cierto es que los llamados hechos alternativos no dejan de ser, simplemente, una mentira. Ahora bien, tienen la característica, nada despreciable, de que suelen ir acompañados de un poderoso aparato mediático que hará lo indecible por que el ciudadano, especialmente el crédulo o el partidario sin fisuras, tenga una explicación *ad hoc* que le permita aceptar de manera emotiva e irracional aquello que, en el fondo, desea creer.

En realidad, el término posverdad se conoce desde hace años en psicología (Torres, ND) y se relaciona con “los sacrificios intelectuales que aceptamos con tal de mantener en pie un sistema de creencias que ha arraigado en nuestra identidad”, es decir que, por ejemplo, cuando un presidente como Donald Trump decide comunicarse con sus votantes a través de su cuenta de Twitter en lugar de utilizar el canal habitual de los medios de comunicación, está cortocircuitando una posibilidad de verificación de aquello que dice o que propone. Nada de esto es inocente y, por ello, se entiende que el objetivo es el de crear un contexto en el que dejen de valorarse la verdad, la verificación de los hechos o la presentación de pruebas, con lo que tendremos eso que se ha dado en llamar la tormenta perfecta.

1.2. Y, ¿los nativos digitales?

La irrupción de las tecnologías en nuestro mundo se ha producido hace ya varias décadas, lo que quiere decir que ha habido tiempo para que algunas generaciones de los llamados nativos digitales hayan nacido y crecido rodeados por todas partes. Ahora bien, ¿esta constatación nos llevaría forzosamente a concluir que los jóvenes están más capacitados para internarse en los procelosos mundos de Internet que las generaciones anteriores? No necesariamente ya que, si bien es lícito reconocerles un dominio de la herramienta tecnológica, no lo es menos darse cuenta de que hacen un uso elemental y bastante irreflexivo, de lo cual pueden derivarse no pocos problemas derivados del (mal) uso de Internet.

Por ello, cuando nos enfrentamos a futuros profesionales (en mi caso de traducción) los docentes hemos de ser conscientes de que una de nuestras misiones de mayor relevancia es la de concienciarlos de que un uso controlado y razonable de Internet y sus recursos dará unos excelentes resultados, mientras que una utilización desordenada podrá provocar no pocos problemas. Ahora bien, ¿de qué forma acometer este proceso de concienciación? Quien firma estas líneas considera que resulta absolutamente

imprescindible el desarrollo de una conciencia crítica entre estos jóvenes. Evidentemente, no solo para ser unos futuros profesionales responsables, sino también para la propia vida.

En el caso que nos ocupa, se trata de que los estudiantes dispongan de herramientas que puedan utilizar de forma sencilla y cuya utilización dé paso a una nueva mirada de los contenidos de la Red. Estamos con Fornas (2003) en que cualquier internauta debe disponer de una serie de directrices que le permitan evaluar la información para determinar la calidad. De hecho, propone una batería de herramientas mediante las cuales poder aplicar unos criterios mínimos de evaluación: autoridad, credenciales, inteligibilidad del mensaje, independencia, usabilidad, imparcialidad, temporalidad, utilidad y fuentes de procedencia del documento.

En términos generales, este conjunto de herramientas nos parece aceptable, si bien está pensado para su aplicación a la información profesional, procedente de medios cualificados. En el caso que nos ocupa, la traducción presenta algunas particularidades que conviene señalar. En primer lugar, esta actividad necesita de fuentes de documentación muy diversas y, por ello, resulta más complicada la elaboración de cualquier tipo de herramienta. Por otra parte, en el ámbito de la traducción especializada podremos encontrar una infinidad de temas cuyas características serán coincidentes en parte, en casi todo o en prácticamente nada, por lo cual se impone o bien una herramienta muy versátil (algo muy difícil de diseñar) o diversas herramientas susceptibles de encuadrar los distintos tipos de sitios que podemos encontrar en la Red.

