



Revista Digital de Educación Física

ISSN: 1989-8304 D.L.: J 864-2009

DE LO VIRAL A LO VITAL: UN NUEVO #CHALLENGE PARA EDUCACIÓN FÍSICA

Pablo Sotoca Orgaz

Profesor de Educación Física. Docente en Universidad de Alcalá. España
Email: pablo.sotoca@uah.es
Web: www.atatelaszapatillas.com

Marta Arévalo Baeza

Docente en Universidad de Alcalá. España
Email: marta.arevalo@uah.es
Web: www.lacajonera.com

Jorge Álvarez de Sotomayor Merino

Profesor Educación Física. IES Galileo Galilei. Córdoba. España
Email: jalvarez@obic.es

RESUMEN

Existe un fenómeno surgido en Internet a partir de vídeos compartidos que cruzan todos los continentes. Esa expansión veloz por la red es imparable y se hace viral con la ayuda de redes sociales como YouTube, Facebook, Twitter, Instagram o Snapchat. La novedad actual es que muchos llegan en forma de reto, desafíos que aceptan millones de personas, alrededor de todo el mundo, que continúan la cadena participando activamente del producto audiovisual compartido. Muchos de estos retos han penetrado en las aulas de colegios, institutos y universidades. Por todo esto, analizamos algunas propuestas virales de los últimos años e identificamos las claves de su uso responsable desde la asignatura de educación física. La acción del docente junto con sus estudiantes puede convertir un fenómeno viral en una herramienta educativa muy potente, siempre que se diseñe desde la coherencia pedagógica y el pensamiento creativo.

PALABRAS CLAVE:

EWucación física, videos virales, redes sociales, innovación, TIC

INTRODUCCIÓN.

El compartir y volver a compartir vídeos en la red virtual ha dado lugar al fenómeno que hoy conocemos como vídeos virales. Grabaciones que dan la vuelta al mundo de forma masiva al tener enganchados a millones de personas. Lógicamente, esto se produce en ocasiones con vídeos de alta calidad en su contenido, como ocurre con las reconocidas charlas y conferencias TED (Technology, Entertainment, Design). Sin embargo, en otras ocasiones un vídeo puede convertirse en viral tratando temas banales y sin que esa difusión en masa haya sido planeada por el creador. A esto cabe añadir que, cada vez más, en el mundo empresarial, a partir de sus estrategias de marketing digital, consiguen premeditadamente integrar sus marcas en la vida de los consumidores a través de vídeos que logran que, como señala Dafonte (2015), al menos una parte del contenido del mensaje se asuma como algo valioso susceptible de ser transmitido de forma consciente a su entorno. Sean como fueren, las reproducciones de los vídeos virales no conllevan ninguna implicación práctica personal, siendo el acto de visualizar y compartir los únicos vínculos entre emisor, receptor y producto. De otra manera y como proponemos en este artículo, el potencial aprovechamiento en educación física de este tipo de vídeos lo encontramos con la llegada de los retos virales, que permiten que las personas pasen a la acción motriz actuando sobre un desafío dado para después compartirlo.

En la última década el ritmo de crecimiento y los usos dados a Internet han evolucionado vertiginosamente. De la red se ha apoderado una cultura participativa basada en la capacidad de los individuos de apropiarse, modificar y distribuir contenido. Este *habitus* invita a la acción del emisor, incitando a contagiar y multiplicar a partir de la acción, como si de la película Cadena de Favores (Pay it Forward, 2000) se tratase. El contenido que se genera y reconstruye puede hacerse desde diversos lenguajes, siendo el vídeo uno de los más extendidos. Este contenido visual, que puede ser de corta duración, en ocasiones va cargado de gran sentido del humor y suele contar con temáticas cotidianas que son fácilmente replicables. Características que invitan a que se pueda convertir en un reto reproducible utilizando únicamente la cámara de tu móvil. Así el reto viral ha llegado a nuestras vidas y aún no sabemos si para quedarse, transformarse o desaparecer.

