

Navegar con timón crítico

En Internet está todo lo que es capaz de producir el ser humano, sin censura, límites ni fronteras: ésta es su grandeza pero también su flaqueza. El autor apunta algunos criterios para aprender a manejar datos en esta inmensa biblioteca electrónica y evaluar con criticidad el material encontrado.



DANIEL CASSANY
Universitat Pompeu Fabra
Correo-e: daniel.cassany@upf.edu

Cada día menos chicos pisan una biblioteca de ladrillo y papel. Todo –o mucho de lo que les interesa– está en Internet y sin duda resulta más cómodo teclear una palabra y hacer clic en Google, Altavista o cualquier otro motor de búsqueda. Al instante conseguimos decenas o centenares de supuestas respuestas a lo que nos inquieta.

María busca *anorexia* porque se ve gorda ante el espejo y escuchó esta palabrota, que no entiende; Juan comparte los sábados con cabezas rapadas y busca *raza*; Vanesa, que ha probado algunos porros, teclea *marihuana*; Pedro, que se encierra en su habitación porque sus colegas le acosan en la escuela y tiene vergüenza de contarle, busca *suicidio*.

El problema

Pero... ¿es fiable? María, Juan, Vanesa y Pedro, ¿encontrarán una respuesta adecuada a sus intereses en Internet? ¿La encontrarían en una biblioteca tradicional? Una biblioteca pública de ladrillo reúne sólo libros seleccionados por su calidad: sus bibliotecarios los eligen entre la oferta inagotable de títulos, que también han superado varios controles: el editor, el corrector, el impresor y las leyes de cada país, etc. En una biblioteca no hay documentos que inciten a los adolescentes a dejar de comer, ni foros racistas, ni instrucciones para prepararse un porro, ni reflexiones personales sobre el suicidio como opción... –ni publicidad de armamento, artículos que consideran al sida como un castigo divino, etc.–. En Internet, sí. En Internet está todo lo que somos capaces de producir los humanos, sin censura ni límites ni fronteras políticas: lo bueno y lo malo, las investigaciones de *Science* o *Nature* al lado de los discursos de charlatanes y datos dudosos u obsoletos y mentiras; webs honestas junto con panfletos políticos, foros ingenuos junto con propaganda, pornografía o virus. En Internet, la basura y el fango esconden las perlas que todos buscamos.

Ésta es la grandeza y la flaqueza de la red. Con pocos recursos y tiempo, construyes una web con tus ideas y la cuelgas en la red para los 800 millones de personas de todo el mundo que están conectadas. Nunca antes tuvimos tanto poder: obtener tanta repercusión, llegar tan lejos, influir en tantas personas, con tan poco esfuerzo. Es extraordinario. ¡Viva la libertad de expresión! ¡Viva la democracia! ¡Viva Internet! Pero... ¡ojo! Del mis-

mo modo que accedemos a 800 millones de lectores, 800 millones de autores tienen el poder de dirigirse a nosotros, de hablarnos de sus cosas, de persuadirnos de su verdad. Por la pantalla de nuestros ordenadores se asoman así 800 millones de voces y puntos de vista dispuestos a convencernos. Y éste es el problema.

¿Distinguirá María entre una web médica sobre anorexia y otra de una pandilla de amigas?; ¿es consciente Juan de que está adoptando ideas racistas y discriminatorias?; ¿conseguirá Vanesa datos fiables sobre la ingestión de drogas?; ¿se dará cuenta Pedro de su problema visitando foros o blogs sobre suicidio? Parece dudoso. No hacen faltan muchas horas de navegación para descubrir que es difícil distinguir el grano de la paja: identificar las webs engañosas, los foros fraudulentos o las identidades falsas; adivinar la ideología del autor o evaluar la fiabilidad de un dato. Pero, si no somos capaces de hacerlo, ¿cómo vamos a poder usar libremente y con madurez Internet? ¿Cómo vamos a poder sobrevivir si somos manipulados por las webs, los foros y la publicidad que llegan a nuestra pantalla? Y nuestros hijos y alumnos... ¿cómo van a poder comprender y elegir en libertad? En la red todavía es más importante poder leer con sentido crítico.

Algunas investigaciones

Denominamos *literacidad informativa* (*informational literacy*) a esta capacidad de buscar, encontrar, evaluar y manejar datos en una biblioteca electrónica tan descomunal como Internet. Sin duda se trata de una de las habilidades más

transcendentales que requiere la nueva sociedad de la información, y equipos interdisciplinarios de documentalistas, lingüistas, educadores y psicólogos han empezado a investigar al respecto. Me centraré sólo en la evaluación de documentos.

