

Experiencias prácticas de aprendizaje-servicio

X Symposium Internacional sobre el Practicum

El Practicum más allá del empleo: Formación vs Training

29 de junio de 2009

Roser Batlle

Índice

1. Generación @ y ciudadanía activa

- 1.1. ¿Quiénes son estos jóvenes?
- 1.2. ¿Cómo conectan con el entorno?
- 1.3. ¿Cómo se comprometen?

2. Buenas prácticas de APS en las universidades

- 2.1. Amigos y amigas de la lectura
- 2.2. Producción audiovisual para ONG
- 2.3. El proyecto Piletones

3. Conclusiones

- 3.1. Conectar y comprometerse a través del APS
- 3.2. APS y capital social
- 3.3. Diez razones para practicar aprendizaje-servicio

1. Generación @ y ciudadanía activa

El aprendizaje servicio es, entre otras cosas, una estrategia de formación para la ciudadanía activa¹ lo suficientemente versátil como para poder practicarse desde la infancia hasta la edad madura.

Pero en concreto, en las universidades, el aprendizaje servicio descubre a los jóvenes la dimensión de responsabilidad social que contraen por el hecho de acceder a una formación superior. Dicho de manera no muy académica, el APS comunica un potente mensaje ético al estudiante: *tu formación no puede servir solamente para mejorar tu currículum y tus oportunidades personales, tu formación debe ayudarte también a que seas capaz de aportar alguna cosa para mejorar la sociedad.*

Pero puesto que el APS es una experiencia que conecta a los jóvenes con su entorno y les compromete, parece pertinente plantearse previamente cómo son estos jóvenes y cómo suelen conectar y comprometerse.

Por esto se presentan algunas pinceladas sobre la generación actual de jóvenes estudiantes antes de describir algunas buenas prácticas.

1.1. ¿Quiénes son y a qué se enfrentan?

Los jóvenes de la primera generación del siglo XXI han sido bautizados² como la *generación @*, entre otras cosas por su inmersión en el universo de las tecnologías de la información y la comunicación.

Se podría objetar, no sin razón, que esta imagen corresponde sobre todo a los jóvenes de los países occidentales, y que la mayoría de los 1200 millones de jóvenes que pueblan el mundo pertenecen a países en desarrollo y padecen graves problemas de salud, analfabetismo, pobreza y falta de empleo.

Sin embargo, sin olvidar las profundas desigualdades que caracterizan nuestro mundo, existe un cierto universo juvenil, cada vez más globalizado, dónde se identifican poderosas tendencias cuanto a valores y estilos de vida. Por este motivo vamos a generalizar un poco, a riesgo de pasar por alto diferencias significativas, y tomaremos el dibujo esquemático de los jóvenes españoles como ejemplo ilustrativo de la *generación @*.

¹ Véase Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades, de Miquel Martínez, Octaedro-ICE (2008).

² Esta feliz expresión fue creada por el profesor Carles Feixa, de la Universidad de Lleida, España (2000).

A tenor de algunos estudios realizados³, los jóvenes españoles son felices, amistosos y despreocupados; arraigados a sus pueblos y poco cosmopolitas; suavemente izquierdistas y poco interesados en la participación política; individualistas y tolerantes; proclives a una solidaridad dispersa y esporádica; acostumbrados a tener opciones para casi todo y a negociar permanentemente con sus padres y madres en el seno de una familia con pocas ganas de conflictos... Además, cerca de 1/3 declaran tener experiencia en actividades de voluntariado.

Parece una caricatura bastante buena, dentro de lo que cabe. Vaya, que podría ser peor. Pero, aunque nuestra *generación @* aventaja sin duda a la población adulta en aspectos tales como la capacidad adaptativa (por poner un ejemplo claro: en utilización ágil y creativa de las nuevas tecnologías), no parece que la agilidad mental e instrumental propia de la juventud sea protección suficiente frente a los riesgos sociales y retos educativos actuales⁴, como el envejecimiento galopante de la población; el aumento de la diversidad a todos los niveles; la crisis del modelo económico; el fin del trabajo para toda la vida y la precarización del empleo; la sobreinformación y las enormes dificultades para digerirla y organizarla; la multiplicación cualitativa y cuantitativa del consumo destinado a la evasión (entre otras cosas, las drogas)...