Para la *generación millennial*, jóvenes nacidos entre 1980 y 2000 aproximadamente (Ruiz Blanco y cols, 2016), que no conocen un mundo sin Internet, ni portátiles y aplicaciones en su smarthphone (Gardner y Davis, 2014), los retos virales pueden ser experiencias fáciles y divertidas. Si a esto sumamos la contribución de los famosos youtubers (personas influyentes –“*influencers*”-, de la plataforma de alojamientos de vídeos de Google) el contenido digital se puede ver multiplicado por tres en cuestión de segundos, tal y como recoge el blog de Marketing Digital de SocialMood. Pero el contenido que compartimos, como advierte Dafonte (2014), es aquel que tiene que ver con la percepción de uno mismo. Si contribuimos a propagar contenidos humorísticos, dramáticos o de similares características, de alguna manera estos describen nuestros gustos y nos posiciona con respecto al entorno, contribuyendo a generar - de una manera más o menos consciente - nuestra identidad digital, que es nuestra forma de ser y estar en la red. Esta vida que hacemos en el ciberespacio se configura, entre otros, sobre aquello con lo que nos identificamos y la actividad que realizamos en el entorno

Web, incluyendo cuando visualizamos, compartimos e incluso producimos nueva información a partir de un contenido contagioso.

Continuando con Dafonte (2015) en su aproximación teórica al concepto de viralidad, el propio término “viral” puede hacer pensar que el sujeto es pasivo y receptor de algo no saludable para su vida, pero esto no se corresponde con la visión actual defendida por este autor apoyada en otros como Jenkins, Li, Kruskopf y Green (2008), que tiene más que ver con el deseo de participar de un contenido que puede utilizarse como una forma de expresión personal a través de lo compartido y que tiene una expansión muy rápida. El análisis de contenido realizado por Picazo (2016) sobre una muestra de vídeos virales, le permitió identificar casi un centenar de claves dramáticas, también denominadas *ganchos*, como parámetros de éxito narrativo que contribuían de forma efectiva a la aceptación y la propagación de los contenidos contagiosos. Algunos de estas claves se verán reflejadas en los recursos virales que analizamos posteriormente, como la habilidad deportiva, la reacción imprevisible, el humor o la proeza. En todo caso, como nuestro objeto es el aprovechamiento educativo de este tipo de recursos, nos parece interesante que el profesorado se cuestione su naturaleza e incluso como una competencia de alfabetización informacional y tecnológica, se aborde desde la reflexión crítica del alumnado.

Los retos virales, como otros recursos digitales, no dejan indiferente a quien los conoce y también han llegado al mundo educativo. La pérdida de tiempo o el simple contenido banal para algunos docentes puede convertirse en oportunidades para otros. Como en otros escenarios, se entiende como fundamental la labor guía del profesorado para desequilibrar la balanza hacia el aprovechamiento de este tipo de recursos para el desarrollo del alumno. Nuestro posicionamiento, en este y otros casos, es aprovechar la influencia del momento y del interés para provocar la mayor implicación de nuestros alumnos en su aprendizaje, sin olvidar que son medios que deben supeditarse a propósitos de crecimiento.

1. DESAFÍOS VIRALES DESDE LA EDUCACIÓN FÍSICA

Conocemos de la existencia de algunas experiencias que han convertido algunos de los virales de los últimos años en una herramienta educativa para las clases de educación física. Considerando los retos virales que luego han sido objeto de adaptación en un ámbito educativo, encontramos que comparten características: la potencia del contenido audiovisual, el sentido del humor, la relación con estados emocionales y afectivos, la sencillez, lo cotidiano, lo replicable y *difundible* del desafío y la corta duración. Cuando adaptamos estas propuestas a un fin educativo y las trasladamos al aula, debemos entender que es recomendable conservar la mayor parte de estas características para que nuestra estrategia siga vinculada con el reto original. Creemos que estos elementos son los que promueven los motivos por los que un espectador se transforma en un individuo que visualiza, actúa y difunde.

Para la revisión de las experiencias existentes, se ha recurrido a una serie de criterios que debían cumplir:

1. Origen en un reto viral (propagado, difundido y diseminado masivamente)

2. Adaptación del reto en el marco de la asignatura de Educación Física en Primaria, Secundaria, TAFAD o en la formación de profesorado para impartir esa asignatura.
3. Evidencias de haber involucrado al alumnado (vídeos, fotos y otros recursos).

