

CREATIVIDAD

VÍDEO DE LA MASTERCLASS: <https://youtu.be/F8jtxr2vbJk>

¿Son estos proyectos creativos?





GREEN 2G-100 A

- // Dual SIM card GSM
- // Dual Band GSM 900/1800 MHZ
- // GPRS WAP 2.0
- // Bluetooth
- // 2.0" TFT Full Color Screen
- // Torch
- // Camera and Video Recording
- // FM Radio
- // MP3, MP4, 3GP support
- // 0.3-D Speaker
- // Micro SD Card Expansion Slot
- // 3 Different Language (Indonesia, English, Chinese)



side



back

service center:
218F-G, JL. GAJAH MADA, JAKARTA 11120 PO BOX 5006 JAKARTA 11050
INDONESIA, PHONE: 62 21 6250460 (5 LINES), FAX: 62 21 6806068

SAMSUNG

Make your home virus free.

Presenting Samsung AC's with **Virus Doctor**®



Samsung AC's Virus Doctor protects you against all kinds of virus, including H1N1.

Virus Doctor®
Eliminates 99.99% Viruses, including H1N1

Samsung brings to you India's first Air Conditioner with Virus Doctor, an outstanding air purification technology that eliminates harmful air-borne substances such as bacteria, fungi & viruses, including H1N1 and is certified by 7 health associations worldwide. Now breath easy in virus free homes.



KITASATO ENVIRONMENTAL
SCIENCE CENTER, JAPAN
(Influenza Virus
& H1N1 & MRSA)



YEONSEI UNIVERSITY,
KOREA
(Influenza Virus
& H1N1)



KITASATO MEDICAL
CENTER
(SARS Virus Sub-type)



RETROSCREEN, U.K.
(Avian Flu H5N1 Virus)



CHUNGNAM NATIONAL
UNIVERSITY, KOREA
(Swine Flu-A H1N1
Virus)



BAK, U.K.
(Dust Mite/Cat /
Dog Allergen)



RTI TEST, U.S.
(Dust Mite/Cat /
Dog Allergen)

These features are
available in other models.

Stabilizer
Free

Powerful S-UTR Compressor,
no extra stabilizer required
and cools even at 54°C

54°C

UTR Plus™ Tropical
Compressor

FULL HD
FILTER

Collect dust particles
up to 60%

Samsung Airconditioners

Chall - 356/2011

¿Cómo podemos saber si una idea es creativa?

¿Cómo podemos saber si una idea es creativa?

EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

Dick Fosbury revolucionó el salto de altura en los juegos olímpicos de México de 1968.

EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

¿Cómo era el salto de altura?



EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

¿Cómo era el salto de altura?



EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

PRIMERA PREMISA: **DISTINTO**



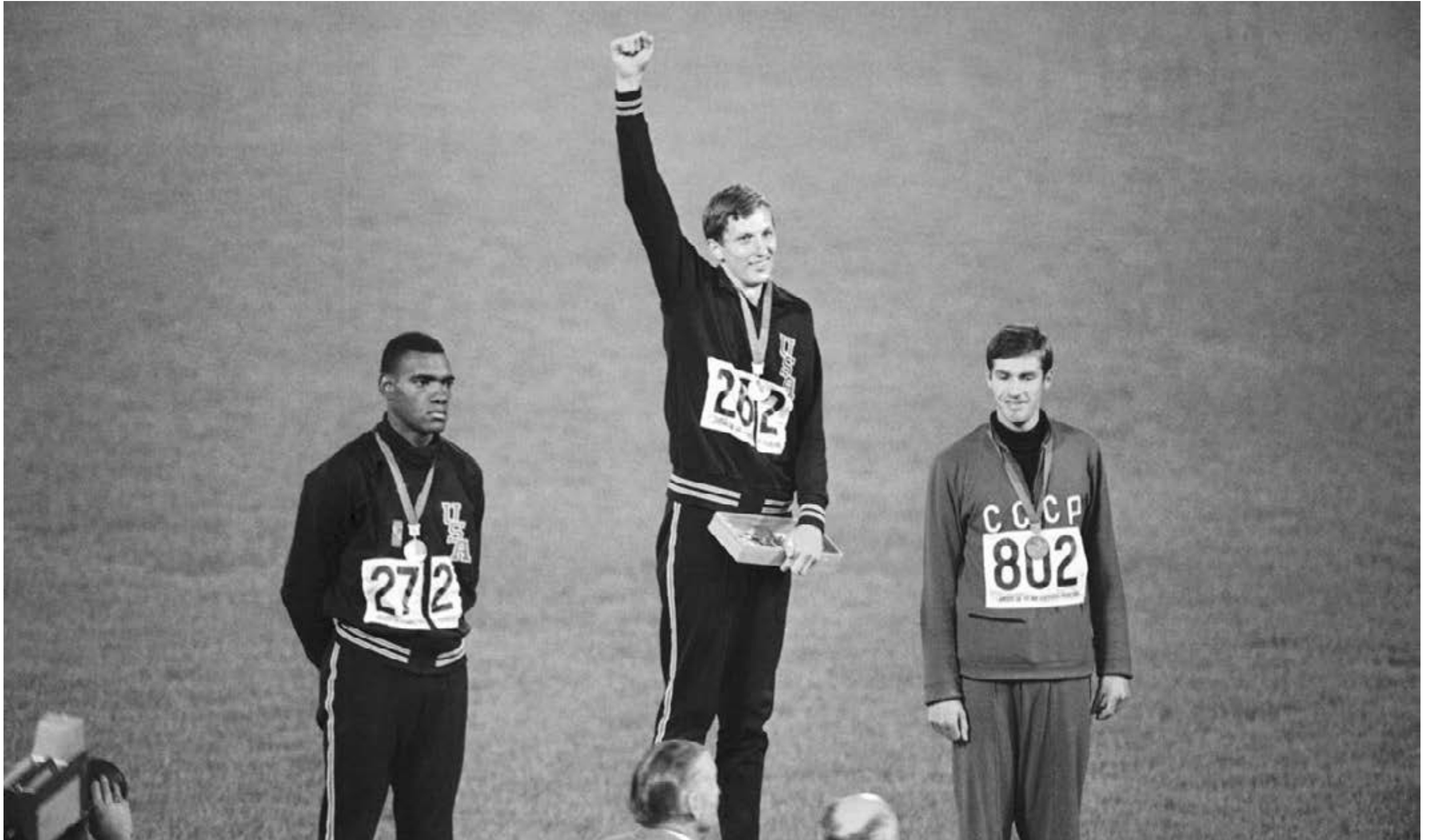
EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

PRIMERA PREMISA: **DISTINTO**



EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

SEGUNDA PREMISA: **MEJOR**



EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

TERCERA PREMISA: **LA NORMA**



EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

¿Qué Dick Fosbury sea el creador de esta técnica implica que tenga que ser el mejor?

EL SALTO MÁS CREATIVO DE TODA LA HISTORIA.