Los jóvenes de la *generación @*, a semejanza de lo que hicieron otras generaciones, a menudo necesitan construir su identidad con una mirada endogámica, cerrándose en un micro-mundo juvenil que, por otra parte, representa una oportunidad de mercado en la sociedad de consumo. Pero, a la vez, esta sociedad no suele considerar las aportaciones que los jóvenes pueden hacer para mejorar la vida de las personas y la calidad de vida de su entorno. En definitiva, no los trata como ciudadanos activos, sino, en todo caso, como consumidores. Si queremos ciudadanos comprometidos y una sociedad más cohesionada, es preciso que los jóvenes se abran al entorno y éste se abra a los jóvenes.

Sin embargo, parece evidente que, para comprometerse, es necesario previamente haber conectado.

³ Informe Anual de Jóvenes. INJUVE. 2006.

⁴ Un reportaje elocuente: *Los hijos del ladrillo: ¿una generación perdida?*. La Vanguardia, 29 de marzo del 2009.

1.2. ¿Cómo conectan con el entorno?

Tal vez para entender cómo conecta con el entorno la *generación @* pueda ser útil manejar algunas antinomias que frecuentemente coexisten y danzan en el universo juvenil sin causar tantos conflictos como en generaciones anteriores.

Realidad virtual y realidad virtuosa

Un caso para pensar : los hikikomori

Los hikikomori son jóvenes japoneses, generalmente chicos entre 20 y 30 años que voluntariamente deciden no salir de una de las habitaciones de la casa dónde viven, que es la de sus padres. En este espacio rehacen su propio universo, diferente al que tenían fuera que se les había vuelto insoportable.

Rodeados de su playstation, sus videojuegos e Internet, invierten su vida durmiendo durante el día y viviendo en su refugio por la noche, lejos de todo el mundo. Pueden quedarse así durante meses o incluso años, y adoptar comportamientos depresivos...

Fuente: www.enredate.org, web de UNICEF

Sin llegar ni mucho menos al extremo de los hikikomori, lo cierto es que nuestros jóvenes viven a caballo del mundo real y el mundo virtual. *No se trata sólo de que los jóvenes de la "generación @" sean el grupo de edad con mayor acceso a los ordenadores y a internet, ni que la mayor parte de sus componentes vivan rodeados de bits, chats, e-mails y webs, sino del impacto cultural de estas nuevas tecnologías: desde que tienen uso de razón han sido rodeados por instrumentos electrónicos (de videojuegos a relojes digitales) que han configurado su visión de la vida y del mundo⁵.*

Una manifestación de este impacto cultural es la coexistencia del hecho de estar permanentemente conectados, con los círculos de amistades, sobre todo, y expuestos a la fragmentación de discursos, el bombardeo sensorial y el alud de información. Todo ello dificulta discernir lo que es importante de lo que es secundario, la anécdota de la noticia, la realidad de la fantasía...

Sin caer en visiones apocalípticas y de mal agüero, justo es decir que la saturación caótica de imágenes y mensajes puede traernos a la incapacidad de ver el mundo real. Por lo tanto, puede impedirnos conectar con él.

⁵ Feixa, Carles. *Ser joven: hoy, ayer, mañana*. Dentro de "Jóvenes y valores, la clave para la sociedad del futuro". Fundación La Caixa. Barcelona, 2006.

La realidad virtual nos impulsa a *mirar* más que nunca, pero no siempre nos deja *ver*

*Es exactamente esto: miramos sin ver gran cosa. Virtual y virtuoso no son sinónimos. Por esto opto por la realidad virtuosa, que es mejor que la virtual y bastante más asequible: hay por todas partes, por poco que se mire (si se ve). La realidad virtuosa, o las virtudes de la realidad, es la realidad real: las cosas, las personas, el mundo.*⁶

!La conexión permanente de la *generación @* con la realidad virtual no garantiza la conexión con la realidad virtuosa!