El registro realizado que presentamos a continuación se ha hecho en el tercer trimestre de 2016 y proviene del análisis de los propios espacios donde los retos virales se difunden, las redes sociales. Nuestro propósito es que sirvan de base para el análisis de este fenómeno y su uso pedagógico responsable. De cada reto viral identificamos su nombre original con una breve descripción, acompañado de una evidencia creativa con sugerencias para el área de educación física, ofreciendo dos recursos visuales para extraer “lo vital de lo viral”. No haremos una distinción entre los retos virales actuales y los pasados, al entender que cuando se realice la lectura de este artículo, todos serán historia.

1.1. TRES BOTONES DEL CUERPO (OFF-PAUSE-ON)

Algo que destacan autores como Conde y Viciara (1997) en el ámbito de la motricidad y Valín (2010) en el de la expresión corporal, es la necesidad de fomentar diferentes acciones corporales para mejorar el desarrollo integral humano. Para ello es necesario poner en juego el conocimiento y control corporal, además de su capacidad de movimiento y potencial expresivo. El tono muscular (conexión y desconexión del músculo), el equilibrio estático y dinámico, el desequilibrio/reequilibrio, la localización del centro de gravedad y el efecto de la misma, los hábitos de caída, el uso comunicativo de mensajes corporales (expresión facial y/o la posibilidad de hacerse un “scanner” corporal) se convierten en contenidos que encontramos en tres virales que pueden servir como reclamo en educación física.

a) Andy, Buzz Lightyear y el botón OFF (#Andyiscoming)

Si le dicen a Woody y Buzz (“Toy Story”- Walt Disney Pictures-Pixar,1995) que sus desmayos iban a llegar hasta el infinito y más allá, no se lo creerían. Al grito de “Andy is coming”, nombre del dueño de estos conocidos juguetes, todo el mundo se deja caer como si fueran muñecos. La cifra se dispara con uno de los últimos descubrimientos de la red, prueba de ello lo encontramos en el buscador Google donde aparecen más de 80.000.000 resultados con este hashtag.



Imagen 1. Clip de la película Toy Story. (Walt Disney Pictures - Pixar, 1995) y viral creativo ideado por dos grupos de estudiantes del I.E.S Galileo Galilei (Córdoba)

b) El botón PAUSE también existe (#MannequinChallenge)

El dúo de raperos Rae Sremmurd ha conseguido algo insólito, ¡que nadie baile su canción! Algo lejos de cualquier lógica ha llegado a la Casa Blanca, equipos deportivos de todo el mundo, actores y actrices de Hollywood, grupos musicales, programas de televisión, espectáculos en directo, cantantes, etc. Cuando suena “Black Beatles feat Gucci Mane” todo el mundo se queda quieto, congelado en una posición más o menos planeada. La búsqueda de este fenómeno en el metabuscador Google nos marca 27.500.000, además encontramos más de 4 millones y medio de vídeos en el portal Youtube.

La creatividad del docente se pone al servicio de abordar, desde una perspectiva reivindicativa y social, problemas que preocupan a nuestra sociedad como son el acoso escolar y la violencia de género. Destacamos el reto replicado y adaptado del I.E.S Galileo Galileo de Córdoba, que ha denominado #Toleranciaiscoming. Contribuir a erradicar el bullying está en nuestras manos, también a través de la unión de estos dos challenges virales. La música, en esta ocasión, pasa a un segundo plano.



Imagen 2. #MannequinChallenge de la Selección Española de fútbol y viral creativo ideado por dos grupos de estudiantes del I.E.S Galileo Galilei (Córdoba)

c) Bailar ON (#HarlemShake)

Cuando la canción “Harlem Shake” de DJ Baauer pronunciaba la frase “and do the Harlem Shake” una persona que se movía con ritmo contagiaba, en un una milésima de segundo, a todos los que tenía alrededor que anteriormente permanecían parados. Disfraces, movimientos alocados y bailes descontrolados convertían la pantalla en una verdadera fiesta. El movimiento que inició el blogger cómico Filthy Frank, de nacionalidad australiano-japonesa, logró mover a todo el planeta a inicios del 2013. Tal y como recoge Chris Taylor (2013) en Mashable, uno de los portales virtuales más influyentes de social media en el mundo, ese vídeo lo vieron más de 44 millones de personas y se habían creado 11.000 versiones en los primeros nueve días.

