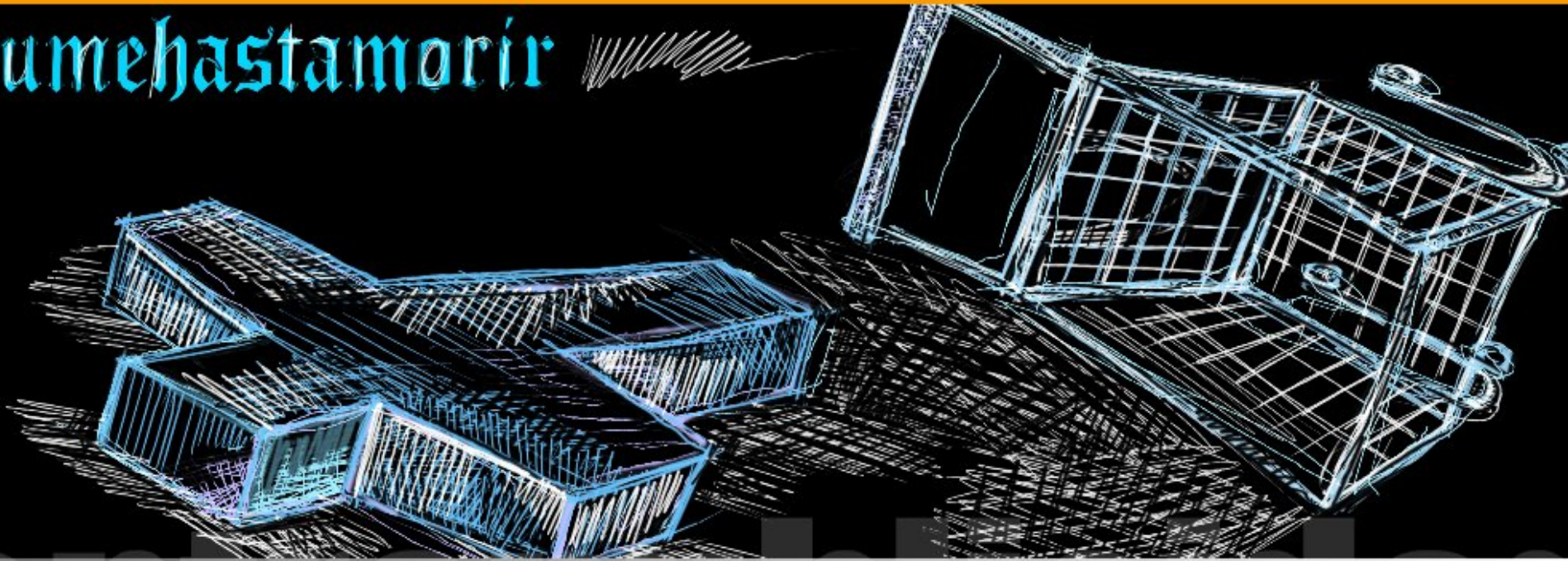


TÉCNICA DE CREATIVIDAD COMUNICATIVA CONSUMEHASTAMORIR

consumehastamorir



CONTRAPUBLICIDAD
ANALISIS PUBLICO

Técnica de creatividad

1. Una idea fuerza y dos conceptos. Por ejemplo:

*La sociedad de consumo actual es social
y ambientalmente insostenible*

2. Tabla de relaciones

Ahora en una hoja de papel dibujamos una tabla que habrá que rellenar de forma colectiva:

	<i>¿Qué Situación te recuerda el concepto?</i>	<i>¿Qué Objeto te recuerda el concepto?</i>	<i>¿Qué Frase te recuerda el concepto?</i>
<i>Sociedad de consumo</i>			
<i>Insosteni- bilidad</i>			

3. Haciendo conexiones en la tabla

Una vez tenemos la tabla completada, pasamos a relacionar las ideas de cada celda con las restantes, para lograr ideas más inesperadas y creativas:

	<i>¿Qué Situación te recuerda el concepto?</i>	<i>¿Qué Objeto te recuerda el concepto?</i>	<i>¿Qué Frase te recuerda el concepto?</i>
<i>Sociedad de consumo</i>	Personas haciendo cola para pagar en el Supermercado	Un carrito de la compra	"Ahora 3x2 en todos los artículos"
<i>Insostenibilidad</i>	Un barco viaja por el mar lleno de manchas de petróleo	El motor de un gran automóvil todoterreno	"Te has cavado tu propia tumba"

4. Objetivo comunicativo

El siguiente paso es recordar el objetivo comunicativo que nos habíamos propuesto: por ejemplo, aquí buscamos un logotipo para una campaña que critica el consumismo.