1.3. Los prolegómenos del proyecto

Con el fin de aproximar a los estudiantes al proyecto desde una óptica práctica, se hizo una primera aproximación mediante la presentación de una parrilla para el análisis de recursos lexicográficos (Álvarez, 2007), con la que se evaluaron 21 diccionarios y glosarios. Este hito se consideró muy relevante, puesto que el proceso de valoración de un diccionario (fundamentado en nuestro caso en 25 ítems) situó a los estudiantes en un contexto de reflexión necesaria acerca de los elementos que presenta cada recurso lexicográfico, impulsándolo a reflexionar sobre la pertinencia o de ellos.

En un segundo momento, se incorporó para su estudio y análisis la herramienta Décodex³, diseñada por el diario *Le Monde* y puesta en funcionamiento en febrero de 2017. Cabe especificar que su creación y funcionamiento se someten a una carta⁴ o declaración de principios, formulada en 10 puntos, y en la que plantean sus principios básicos de funcionamiento. Además, incluye la guía denominada *Kit para detectar*

³ Véase <http://www.lemonde.fr/verification/>

⁴ Véase http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/03/10/la-charte-des-decodeurs_4365106_4355770.html

informaciones falsas, destinada a los docentes⁵, en la que se proporcionan pistas para el trabajo con alumnos.

A partir de este momento, se pidió a los estudiantes que ellos mismos hicieran una búsqueda de aplicaciones o sitios web que ofrecieran la posibilidad de verificación de datos, siguiendo en lo posible el modelo Décodex. De acuerdo con ello, se elaboró una lista, de la que recogemos algunos ejemplos:

- *Majestic.com*⁶, inspecciona y mapea Internet, y ha creado la mayor base de datos comercial de inteligencia de enlaces del mundo. Este mapa de Internet es utilizado por servicios de posicionamiento en buscadores (SEO), especialistas en nuevos medios, gerentes de asociados y expertos en marketing en línea, con diversos fines relacionados con la prominencia en Internet, como la creación de enlaces, la administración de la reputación, el desarrollo del tráfico en Internet, el análisis de la competencia y el seguimiento de noticias. De acuerdo con su propia información, Majestic revisa constantemente páginas web y visita alrededor de mil millones de URL al día.
- *Contrefacon.fr*⁷ se define a sí misma como “La première plateforme sociale de lutte contre les sites de contrefaçon”. Más especialmente, el sitio declara lo siguiente: “Automatizados, perfectamente referenciados y anónimos, los sitios de venta de falsificaciones utilizan estrategias web tan perfeccionadas que con bastante frecuencia llevan a estafar al consumidor”⁸.
- *Hoaxbuster*⁹. Página francesa en la que los internautas envían artículos al equipo editorial de Hoaxbuster, que va a verificar la información que se divulgue (verifica la fuente, contacta con las personas / instituciones que escriben los artículos). Con todos estos artículos verificados, se hace una base de datos que diferencia los artículos falsos de los verdaderos, y los internautas pueden buscar por la página Hoaxbuster el contenido de cualquier artículo para saber si es falso o verdadero.
- *Inspecteur Viral*¹⁰. Esta página es una sección del diario Metro (Bélgica) que verifica la veracidad de noticias. En esta se puede acceder a varios artículos que desmienten falsas informaciones.
- *Désintox*¹¹. Herramienta de verificación de datos del diario Libération.
- *WOT, Web of Trust*¹². Es una extensión que se instala en Chrome, Firefox o Internet Explorer, pero también existe una app para móvil. Verifica la fiabilidad de las páginas consultadas (fiabilidad de la información, del autor de la página...).

⁵ Véase <http://bit.ly/2F5uDRW>

⁶ Véase <https://es.majestic.com/>

⁷ Véase <https://www.contrefacon.fr/>

⁸ Fuente: Traducción propia.