¿Tolerancia o indiferencia?

Por otro lado, durante las últimas décadas se ha extendido una determinada cultura de la tolerancia, en la cual las contradicciones ya no hacen sufrir - como en épocas anteriores- sino que forman parte del ser y del estar del siglo XXI.

Si bien probablemente nuestros jóvenes son más abiertos y menos dogmáticos que los jóvenes politizados de los años 70, corren el riesgo de vivir la tolerancia simplemente como cóctel del "todo vale", "todo cabe", "todo depende", "vive y deja vivir"... *La tolerancia es uno de estos valores raro que, en vez de iluminar, deslumbra, y en este deslumbramiento, esconde la realidad de las cosas*⁷.

El paso de la tolerancia a la indiferencia es muy pequeño. En realidad, una cierta dosis de intolerancia -ante las injusticias, ante la explotación, ante la ausencia de respeto a la dignidad de los otros...- es necesaria para mantener la democracia y la cohesión social. La agresividad, en el sentido de lucha, de rebeldía, de antítesis del conformismo... no es sinónimo de violencia, sino, a menudo, la condición para que ésta no se desarrolle.

Nuestros jóvenes, que han nacido y crecido en democracia y que afortunadamente no han tenido que luchar por las libertades básicas, se han nutrido de esta cultura de tolerancia. Sin duda esto ha sido positivo, en general, para alejarlos de fanatismos y fundamentalismos, pero al mismo tiempo también puede haber provocado una cierta actitud pasiva con la cual a veces es más difícil indignarse y rebelarse, por no decir levantarse del sofá y salir a la calle.

⁶ Folch, Ramon. 2003.

⁷ Elzo, Javier, *Los padres, ante los valores a transmitir en la familia*. Dentro de "Jóvenes y valores, la clave para la sociedad del futuro". Fundación La Caixa. Barcelona, 2006.

Felicidad personal y responsabilidad social

Un estudio reciente destaca que los jóvenes españoles entre 15 y 29 años son bastante felices: sitúan su grado de felicidad en 5,2, en una escala del 1 al 7.⁸

Hay, aun así, aspectos curiosos: el 88,6% está de acuerdo con la frase que "ser feliz es saber disfrutar de la vida y pasarlo bien" y, al mismo tiempo, el 92,3% también cree que "ser feliz es crecer como persona".

El estudio también revela que los jóvenes con un grado más alto de felicidad son los que están más dispuestos a arriesgarse por defender valores como los derechos humanos, la paz, la lucha contra el hambre, el medio ambiente...

Los jóvenes, por lo tanto, quieren hacer posible un cierto grado de hedonismo con la sensibilidad hacia el entorno. No apuestan por la renuncia, sino por la compatibilidad. Su capacidad de conexión tiene forma de enchufe múltiple y no de enchufe único, del mismo modo que su mirada es "windows", con muchas ventanas abiertas simultáneamente. Ya no volverán al MS2!

1.3. ¿Cómo se comprometen?

Si la conexión con el entorno se mueve entre diversas antinomias, también podemos identificar trayectos dinámicos en el paso adelante que representa el compromiso:

De la participación consumo a la participación compromiso

Participar significa *tomar parte*, es decir: contribuir, colaborar, aportar, decidir, implicarse, arriesgarse, mojarse, implicarse, influir intencionalmente... participar es ser activo e intervenir en las diferentes esferas de la vida personal y social. Participar es lo contrario de rehuir, de apartarse o de inhibirse.

El proceso de aprendizaje de la participación es el proceso de aprendizaje del compromiso, del sentido del deber, de la solidaridad... es la esencia de la educación para la ciudadanía.

La visión victimista del joven subvalorado por la sociedad, la cual le impide participar, no es del todo fiel a la realidad, cuando menos en las sociedades occidentales. De entrada, sería inexacto juzgar que los jóvenes no participan, que la sociedad les gira la espalda...

⁸ Javaloy, Federico, *Bienestar y felicidad de la juventud española*. INJUVE, 2007.