Comunicarse a través del cuerpo permitiendo la espontaneidad, participación y libre expresión es lo que buscaba el docente Felipe Romero con sus alumnos de 5º grado. Además, no dudó en incluir disfraces y material convencional como aros, conos o picas.



Imagen 3. A la izquierda el original Harlem Shake de Filthy Frank. A la derecha la versión de los alumnos de Felipe Romero en educación física.

1.2. LA BOTELLA OPTIMISTA (#WaterFlipChallenge)

Una botella de agua medio llena, para los más optimistas, busca dar un giro de 360° para caer de nuevo sobre la base. Un juego de habilidad donde se tiene que conocer bien la cantidad de agua del envase para ejercer la fuerza justa para completar la acción con éxito. Esa fue la hazaña de Mike Senatore, estudiante de Ardrey Kell (Carolina del Norte, USA) en el concurso de talentos de su instituto, sorprendiendo a los asistentes y revolucionando la red tras subirlo uno de sus compañeros a Youtube. A día de hoy encontramos cerca de 18.000.000 resultados en la búsqueda de “Water Flip Challenge” en Google.

Una oportunidad para trabajar la coordinación óculo-manual, conocer el tipo de lateralidad dominante, las trayectorias y el equilibrio con objetos. Además se puede incluir como una posta en un juego de estaciones o servir de testigo para una carrera de relevos con tu clase. Para los más mayores se puede complicar con nuevas superficies, tamaños del envase o desafíos adicionales. Un ejemplo de esta adaptación la encontramos en la perfecta ejecución a balón parado de Vicky Conde, graduada en CCAFYDE (UAH), futbolista ex del Rayo Vallecano y Southern Connecticut State University de USA.



Imagen 4. A la izda el original vídeo de Mike Senatore. A su derecha, el vídeo de Vicky Conde y su doble reto de la botella con gol incluido.

1.3. UN COCHE CON MUCHO ARTE

Un grupo de tres australianas, denominado SketchSHE, llegó a la fama al representar la famosa canción “Bohemian Rhapsody” (A Night at the Opera, 1975) del popular grupo de rock británico Queen, haciendo “playback” en su coche. Su éxito viralizado (6 millones de visitas en 5 días) se vio sobrepasado con un segundo vídeo donde hacían un recorrido de canciones que han sido números 1 en Estados Unidos. La réplica de vídeos no se hizo esperar y la música y diversión también llegó a los centros educativos.

Trabajar la desinhibición, la expresión de emociones, los movimientos sincronizados, la expresión facial o el baile libre pueden ser algunas de los objetivos a trabajar en estos montajes coreográficos. Destacamos la grabación de los alumnos del Ciclo Superior de TAFAD y Educación Infantil del colegio “Salesianos El Pilar” de Soto del Real. Dos ciclos de formación profesional que requieren esas competencias para su futuro como profesionales. Una versión española, creada para la ocasión, que convirtió el desafío en una actividad original y única.



Imagen 5. A la izda el original vídeo del Grupo SketchSHE. A su derecha el vídeo de los estudiantes del colegio “Salesianos El Pilar”

2. OTRAS TENDENCIAS MEDIÁTICAS

Además de retos virales como tal, existen algunos contenidos digitales audiovisuales que han logrado gran repercusión y eco mediático. Los usuarios los convierten en propios a partir de su difusión masiva o bien a partir de replicarlos, no con un impacto mundial, sino de manera local desde un colectivo concreto. Si bien, no es nuestra intención identificar todos los existentes, sí queremos mostrar tres ejemplos que permitan asomarnos a otro tipo de contenidos contagiosos que podrían llegar a ser apropiados, en el sentido de hacerlos suyos, por el profesorado de educación física.

2.1. EL LIBDUB COMO MEDIO DE EXPRESIÓN

Fue en 2006 cuando el creador de la plataforma Vimeo, Jakob Lodwick, inventó el término *Lib Dubbing* para describir uno de sus vídeos. Con música de fondo y una sola toma, muchas personas realizan “playback” de la canción mientras bailan al ritmo de la música. La cámara, siempre en movimiento, recorre diferentes zonas de un mismo lugar. Un efecto que podemos encontrar en el primer videoclip de las Spice Girls, “Wanabbe” (1996), un posible precursor del formato.