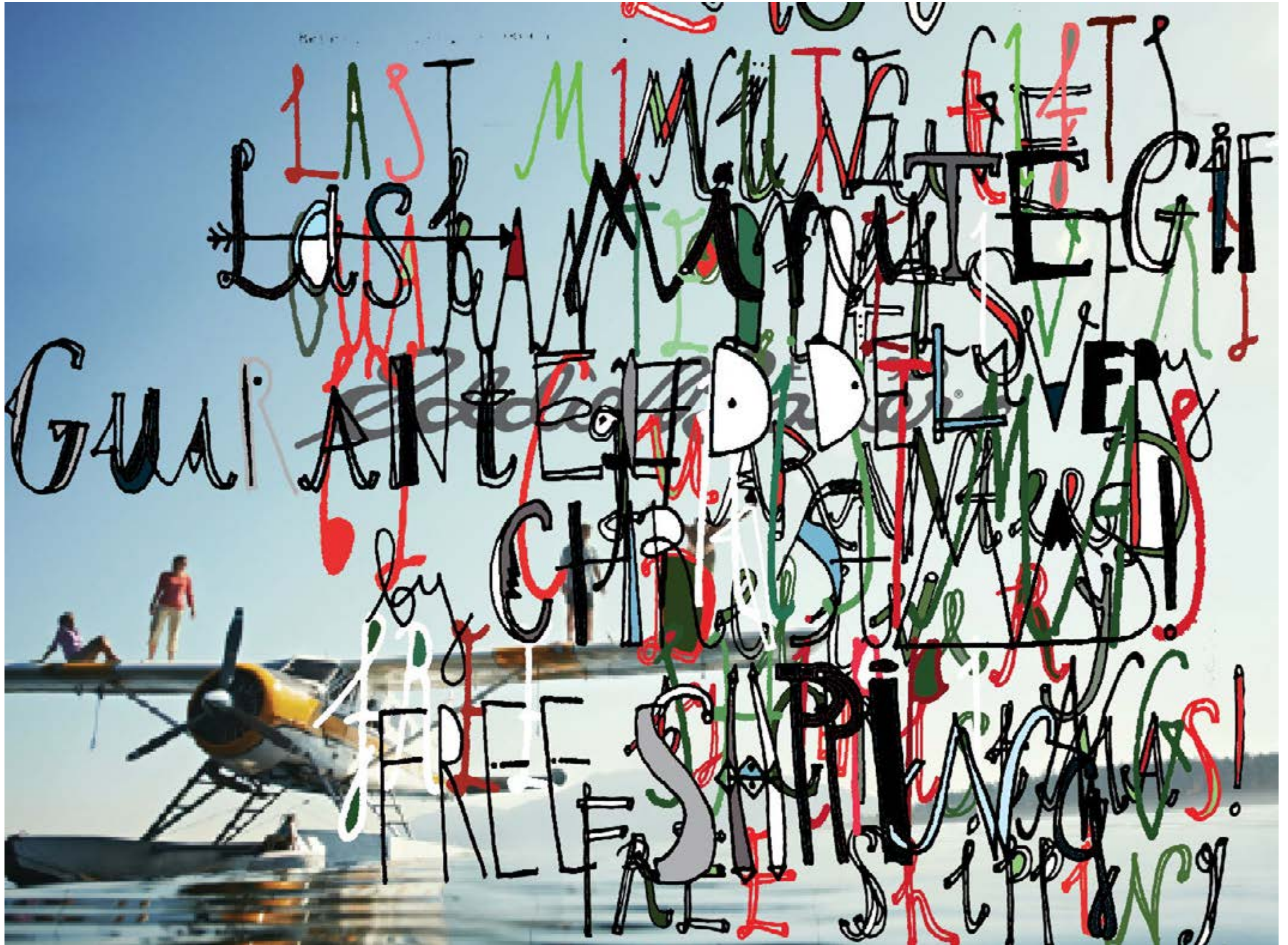
¿Es necesario que todas mis soluciones deban cumplir las tres premisas?

¿Qué debo tener en cuenta para desarrollar un proyecto de diseño?

1. Que se construya a partir de unas necesidades concretas
2. Que cumpla esas necesidades / Que funcione
3. Que sea original

Form Follows Function

Form Follows Function? David Carson.



Form Follows Function? Philippe Starck



¿Qué debe tener una pieza gráfica para ser creativa?

- » UN GANCHO
- » COMUNICAR UNA SOLA COSA
- » PROVOCAR EMOCIÓN
- » SER SENCILLO SIN SER BANAL
- » SER SIEMPRE ORIGINAL
- » MOSTRAR UNA VENTAJA
- » ROMPER LAS REGLAS SIEMPRE QUE SEA POSIBLE

¿Es posible ser creativos trabajando un titular?

LA CAMPAÑA MÁS EXITOSA DE NIKE.

Nike necesita una campaña gráfica para vender unas nuevas zapatillas para jugar al baloncesto.

LA CAMPAÑA MÁS EXITOSA DE NIKE // PROPUESTA 1



**PRESENTAMOS
UN NUEVO CALZADO
PARA JUGAR
AL BALONCESTO**



Tras el fracaso de la primera propuesta la agencia se vuelve a reunir con Nike y ésta le comenta que con estas nuevas zapatillas el jugador podrá saltar más.