⁹ Véase <http://www.hoaxbuster.com/>

¹⁰ <http://journalmetro.com/opinions/inspecteur-viral/>

¹¹ <http://www.liberation.fr/desintox>

¹² <https://www.mywot.com/>

Conviene aclarar que, en el momento actual, los procesos de verificación de datos son aún incompletos y, por ello, hay que pensar que los mecanismos de medición están en una etapa inicial. Eso hace que muchos usuarios no sean conscientes de la importancia del tema ni de las dimensiones que el problema puede alcanzar. Estas aplicaciones de verificación de datos no disponen aún de suficiente cobertura para poder analizar cualquier tipo de página. Por otra parte, nos encontramos con la barrera del idioma, para la que de momento no hay solución, ya que cada sitio suele analizar páginas escritas en su propia lengua. Por ello, cabe pensar que en un futuro inmediato irán apareciendo cada vez más recursos de este tipo que permitan a los usuarios cuando menos tener una idea aproximada de la veracidad de la información que utiliza.

2. OBJETIVOS

De acuerdo con todo lo expuesto, se planteó en la clase la realización del proyecto, que tuviera como objetivos los siguientes:

- Elaborar una clasificación, lo más coherente que se pudiera, del conjunto de sitios en Internet, susceptibles de ser utilizados como fuentes de documentación por parte de un traductor profesional.
- Diseñar, si fuera posible, una serie de propuestas de herramientas para determinar el nivel de fiabilidad de los recursos.

El proceso debía ser lo más colaborativo posible, de forma que el resultado final fuera, efectivamente, fruto de la cooperación de todo el grupo. Teniendo en cuenta que, tal como refirieron los estudiantes, ninguno de ellos conocía el tema, juzgaron la propuesta interesante y útil para su futura profesión. De ello se derivó una participación bastante entusiasta, lo cual propició que los plazos se cumplieran holgadamente.

3. METODOLOGÍA

La investigación consistió, en su primera fase, en identificar categorías de páginas a las que aplicar modelos diferenciados de análisis. A partir de ahí, se pidió a cada uno de los subgrupos una propuesta de clasificación de sitios Internet, clasificación que reproducimos a continuación:

- *Páginas de información.* Se incluyen todas aquellas *webs* cuyo objetivo primero sea el de proporcionar información, ya sean gratuitas, de pago, restringidas, etc. Igualmente, se incluyen las que ofrecen la información por cualquier medio, texto audio o audiovisual, y que se actualizan con cualquier periodicidad (diaria, semanal, quincenal, mensual... etc.).
- *Páginas institucionales.* Se proponen aquellas *webs* que sustentan instituciones de carácter local, regional, nacional o supranacional, cualquiera que sea su contenido.

- *Páginas Académicas (U/IES/Moocs)*. En este caso, se incluyen las *webs* que sustentan centros de enseñanza, como universidades, institutos de enseñanza secundaria que imparten enseñanzas regladas, pero también se han incluido, por su peculiaridad, algunas de esas enseñanzas, como los Massive Open Course (Mooc's).
- *Blogs/Wikis/Páginas personales*. Conforman este epígrafe aquellos sitios *web* que, por su contenido, tienden a ser sustentadas por personas a nivel particular.
- *Redes Sociales*. En este caso, se incluyen básicamente 3 (Twitter, Facebook, Instagram) debido a que, por su número de usuarios, tienen una mayor aceptación.
- *Navegadores*. Este software, que utilizamos de forma tan habitual, debe hacernos reflexionar ya que en general damos por hecho que son “inocentes”, en el sentido de que nos permiten una navegación discreta y sin dejar rastro. Eso no es cierto y conviene saber que algunos de ellos, no precisamente de los menos utilizados, guardan muchos de nuestros datos (historial de búsquedas, por ejemplo) sin que nosotros seamos conscientes de ello. Si deseamos utilizar el modo “navegación privada”, que nos permitiría, en teoría, hacer recorridos de forma reservada y sin “testigos” que se queden con datos nuestros, el procedimiento para hacerlo choca con todas las leyes que impone la rapidez en Internet, con lo cual es fácil desertar.

