

AREA TEMATICA: **EDUCACIÓN**

**Evolución del aprovechamiento de las redes sociales como herramienta de comunicación en la carrera de Medicina Veterinaria**

Galván, S.M.<sup>1</sup>; Sacco, S.<sup>2</sup>; Marchi, F.<sup>3</sup>; Urbansky, E.<sup>3</sup>; Pagnuco A.<sup>3</sup>

[sgalvan@fcv.unl.edu.ar](mailto:sgalvan@fcv.unl.edu.ar)

<sup>1</sup>Directora, <sup>2</sup>Investigadora, <sup>3</sup>Adscriptos en docencia e investigación

Proyecto CAI+D 2001. “Requerimientos del sector socio-productivo hacia la formación profesional de los Médicos Veterinarios egresados de la FCV-UNL. Su incidencia en la estructuración del currículo educativo”.

El fenómeno de las redes sociales en Internet, es cada vez más popular y aporta interesantes indicadores de participación social y de influencia colectiva<sup>1</sup>.

La red habilita a un conjunto de operaciones comunicativo-organizacionales tales como las comunidades virtuales, el correo electrónico, la web estática de información (Web 1.0 o consumidores de información) y ahora la web interactiva (web 2.0, consumidores y productores de información), entre las que se incluyen las redes sociales virtuales<sup>4</sup>.

Estas constituyen una rama de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que en los últimos años han supuesto una auténtica revolución en la forma de relacionarse ámbito académico. Las ocasiones en que se utilizan son aisladas y pocas gozan de continuidad<sup>2</sup>.

Estudios realizados demuestran que nuestro país es uno de los que realiza un uso más intenso de estas redes. La empresa de medición comScore indica que lidera el ranking mundial de su último reporte, con 9,8 horas de uso mensual promedio. El promedio mundial es de 5,2.

En la actualidad, entre las redes sociales de mayor alcance se destacan los sitios de fotos (Instagram), los sitios de videos (como YouTube) y los sitios de encuentros y relaciones (Facebook, LinkedIn y Twitter.com, entre otros).

A través de una investigación realizada en el año 2012, que tuvo el propósito de identificar el alcance de la utilización de redes sociales virtuales por parte de alumnos de la carrera de Medicina Veterinaria de la Facultad de Ciencias Veterinarias (FCV) de la Universidad Nacional del Litoral (UNL)<sup>3</sup>, se encuestó a aproximadamente el 10% de la matrícula estudiantil activa de esta carrera, comprobándose una cifra significativa de alumnos de la carrera que disponía de una cuenta de Facebook (8 de cada 10). En dicho estudio se verificó que el 50% de los encuestados utilizaba YouTube, resultando poco significativo el número de alumnos que utilizaba Twitter.

En aquella oportunidad, casi la mitad de los alumnos encuestados accedía a estas redes todos los días. La finalidad esgrimida era el uso personal (en 9 de cada 10 alumnos) y con fines educativos (en 8 de cada 10).

El mayor aprovechamiento que reconocían era interiorizarse de cursos, jornadas y otras ofertas, así como para comunicarse con el centro de estudiantes, con las cátedras que disponían de cuentas, también para encontrar compañeros de estudio, o como parte de una agrupación estudiantil, o de grupos de estudios dirigidos de la FCV y para compartir temas sociales, entre los más relevantes.

Los espacios curriculares indicados por los estudiantes que utilizaban dichos recursos fueron los de algunas cátedras (Anatomía Veterinaria I y II, Bioestadística, Biología, Parasitología y Patología), el sitio del Centro de Estudiantes, agrupaciones estudiantiles, el de los graduados, el de actividades de voluntariado (Zoolidarios) y el de los grupos funcionales.

Motivados por el notable incremento del uso de estas redes a partir de la mayor accesibilidad mediante telefonía móvil, el presente trabajo tiene el objetivo de relevar la evolución del aprovechamiento de las redes sociales como herramienta de comunicación en la carrera de Medicina Veterinaria, desde el advenimiento de estos recursos comunicacionales.

## AREA TEMATICA: EDUCACIÓN

Se realizó un estudio exploratorio sobre los espacios curriculares, sociales, científicos, de vinculación y organizacionales, que en la actualidad permiten la interacción de la comunidad académica en torno a la carrera de Medicina Veterinaria.

Entre los resultados obtenidos se destaca un notable incremento del número de cátedras que utiliza la red social Facebook para compartir información con los alumnos. Tanto es así que resulta insignificante el número de asignaturas que carecen de este recurso de interacción (1 de cada 10 cátedras).

Se incrementaron también los sitios institucionales que permiten una comunicación más fluida con los diferentes actores de la comunidad académica.

Por otra parte, en la actualidad, todos los grupos de estudios dirigidos de la Facultad de Ciencias Veterinarias, poseen sus propias cuentas. Algo similar ocurre con los sitios mediante los cuales se convoca a voluntarios para desarrollar acciones filantrópicas, en las que participan alumnos y docentes de la carrera.

Las estructuras de gestión de la propia Universidad, e incluso del Ministerio de Educación de la Nación, también recurren a este recurso informático para difundir sus acciones.

Se verifican una gran diversidad de cuentas, muchas de ellas temporarias, tales como grupos, o eventos científicos y recreativos, que permiten una fluida comunicación entre los participantes.

En el caso de la web gratuita Twitter, si bien cada vez tiene mayor aceptación en el estudiantado, aún no ha logrado afianzarse como una herramienta efectiva para compartir información por parte de las diferentes cátedras; más allá de que se trata de nueva forma de comunicación, que permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real a través de mensajes breves de texto.

En relación al sitio web YouTube, el aprovechamiento se ha intensificado notablemente, permitiendo disponer de videos disciplinares muy actualizados, los cuales son utilizados no sólo por los estudiantes, sino también por los docentes, los que recurren a este material como estrategia para promover aprendizajes significativos y una manera más gratificante de enseñar.

Concluyendo, podemos afirmar que de la misma forma que las redes sociales están cada vez más presentes en nuestra vida cotidiana, ellas también se están insertando paulatinamente en la educación. Esto se constituye en un desafío para los profesores, quienes deberán entender los medios de comunicación y usarlos de forma creativa, incentivando discusiones saludables y aprovechando la potencialidad de la educación y el aprendizaje híbrido, el cual conjuga estrategias presenciales con la interacción on line.

El mayor reto será garantizar la calidad educativa, en tanto nos adecuamos a la cibercultura de los estudiantes, en consonancia con las costumbres y expectativas de los jóvenes que transitan nuestras aulas.

### Bibliografía

**1-Duart. J.** (2009). Internet, redes sociales y educación. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/780/78011179001.pdf>.

**2-Espuny Vidal, C.; González Martínez, J.; Lleixà Fortuño, M.; Gisbert Cervera, M.** (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/8927>. 2011.

**3-Galván, SM; Sacco, S.** (2012). Características del uso de redes sociales virtuales por parte de los estudiantes de la FCV-UNL. <http://www.fveter.unr.edu.ar/jornadas2012/62.%20GALV%C1N,S%20VET-UNL%20Caracter%EDsticas....pdf>.

**4-Tenzer, SM; Ferro,O; Palacios,M.** (2012). Redes sociales virtuales. Personas, sociedad y empresa [http://salonvirtual.upel.edu.ve/pluginfile.php/19830/mod\\_resource/content/0/Redes\\_Sociales/Redes.pdf](http://salonvirtual.upel.edu.ve/pluginfile.php/19830/mod_resource/content/0/Redes_Sociales/Redes.pdf).