

## **¿Cómo evalúan la credibilidad hipertextual los alumnos universitarios?**

Esp. Maria Marcela Puebla<sup>1</sup>  
Lic. Andrea Puchmüller<sup>2</sup>

### Introducción

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de Investigación “Pedagogía de la Lengua basada en géneros. Desarrollo de materiales para la comprensión-producción de textos en la comunidad universitaria”, Proico 4-1-0403 22/H337, de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de San Luis.

A partir de la década de los '90, la llegada de Internet a las aulas presentó nuevos desafíos para los estudiantes Universitarios que consultan hipertextos a fin de buscar información en la Web sobre la temática estudiada en sus respectivas carreras. Estos desafíos están relacionados con el desarrollo de nuevas estrategias y habilidades de búsqueda, de lectura y también de evaluación de los sitios y la información que presentan para determinar cómo evaluar su credibilidad.

A fin de lograr un trabajo interdisciplinario con las otras asignaturas de la carrera, los alumnos de las carreras de Licenciatura en Geología y en Psicología consultan material de su especialidad escrito en Inglés en soportes tradicionales o computacionales para realizar Trabajos Prácticos para las asignaturas Inglés e Inglés PPE. Para esto, ellos deben hacer juicios de valor a fin de determinar la credibilidad de la información que seleccionan. En consecuencia, este trabajo se propone indagar y describir los aspectos o características que los estudiantes consideran importantes al valorar la credibilidad de los hipertextos para su selección como material de consulta y estudio. Esta información nos permitirá conocer los aciertos y desaciertos de los mismos con respecto a sus criterios de búsqueda y selección y actuar en consecuencia para ayudarles a optimizar su desempeño.

### Marco Teórico

#### Hipertexto e Hiperlectura

El término “hipertexto” se utiliza para describir un texto con múltiples enlaces a otros textos producidos electrónicamente; es decir, en un hipertexto computacional la información está presentada en una red semántica en la que múltiples secciones relacionadas del texto están interconectadas entre sí.

El hipertexto no es un formato sin precedentes: en un libro las notas a pie de página, llamados con asteriscos o citas de otras fuentes tienen una naturaleza hipertextual y crean también un hipertexto cognitivo. En un hipertexto computacional tales relaciones existen físicamente y se manifiestan en dos elementos básicos: los nodos y las unidades de enlace. Los nodos o links son las unidades de información y determinan la flexibilidad del hipertexto, independientemente de que el orden de los mismos va a ser determinado por quien los lee. Los enlaces son las conexiones entre los nodos (Loyo, 2001, p.64).

Leer un hipertexto digital es un proceso similar al de leer un texto impreso. Decimos similar porque, si bien la lectura de textos impresos es también una lectura hipertextual que va a depender de los intereses y objetivos de lectura que el lector tenga, el soporte tecnológico presenta un número mayor de alternativas que fomentan la independencia y

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de San Luis

<sup>2</sup> Universidad Nacional de San Luis e Instituto de Formación Docente Continua-San Luis

demandan un lector activo que decida, se movilice y despliegue un rol protagónico para controlar la selección de sus lecturas y la resolución de sus problemas. Asimismo, favorece la posibilidad de decidir su camino, de explorar, de armar su itinerario, y de aprender a dirigir su propio proceso de lectura, lo cual requiere un proceso de evaluación permanente de lo que va leyendo. (Loyo, 2001, p.68).

La esencialidad del hipertexto nos lleva necesariamente a hablar de hiperlectura, es decir, a la lectura activa y constructiva que éste incentiva. La hiperlectura se basa en la idea de que nunca existe una única forma de leer, sino que el lector al leer crea una versión del texto, convirtiéndose así en co-autor del mismo, ya que tiene la posibilidad y el control para moverse desde un nodo a otro de acuerdo con sus objetivos personales. La hiperlectura “...delega en el lector la responsabilidad y el poder de ser más crítico en la lectura y de aplicar la noción de constructivismo en forma más activa” (Burbules & Callister, 2001, p. 92-93).

### ¿Qué es la credibilidad?

A partir de fines de 1990 en que Internet se convierte en un nuevo medio de interacción con la información, el concepto de *credibilidad* comienza a cobrar importancia. Esto se debe a que el flujo de información que rodea al lector es mucho mayor al que el podría leer, enfrentándolo así al desafío de juzgar qué información parece ser más confiable, mejor o más creíble.

