

LA PROMOCIÓN DEL FRAUDE ACADÉMICO A TRAVÉS DE LOS BUSCADORES¹

Sureda Negre Jaume² / Comas Forgas Rubén³

En los últimos años, como ya hemos escrito con anterioridad, estamos asistiendo a la eclosión de plataformas de venta de trabajos académicos “Made in Spain”. La mayoría de estas webs, que en tono aséptico y políticamente correcto se pueden calificar de “servicios académicos” y con otro más atrevido pero ajustado a la realidad de “facilitadoras del fraude académico”, apuestan de forma decidida por el marketing online para captar clientes. La mayoría de los sesenta portales que hemos identificado y analizado hacen uso de publicidad _display, mientras que casi la mitad insertan anuncios en motores de búsqueda.

Parece evidente que estas empresas actúan sabiendo que sus potenciales clientes constituyen un colectivo muy expuesto a la publicidad online, una cohorte generacional que pasa mucho tiempo conectada a la red y que, además, tiene en los motores de búsqueda su principal fuente de acceso a la información. La decidida apuesta por la publicidad online de las empresas propietarias de estas plataformas se demuestra, por ejemplo, introduciendo en el buscador de Google “TFG Ayuda”.

Buena parte de los resultados de las primeras entradas que aparecen en la lista corresponden a anuncios de empresas que ofertan la realización de un TFG, sugiriendo a sus potenciales clientes que se despreocupen, que por un precio razonable confeccionarán un trabajo con el que seguro van a aprobar y, además, si el encargo del TFG se hace de manera inmediata ofrecen un descuento y un PowerPoint gratis para su presentación y defensa.

Para conocer mejor estas verdaderas incitaciones al fraude académico hemos analizado el contenido de los anuncios que las plataformas españolas de servicios académicos han insertado en los motores de búsqueda durante dos años.

Ayuda y suplantación

Los mensajes de los anuncios de las plataformas analizadas publicitan dos tipos de servicios: mayoritariamente, ayuda en la ejecución de trabajos académicos, y en menor frecuencia -al menos de forma explícita- la realización completa de estos trabajos. Las referencias explícitas a los servicios de ayuda aparecen en los anuncios de casi todas las plataformas. Estas referencias aparecen tanto en forma de apelaciones (“¿Necesitas ayuda con tu TFG? Nosotros podemos ayudarte”; “Te ayudamos solo en lo necesario para completar tu trabajo”, “Recibe ayuda hoy mismo”, etc.) como en eslóganes (“Ayuda integral”, “Servicio de ayuda y soporte durante la elaboración del TFG o TFM”; “Soporte a medida”; “Asesoramiento en TFG”, etc.).

En muchos de los casos, las ofertas de ayuda se presentan asociadas a referencias al personal que realizará esta función: “Expertos con experiencia te ayudarán”, “Encuentra el tutor ideal (...) y recibe ayuda”; “Te ayudamos con tu trabajo (...) con profesores cualificados”; “Profesionales especializados (...) te ayudarán con tu proyecto”. Cabe remarcar que algunas

¹ Publicado en The Conversation, el 29 de enero de 2020, <https://theconversation.com/la-promocion-del-fraude-academico-a-traves-de-los-buscadores-141593>.

² Catedrático. Pedagogía Aplicada y Psicología de la Educación, Universitat de les Illes Balears

³ Profesor Titular de Universidad de Documentación y Comunicación Científica en Educación, Universitat de les Illes Balears

de las referencias a las ofertas de ayuda son sumamente ambiguas, hasta el punto de enmascarar propuestas de suplantación. Es el caso, por ejemplo, de los mensajes “¿Necesitas ayuda con tu tesis? Déjala en nuestras manos”, “Comprar TFM, podemos ayudarte”, “Comprar TFG (...) profesionales ... te ayudan...”, “Lo hacemos por ti (...) profesionales ... te ayudan”.

En los anuncios de casi 75 % de las plataformas aparecen mensajes que proponen, de forma clara y explícita, la suplantación en la autoría de los trabajos: “Hacemos tus trabajos universitarios”; “Nosotros la hacemos por ti”; “Encarga tu trabajo...”; “Compra ya tu TFG, tesis o máster”; “Trabajos universitarios por encargo”; “Elaboración completa”; “Redactamos tu tesis”; “Escribimos tu tesis”; “Especialistas cualificados harán su trabajo”, etc.

Características del servicio

Prácticamente tres cuartas partes de las plataformas se promocionan en los buscadores afirmando que ofrecen un servicio personalizado que se concreta en facilitar soporte a medida, con acompañamiento durante todo el proceso (“tutor personalizado”; “en todas las fases...”); con una comunicación directa (“contacto con el redactor”; “comunicación directa con tu especialista”) básicamente mediante contacto online (“asesoría online”; “online 24/7”).

Anuncios de 13 portales hacen referencia a diversos tipos de garantías, especialmente referidas al éxito final (“aprobado 100% garantizado”; “garantía de éxito por escrito”). Eslóganes, apelaciones o informaciones referidas a aspectos económicos aparecen en más de la mitad de los anuncios y son, en la mayoría de los casos, muy generales (“los mejores precios”), con apelaciones a que se solicite presupuesto, ofreciendo condiciones ventajosas (“aceptamos pagos parciales”; “facilidades de pago”) y asegurando que el sistema de pago es seguro (“pago seguro”; “transacciones seguras”). Sólo en los anuncios de una web se especifica el precio: “TFG desde 5 euros página” y “TFM desde 7 euros página”.

Referencias a la rapidez del servicio aparecen en los anuncios de la mitad de los portales (“Tu tfg en una semana”; “Tu proyecto en un plazo muy corto”). La confidencialidad del servicio es otra característica a la que se hace referencia en los anuncios, en concreto en los de diez plataformas (“100% confidencial”; “Total confidencialidad”).

¿Se puede seguir así?

El análisis que hemos realizado, y del que en este artículo solo señalamos algunos de los resultados, evidencian que los mensajes publicitarios de las plataformas españolas de servicios académicos representan una manifiesta incitación para que el alumnado compre los trabajos de evaluación, alentando a la comisión de prácticas fraudulentas. No es de recibo, por poner un ejemplo, que los primeros resultados que arroja Google a la búsqueda de ayuda en la realización de un TFG sean anuncios con palmarias propuestas de compraventa.

Las medidas para encarar la situación descrita son diversas y de índole dispar: educativo, comunicativo, jurídico, de presión. Entre estas últimas cabría considerar la petición a las grandes tecnológicas que rechacen los anuncios de empresas dedicadas a la compraventa de trabajos académicos.

Si nuestras autoridades académicas deciden hacerlo pueden consultar el modelo de carta utilizado a finales de 2018 por la U.K.’s Quality Assurance Agency for Higher Education (QAA). Nadie les acusaría de plagio y, si la gestión tuviese éxito, contribuirían a evitar una de las más execrables y perniciosas formas de fraude académico en la universidad: la compraventa de trabajos de evaluación.