

PROYECTO INTEGRADO DE CARÁCTER PRÁCTICO

Es una propuesta de actividad o actividades en torno a un tema, problema o diseño de algo tangible, a realizar preferentemente de forma colaborativa para entender y tratar de resolver situaciones, comprender conflictos, dar soluciones a necesidades reales, construir prototipos, imaginar realidades virtuales, realizar estudios sobre el terreno, inventarios, etc. Los temas posibles en torno a los que diseñar y desarrollar esta materia tienen sus límites en las posibilidades y la imaginación del profesorado, considerando las condiciones reales para llevar a cabo el proyecto, de acuerdo con los recursos disponibles, las oportunidades que ofrece el entorno, el capital de la comunidad y la facilidad para interesar a los alumnos y alumnas.

Alguno de los principios por los que debe guiarse la elección y desarrollo de un proyecto son los siguientes:

- Que facilite, requiera y estimule la búsqueda de informaciones, la aplicación global del conocimiento, de los saberes

prácticos, capacidades sociales y destrezas, no necesariamente relacionados con las materias del currículo, al menos no todos ellos.

- Que implique la realización de algo tangible (prototipos, objetos, intervenciones en el medio natural, social y cultural, inventarios, recopilaciones, exposiciones, digitalizaciones, planes, estudios de campo, encuestas, recuperación de tradiciones y de lugares de interés, publicaciones, etc.)

- Que contribuya a realizar actividades que de alguna forma conecten con el mundo real, los trabajos y ocupaciones de la vida real adulta y posterior a la escolarización.

- Que elija como núcleo vertebrador algo que tenga conexión con la realidad, que dé oportunidades para aplicar e integrar conocimientos diversos y dé motivos para actuar dentro y fuera de los centros docentes.

- Que los alumnos y alumnas sigan y vivan la autenticidad del trabajo real, siguiendo el desarrollo completo del proceso, desde su planificación, distintas fases de su realización y el logro del resultado final.

- Que fomente la participación de todos y todas en las discusiones, toma de decisión y en la realización del proyecto, sin perjuicio de que puedan repartirse tareas y responsabilidades.

- Que considere las repercusiones del trabajo y de las acciones humanas en general, así como la utilización de cualquier tipo de recursos, las actuaciones sobre el medio natural, social, económico o cultural presentes y de las generaciones venideras.

- Que procure que el alumnado adquieran responsabilidades de aprendizaje y en cuanto a la realización del proyecto.

QUE ES UN lipdub?

Un lipdub o lip dub (doblaje de labios) es un vídeo musical realizado por un grupo de personas que sincronizan sus labios, gestos y movimientos con una canción popular o

cualquier otra fuente musical.

QUE CARACTERISTICAS TIENE:

- Espontaneidad: tiene que parecer que alguien acaba de tener la ocurrencia en el momento, ha sacado su cámara de vídeo y ha dicho: hey, vamos todos a hacer un playback de la canción tal!!!!
- Autenticidad: la gente, producción y situación parecen reales.
- Participación: el vídeo no consiste en un playback espectacular de una sola persona, sino en el de un grupo haciendo un esfuerzo colectivo espontáneo que parece transmitir la alegría y buena ola de la canción.
- Diversión: las personas del vídeo tienen que estar divirtiéndose.

LA PREPARACIÓN:

La preparación de un lipdub, no tiene límites ni de participantes, ni de originalidad, puesto que se pueden añadir infinidad de momentos divertidos, como disfraces, decoración, confetti, espuma, fuegos artificiales, coreografías, etc.

RESULTADO:

La realización de un lipdub, puede resultar muy beneficioso, para una gran cantidad de factores, como por ejemplo; recuerdo del curso de un colegio o universidad, mostrar el buen ambiente e infraestructuras de una empresa, hacer publicidad a través de youtube de un camping, etc.

Es un fenómeno que cada vez atrae a más curiosos a visionar los lipdub's a través de internet.