En el pasado, la credibilidad de la información era abalada por personas relacionadas con el conocimiento profesional tales como editores, periodistas, bibliotecarios, revisores. Hoy, el usuario que busca información en Internet necesita poner en juego juicios de valor con respecto a la credibilidad de la misma. Estos juicios influirán en su decisión de aceptarla o rechazarla. Afortunadamente, la evaluación de la credibilidad de las fuentes y los textos están interrelacionados, es decir, es probable que las fuentes creíbles contengan textos creíbles y los textos creíbles probablemente hayan sido originados por fuentes creíbles (Fragalae & Health, 2004, en Rieh & Danielson, 2007) y esto, de algún modo, facilitaría la tarea al lector.

El constructo de credibilidad propuesto por Taylor (1986, en Rieh & Danielson, 2007) es definido como el conjunto de juicios de valor que el usuario realiza al elegir determinados objetos de información. Para esto debe hacerse preguntas con respecto a la vigencia, actualización, seriedad de la información y evaluar quién o qué institución u organismo es responsable de la misma. Las respuestas obtenidas son aspectos claves para determinar la calidad que, a su vez, proporcionará credibilidad de la información. Los valores asociados con la calidad son la precisión, la actualidad, la confiabilidad, la validez y la excelencia (Taylor, 1986, p.62, en Rieh & Danielson, 2007).

Tseng y Fogg (1999) señalan la importancia de distinguir entre credibilidad y confianza ya que “...confianza connota una creencia positiva acerca de la fiabilidad, dependencia y confianza en una persona, objeto o proceso” (p. 41, en Rieh & Danielson, 2007, p.6). Por otro lado, Marsh y Dibben (2003) relacionan el concepto de credibilidad con el concepto de autoridad cognitiva. Las autoridades cognitivas son las personas, libros, instituciones u organismos que, al ser reconocidos como creíbles o dignos de ser creídos, influyen en los pensamientos de las personas (Wilson, 1983, en Hilligoss & Rieh, 2007).

### Características de la Credibilidad Hipertextual

Si bien la evaluación de la información es subjetiva, relativa y situada ya que va a depender del conocimiento previo, pensamiento crítico, estrategias y percepciones de la utilidad potencial de la información que tenga el lector, hay ciertos aspectos que el usuario de Internet necesita aprender para ubicar, evaluar y utilizar la información con eficiencia.

Entre los aspectos sugeridos a tener en cuenta (Alexander & Tate, 1999; Cooke, 1999; Dragulanescu, 2002; Kapoun, 1998; Kjartansdóttir & Widenius, 1995; Pratt, Flannery, & Perkins, 1996; Tate & Alexander, 1996, en Reih, & Danielson, 2007) se encuentran:

- a- la autoridad, la importancia, el prestigio y experiencia del autor así como también el prestigio y el reconocimiento de la fuente o institución responsable de la información,
- b- el dominio del URL, es decir, si el documento proviene de un sitio del gobierno (.gov), institución educativa (.edu), sitio comercial (.com) o de una organización sin fines de lucro (.org),
- c- la especificación de la fecha de actualización de la información y el mantenimiento y actualización del sitio,
- d- la precisión de la información,
- e- la presentación ordenada y clara de la información y del sitio. El lector debe tener en cuenta si la página posee un mapa del sitio, si proporciona facilidades de búsqueda, si las páginas son estéticamente atractivas, si la información esta categorizada, si el texto es de fácil lectura y si posee links/nodos centrales<sup>3</sup>, es decir que tengan un alto valor informativo y contribuyan seminalmente al desarrollo del tema contenido en el sistema hipertextual.
- f- la accesibilidad al sitio. Esto implica tener en cuenta si es de fácil acceso o si se requiere de software o hardware adicional o si tiene restricciones tales como ser miembro de la organización o tener una contraseña,

### Metodología

#### Sujetos

La muestra estuvo integrada por 8 alumnos de la carrera Lic. en Psicología de la Facultad de Ciencias Humanas y 8 alumnos de la carrera de Geología de la Facultad de Física, Matemática y Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de San Luis que cursaron en el 2008 la asignatura Inglés para Propósitos Específicos e Inglés respectivamente.