La locura creativa también dio la vuelta al planeta y raro era el colectivo que no contaba con un vídeo de estas características. El movimiento expresivo, el ritmo y la coreografía grupal es uno de los elementos señalados en el currículo de educación física en primaria, secundaria y bachillerato, ¿por qué no trabajar estas competencias integrando la actividad con un recurso tan motivante para el alumnado?

Este reto fue adaptado por la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Granada. Una composición coreográfica que hacía un recorrido por sus instalaciones con más de 200 participantes (estudiantes, PDI y

PAS), convirtiéndose en una magnífica carta de representación de estos estudios, además de un reto colectivo para la asignatura de “Técnicas Coreográficas”.



Imagen 6. Videoclip de “Wannabe” de las Spice Girls. A la derecha el LibDub dirigido bajo la supervisión de la profesora Elisa Torre, al ritmo de “Do not pass me by” de Mc Hammer.

2.2. TRENDING TOPIC EN EDUCACIÓN FÍSICA (#CHANGEEDUCATIONCHALLENGE)

Cuando el “IceBucketChallenge” salió a la luz se buscaba la concienciación social ante una enfermedad degenerativa como era la ELA (Esclerosis Lateral Amiotrófica). Un cubo de agua con hielos, que se lanzaba por encima de la cabeza, se traducía en una cantidad de dinero que el participante donaba a una asociación que trabaja en la investigación sobre esta enfermedad. Un reto que llamó la atención en el mundo y logró la implicación de millones de personas. Un reto desvirtualizado en ocasiones, pero que no dejó indiferente a nadie a lo largo del verano de 2014.

Una variante educativa surgió en Granada, donde se desafiaba a pringarse, literalmente, por un cambio a mejor en la educación. Fueron muchos los docentes, alumnado y/o familias los que replicaron la idea y retaban a otros profesores y centros educativos hasta convertirse en viral. El propósito era desarrollar y contagiar una conciencia sobre la necesidad de una transformación profunda en la educación formal.

Aprovechando este movimiento, desde la educación física se asoció a otros fenómenos de encuentro y debate en la red Twitter sobre cómo debe ser nuestra materia. Prueba de ello lo encontramos en el tweetstorming del día 17 de Mayo de 2016 denominado #WakeUpEF que se convirtió en Trending Topic nacional durante 2 horas. Todo surgió a partir del proyecto de gamificación “MatrixrEFvolution” promovido por los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación Física de Granada y del Deporte y su profesor Isaac Pérez-López.



Imagen 7. A la izquierda, Bill Gates participando en el reto con su posterior donación. A la derecha los “pringados por la educación” de la Universidad de Alcalá y el centro de formación OBIC de Córdoba.

2.3. LOS “ALL BLACK” NO INTIMIDAN A LOS ESTUDIANTES

El equipo de rugby de Nueva Zelanda, conocido como los “All Blacks”, no es conocido únicamente por sus grandes éxitos deportivos, sino por la repercusión mediática de su danza maorí. Esta haka, aunque se asocia con la palabra danza se traduce como “aliento ardiente” y va siempre acompañada de una actitud feroz e intimidatoria (Piñeiro Pérez, 2008). Tal y como recoge este autor se trata de una tradición ancestral que se llevó al mundo del rugby en 1905 en un partido contra Escocia. Esta tradición recorre los medios de comunicación siempre que se disputa un evento de renombre y es imitado por numerosos equipos. Si bien no tiene la característica de reto viral de corta duración, curiosamente es una práctica que se lleva replicando y que encuentra adeptos en nuestro ámbito, y es por esta razón por la que queremos dejar constancia de ella.

Esta representación es extrapolable a la asignatura de educación física pudiendo crear una coreografía grupal sincronizada marcada por movimientos acentuados que requieren una coordinación y ensayo previo. Un ejemplo lo encontramos en la composición realizada por los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y del deporte de la Universidad de Alcalá (UAH) en el día de su graduación. La VII promoción asombró a todos los presentes con un discurso y una letra compuesta para la ocasión.



Imagen 8. Haka del equipo de Nueva Zelanda en la última copa del mundo del 2015. A su derecha la haka de estudiantes de CCAFYDE el día de su graduación.