En realidad participan mucho, probablemente más que en otras épocas, lo que pasa es que participan selectivamente, en algunos aspectos mucho, en otros poco y en otros nada en absoluto, y el conjunto es bastante contradictorio:

Desde pequeños, al menos en España, participan bastante o mucho en el nivel de consumo familiar; deciden los programas de televisión y buena parte del cesto de la compra; son consultados en decisiones importantes como las vacaciones, la elección de la escuela o el instituto, están acostumbrados a debatir y discutirlo todo.

Sin embargo, participan poco o nada en las responsabilidades domésticas⁹; se implican poco en la contención del gasto en casa; tienen pocos compromisos en la atención o cuidado de los familiares dependientes; se implican poco en los asuntos colectivos del barrio o población. Incluso, cuando se independizan, resulta sorprendente su falta de destreza en tareas de autonomía básicas, como lavarse la ropa o cocinar.

Resumiendo y esquematizando un poco, los jóvenes participan más como clientes/consumidores, y participan bastante menos como ciudadanos implicados en las necesidades sociales familiares o del entorno. En el ámbito del consumo su poder de decisión es casi similar al de una persona adulta. Por el contrario, en el ámbito de las responsabilidades sociales, no tienen un nivel de participación significativamente más elevado que cuando eran niños.

En lo que se refiere a la esfera pública, es frecuente identificar una evolución sensible en las maneras de participar en política de los jóvenes actuales respecto de las generaciones de sus padres, tal como se recoge en algunos estudios¹⁰:

- Cuanto a los actores, priman las identidades individuales relativas al género, orientación sexual, ecologismo, feminismo... frente a las identidades colectivas relativas a la procedencia socio económica, de partido o laboral.
- Cuanto a las causas, la democracia, el medio ambiente, la equidad de género, los derechos humanos... aparecen junto a las reivindicaciones clásicas de mejora de las condiciones sociales y económicas.

⁹ Tal como refleja el provocador reportaje *Pequeños consentidos, adultos incapaces*, publicado en La Vanguardia el 18 de abril del 2009.

¹⁰ Reproducido por Espínola, Viola, *Educación para la ciudadanía y la democracia en un mundo globalizado: una perspectiva comparativa*. Banco Interamericano de Desarrollo, 2005.

- Cuanto a los valores, la autonomía e identidad individual, el autogobierno, la descentralización... orientan antes que el mesianismo, el cambio revolucionario, el centralismo.
- Cuanto a los modos de actuar, la organización horizontal, las redes flexibles, la escasa institucionalización, prevalece sobre la afición partidista, las organizaciones piramidales, la participación institucionalizada.

Del compromiso renuncia al compromiso descubrimiento

Dicho algo burdamente, los jóvenes no están dispuestos a dejar de ir a la discoteca para participar en la sociedad, ser solidarios, comprometerse con su barrio o ejercer cualquier forma de responsabilidad cívica. El compromiso-renuncia, estoico, sacrificado y austero, ya no levanta pasiones, ni está prestigiado por la aureola de la heroicidad.

Por el contrario, el compromiso enfocado como descubrimiento de otros universos - que sin duda contribuirán a relativizar el universo-ombligo - tiene muchas más posibilidades de encajar con la cultura juvenil de la *generación @*. Un compromiso-descubrimiento acotado en el tiempo y en el espacio y, por lo tanto, limitado y quizás no muy profundo de entrada. Un compromiso, digámoslo así, de *minúsculas*, pero probablemente más viable que una implicación con mayúsculas, a largo plazo y con grandes incompatibilidades. De hecho, los jóvenes manifiestan estar bastante dispuestos a implicarse en acciones de protesta o de compromiso, tal como expresan las últimas encuestas¹¹

Ciertamente, la renuncia y la austeridad son virtudes deseables -ni que fuera por saludables- inherentes al hecho de asumir responsabilidades sociales. Lo que ocurre es que, planteadas como requisitos de entrada no tienen futuro. Puede ser más viable el sentido común: un buen día se deja de salir por la noche porque al día siguiente se tiene una responsabilidad con otras personas a las que no se puede fallar... Hoy por hoy, colocada como punto de partida, la renuncia no suele facilitar el descubrimiento del compromiso social por parte de nuestros jóvenes.