---

<sup>3 3</sup> Los nodos centrales son aquellos que comparten tres o más redes lexicales con el nivel en el que están insertos, tienen un alto valor informativo y contribuyen seminalmente al desarrollo del tema contenido en el sistema hipertextual. Por el contrario, los nodos marginales no comparten suficientes conexiones léxicas con el sistema hipertextual por lo tanto presentan un valor informativo nulo en relación con el nivel que los contiene, es decir, no contribuyen al desarrollo del tema del hipertexto u ofrecen información que no está directamente relacionada con el mismo. Existen también otras categorías: 1- los nodos intermedios, son aquellos que establecen una o dos redes lexicales internodales y dan un grado de cohesión menor que los nodos centrales pero mayor que los marginales; por lo tanto, el valor informativo de estos nodos es importante para el desarrollo del tema del primer nivel. 2- los nodos pertenecientes a las convenciones propias del hipertexto, tales como “Click here”, “Send us e-mail”, “FAQ”, etc. (Puebla; Puchmüller; Arellano, 2004).

### Recolección de Datos

La recolección de datos se realizó por medio de actividades y entrevistas semiestructuradas. Las actividades se dividieron en dos ejes: el primero tenía por objetivo determinar qué buscador y qué criterios generales de búsqueda y selección de la información tienen los alumnos. El propósito del segundo eje era determinar qué criterios de credibilidad utilizan los alumnos para la selección de un hipertexto como material de consulta y estudio a partir de la búsqueda de diferencias y similitudes de los mismos.

Las entrevistas tuvieron como fin profundizar, desde la propia experiencia del alumno, las actividades realizadas con los hipertextos.

Para el diseño de las actividades se seleccionaron cuatro hipertextos: dos afines a la carrera de Psicología sobre el tema “Enfermedad de Alzheimer”, relativo a la materia “Psicología General” ubicada en el primer año de la carrera, y dos afines a la carrera de Ciencias Geológicas acerca de “Depósitos Glaciales”, tema perteneciente a la asignatura “Introducción a la Geología”, también perteneciente al primer año del plan de estudios. Los hipertextos se analizaron de acuerdo a las características propuestas por Rieh & Danielson (2007) y Puebla; Puchmüller & Arellano (2004), las cuales permitieron formar dos pares de hipertextos: dos de mayor credibilidad, y dos de menor confiabilidad.

### Hipertextos de mayor credibilidad:

-“*Alzheimer’s Disease*” se extrajo de un sitio del gobierno “MedlinePlus” el cual es parte del servicio de la Biblioteca Nacional de Medicina e Institutos Nacionales de Salud de los Estados Unidos. La página presenta un mapa navegacional en el que se observa claramente las diferentes secciones del sitio, como por ejemplo “Home”, Health topics”, Drugs and Supplements”, “Encyclopedia” (de la cual se extrajo el texto), etc. También contiene links tales como “About MedlinePlus”, “Site Map”, “FAQ” y “Contact us”. Esta página también permite acceder a información acerca del director de Medline Plus y de los miembros del Consejo Asesor, a artículos de investigación sobre los distintos temas, a los premios y menciones que ha recibido el sitio, entre otros.

Con respecto al hipertexto seleccionado se puede observar que al final del mismo se encuentran referencias bibliográficas, la fecha de actualización del artículo y se menciona quién lo actualizó y una breve reseña sobre esta persona. La información es de fácil acceso y se presenta en forma clara y ordenada por medio de subtítulos que permiten localizar la información en forma rápida y precisa. El texto proporciona links centrales a otros textos del mismo sitio que permiten ampliar la información.

-“*A Shift From Lithostratigraphic to Allostratigraphic Classification of Quaternary Glacial Deposits*”: Es una publicación on-line que pertenece al sitio “The Geological Society of America”, sociedad profesional global fundada en 1888 con el propósito de “proveer acceso a elementos que son esenciales para el crecimiento profesional de científicos de la Tierra, de todos los niveles de expertise y de todos los sectores: académicos, gubernamentales, comerciales e industriales”<sup>4</sup>. Los cinco autores del hiperartículo están claramente identificados luego del título del mismo mencionando la universidad de procedencia de cada uno, y en el mapa navegacional se incluye un link para cada uno de los autores que da la posibilidad de googlearlos. Respecto a los aspectos de actualización, el sitio especifica la fecha en que el artículo fue recibido y cuándo fue aceptado para su

---

<sup>4</sup>Extraído del link “About Us” del sitio “The Geological Society of America”.