Destacan en primer lugar los trabajos dirigidos por el psicólogo B.J. Fogg sobre la credibilidad de las webs (www.webcredibility.org), que aspiran a descubrir los criterios que utiliza el internauta para visitar un sitio y no otro. Este autor asume que la *credibilidad* consta de dos elementos: la fiabilidad (si una web tiene buenas intenciones, si es cierta) y la competencia (si está bien documentada, si está experimentada). En el año 2002, Fogg y otros autores preguntaron a 1.481 internautas experimentados qué criterios tenían en cuenta para valorar si un sitio era creíble o no. Los resultados obtenidos pueden consultarse en el **cuadro 1**.

En otra ambiciosa investigación, en el 2003, Fogg con otro equipo pidió a 2.500 participantes que visitaran varios pares de webs auténticas y que valoraran su credibilidad. Los resultados mostraron que lo que llama primero la atención del internauta es el diseño. Un 46% de los encuestados basó su juicio sobre la credibilidad en aspectos como el formato, la tipografía, el tamaño de la letra, los colores de la web, etc. Fogg concluye que se deben "incrementar los esfuerzos para educar a los consumidores en línea, de modo que puedan evaluar las webs que visitan con más cuidado. Así podrán tomar decisiones más educadas, que no afecten negativamente a su bolsillo o a su salud".

En el 2005, Deborah Fallows (<http://www.pewinternet.org>) entrevistó por te-

Favorece la credibilidad	Disminuye la credibilidad
<ul style="list-style-type: none"> - Ser la web de una organización conocida o recomendada por los medios de comunicación. - Responder con rapidez a las peticiones, ofrecer la dirección, el teléfono y el email de la institución. - Actualizar con frecuencia los contenidos. - Especificar a los autores de las citas y los contenidos. - Tener enlace con una web conocida. - Tener un diseño profesional, una estructura coherente e información comprensiva. - Aclarar la política de uso, confirmar las gestiones realizadas, permitir hacer búsquedas con palabras. - Ofrecer vínculos a otras webs. 	<ul style="list-style-type: none"> - No distinguir los anuncios del contenido o dejar que se abran nuevas ventanas con publicidad (<i>pop up</i>). - No actualizarse. - Tener enlaces que no funcionan o que conducen a webs sin credibilidad. - Ser de difícil navegación. - Contener errores tipográficos. - No estar disponible en alguna ocasión o requerir mucho tiempo para bajarse. - No corresponderse el nombre del dominio (dirección en la red) con el nombre del autor u organización de la web. - Requerir una suscripción de pago.

léfono a 2.200 usuarios habituales de los motores de búsqueda y halló que el 92% se siente "confiado" y el 52% "muy confiado" con sus habilidades de búsqueda. El 17% afirma conseguir todo lo que busca y el 87%, la mayoría de las veces. Además, el 68% considera que estos buscadores son honestos y objetivos, contra un 19% que disiente. Pero las entrevistas también muestran que los usuarios más experimentados son los más escépticos: cuanto más experiencia se tiene, surge más desconfianza sobre el sistema y los resultados de una búsqueda.

No obstante, los datos más sorprendentes corresponden a la distinción entre resultados patrocinados o no. *Patrocinados* se refiere a las instituciones y empresas que pagan para que sus webs publicitarias aparezcan en las primeras posiciones de resultados de las búsquedas con determinadas palabras clave; en el caso de existir este tipo de arreglo comercial para un determinado ámbito (y palabra clave), el motor de búsqueda ofrece dos listas: una a la izquierda, que es "libre" o no patrocinada y que no tiene título, y otra a la derecha, con los resultados patrocinados y con un título más o menos claro de "Resultados patrocinados", "esponsorizados" o algo así. Pues bien, según la encuesta, sólo un 38% de los entrevistados conoce la diferencia entre resultados patrocinados o no, y sólo un 18% reconoce que sabe distinguir siempre entre estos dos tipos de resultados, aunque un 45% sostiene que dejaría de usarlos si supiera que no ofrecen resultados claros al respecto. ¡Menuda paradoja!