Otra propuesta, que parte de las danzas maories, es el homenaje que más de 2.000 alumnos y egresados de un colegio de Nueva Zelanda hicieron en el funeral a su profesor de educación física. Este vídeo que recoge el reto de replicar la haka y a la vez es vídeo viral con más de 55.000 reproducciones desde su publicación el 1 de agosto de 2015, no deja indiferente por su intensidad emocional y más aún si eres profesor de esta materia.

3. DE LAS EXPERIENCIAS VIRALES A LA REFLEXIÓN

Probablemente cuando lean este artículo tendrán otros ejemplos de retos virales más actuales en su cabeza. En este caso, la repercusión de la cultura digital en la que estamos inmersos produce un tipo de comunicación de rápida expansión, con un proceso de crecimiento vertiginoso, en el que se llega a generar un volumen de contenido audiovisual masivo. La llegada inesperada de los retos virales y su corta vida condicionan al docente que quiera usar y adaptar educativamente estos atractivos recursos. Parece imprescindible que el docente esté conectado y atento a las redes sociales donde se diseminan estos retos, aunque puede también

conocer lo que ocurre en la red y los fenómenos que interesan a sus alumnos generando un clima de verdadero diálogo e interrelación con ellos. También parece necesario que el profesor esté dispuesto a hacer real que el currículum sea flexible, pues puede necesitar hacer un hueco en su programación para aprovechar el momento en el que estos fenómenos ocurren. Relacionado con esta actitud abierta, creemos que la capacidad creativa y de innovación se hace necesaria para que verdaderamente se aproveche pedagógicamente este tipo de estrategias. Siempre se debe huir del uso de estos fenómenos de forma indiscriminada y sin sentido, algo que también puede ocurrir. Cuidar el trasfondo y otorgarle un objetivo educativo es responsabilidad del docente.

Al analizar las experiencias ya realizadas en educación física, vemos que algunos de los desafíos originales e iniciales contenían elementos expresivos, emocionales, rítmicos y musicales, por lo que no es de extrañar que se hayan abordado principalmente desde el ámbito de la expresión corporal y la danza. También parece lógico que todos aquellos que contienen carga expresiva se puedan utilizar para la concienciación de temas relacionados con la justicia social o para acompañar un momento emocional y afectivo intenso. En todo caso, no sabemos el tipo de *challenges* virales que vendrán, por lo que en función de sus características serán más fáciles de adaptar al desarrollo de unas competencias u otras. Lo que sí parece común es que este tipo de experiencias requieren de la cooperación, el esfuerzo, la imaginación, la planificación y el uso de la tecnología móvil, incluso de un software de edición, y que pueden empoderar al propio alumnado en el proyecto para convertir al profesor en un guía del proceso.

Existe literatura científica sobre el impacto que tienen los recursos virales digitales desde el ámbito del marketing, pero no hemos encontrado trabajos realizados desde el uso de estos recursos adaptados en el ámbito educativo. Consideramos que sería interesante poder investigar el impacto de estas acciones en las clases de educación física a partir de una rigurosa evaluación de la estrategia innovadora, otorgando el protagonismo de la valoración a la reflexión crítica del alumnado y desde el objetivo educativo propuesto. No obstante, desde la experiencia, la observación y la reflexión nos aventuramos a afirmar que estamos ante recursos muy potentes con gran aceptación por el alumnado que lo que requieren es ser adecuadamente adaptados.

Animamos a los profesores menos atrevidos a que no tengan miedo a adaptar su programación. Como hemos advertido, el orden establecido a principio de curso puede verse enriquecido con la interrupción de un reto que es *trending topic* mundial y que cuenta con la aceptación y motivación de gran parte del alumnado. Estamos frente a una oportunidad efímera que en cuestión de meses puede ser historia. Si no convence el original siempre se puede crear otro específico a partir de una idea y modificarlo tanto como requiera el propósito educativo. Más aún, se podría evitar esa apropiación del reto viral generado por otros y crear desafíos propios con repercusión local. En función de los propósitos educativos, que no tienen el poder de lo global y masivo, nos preguntamos si pueden generar en el alumnado dinámicas de implicación y participación intensa al estar inmersos en un proyecto viral que, en principio, solo les pertenece a ellos. En todo caso, habría que tener presente que los retos propios, pueden a su vez convertirse en virales y tener un fuerte impacto, sin haber nacido con ese objetivo, sirviendo de base para otros educadores.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Abrams, P., Levy, R. (productores) y Leder, M. (director). (2000). Pay it Forward [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros.

