

El informe *One Internet* (Global Commission on Internet Governance, 2016) señala que la mitad de la población del mundo usa en la actualidad Internet para conectarse, comunicarse e interactuar, por ello la conclusión fue obvia: cuanto menos limitado esté el acceso más difusión tendrá la labor de estos escolares, motivo por el que se implementó un canal en *YouTube*. Su propia configuración permite que ciertos eventos, conciertos en iglesias o internos, tengan carácter restringido, lo que facilita dos niveles de trabajo: la sociedad como grupo genérico en la cual muchos miembros de la misma desconocen la labor de coros de voces blancas interpretando en el Auditorio Nacional y escenarios relevantes. En segundo un público más especializado que, realizando búsquedas, encuentre estos resultados. Resultado de este segundo grupo de interés se han establecido contactos, y planificado y llevado a cabo en los seis meses de existencia del canal dos encuentros corales internacionales y está programado uno nacional. Como resultado colateral los antiguos escolares siguen vinculados al trabajo que se realiza y mantienen el contacto con la misma.

El número de usuarios de Internet se ha incrementado un 10 % en el último año. En España esto supone una penetración del 77 % (35,71 millones de personas) (Almeida, 2016). Unido a lo anteriormente expuesto y, desde la perspectiva de la línea sociedad y valores y la tecnología, queda demostrado la relevancia del canal de *YouTube*, cumpliendo su objetivo. En un primer acercamiento se ha comprobado que según el momento del año y la temática del mismo, la vinculación a un concierto o no, subida simultánea de vídeos de estilos similares, relación con lanzamiento de DVD o con una entrega de premios, etc. se modifica sustancialmente el número de visitas. La estadística nos indica también qué tanto por ciento de las personas que han visualizado algún vídeo serán futuros suscriptores. Es anecdótico, pero no por ello menos interesante, estudiar qué vídeos obtienen mayor número de *likes* intentando conseguir un patrón que lo determine.

La conclusión es doble: el canal permite que la existencia de un coro de voces blancas sea un valor cultural que se difunda con mayores medios en la sociedad. La segunda, según se demostrará con gráficos y estadísticas: si el planteamiento en la subida de vídeos, según la fecha, la temática, la vinculación con otros eventos, es la adecuada, su repercusión a corto y medio plazo será óptima. Al contar con una existencia de seis meses no puede analizarse su desarrollo a largo plazo puesto que los parámetros a tener en cuenta se irán previsiblemente modificando.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Global Commission on Internet Governance (2016). *One Internet*. Centre for International Governance Innovation and Chatham House. Recuperado de <https://www.cigionline.org/publications/one-internet>
Almeida, M. M. (2016). Estado de Internet, social media y movilidad a enero de 2016 [Apunte de blog]. Recuperado del blog Mmedia <http://mmeida.com/estado-de-internet-social-media-movilidad-enero-2016/>

Cultura & TAE. Divulgar la cultura o la cultura de la divulgación

Juana Rosa Suárez Robaina

Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España

PALABRAS CLAVE: cultura, educación transversal, TAE, TIC, valores.

“Cultura & TAE. Divulgar la cultura o la cultura de la divulgación” pretende describir el proceso de divulgación de la programación cultural de la FCEDU (ULPGC). Detalla las herramientas y recursos tecnológicos usados para promover los “Martes culturales”, una cita regular con la cultura, y en función de cómo entendemos esta, consideramos que este informe se vincula al ámbito temático de las políticas educativas y de investigación (TIC, sociedad y valores).

Nuestra oferta es asumida como un activo del plan formativo de la Facultad; su “ejercicio” (Giroux, 2001, p. 21) lo asumimos como una “actuación cívica y moral que vincula la teoría con la práctica y el conocimiento con las estrategias de compromiso y transformación”. Y nos sitúa en línea con el necesario compromiso de la universidad: educación transformadora, frente a la educación domesticadora (Manzano & Bacal, p. 2014).

Su objetivo general creemos que está cerca de las ya míticas palabras de Gramsci relativas al papel que se espera de las universidades:

La universidad tiene, sobre todo, el cometido humano de enseñar a los cerebros a pensar de manera clara, segura y personal, liberándoles de la oscuridad y del caos en que amenazaba con sumergirles una cultura inorgánica, pretenciosa y confusionista. (1977, p. 77)

La metodología ha consistido en la regularidad informativa a través de herramientas y recursos con diferentes grados de interactividad tecnológica, potencial y real (Coll, Mauri, & Onrubia, 2008, p. 57-58)

- Blog ¡Quéscultura? (<http://tumartescultural.blogspot.com>). Avanza desde el viernes previo en sus entradas el título, naturaleza del evento (taller, seminario, mesa de debate...), la coordinación, los sujetos/instituciones intervinientes y, si se precisa, los colaboradores y un breve comentario. También la franja horaria regular (espacio “blindado”, sin docencia ordinaria programada) y el lugar. Incorpora un cartel diseñado expresamente para ello y posteriormente fotografías.
- Página homónima en *Facebook* con el evento creado. Hace más hincapié en la evidencia o memoria gráfica y en una mayor interacción con los receptores (comunidad universitaria y externos). Difunde el mismo cartel del blog y enlaza con sitios en F. vinculados a la Facultad. Se anuncia el fin de semana previo.
- Frontal de la web institucional. Con el mismo cartel y breve información. Enlaza con espacios de las titulaciones de la Facultad. Se activa también el viernes previo.
- Correos masivos (alumnado, miembros de la Junta de Facultad y departamentos potencialmente interesados). Aporta una síntesis del evento y el enlace al blog.
- Comunicados de la agenda cultural de la Universidad y del gabinete. Son la información más “tempranera” (normalmente desde el miércoles anterior). Con un sucinto avance y el enlace al blog.

Concluimos con que esta apuesta cultural (en cuya gestión también participa alumnado y profesorado, en una comisión *ad hoc*), nos sitúa en consonancia con los retos del EEES. Este contempla no solo la excelencia en los estudios de las materias regladas del currículo, sino especialmente, que el alumnado universitario (principal destinatario) se forme, complementariamente, en contenidos no reglados de valor cultural. Contempla además la orientación hacia la inserción laboral y profesional, dimensión por la que apostamos decididamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Coll, C., Mauri, T., & Onrubia, J. (2008). El análisis de los procesos de enseñanza y aprendizaje mediados por las TIC: una perspectiva constructivista. En *Cómo valorar la calidad de la enseñanza basada en las TIC. Pautas e instrumentos de análisis*. Barcelona: Graó.
- Giroux, H. A. (2001). *Cultura, política y práctica educativa*. Barcelona: Graó.
- Gramsci, A. (1977). *Cultura y Literatura*. Barcelona: Ediciones Península.
- Manzano, V., & Bacal, A. (2014). Universidad y movimientos sociales: la universidad absurda y la esperanza de las praxis universidad-calle. *Universidad y movimientos sociales. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 80(28.2),15-23.

Evolución de la carga lectiva de la asignatura de Tecnología en la ESO desde su implantación: el caso de Asturias

Luis Ángel Tamargo Pedregal, Susana Agudo Prado y Javier Fombona Cadavieco
Universidad de Oviedo, España

PALABRAS CLAVE: Tecnología de eso, carga lectiva, Asturias, legislación.

Mediante el análisis comparativo de las sucesivas legislaciones educativas que han aparecido en los últimos veinticinco años en Asturias concernientes a la materia de Tecnología en la ESO, se han llegado a conclusiones relevantes en cuanto a la evolución de su carga lectiva.