Del adolescentismo a la dimensión comunitaria

A veces, por implicar a los jóvenes, por estimular su protagonismo, se califican propuestas de participación como *actuaciones jóvenes*: La Fiesta Joven, la Acción Joven, la Carrera Joven, la Noche Joven, etcétera.

¹¹ Informe Anual de Jóvenes. INJUVE, 2006

La hipótesis suele ser que una propuesta así es más atractiva, porque promete un universo de iguales, un espacio confortable dónde cada joven se sentirá confortado por la compañía de otros jóvenes, porque habrá un ambiente juvenil. Ciertamente, esto a menudo funciona, porque es verdad que los jóvenes buscan y agradecen encontrarse entre sí, cosa evidentemente positiva.

Lo que pasa es que, si se abusa, estas propuestas se deslizan hacia una especie de delirio adolescentista. Y, cuando se trata de proyectos participativos con dimensión social, se desvirtúa justamente el sentido comunitario y de conexión con el entorno, en tanto que ciudadanos miembros de una sociedad heterogénea.

Los jóvenes deben poder mezclarse, intercambiar y compartir responsabilidades con personas adultas, niños, personas mayores, allá dónde esta pluralidad tenga sentido y añada valor.

2. Buenas prácticas de aprendizaje servicio

A continuación se presentan tres experiencias coherentes y bien estructuradas, en las que se persigue la mejora de las competencias profesionales de los estudiantes poniéndolas al servicio de una causa solidaria:

| Proyecto | Universidad | Profesor responsable |
|---------------------------------|---|------------------------|
| Amigos y amigas de la lectura | Universidad de Barcelona Fac. de Pedagogía | Josep Maria Puig |
| Producción audiovisual para ONG | Tecnológico de Monterrey Fac. Ciencias de la Inf. y Comunicación | Martín Ontiveros |
| Proyecto Piletones | Universidad de Buenos Aires Fac. de Ciencias Veterinarias | Marcela Martínez Vivot |

2.1. Amigos y amigas de la lectura

Sinopsis

Alumnos de Teoría de la Educación de las Facultades de Pedagogía y de Formación del Profesorado de la Universidad de Barcelona ayudan a mejorar la competencia lectora y el goce por la lectura en alumnos de Primaria y Secundaria con carencias el aprendizaje de la lengua oral y escrita.

¿Cuál es la necesidad social atendida?

Aunque hace tiempo que se conocen las repercusiones de la competencia lectora en el aprendizaje de cualquier materia, siguen apareciendo nuevos informes que alertan una y otra vez de los bajos niveles que la población escolar tiene en el dominio de la lectura y recomiendan con insistencia destinar más recursos a darle la vuelta a esta situación.¹²

Frecuentemente, el incremento de horas de lectura por parte de la escuela no es suficiente, y la familia no dispone de tiempo o de formación básica para compensar este déficit.

¹² De la Cerda, M.; Martín, X.; Puig, J.M., *Amigos y amigas de lectura: una experiencia de aprendizaje servicio en la formación de profesionales de la educación* en "Aprendizaje servicio y responsabilidad social de las universidades", de Miquel Martínez, Octaedro-ICE (2008).

¿Qué aprenden los universitarios?

- Competencias profesionales, como por ejemplo perder el miedo a tratar con los niños, hacerse respetar, aprender a adecuar el material y la metodología a los niveles de lectura y la motivación de los niños y niñas, empatizar con ellos, entenderles y saber ponerse en su lugar, detectar dificultades y resolverlas sobre la marcha, buscar estrategias para atender niveles de lectura distintos...
- Conocimientos pedagógicos relativos a la asignatura de Teoría de la Educación, a partir de la reflexión sobre las vivencias del servicio, las dificultades encontradas, las reacciones de niños y niñas; y también estrategias para trabajar la competencia lectora.
- Habilidades personales, sociales y cívicas, como por ejemplo la definición de su vocación pedagógica, la aclaración sobre la naturaleza de la profesión docente, el desarrollo de la autoestima, un mejor conocimiento de uno mismo, la capacidad de trabajar en equipo y establecer relaciones de cooperación con otros profesionales, la conciencia cívica y crítica, así como una visión política más aguda.