En definitiva, estos primeros datos muestran que el lector electrónico desconoce muchos aspectos relevantes de la práctica discursiva –y lectora– electrónica (cómo funcionan los motores, cómo se organiza un sitio, etc.), y que se deja arrastrar por las impresiones superficiales, como el diseño, la letra o los colores. Sin duda es necesaria más formación y madurez para poder navegar con independencia y racionalidad.

Pistas para buscar con criterio

El documentalismo nos ofrece algunas pistas para navegar con más criterio por la red y para evaluar con criticidad el material que encontramos. Prescindiré de

las diferentes opciones de búsqueda (básica o avanzada, con comillas, seleccionando formato, tamaño, actualidad, etc.) que aclaran todos los motores y me referiré sólo a la evaluación de documentos con algunas sugerencias.

Analizar la dirección o el dominio de la red (URL)

La estructura de la dirección electrónica aporta datos relevantes sobre la ubicación de la web. La parte final indica el país donde se ubica. Por ejemplo *.de* corresponde a Alemania, *.cr* a Costa Rica, *.ph* a Filipinas, *.mx* a México o *.uy* a Uruguay. También, *.com* identifica a las webs comerciales, *.edu* a las educativas, *.org* a las organizaciones sin ánimo de lucro y *.gv* a los gobiernos públicos. En www.alldomains.com se ofrece un índice completo de dominios. Además, las otras extensiones de la dirección informan también de la organización o del autor. Así, en mi web personal (www.upf.es/dtf/personal/danielcass/), *upf* corresponde a Universitat Pompeu Fabra, *dtf* a Departament de Traducció i Filologia, y *personal* a webs de docentes. Pero también existen programas que permiten ocultar una dirección o internautas que eligen ubicar su sitio en dominios opacos o especiales para no dar pistas.

Descubrir los parámetros de la web

Responder a las preguntas básicas (¿quién?, ¿qué?, ¿por qué?, ¿dónde?, ¿cuándo?, etc.) ofrece pistas para valorar el documento:

- Autoría: ¿quién elaboró la web?, ¿un individuo?, ¿una institución? Incluso cabe preguntarse si una web o un foro dejan bien claro quién es su autor o propietario o, al contrario, si lo esconden. Además, ¿qué credibilidad tiene este autor o institución?, ¿son conocidos?, ¿dónde está su domicilio o sede?, ¿hay dirección, teléfonos, email en la web o el foro? Estos datos suelen aparecer en enlaces como "Créditos", "Quiénes somos", "Nosotros". En caso de que nos comuniquemos con el sitio, ¿responde a los emails con rapidez?, ¿lo hace adecuadamente?

- Propósito y contenido: ¿qué parece pretender la web?, ¿hace alguna declaración explícita al respecto?, ¿qué datos aporta?, ¿son suficientes?, ¿son coherentes con el perfil del autor? Por ejemplo, una web de ecología tiene como autor a una ONG ecológica o a un biólogo; una

web sobre animales tiene como autor a una asociación, a una tienda de animales o a un simple ciudadano. ¿Los datos que se aportan son fiables? Se especifican fuentes, ¿qué fiabilidad tienen?, ¿en qué formato se aportan?, ¿qué nivel de seguridad tienen?

- Destinatario: ¿a quién se dirige?, ¿se explicita en la web?, ¿qué conocimientos o intereses se presuponen?

- Fecha: ¿cuándo se elaboró?, ¿se actualiza frecuentemente?

- Navegación y usabilidad: ¿hay índice?, ¿es manejable?, ¿son claros los enlaces?, ¿la organización de los datos?, ¿cada página tiene título y sitúa al internauta?, ¿se pueden hacer búsquedas por palabras?, ¿se descarga con facilidad?

En general, los materiales que aclaran quién los elaboró, cómo, para quién y con qué finalidad son más creíbles. También despiertan más confianza y fiabilidad los contenidos sólidos, fundamentados y actualizados frecuentemente.

Rastrear el discurso

Las palabras electrónicas pueden ser analizadas como las analógicas de un libro o un papel: ¿qué pretende el autor?, ¿qué podemos adivinar de él o ella a través de su voz?, ¿es sexista, ecologista, conservador?, ¿español, americano, europeo?, ¿qué edad tiene? ¿Qué voces cita o incluye y qué otras voces calla u oculta? ¿Qué representación de los hechos muestra? Etcétera.