publicación. La información se presenta en forma ordenada ya que la página presenta un mapa navegacional que cumple la función de tabla de contenidos que despliega cada una de las secciones del hiperartículo. Esta página presenta también el mapa navegacional propio del sitio, en el que se incluyen links tales como “About us”, “FAQ” y “Site Map”; links de todas las publicaciones on-line propias de esta Sociedad; y links para suscribirse o enviar un manuscrito. Los links del hiperartículo no conectan al lector con otros sitios de la web, sino simplemente con un segundo nivel propio de este hipertexto que amplían las figuras presentadas en el cuerpo del hipertexto y su explicación, con la posibilidad de imprimirlas. Todos los links son centrales ya que se relacionan directamente con el tema desarrollado por el hiperartículo. En cuanto a la accesibilidad del hipertexto, si bien la Sociedad Geológica de América presenta la posibilidad de asociarse como miembro de la misma, el sitio está abierto a la consulta del público en general, sin necesidad de ningún tipo de software adicional o de contraseña personal. Con respecto al contenido, el artículo presenta aspectos informativos sobre depósitos glaciales cuaternarios y su clasificación, y también aspectos persuasivos sobre la interpretación de la clasificación propuesta y la evaluación crítica del trabajo de otros científicos.

#### Hipertextos de menor confiabilidad.

-“*Living with Alzheimer’s Disease*” fue extraído del sitio “Alzheimers” el cual presenta un mapa navegacional en el que aparece, por un lado, un listado de otros artículos sobre la enfermedad de Alzheimer y, por otro, de propaganda de libros sobre el tema y de medicamentos no relacionado tales como energizantes. En el artículo no se menciona el/los autor/es ni la institución u organización responsables de la información, no tiene referencias bibliográficas, citas o información acerca de dónde proviene la información. El hipertexto tampoco presenta links en su cuerpo, no incluye una dirección, teléfono u otra forma de contactar a los responsables de la información. No aparece la fecha en que se publicó como tampoco una fecha de actualización o revisión del mismo.

-“*Glacial Deposits*”: pertenece al sitio “CliffsNotes, the fastest way to learn”, que consiste en una serie de guías de estudio publicadas por la editorial John Wiley & Sons Inc., sobre diversos temas y disciplinas (literatura, ciencia, matemáticas, idiomas etc). El artículo no presenta autores identificables y la información sobre la institución responsable se presenta en un mapa navegacional al final del artículo en el link “About CliffsNotes”. En este link, sin embargo, no se expresa quiénes son los autores de los artículos, o en su defecto cómo se diseñan y editan las guías<sup>5</sup>. Respecto a la actualización y mantenimiento del sitio, el artículo no especifica cuándo la información fue subida a la red o si fue actualizada. La información aparece claramente organizada y jerarquizada por medio de un mapa navegacional con diversos temas y subtemas. El texto es de fácil lectura, con un contenido de carácter más bien enciclopédico o de diccionario, con abundancia de definiciones y taxonomías. Presenta dos links de carácter central que sólo remiten a figuras dentro del mismo texto. Las figuras son simples, con muy poco nivel de detalle. Dentro del artículo se presentan tres links marginales: uno que provee información sobre problemas hipotecarios en ciudades de Estados Unidos, otro que invita al lector a participar de un concurso, y otro

---

<sup>5</sup> Confrontar, por ejemplo, con sitios como Wikipedia (www.wikipedia.org), que al ser una enciclopedia colaborativa on line no presenta los autores de sus artículos, pero sí incluye referencias, citas, bibliografía, fecha de actualización de los artículos, y explica claramente la naturaleza del sitio, su propósito y el grupo de editores que se dedican a organizar y seleccionar la información que se incluye.

que contiene una encuesta de opinión y que curiosamente no indaga acerca de la calidad del sitio sino sobre las habilidades artísticas del lector. Con respecto a la accesibilidad del sitio, cualquier hiperlector puede tener acceso a la información del mismo en forma gratis, pero tiene la posibilidad de acceder a información más detallada comprando las guías impresas que son ofrecidas en diversos links del mismo.

### Análisis de Datos

Con respecto a criterios generales de búsqueda de la información tanto los alumnos de psicología como los de geología coincidieron en los siguientes aspectos:

1-utilizar “Google” como buscador ya que “lo conocen o manejan mejor”, “es el único buscador que conocen”, “es el más conocido” y siempre se quedan con/eligen los sitios que aparecen en la primer hoja “porque son los más completos”.

2-ingresar como palabra clave el tema sugerido, en este caso “Alzheimer” y “Glaciation”. En el caso de psicología, al aparecer la información en castellano, agregaron la extensión “+inglés”.

3- seleccionar el sitio a partir del titulo y la información que aparece debajo del mismo, sin prestar atención al URL.