Cómo grabar un lipdub

Al comenzar el segundo trimestre en el IES V Centenario (Sevilla), propusimos la grabación de un [lipdub](#) como actividad del Proyecto Integrado de Comunicación Audiovisual de 1º de Bachillerato (asignatura optativa de carácter práctico con una hora semanal). Un lipdub es un video musical en el que muchas personas sincronizan sus labios y movimientos con una canción más o menos conocida. Como norma general, se pide que esté grabado en un único [plano secuencia](#). Otros requisitos suelen ser el final multitudinario y un cierto “frikismo” en las actuaciones (pelucas, máscaras, disfraces, sombreros, maquillaje, ...). Para [Tom Johnson](#), el lipdub captura la esencia de la web con su mezcla de espontaneidad, autenticidad, participación y diversión.

Nuestra propuesta consistía, pues, en la realización de un producto audiovisual. Para conseguirlo, se hacía necesario integrar contenidos y procedimientos de Lengua Española, Lengua Extranjera, EPV, Música, Educación Física, ... En este caso, alumnos y alumnas debían trabajar con los medios de comunicación, la música, la lengua inglesa, la métrica, la rima, el maquillaje, el vestuario, el baile, la interpretación, el ritmo, y para lograr un producto real (el video) tendrían que colaborar, ser solidarios, debatir, liderar, dirigir, tomar decisiones individuales o de grupo, actuar, diseñar coreografías, bailar... Otro objetivo no menos importante fue conseguir la participación de todo el centro y de los distintos grupos que lo forman. Se estableció como fecha de la grabación un día de la semana cultural del instituto, que debía celebrarse a finales de febrero.

De entre unos cincuenta alumnos y alumnas matriculados en la asignatura, doce se comprometieron a trabajar en la organización y planificación del lipdub. Comenzamos a trabajar siguiendo las distintas fases de todo producto audiovisual: preproducción, producción y postproducción.

Fase de preproducción

Lo primero fue seleccionar la canción. Estuvimos viendo varias en [YouTube](#) y nos decidimos por [Hot 'N' Cold](#), de [Katy Perry](#), pues era pegadiza, alegre y muy conocida entre los adolescentes. A la hora de escoger la canción hay que tener especial cuidado con la letra y la historia que cuenta. De forma general, se busca una melodía agradable que invite a bailar, aunque también puede elegirse en función de un tema que queramos tratar, con idea de trabajar determinados valores: la paz, la igualdad, la violencia contra las mujeres, etc. La selección del idioma también es importante.

Los doce alumnos fueron divididos en grupos de tres y fragmentamos la canción en cuatro partes para que cada grupo trabajara en una de ellas. Tenían que decidir qué iba a pasar, quiénes eran los intérpretes, cómo irían vestidos, etc. Cuando tuvimos esto esbozado, nos fuimos con una cámara y la música a decidir por qué espacios del instituto iba a discurrir la acción. Se trataba de irse moviendo por los distintos lugares, decidiendo los movimientos de la cámara, por dónde salen los personajes, en qué momento se atraviesa una puerta, qué personaje “tira” de la cámara, etc. Se puede hacer, en principio, con los mismos alumnos del grupo inicial, simplemente marcando los tiempos y los espacios. Se alternan partes más suaves (estrofas) con partes más movidas y corales (estribillo). Realizamos un primer plano secuencia con este ensayo, para comprobar que era posible hacerlo. Conseguimos así un primer esqueleto del lipdub.

(Un aparte : es importantísimo seleccionar a la persona que manejará la cámara, que debe ser alguien experimentado para que, a pesar del movimiento continuo, mantenga el pulso y el enfoque. Debe tener también muy interiorizado el recorrido y la canción.

El resultado final depende mucho de sus habilidades).

Entonces fue el momento de extender la actividad al resto del centro. Así que se solicitó de las distintas clases listados de alumnos y alumnas participantes (señalando si querían ser protagonistas o secundarios). Es imprescindible que todas estas personas tengan permiso paterno (por escrito) para participar en este tipo de actividades que posteriormente serán colgadas en internet. Con esas listas, se fueron colocando sobre el papel a las personas según las necesidades que habíamos establecido previamente sobre el recorrido. También se invitó al profesorado.

Ya sólo quedaba que cada uno aprendiera su parte de la canción y ensayar las veces que estimamos conveniente, antes de grabar. También hicimos una serie de carteles con parte de la letra de la canción, para mostrarlos en determinados momentos del video.