Este grupo se dejó fuera del análisis ya que, si bien los navegadores están en el centro de la mayor parte de las búsquedas realizadas en Internet, no representan en sí mismos un repositorio de información directa, sino que la que poseen procede de segundas o terceras fuentes.

- *Páginas inclasificables o de difícil clasificación*. Se incluyen, en este caso, *webs* como *el Rincón del vago*, cuyos contenidos no son verificados y de los que se desconoce su fiabilidad. También *Wikipedia* que, al ser un espacio colaborativo, cualquier persona puede editar y publicar sin que exista propiamente una verificación de datos ya que, en teoría, se realiza por voluntarios cuyo conocimiento de los distintos temas no está acreditado. Igualmente, se incluyen en este apartado otro tipo de páginas como las de ventas de cualquier producto. Al igual que el anterior, este grupo se descartó del proyecto, básicamente por la extrema dificultad (o imposibilidad en muchos casos), no ya de determinar la veracidad de sus contenidos, sino simplemente de acreditar su autoría.

Una vez realizada la clasificación, se distribuyeron los grupos de sitios para pasar a la fase siguiente, que fue la de elaboración de herramientas para el análisis.

4. DISCUSIÓN/RESULTADOS

Se elaboraron, en total cinco parrillas de evaluación, correspondientes a los cinco tipos de páginas web que se pretendían evaluar. Todas ellas presentaron una serie de

ítems comunes, como era de esperar a la vista del proceso, más un conjunto de ellos específicos.

En las bases de la propuesta se incluyeron aquellos elementos que se consideraron necesarios para todas ellas. Para el establecimiento de dichos conceptos se aplicaron criterios surgidos de la cultura tradicional del libro. Y ello porque entendemos que no existe ningún imperativo que impida su aplicación y, también, porque dichos criterios han demostrado su eficacia a lo largo de siglos. Son los siguientes:

– *Identificación del sitio*

Es muy frecuente encontrar una página web, personal, corporativa..., que carece de una identificación básica, es decir, una persona, una institución... Esta circunstancia no ayuda a establecer con ella una relación de confianza. Si no sabemos quién está proporcionándonos una información, difícilmente esta será enteramente creíble. Por otra parte, no se considerará de la misma forma un contenido proporcionado por un individuo, que por un colectivo de personas (institución, organización, asociación...) o una entidad del tipo que sea. Igualmente, la página deberá contar con una forma de contacto que permita al usuario dirigirse a alguien para comentar, preguntar..., etc.

La identificación de cada sitio es necesaria por razones obvias:

– *Autoridad*

Entendemos por tal un individuo, colectivo, institución..., que pueda acreditar conocimientos suficientes acerca del tema que se presenta. En otras palabras, si el contenido lo presenta un individuo que ostenta una titulación *ad hoc* tendrá una mejor consideración que otro individuo que no presenta ninguna acreditación de ningún tipo. Otro tanto podemos decir de una institución/organización/asociación; cuando se trate de estructuras especializadas tendrán obviamente un nivel de credibilidad en su propuesta del que otras carecerán.

– *Accesibilidad*

En este caso, nos referimos al tipo de página, que puede ser de libre acceso, de pago, restringida..., etc. En general, cuando se trata de fuentes lexicográficas, la oferta gratuita que puede encontrarse en la Red es bastante amplia, pero existen igualmente otros recursos que necesitan de una suscripción, compra..., etc.

– *Actualización*

Una de las circunstancias que, desafortunadamente, se repite con cierta frecuencia, es el hecho de que se publican contenidos, o *webs*, que en un momento determinado dejan de tener interés para sus autores. En estos casos, lo propio sería despublicar su contenido o la misma *web*. Sin embargo, este hecho apenas sí se produce y lo más habitual es que la información entre en una etapa de obsolescencia. Naturalmente,

dependiendo de los contenidos, esta circunstancia puede ser más relevante o menos. Pero, el hecho de que no se produzca ninguna actualización y, lo que es más importante, sin que el usuario sea consciente de ello, puede inducir a engaño fácilmente, con lo que puede afirmarse que existe una situación de falta de objetividad, e incluso de posible engaño por omisión, que va en detrimento del usuario. Por tanto, el hecho de que una página *web* se actualice o no, unido al no menos importante hecho de que el usuario conozca de forma fehaciente que, efectivamente, si se produce una actualización y, de ser posible, con qué periodicidad, resulta ser de una enorme relevancia.