¿En qué consiste el servicio?

Los objetivos del servicio son básicamente dos: aumentar la rapidez lectora y mejorar la comprensión del lenguaje escrito de los niños y niñas. Para conseguirlo, los estudiantes universitarios aportan:

- Un refuerzo directo de la lectura, haciendo leer a los niños y niñas.
- Un trabajo individualizado por parejas: cada universitario se dedica sólo a uno o dos alumnos a la vez como máximo, con lo cual el pequeño puede trabajar a su ritmo y aumenta el tiempo de lectura en voz alta de cada uno.
- Una relación cara a cara, que favorece la confianza y la autoestima, así como la mejora de las relaciones personales.

¿Con quién se trabaja en red?

Para implementar este proyecto, es necesario establecer relaciones de partenariado entre tres agentes:

- las Facultades que proporcionan los estudiantes universitarios: Pedagogía y Magisterio
- las escuelas e institutos beneficiados con el servicio: 6 o 7
- las entidades o instituciones que facilitan la vinculación entre escuelas y universidad: Fundación ADSIS y Consorcio de Educación de Barcelona, porque ya están trabajando con los centros educativos y por lo tanto tienen "canales abiertos" (espacios, horario, coordinación...)

2.2. Producción audiovisual para ONG

Sinopsis

Alumnos de Producción Audiovisual de la Facultad de Ciencias de la Información y la Comunicación del Tecnológico de Monterrey (México) elaboran videos para colaborar en la difusión de la tarea social de ONG locales que difícilmente podrían procurarse este soporte¹³.

¿Cuál es la necesidad social atendida?

Las pequeñas organizaciones de la sociedad civil suelen destinar todas sus energías al desempeño de sus finalidades sociales, asistenciales, sanitarias, etc. Frecuentemente no disponen de medios económicos ni tampoco de competencias específicas para difundir adecuadamente su tarea, con lo cual todavía les resulta mucho más complicado conseguir los recursos necesarios para sostener su proyecto.

¿Qué aprenden los universitarios?

- Aprendizaje técnico: Etapas de la producción audiovisual; operación de la cámara; grabación de imágenes; producción de entrevistas; edición no lineal; iluminación; sonido y la cabina de audio.
- Formación social: honestidad; responsabilidad; trabajo en equipo; observación de reglamentos; conductas individuales (sensibilidad social, solidaridad, compromiso...)

¹³ Se puede descargar una presentación de este proyecto en http://www.cca.org.mx/especiales/formacion_c/htm/02_profesores/p_02.html

¿En qué consiste el servicio?

El objetivo del servicio es dotar a una organización social de un video promocional a través del cual pueda hacer difusión de su proyecto. Los estudiantes se organizan en equipos y cada equipo realiza el video de una entidad social diferente, para lo cual:

- Detectan las necesidades del socio comunitario, para orientar el video y atender los objetivos de la organización social.
- Vinculan los conocimientos de la producción audiovisual a los objetivos y necesidades de organizaciones sociales de la comunidad.
- Aplican las competencias específicas de la asignatura en la realización del video.

¿Con quién se trabaja en red?

Puesto que este proyecto es un servicio directo a las entidades sociales, es imprescindible contar con ellas en la definición e implementación del mismo.

Las ONG locales han sido 4 entidades de defensa de los derechos humanos, acogida de niños en riesgo social y promoción del voluntariado.

2.2. El proyecto Piletones

Sinopsis

Alumnos y profesores de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Buenos Aires ofrecen cada 15 días una consulta veterinaria in situ a la población de los barrios de Los Piletones y Fátima, en Villa Soldati, una de las zonas más empobrecidas y marginales de Buenos Aires. Esta consulta veterinaria constituye la práctica profesional solidaria de la carrera¹⁴.