4-utilizar Internet de una a dos veces a la semana para chatear, chequear el correo electrónico, pero no como herramienta de estudio, a menos que algún profesor les recomendara un sitio.

Sin embargo, se detectaron las siguientes diferencias entre los dos grupos:

1-los alumnos de psicología prestaron atención al URL únicamente si era la de Wikipedia, porque manifestaron que era clara y completa para informarse sobre conceptos básicos.

2-todos los alumnos de geología coincidieron en que utilizaban Internet para buscar noticias respecto a eventos geológicos actuales (erupción de volcanes, terremotos, glaciares etc) y para informarse respecto a eventos científicos (congresos, jornadas etc).

En relación a los criterios de credibilidad:

-De los 16 alumnos de la muestra 8 tuvieron en cuenta si el hipertexto tenía autores claramente identificados; 6 prestaron atención a las referencias bibliográficas y a la fuente del hipertexto; sólo 2 observaron el dominio, pero manifestaron no conocer las implicancias de las diferencias entre ellos; 2 alumnos tuvieron en cuenta la fecha de publicación y/o actualización del sitio; ningún alumno consideró la facilidad o no de acceso a la información; y sólo 4 prestaron atención a los mapas navegacionales.

-Todos los alumnos de la muestra se centraron en el contenido, la organización, la extensión y similitud en cuanto al contenido con los textos proporcionados por los docentes de las cátedras para decidir sobre la credibilidad de los hipertextos. Basaron su elección en el hipertexto que “parece más serio”, “es más extenso”, “la información está bien organizada bajo subtítulos”, “tiene el contenido más claro”, “tiene definiciones completas” etc.

-Todos los alumnos coincidieron en no prestar atención, tanto a los links contenidos en el hipertexto como a los del mapa navegacional, y manifestaron que de abrirlos sus expectativas eran encontrar información íntimamente relacionada con el tema del hipertexto que los contiene.

### Conclusión.

Los datos y resultados obtenidos en este trabajo no pretenden hacerse extensivos a todos los estudiantes de esta Universidad, pero nos permiten una primera aproximación a los hábitos de búsqueda y selección de material en Internet de nuestros alumnos.

El análisis de los datos revela que cuando el estudiante tiene que realizar su propia búsqueda no demuestra tener un criterio de selección definido ya que limita su elección del tema sobre el cual necesita información a las opciones de títulos de la primera página del buscador. Esto podría entenderse como que los estudiantes no explotan al máximo las posibilidades que ofrece este medio (visitar numerosos sitios para comparar las distintas opciones, pasar de un nivel hipertextual a otro, abrir y cerrar links, etc.) debido a que el proceso de búsqueda produce lo que Altun (2003) denomina “sobrecarga cognitiva”. Por lo tanto esta forma de investigación y búsqueda de información se convierte en azarosa.

En el proceso de búsqueda de información los alumnos tenderían a transferir las mismas estrategias de evaluación de credibilidad que utilizan para seleccionar material de soportes tradicionales tales como libros de textos o revistas de divulgación. Estos criterios se limitarían a prestar atención a si el hipertexto tiene un autor explícito y, en segundo lugar si presenta referencias bibliográficas. Por otro lado, el estudio demostró que los participantes no tendrían en cuenta aspectos propios y distintivos de los hipertextos computacionales rigurosamente necesarios para la evaluación de la credibilidad de los mismos, tales como la fuente responsable de la información, el URL, la fecha actualización, el mantenimiento del sitio, los mapas navegacionales, y los links. Esto queda claramente evidenciado en el bajísimo número de alumnos que consideró tales aspectos.

Otro dato importante de este estudio es que los alumnos de la muestra realizan sus juicios de valor a partir del análisis de la organización del contenido de los hipertextos seleccionados, es decir, a la facilidad con la que pueden detectar la información en los mismos.

Lo anteriormente expuesto indicaría que, para los participantes de la muestra, los juicios de valor que realizan para evaluar la credibilidad hipertextual se centrarían en básicamente dos aspectos: la organización del contenido y la existencia de un autor identificado.

Por lo tanto este trabajo nos lleva a considerar la importancia de concientizar a los alumnos sobre las implicancias del concepto de hiperlectura, dentro del cual la credibilidad es sólo un aspecto. Si bien se ha considerado una nómina de criterios a tener en cuenta para la evaluación de la credibilidad de un hipertexto (autoría, accesibilidad, actualización, diagrama, links etc), creemos que la enseñanza de la hiperlectura es más compleja .

