

¿QUE ES UN LIPDUB?

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.

CARACTERÍSTICAS:

- ☺ **Espontaneidad:** tiene que parecer que alguien acaba de tener la ocurrencia en el momento, ha sacado su cámara de vídeo y ha dicho: ¡vamos todos a hacer un playback!
- ☺ **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, 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 negocio, etc.

EL PROCESO:

Colaboración, solidaridad, debate, liderazgo, elaborar un guión, toma de decisiones individuales o de grupo, actuación, diseño coreográfico, sincronizar, ensayar, bailar, elaboración de recursos escénicos y plásticos, etc., son características del proceso de elaboración de un libdup. En este proceso se diferencian una serie de fases:

1ª Fase: La preproducción

La canción, el tema o idea que se quiere transmitir, el guión, los grupos de trabajo. Recursos y materiales necesarios, permisos, etc. Reparto de tareas. Personajes, figurantes, coordinación de escenas, ensayos previos.

2ª Fase: La producción

Grabación de tantas tomas como sean necesarias. 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.

3ª Fase: Fase de postproducción

Una vez terminada la grabación se procede a la edición del video. Tenemos que 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. Ya solo queda subir el video a YouTube /Vimeo y extenderlo a través de las redes sociales (Tuenti, Facebook o Twitter).

FLASHMOB

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». 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.

Orígenes

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.

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.

PROCESO CREATIVO PARA LA ELABORACIÓN DE TU FLASHMOB**PRIMER PASO. La “venta” de tu idea**

- a) **Lluvia de ideas. Sesión. 1.** Cada componente del grupo lanza su idea sobre el problema o inquietud que le motiva a la hora de llevar a cabo un Flashmob, es decir, los posibles mensajes o lemas a poner de manifiesto.
- b) **Diseño de la idea. Sesión 1-2.** Una vez hecha la lista de ideas podemos consultar con el profe o elegir entre nosotros la idea definitiva sobre la idea de unos criterios comunes que pueden ser:
- Dificultad de puesta en práctica. Viabilidad.
 - Necesidad de recursos materiales, o de otro tipo.
 - Impacto. Importancia actual del tema en concreto.
 - Originalidad.
 - Motivación personal/grupal.
 - Recursos para la exposición al resto de la clase.
 - La idea tiene que versar sobre un tema educativo presentada de manera constructiva y respetuosa.

c) **Preparación de la exposición. Sesiones 2-3.** Definimos los roles dentro del grupo para repartir tareas de cara a la exposición. Pensar en cómo presentar nuestra idea para que sea la más votada. Para ello, tenemos que hacer que nuestros compañeros se sientan identificados con la misma y que el impacto visual sea importante (se pueden usar disfraces, presentación en power point, videos, música, etc.) Cualquier recurso necesario debe ser comunicado al profesor para poder gestionarlo con suficiente antelación para el día de la exposición.

Dicha presentación debe contener **al menos** los siguientes apartados:

- **TÍTULO.** Del Flashmob. En él puede recogerse el lema o tema elegido.
- **DESARROLLO.** Situación inicial. Deben exponerse las ideas de puesta en marcha tanto si se trata el IES como si se decide llevarse a cabo en otro espacio externo (Conservatorio, plaza,...). De la misma manera habría que definir con qué señal se va sumando gente al Flashmob y cuál sería el indicativo de que el Flashmob ha terminado. Este desarrollo debe estar abierto a la aportación del resto de la clase una vez se elija la idea.
- **RECURSOS MATERIALES** o de otra índole. Equipo de música, tema musical elegido si es que se usa alguno. Otros materiales para llamar la atención, instrumentos... etc.

- d) **EXPOSICIÓN Y VENTA DE NUESTRA IDEA. Sesión 4.** Usando todos los recursos corporales y lingüísticos a nuestro alcance “Marketing”. Recordar el comunicar al profesor la gestión de espacios para dicha sesión así como los recursos necesario (equipo de música, cañón,...)

Los criterios de elección del Flashmob serán (por orden de importancia):

- 1º Viabilidad.
- 2º Impacto y originalidad.
- 3º Actualidad.
- 4º Presentación.

5º Otros criterios consensuados por el grupo.

Cada grupo votará al resto de grupos dando una puntuación del 1 al 10 a dichos criterios. El grupo más votado será el Flashmob a representar por toda la clase.

SEGUNDO PASO. Nuestro Flashmob. 4-6 sesiones

A partir de ahora se considera la idea elegida como idea del grupo, para lo cual se pone sobre la mesa y la clase al completo aporta ideas para llevar a cabo el mismo.

- a) Elección de fecha/s y lugar/es.
- b) Ensayo.
- c) Petición de permisos y autorizaciones pertinentes.
- d) Gestión de recursos.
- e) Grabación-Edición. Subida a Youtube/Vimeo.

SESIÓN DE EVALUACIÓN.

- a. Autoevaluación sobre el trabajo realizado y las aportaciones desde el principio del proceso hasta la venta de nuestra idea.
- b. Nota grupal en base a la exposición-“venta” de nuestra idea.
- c. Nota individual de nuestra participación y aportaciones realizadas para el Flashmob elegido.
- d. Propuestas de mejora.

CRITERIOS EVALUACIÓN y CALIFICACIÓN

- a. Autoevaluación 15% (a+b+c)
- b. Exposición y venta del Flashmob. 30%
- c. Diario de acciones realizadas para el Flashmob elegido. 25%
- d. Asistencia e implicación en el Flashmob elegido. 20%
- e. Interés y actitud activa en el proceso. Nota diaria. 10%