¿Cuál es la necesidad social atendida?

En los barrios degradados y las llamadas villas de emergencia la convivencia con animales constituye frecuentemente un problema importante. La superpoblación canina y felina, junto con las condiciones de indefensión sanitaria y socioeducativa del vecindario provocan un alto

¹⁴ Se puede descargar documentación y un video sobre esta experiencia en http://wb.fvet.uba.ar/extension/voluntariado/proyecto_los_piletones.html

riesgo de contraer y contagiar enfermedades zoonóticas, en un círculo vicioso que atrapa por igual personas y animales.

¿Qué aprenden los universitarios?

- Sentido de responsabilidad ante la ejecución de este proyecto en el cual los estudiantes de veterinaria participan como agentes de transformación en la mejora de las problemáticas sociales.
- Prácticas profesionales en: toma y remisión de muestras para diagnósticos de laboratorio, maniobras semiológicas, extracción de sangre, elección y uso de diferentes protocolos anestésicos, realización de maniobras quirúrgicas básicas y elección de diferentes abordajes para esterilizaciones quirúrgicas, usos de anestesias, diagnóstico bacteriológico, serológico y micológico, diagnósticos diferenciales, vacunaciones, desparasitaciones, etc.
- Diagnóstico participativo de la realidad, para escuchar a interlocutores válidos de la comunidad a la que se va atender. Identificación de las necesidades prioritarias y efectivamente sentidas por la comunidad, relacionadas con la salud animal.

¿En qué consiste el servicio?

El servicio que desarrollan los estudiantes y profesores se propone prestar a la población de Villa Soldati:

- Un control poblacional mediante la esterilización quirúrgica de caninos y felinos.
- Una atención veterinaria para el control y tratamiento de enfermedades zoonóticas y/u otras que sean pertinentes a la problemática de la comunidad. Profilaxis, inmunoprofilaxis, desparasitaciones externas e internas, entre otros temas.
- Un diagnóstico de situación de enfermedades zoonóticas en las poblaciones animales de los barrios de Los Piletones y Fátima de Villa Soldati: Leptospirosis, Tuberculosis, Psitacosis, Brucelosis y para las dermatomicosis estudio de portadores.
- Una reducción de la morbi-mortalidad de la población humana y animal, desarrollando actividades de prevención y control de las enfermedades zoonóticas sobre las poblaciones animales.
- Una concientización sobre zoonosis, control poblacional animal y tenencia responsable de animales.

Para todo ello, una veintena de estudiantes y cinco profesores organizan cada 15 días una consulta veterinaria en un local del barrio, frente al comedor popular y al lado del centro sanitario. En la planta baja trabajan dos equipos atendiendo las consultas menos comprometidas: revisiones, desparasitaciones, vacunaciones... En el primer piso, trabajan también dos equipos, que se dedican a las intervenciones quirúrgicas.

Sin embargo, la observación de las enfermedades que pasan de animales a personas han comportado una extensión del servicio hacia actuaciones de difusión de hábitos sanitarios entre la población, en particular los niños y niñas de estos barrios.

¿Con quién se trabaja en red?

Para desarrollar esta práctica es necesaria la colaboración de tres organizaciones sociales del barrio: la Fundación Los Piletones, que dirige el comedor popular al que acuden diariamente los vecinos, la guardería y el Centro de Salud. Estas organizaciones apoyan y difunden el proyecto de la Facultad de Veterinaria y trazan con ella estrategias comunes.

El apoyo de las organizaciones barriales, que cuentan con la legitimidad social y la confianza de los vecinos, es clave para el éxito de esta iniciativa.

3. Conclusiones

3.1. Conectar y comprometerse a través del APS

Las tres experiencias presentadas están protagonizadas por jóvenes estudiantes universitarios de la llamada generación @. Jóvenes cuyo mundo es bastante más pequeño y accesible de lo que nunca fue para sus profesores. Jóvenes *nativos digitales* que no van de héroes ni de salvadores de la patria y que no están dispuestos a renunciar a disfrutar de la vida por una causa social.