Una de las formas de enseñar a los alumnos hiperlectores usuarios de Internet a evaluar información para obtenerla de los sitios más creíbles es por medio del desarrollo del pensamiento crítico y la lectura crítica. “El pensamiento crítico es enseñar a los alumnos a pensar mientras leen” (Carr, 1988, p.69). Daniel Kurland señala que (2000) “la lectura no-crítica se satisface con reconocer lo que un texto dice y parafrasear sus aspectos principales. La lectura crítica avanza un paso más: habiendo reconocido lo que un texto dice, reflexiona a cerca de lo que el texto hace” (p.56). El alumno que se enfrenta a un hipertexto debe ser capaz de utilizar estrategias de pensamiento y lectura crítica en forma constante, no solo para localizar la información, sino para seleccionarla, evaluarla y utilizarla, teniendo también en cuenta todo las posibilidades del medio hipertextual computacional.

## Referencias

- Altun, A. (2003). "The Cognitive Processes and Strategies in Hypertext Reading". Disponible en <http://cc.ibu.edu.tr/aaltun/ohio.asp>. Fecha de consulta: 12 de mayo de 2007.
- Burbules, N. & Callister, T. (2001) *Educación: Riesgos y Promesas de las Nuevas Tecnologías de la Información*. Buenos Aires: Ediciones Garnica.
- Carr, K. (1988) *How Can We Teach Critical Thinking?* USA: Childhood Education.
- Hilligoss, B., & Rieh, S. Y. (2007), "Developing a unifying framework of credibility assessment: Construct, heuristic, and interaction in context". University of Michigan. Information Processing and Management doi:10.1016/j.ipm.2007.10.001. Disponible en: [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com). Fecha de Consulta Febrero, 2009.
- Kurland, D. J. (2003). "Critical Reading vs Critical Thinking". Disponible en: [www.criticalreading.com](http://www.criticalreading.com). Fecha de consulta: 20 de setiembre de 2008.
- Loyo, A. (2001). *Nuevas tecnologías y lectura de hipertexto*. Córdoba: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Puebla, M., Puchmüller, A. & Arellano, C. (2004). "La Cohesión Léxica en el Género Hipertexto Computacional". Actas de las III Jornadas de Creatividad Lingüística. San Luis.
- Rieh, S. Y. & Danielson, D. (2007). "Credibility: A Multidisciplinary framework". University of Michigan. Disponible en: [dlist.sir.arizona.edu/1899/01/rieh\\_Danielson\\_ARIST41.pdf](http://dlist.sir.arizona.edu/1899/01/rieh_Danielson_ARIST41.pdf) . Fecha de consulta: Noviembre, 2008.

## Corpus.

<http://www.gsajournals.org/perlserv/?request=getdocument&doi=10.1130%2FGSATG20.1>  
[http://www.cliffsnotes.com/WileyCDA/CliffsReviewTopic/GlacialDeposits.topicArticleId-9605\\_articleId-9523.html#crawford3357c10-fig-0001](http://www.cliffsnotes.com/WileyCDA/CliffsReviewTopic/GlacialDeposits.topicArticleId-9605_articleId-9523.html#crawford3357c10-fig-0001)  
<http://nlm.nih.gov/medlineplus/alzheimersdisease.html>.  
<http://www.alzheimers-disease-care.com/>

**ACTIVIDADES**

Nombre:.....

Carrera:.....

Necesitás información en Inglés para estudiar sobre volcanes para la asignatura “Introducción a la Geología” y sobre Alzheimer para la asignatura “Psicología General”.

- a- Entrá en un buscador.
- b- Ingresá palabras que a tu criterio sean clave para buscar la información requerida.
- c- Seleccioná un sitio.

Te vamos a mostrar dos hipertextos sobre el mismo tema.

- 1- Realizá una lectura rápida de los hipertextos y decí que diferencias y similitudes encontrás entre ambos.

- 2- Decidí cuál elegirías para trabajar en la asignatura “Introducción a la Geología” / “Psicología General”. ¿Por qué?

### ENTREVISTA

Alumno:.....

- 1- ¿Con qué propósito usás Internet?
- 2- ¿Con qué frecuencia?
- 3- ¿Por qué utilizaste ese buscador para buscar el tema q te dimos?
- 4- ¿Qué criterios tuviste en cuenta par aseleccionar el sitio por el cual optaste?

5- ¿Por qué descartaste los otros sitios?