5. Selección de la idea principal

Ahora ya podemos leer en grupo las 10 o 12 ideas que hemos recopilado hasta ahora y seleccionar la que mejor se ajusta a los objetivos comunicativos que tenemos. Supongamos que el grupo elige la idea del carrito de la compra convertido en tumba.

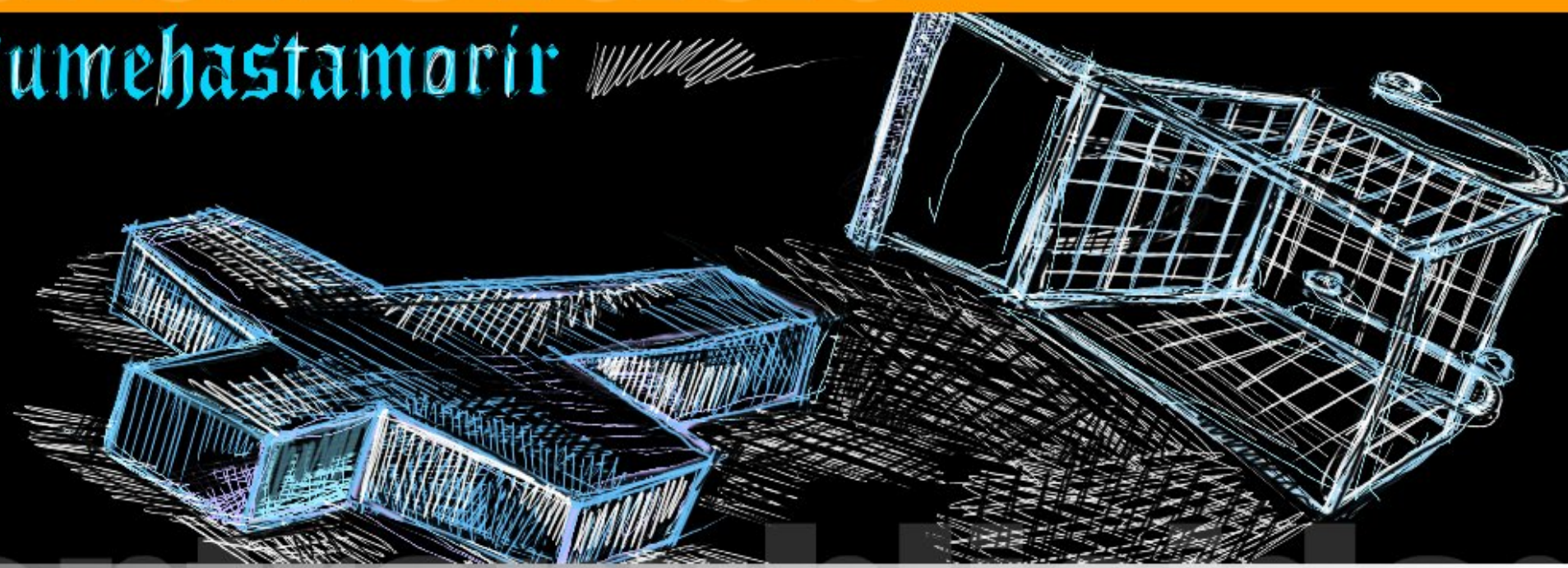
6. Bocetado final

Como buscamos un logotipo, un boceto dibujado nos permitirá en este caso comprobar si la idea se entiende y hacer los cambios oportunos. Por ejemplo, ¿que tal este?



PUBLICIDAD

consume hasta morir



CONTRAPUBLICIDAD

ANALISIS PUBLICO