Ni piensan, ni actúan, ni visten, ni escogen, ni arriesgan, como los beligerantes y bastante más dogmáticos jóvenes comprometidos de los setenta. Pero sí tienen capacidad de movilizarse e implicarse si tienen la posibilidad de hacerlo a su manera.

La Universidad es una de sus oportunidades. No es la única, pero es lo bastante significativa para que cualquier experiencia vital intensa de ejercitar la ciudadanía en su carrera produzca un gran impacto.

El aprendizaje servicio es una buena herramienta tanto para la Universidad, como para los jóvenes, como para la sociedad. Tal vez la clave del éxito del aprendizaje servicio es su simplicidad: no es nada complicado y el sentido y valor que tiene se entiende a la primera.

3.2. APS y capital social

Si bien el aprendizaje-servicio es una metodología educativa, una herramienta pedagógica, se puede valorar también desde otras miradas. El aprendizaje-servicio más allá de su identidad educativa, puede ser considerado también como herramienta de desarrollo comunitario, de cohesión de la comunidad.

Por ejemplo, la extraordinaria experiencia en aprendizaje-servicio que existe en Argentina¹⁵ muestra como en situaciones de crisis social, como la que vivió a principios de este siglo, el aprendizaje-servicio funciona no solamente para sostener la motivación y el proceso de formación de los estudiantes implicados (cosa que ya sería importantísima) sino también como motor de superación de las dificultades, de activación de las redes sociales y de fomento de la confianza de los ciudadanos en que es posible generar cambios.

¹⁵ Tapia, María Nieves, *Aprendizaje y servicio solidario*. Editorial Ciudad Nueva, Buenos Aires, 2006

La razón fundamental es que el aprendizaje-servicio fomenta el capital social de la comunidad, porque fomenta el trabajo en redes, los valores y normas que aportan cohesión social, y la creación de confianza y seguridad entre la población. Se crea, por tanto, un efecto multiplicador: el aumento de capital social fortalece y multiplica las redes entre los agentes sociales y estas redes, fortalecidas, producen a su vez más capital social

3.3. Diez razones para practicar el aprendizaje-servicio

1. Porque recupera el sentido social de la educación, cuya finalidad última debe ser fundamentalmente la mejora de la sociedad.
2. Porque desarrolla un concepto democrático y participativo de ciudadanía, superando el concepto restringido y consumista y fomentando la consideración de los jóvenes como ciudadanos en activo.
3. Porque compensa la ética de la justicia con la ética del cuidado, que tiene como valores eje la fraternidad y la responsabilidad hacia uno mismo y hacia los demás.
4. Porque integra los aspectos cognitivos con los aspectos actitudinales y morales del aprendizaje, evitando la fragmentación y desconexión que predominan en el entorno académico.
5. Porque aumenta la cohesión social en los barrios y poblaciones, potenciando la complicidad y la suma de los esfuerzos educativos de los diversos agentes sociales, multiplicando el trabajo en red, y superando las endogamias.
6. Porque los jóvenes aprenden mejor, desarrollan competencias y aumentan su motivación hacia el estudio, al ver la utilidad social de lo que aprenden.
7. Porque fomenta los proyectos sociales y el voluntariado, incrementando la calidad de los servicios a la comunidad de las entidades sociales y ONG, por el hecho de vincular los aprendizajes y la formación ciudadana de los jóvenes a su causa.
8. Porque refuerza las buenas prácticas existentes y mejora la imagen social de las Universidades en los barrios y poblaciones, mostrando la capacidad que éstas tienen de generar cambios en el entorno.
9. Porque mejora también la visibilidad y el liderazgo de los profesores en tanto que actores y dinamizadores sociales en el territorio.

10. Porque mejora la percepción social de los jóvenes, a menudo estereotipada y estigmatizada por los medios de comunicación.

Por tanto, para que nuestros jóvenes aprendan a ser buenos ciudadanos y buenos profesionales, es necesario ofrecerles la oportunidad de practicar ambas cosas, una combinación que proporciona el aprendizaje servicio en forma de experiencias vitales sencillas e intensas.