Arévalo, M. (27 de abril de 2016). Nos pringamos por la educación #ChangeEducationChallenge. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=jR_OGyOdBws

Arnold, B., Jobs, S., Guggenheim, R. (productores) y Lasseter, J. (director). (1995) Toy Story [Cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Walt Disney Pictures – Pixar.

Biscosin, B. (16 de diciembre del 2015). TAFAD-Infantil SketchSHE [Archivo de Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=X9ffSE1HuZg>

Canalugr (14 de julio de 2011). Libdub Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Xctx79suV5o>

Conde, J.L. y Viciano, V. (1997). *Fundamentos para el desarrollo de la motricidad en edades tempranas*. Granada: Aljibe.

Dafonte, A. (2014). Claves de la publicidad viral: De la motivación a la emoción en los vídeos más compartidos. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, N° 43, 199-207.

Dafonte, A. (2015). Aproximación teórica al concepto de viralidad desde el punto de vista de comunicación: aplicación y repercusiones en los contenidos publicitarios audiovisuales. *El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos*, pp. 601-612. Valencia: Campgráfico.

Galileo, C. (22 de Noviembre del 2016). #Toleranciaiscoming [Archivo de Video]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=1vG8Qm-BAps>

Gardner, H., y Davis, K. (2014). *La generación app: cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Barcelona: Paidós.

Isaac, J. (14 de Mayo de 2016). Promo Tweetstorming #MatrixrEFvolution. [Archivo de Video]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ye-ilwV7Bsk>

Jonhson, A. (24 de Mayo del 2016). Senior Talent Show Water Bottle Flip AK 2016 [Archivo de Video]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=GdUVtEeg9I4>

Olivares, S. (12 de mayo de 2012). Haka CCAFYDE-UAH [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=2LGiboPZD9A>

Picazo, L. (2016). Narrativas del vídeo viral. 99 claves para un contenido contagioso. *Mediaciones sociales*, N° 15, 115-132.

Piñeiro Pérez, O.M (2008). *The Haka Dance, A Successful combination of a Native Culture*. Voices from New Zealand. págs. 125-130.

Rodriguez, B. (s.f). ¿Por qué el contenido se hace viral? Un estudio de 100 millones de artículos. Recuperado el 26 diciembre de 2016 de <https://www.40defiebre.com/por-que-contenido-viral/>

Romero, F. (22 de Abril de 2013). Harlem Shake clase Educación Física. [Archivo de vídeo]- Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Sg9sXMtLpdl>

Ruiz Blanco, S., Ruiz San Miguel, F. & Galindo Arranz, F. (2016). Los millennials universitarios y su interacción con el social mobile. *Fnseca, Journal of Communication*, 12 (12), 97-116.

Sotoca, P. (23 de Mayo de 2016). #WakeUpEF: Y ahora ¿qué?. [Blog en línea] Recuperado de <https://atatelaszapatillas.com/2016/05/23/wakeupef-y-ahora-que/>

SketchShe (31 de Marzo de 2015). Mime through time. [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PMpQUsQcJFg>

SketchShe (4 de Marzo de 2015). Bohemian Carsody. [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=aVx6cXf5Liw>

SpiceGirlsVEVO (6 de Marzo de 2009). Spice Girls-Wannabe [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gJLiF15wjQ>

Valín, A. (2010). *Expresión Corporal Teoría y Práctica*. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.

VickyConde17 (05 de octubre de 2016). Guetting better at free kicks with @hannah_bod and @Angelramirez17F [Tweet Post]. Recuperado de <https://twitter.com/VickyConde17/status/783507373713272832>

ViralTube (1 de Agosto de 2015) . Emotiva Haka en escuela para despedir a profesor fallecido [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=lZyk1_xxcCc

World Rugby (20 de Septiembre de 2015). First All Blacks Haka of Rugby World Cup 2015 [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=lqfHv9FOpXw>

Fecha de recepción: 20/1/2017
Fecha de aceptación: 18/2/2017