Analizar el contenido

Los datos que aporta el documento permiten valorar su fiabilidad, actualidad o interés: ¿son de primera mano?, ¿se reproducen de otro medio? En este último caso, ¿de qué medio se trata: periódico, boletín, revista?, ¿qué credibilidad tiene? Además, podemos confrontar los datos aportados con otras fuentes: ¿qué diferencias presentan los datos?, ¿coinciden o no?, ¿a qué se pueden deber las diferencias?, etc. Consideraciones de este tipo permiten valorar mejor la tendencia o la orientación que adopta una web.

Observar el número de vínculos con otras webs

El número de enlaces que conducen a una web es uno de los indicadores que utiliza el documentalismo para evaluar recursos. Basta con investigar el número de resultados que obtiene la web en

cuestión con un buscador cualquiera, anteponiendo la palabra *link*: a la propia dirección (por ejemplo buscando *link: www.upf.edu* para explorar los enlaces que conducen a la web de mi universidad). Los técnicos sugieren que la web con más enlaces suele tener más interés que la que tienen menos –aunque podamos aducir excepciones y dudas razonables.

Acceder al contador de visitas

La web que permite acceder a su contador de visitas no sólo nos informa de cuántos y quiénes (por la extensión final de su dirección) consultan el sitio, sino que muestra una voluntad de transparencia relevante. Los lectores de un escrito –o los visitantes de una web– ofrecen datos sobre la recepción y el uso que tiene la misma.

Indagar sobre las redes a las que pertenece un sitio

Algunas webs están asociadas entre sí y forman redes y gremios: una red de

profesores de lengua extranjera, una asociación de coleccionistas de sellos, de afectados por el HIV, etc. El hecho de que un documento pertenezca a una red conocida ofrece garantías de fiabilidad: si conocemos la red u otros miembros de la misma –y tenemos una buena opinión– es una garantía; si no la conocemos, las conexiones con muchos otros sitios nos ofrecen mucho material para evaluar y, en consecuencia, más datos para poder valorar con más fundamento el sitio que nos interesa.

Valorar los posibles premios o distinciones

Algunas webs incluyen información sobre los reconocimientos, distinciones o premios recibidos. Por ejemplo, una web de ayuda al estudiante puede haber recibido algún reconocimiento de asociaciones universitarias; una web de divulgación científica puede haber ganado algún premio de periodismo. Es un indicador de calidad... pero debe prestarse atención al

tipo de premio, a la institución que lo concede y a los criterios con que se otorga.

Algunas reflexiones

Para varios autores la confianza innata y acrítica que muchos lectores tienen en Internet es una herencia de la época de la imprenta. Transferimos a las webs, los blogs y los foros la credibilidad que otorgábamos al libro, al artículo de una revista o a la noticia de un periódico, sin percatarnos de que en la red no hay control de ningún tipo. Pero esta opinión presupone que los libros, los artículos y los periódicos y los otros discursos en papel carecen de ideología: que nunca están sesgados, que siempre son empíricos, objetivos, ubicuos, representantes de todas las realidades, comunidades, personas, etc., lo cual es falso e ingenuo. Cualquier discurso está situado en un contexto geográfico e histórico y adopta forzosamente un punto de vista. De manera que resulta imprescindible leer siempre con perspectiva crítica. Lo que hace Internet es incrementar esta necesidad, al multiplicar la posibilidad que tenemos de acceder a más discursos de diferentes y ocultos contextos. Quizá en la red existan más discursos con menos rigor o compromiso que en una biblioteca de ladrillo, pero tanto los textos impresos como los virtuales están situados y tienen autores de carne y hueso que pretenden convencernos de cualquier cosa.

Otra consecuencia de la migración de la lectura hacia la red es que leer ya no consiste sólo en comprender un discurso. Puesto que tantos millones de documentos concurren en nuestra pantalla y puesto que los buscadores ofrecen tantos resultados –patrocinados o no–, leer también requiere poder encontrar el discurso que nos interesa en el océano enfangado de Internet: poder descubrir la perla oculta entre la basura... Leer en la red es más complicado que en una biblioteca de ladrillo, donde bastaba con conocer el sistema de clasificación –o con preguntar al encargado–. Ahora no hay encargado... Tienes que meterte tú en la red, navegar sin naufragar, buscar, encontrar y ser capaz de evaluar... ¡No es nada fácil! Como dice un colega documentalista, para encontrar una perla ¡tienes que ser tú una perla! Pues vayamos a formar perlas en el centro escolar.



JAVIER OLIVARES