Fase de producción

El día de la grabación tuvo que retrasarse por distintas causas. Así que acabamos grabando un día normal de clase, fuera de la semana cultural. Sólo podían participar los alumnos y alumnas apuntados previamente, mientras los demás debían permanecer en sus clases y, en la medida de lo posible, desarrollar una actividad normal.

Utilizamos una hora para la preparación (vestuario, maquillaje, atrezzo, últimos ensayos, ...) y otra para la grabación. Realizamos primero un ensayo general para comprobar que todo el mundo estaba en su puesto. La grabación real hubo que realizarla dos veces. Al tratarse de un plano secuencia, cualquier error de movimiento, de interpretación, de sincronización, puede invalidar toda la toma. Ese es el motivo de que, en muchos lipdubs que están en la red, no se respete la norma del plano secuencia y se realice algún corte.

El momento de la grabación es el de los nervios y la tensión, pero también el que más se disfruta, pues todos trabajamos por un objetivo común. La cámara debe ir en todo momento acompañada de un equipo de música portátil, para que la sincronía entre labios y música sea real.

Fase de postproducción

Una vez terminada la grabación se procede a la edición del video. Es un proceso sencillo que no necesita de una gran técnica. Hemos utilizado [Windows Movie Maker](#), que permite añadir títulos y créditos, además de eliminar el sonido de la grabación para sustituirlo por la canción original. Como el programa no es muy apropiado para la mezcla de sonidos, hemos utilizado también [Audacity](#). Se pueden usar también programas de edición gratuitos y otros de pago, más profesionales y con más prestaciones. Aunque, como digo, la única necesidad que tenemos es quitar el sonido de la grabación y sustituirlo por la canción original.

En algunos casos, puede ser conveniente subtítular el video para trabajar con él en clase. Para ello podemos utilizar [Overstream](#).

Ya solo queda subir el video a [YouTube](#) y extenderlo a través de las redes sociales ([Tuenti](#), [Facebook](#) o [Twitter](#)), otra forma de seguir practicando la lengua extranjera.

Os animo a que intentéis grabar vuestro propio lipdub. Es una actividad muy divertida que involucra a todo el centro y permite a los alumnos y alumnas organizadores desarrollar capacidades poco usuales de liderazgo, toma de decisiones, trabajo en equipo, colaboración, etc.

El resultado final de todo nuestro trabajo podéis verlo aquí:

Actualización 26 de abril

Ayer recibí un correo de Mario E. Moreno ([@ciberviviente](#)), del Canal 13 de TV de Chile, solicitando permiso para publicar esta entrada en el blog de su programa [Quiero mi fiesta](#). Podéis ver el post [aquí](#).

Un **flashmob**, traducido literalmente de inglés como «multitud instantánea» (*flash*: destello, ráfaga; *mob*: multitud), es una acción organizada en la que un gran grupo de personas se reúne de repente en un lugar público, realiza algo inusual y luego se dispersa rápidamente. Suelen convocarse a través de los medios telemáticos (móviles e [Internet](#)) y en la mayor parte de los casos, no tienen ningún fin más que el [entretenimiento](#), pero pueden convocarse también con fines [políticos](#) o [reivindicativos](#).

Una de las particularidades de estas «tribus temporales» es que no requieren contar con el apoyo de los [mass media](#) para comunicarse, coordinarse y actuar de manera conjunta, ya que su comunicación funciona a través de redes sociales virtuales. Se trata de individuos que, apoyados por las tecnologías de comunicación, difunden mensajes a sus [redes sociales](#) de amigos y conocidos, los cuales hacen lo mismo hasta construir una gran cadena de comunicación que es capaz de movilizar a miles de personas.

Organización

Basta con que alguien convoque a una manifestación a través de un mensaje, canalizado por algún soporte digital, para que comience el efecto «[bola de nieve](#)». Algunos de los canales utilizados son:

- Dispositivos con conexión a Internet, web, foros, comunidades virtuales, e-mail, blog, chat.
- Cadena de mensajes de texto.
- Transferencia de boca a oreja.