– *Referencias documentales contrastadas*

Sin duda, conviene hacer una distinción básica entre usuarios y hacer una diferencia, si llega el caso, entre usuario general, o generalista, y usuario profesional. Ciertamente, el rigor en los contenidos y en la información hay que exigirlo en todo momento, pero tratándose de entornos profesionales, como es el caso de la traducción, para los que se necesita información especializada o muy especializada, los filtros que se necesitan son de gran precisión. De otro modo y, dependiendo de los temas, el riesgo de las posibles inexactitudes no es menor. Por ello, resulta de gran trascendencia utilizar un material contrastado y, por ende, recurrir a fuentes documentales igualmente contrastadas, ya sean de carácter primario o secundario. Y ello, no solo en lo que se refiere a los recursos temáticos sino igualmente a los lexicográficos. Estos últimos han experimentado una profunda transformación con respecto a los diccionarios tradicionales en papel, especialmente (Álvarez 2010), con la introducción del hipertexto, que da lugar a enlaces internos convirtiendo los diccionarios, glosarios, léxicos..., en un fondo de información prácticamente ilimitada. Por todo ello, la posibilidad de que un espacio web, ya sea lexicográfico o temático, ofrezca referencias documentales contrastadas aporta, sin ninguna duda, un nivel de fiabilidad importante y necesario.

– *Usabilidad*

Con este término nos referimos a lo que Fornas (2003) denomina “la facilidad de uso, bien se trate de una página *web*, un cajero automático o cualquier sistema que interactúe con un usuario”. En ese sentido, elementos como los colores, la distribución de los contenidos, la tipología de los menús, las opciones de ayuda, el mapa de la *web*..., etc., ayudan a una mejor comprensión y facilitan enormemente la navegación. Si, en el caso, de los contenidos temáticos, hay presente un buscador, el usuario sin duda se sentirá recompensado.

– *Nivel de lenguaje*

La lengua, la expresión escrita, para futuros traductores es un tema de gran relevancia, pero no solo porque en su recorrido profesional se les exigirá un amplio dominio, sino porque su herramienta de trabajo es, y será, la palabra. Por otra parte, unos contenidos que se presenten en un espacio web deficientemente redactados, o con errores ortotipográficos, no son la mejor carta de presentación que ofrezca un nivel

óptimo de fiabilidad. Por tanto, es de exigir a quien publique en Internet unos estándares cuando menos mínimamente elevados en lo que se refiere a la expresión y a la redacción, lo cual no siempre es evidente. Por otra parte, aunque sea muy obvio, habrá que descartar cualquier texto que no esté escrito desde unos criterios claros de respeto o que incluya descalificaciones, insultos... etc.

A partir de estos puntos, todas las parrillas se incluyeron aquellos conceptos que se consideraron específicos para cada uno de los elementos de la clasificación de los sitios de Internet. Con el fin de poder ofrecer una aproximación más efectiva cada parrilla está dotada de una calificación numérica para cada uno de los ítems que se incluyen en cada tabla de modo que, de forma automática al estar diseñadas en Excel, además de una apreciación conceptual se dispone de una calificación numérica, sobre un máximo de 100 puntos. El conjunto de tablas ofrece un total de 200 puntos de análisis, lo que equivale a una media de 20 puntos por parrilla y por grupo de sitios internet, lo que concede al análisis, creemos, un buen nivel de fiabilidad. Se aporta en Anexo I el modelo elaborado para el análisis de Redes Sociales.