En estos mensajes se informa el día, lugar y hora exacta del encuentro. Ya que los *flashmob* pueden durar apenas unos minutos, se requiere que todos los participantes sincronicen sus relojes bajo una hora oficial. Otra particularidad de este fenómeno es que a los convocados no siempre se les informa sobre el tipo de movilización que se realizará, ya que eso se comunica en el mismo lugar de encuentro (o en un bar cercano a donde se hará la manifestación).

[\[editar\]](#)

Orígenes

El fenómeno de los *flashmobs* comenzó con la publicación en octubre de 2002 del libro del sociólogo **Howard Rheingold**, “Smart Mobs: The Next Social Revolution”. En este libro el autor predecía que la gente usará las nuevas tecnologías de comunicación (**Internet**, teléfonos móviles) para **autoorganización**. En junio de 2003 Rob Zazueta de **San Francisco**, después de haber leído las obras de Rheingold, creó la página web **flocksmart.com** en la que por primera vez los mobbers empezaron a planear sus reuniones.

El primer *flashmob* se organizó en **Manhattan** el **3 de junio** de 2003 por **Bill Wasik**, editor junior de Harper’s Magazine. El origen de este *flashmob* fue desconocido hasta que Wasik publicó un artículo sobre su creación en marzo de 2006 en una edición de Harper’s Magazine. Este primer intento fue un fracaso, ya que alguien le contó a las personas de la tienda sobre lo que iba a pasar.

El primer *flashmob* que tuvo éxito se realizó el **17 de junio** de 2003 en **Nueva York, EE.UU.**, en el departamento de ventas de **Macy’s**. Para prevenir los problemas del primer intento, Wasik se reunió con los participantes en unos puntos de encuentro preliminares –cuatro bares de alrededores de Manhattan– donde fueron repartidas las instrucciones con la información sobre lo que iban a hacer y el lugar donde se realizará el evento justo antes del comienzo de éste.

Así, más de 100 personas subieron a la novena planta de Macy’s, donde se encontraba su departamento de alfombras y se reunieron alrededor de una alfombra carísima. Cualquiera, a quien se acercara el dependiente de la tienda, le contestaba que ellos vivían juntos en un almacén de afueras de Nueva York, y que todos ellos han venido a comprar “La Alfombra de Amor”, ya que todas sus decisiones las tomaban en grupo.

[[editar](#)]

Objetivos y derivaciones

Los *flashmobs* empezaron como espectáculos sin sentido, y se considera que la única razón posible para organizar estos encuentros es la diversión. Los matices sociales y políticos convierten los *flashmobs* en *smartmobs*. Sin embargo, hoy en día a todos los eventos socio-políticos de estas características se les suele denominar *flashmobs*. Es la manera más fácil, operativa y menos peligrosa de mostrar la opinión pública o llamar la atención hacia algún problema existente.

Las *absurdmobs* tienen un matiz diferencial y es que se centran en generar actos colectivos de invasión en el orden social a través de llevar a cabo un gesto absurdo multitudinario. La primera *absurdmob* se realizó el 9 de noviembre de 2006 en [Barcelona \(España\)](#), consistió en unas 25 personas que empezó a chutar latas de coca cola en la plaza del Borne, y posteriormente se dispersaron^{[[cita requerida](#)]}. La otra característica de las *absurdmobs* es que las imágenes de documentación que los absurdmovers registran en sus acciones son reutilizadas si se desea de modo absurdo, como por ejemplo, utilizar las imágenes de la chutada de latas para enviarles un mail a coca cola y decirles que esa actividad fue una manifestación con el siguiente lema: la coca cola ya no tiene el mismo gusto."

La segunda *absurdmob* que se conoce fue realizada por una serie de alumnos universitarios también de Barcelona, consistía en movimiento desordenado de las sillas de una aula, estas imágenes sirvieron para una protesta enviada al Ministerio de Educación con el siguiente lema: «protesta de los alumnos no becados por el ministerio».

Los objetivos de las *absurdmobs* como su nombre hace prever retoman el carácter inicial de las primeras *flashmobs*: actividades comunitarias de autoorganización con medios telemáticos, el objetivo de las *absurdmobs* es potenciar el carácter de

espectacularización que conlleva ponerse de acuerdo multitudinariamente para una actividad **absurda** y un proceso de **manipulación** del sentido que pueden tener las imágenes de multitudes en los **medios**.