5. CONCLUSIONES

El uso de Internet, especialmente en lo que se refiere al proceso de documentación de los futuros traductores, requiere una aproximación muy meticulosa a las fuentes. Estas deben ser, ante todo, confiables, para lo cual resulta imprescindible la utilización de herramientas que permitan determinar el nivel de fiabilidad. En la actualidad, esas herramientas están en la mayoría de los casos en proceso de desarrollo y se ofrecen para temas muy específicos, entre los que destaca el de la información. De hecho, podría incluso decirse que en no pocas ocasiones se desconoce *a priori* el nivel de fiabilidad de las propias herramientas, debido principalmente a que sus creadores no siempre especifican sobre qué bases se fundamentan.

En este proyecto se desarrollaron una serie de herramientas orientadas a evaluar la fiabilidad de una serie de entornos de Internet, con vistas al desarrollo entre los estudiantes de una conciencia crítica con relación a los contenidos de la Red. El resultado se ha materializado en cinco parrillas de análisis de otros tantos espacios web que contienen aquellos puntos que se consideran más significativos a la hora de conceder un nivel de confianza a la información.

El proyecto se considera concluido en su primera fase, en la que se trataba de tomar conciencia de la necesidad de someter a análisis los contenidos a los que se accede en la Red. La siguiente etapa será testar cada una de las parrillas creadas en los entornos correspondientes y hacerlo sobre un número de páginas significativo para ver qué nivel de eficacia muestran y si es necesario modificarlas y en qué sentido para, finalmente, crear una aplicación que permita ponerlas en línea.

Las dificultades encontradas en el proceso tienen que ver principalmente con el escaso o nulo conocimiento por parte de los estudiantes del tema tratado, que hizo especialmente laboriosa la tarea de concreción de conceptos que deberían tratarse en cada una de las parrillas, ya que en el uso que hacen de la Red se excluye prácticamente cualquier aparato crítico. Otra de las dificultades encontradas ha sido la de dar una coherencia al conjunto de parrillas, necesaria por otra parte, para aplicar los mismos principios a todas ellas. En ambos casos han podido superarse recurriendo a los modelos previos, a los que se hizo referencia en epígrafes anteriores.

6. REFERENCIAS

Álvarez A. (2007). *Estudio de los recursos Internet aplicados a la enseñanza y a la traducción del francés*, (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de <https://repositorio.uam.es/handle/10486/2353>

Álvarez Álvarez, A. (2009). *Nuevas Tecnologías para la clase de Francés Lengua Extranjera*. Madrid: Quiasmo Editorial.

Álvarez Álvarez, A. (2010). Modelos de análisis para recursos lexicográficos en línea, en *Sendeban, Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación*, 21, 181-200.

Álvarez Álvarez, A. (2014). Actitudes y valoración en el uso de una red social para el aprendizaje del Francés Lengua Extranjera, en *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 128, 92-106.

Álvarez Álvarez, A. (2016). Detección de necesidades de aprendizaje mediante el uso de una red social y del vídeo en una clase de Francés Lengua Extranjera, en *Revista de Comunicación de la SEECI*, 39, 1-16. Recuperado de <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/326>

CNN (2017). Asesora de Trump: Casa Blanca citó “hechos alternativos” sobre asistencia a toma de posesión, en *CNN español*. Recuperado de <http://cnnespanol.cnn.com/2017/01/22/asesora-de-trump-casa-blanca-ofrecio-hechos-alternativos-sobre-asistencia-a-toma-de-posesion/#more-371940>.

Dunbar, R. (2010). *How many friends does one person need? Dunbar's number and other evolutionary quirks*. Faber & Faber.

Flichtentrei, D. (2017). Posverdad: la ciencia y sus demonios, in *IntraMed Journal*, 6(1).

Fornas Carrasco, R. (2003). Criterios para evaluar la calidad y fiabilidad de los contenidos en Internet, in *Revista española de Documentación Científica*, 26(1).

Álvarez Álvarez, A. *Verdades y mentiras en Internet: el despertar necesario de una conciencia crítica entre estudiantes de traducción*

Mejía D., A. (2016). Editorial. La investigación y las decisiones sociales, in *Voces y Silencios: revista Latinoamericana de Educación*, 7(2), 1-3.

Nepomiachi, R. (2000). El cartel y la función del extimo. *Ornicar? Digital*. Recuperado de <http://wapol.org/ornicar/articles/153nep.htm>

Serres, M. (2012). *Petite Poucette*. Paris: Éditions Le Pommier.

Tamir, D., et al. (2012). Disclosing information about the self is intrinsically rewarding, in *PNAS*, 109(8038).

Torres, A. (ND). *Posverdad (mentira emotiva): definición y ejemplos*. Recuperado de <https://psicologiaymente.net/social/posverdad>

AUTOR

Alfredo Álvarez Álvarez

Profesor de Lengua Francesa en la Universidad de Alcalá (Madrid). Doctor por la Universidad Autónoma de Madrid, con una tesis sobre recursos en internet para el aprendizaje y la traducción del francés, sus trabajos de investigación versan sobre la integración de las tecnologías en clase. Sobre el tema ha realizado numerosas publicaciones, de las que se destaca *Nuevas tecnologías para la clase de francés: teoría y práctica*. Algunas de sus publicaciones son: *Actitudes y valoración en el uso de una red social para el aprendizaje del francés lengua extranjera*, 2014, en revista *Vivat Academia*, Vol. 128, y el capítulo de libro *El uso de las redes sociales en la creación de una narrativa: aprendizajes en internet*, en el libro "Comunicación actual: redes sociales y lo 2.0 y 3.0", (2014), McGraw Hill; *Detección de necesidades de aprendizaje mediante el uso de una red social y del vídeo en una clase de Francés Lengua Extranjera*, 2016, en la Revista de Comunicación de la SEECI, Vol. 39.

a.alvarezalvarez@uah.es

ANEXO I

PARRILLA DE ANÁLISIS DE REDES SOCIALES			
	Fiabilidad, del 0 al 10	Sí	No
Tipo de publicación			
Publicación elaborada por un individuo			
Publicación elaborada por una institución/medio de comunicación			
Análisis del titular/título			
Nivel de sensacionalismo del titular/título: <i>clickbait</i> , gancho... (0 sensacionalista - 10 no sensacionalista)			
¿El titular/título posee adjetivos calificativos o posee alguna marca para calificar el contenido?			
Información compartida/elaborada por un individuo			
¿Es posible distinguir claramente la información objetiva de la subjetiva?			
¿Es una información fundamentada en otras fuentes?			
¿Aparecen dichas fuentes en el documento?			
Facilidad para contactar con el propietario de la información			
Evaluación de la respuesta (rapidez, calidad de la respuesta, forma de la respuesta).			
¿La información está actualizada?			
¿El autor hace uso de falsedades evidentes?			
¿Es la cuenta oficial del autor?			
Sesgo ideológico claro			
Información compartida/elaborada por una institución/empresa privada/medio de comunicación			
¿Es una cuenta oficial?			
Nivel de fiabilidad de la institución que comparte la información			
¿Los enlaces compartidos son fiables? Evaluación de los mismos.			
¿La información está contrastada con fuentes fiables?			
¿Aparecen dichas fuentes en el documento/red?			
Facilidad para contactar con el transmisor de la información.			
Evaluación de la respuesta (rapidez, calidad de la respuesta, forma de la respuesta).			
Parcialidad/objetividad del autor.			
Objetividad de la información.			
Orden en el que aparece la información.			
¿Se accede fácilmente a dicha información?			
Fiabilidad de las fuentes			
¿Las fuentes están actualizadas?			
¿Se puede acceder a ellas de manera rápida y sencilla?			
¿Están debidamente indicadas?			

Fuente: Elaboración propia.