LA CAMPAÑA MÁS EXITOSA DE NIKE // PROPUESTA 2



CON NUESTRAS ZAPATILLAS
**SALTARÁS
MÁS ALTO**



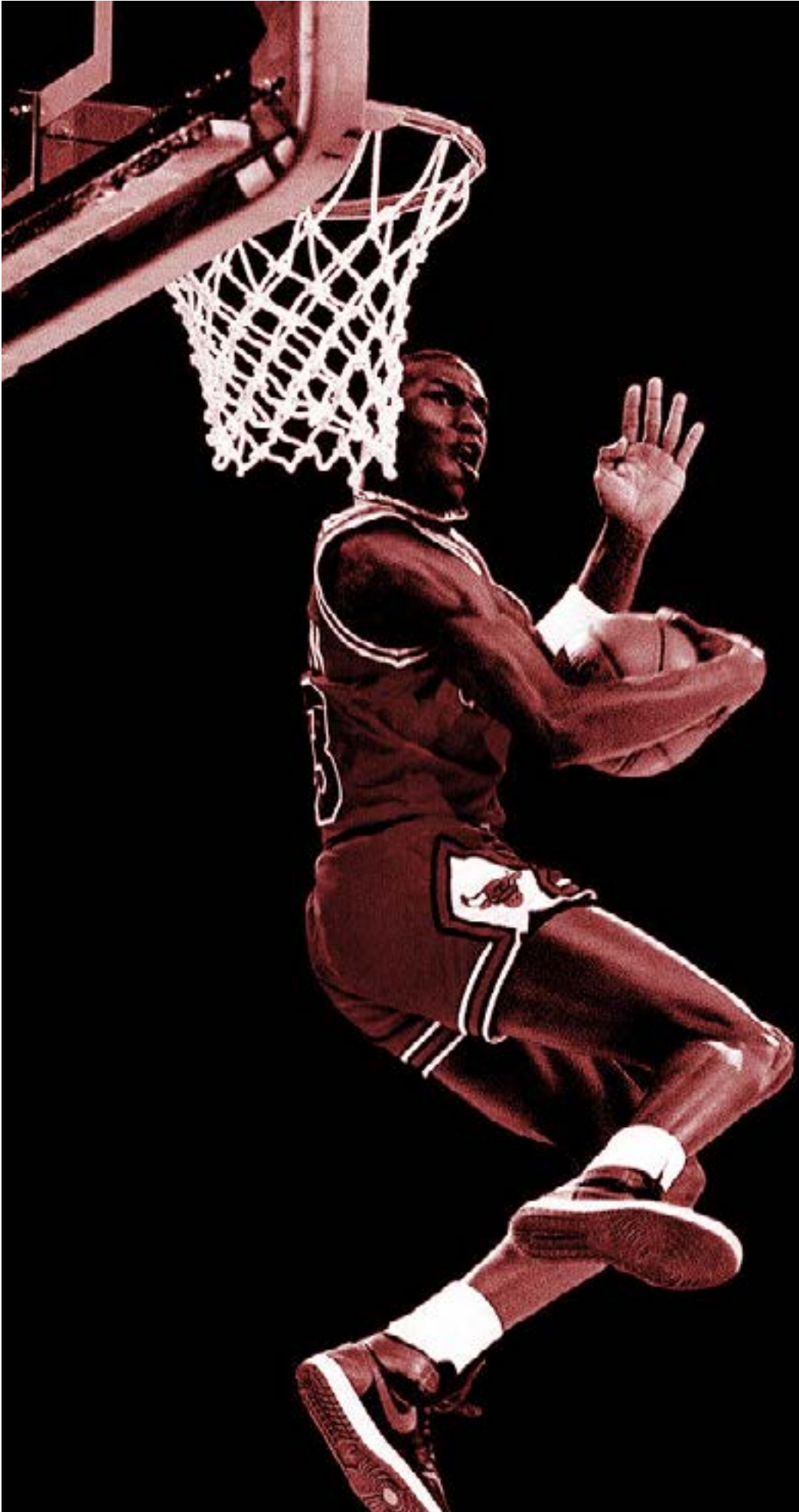
BRAIN TIME!

Cambia el titular para expresar la ventaja de una forma creativa.

SOLUCIÓN FINAL

- // Tiene un gancho
- // Comunica una sola cosa
- // Provoca emoción
- // Es sencilla sin ser banal
- // Es original
- // Muestra una ventaja
- // No desvela el mensaje

LA CAMPAÑA MÁS EXITOSA DE NIKE



MICHAEL JORDAN	1
ISAAC NEWTON	0



Camino creativos

LA EMOCIÓN

Cuando solo hay argumento emocional, el espectador no crea contraargumento alguno.

CAMINOS CREATIVOS / LA EMOCIÓN



CAMINOS CREATIVOS / LA EMOCIÓN

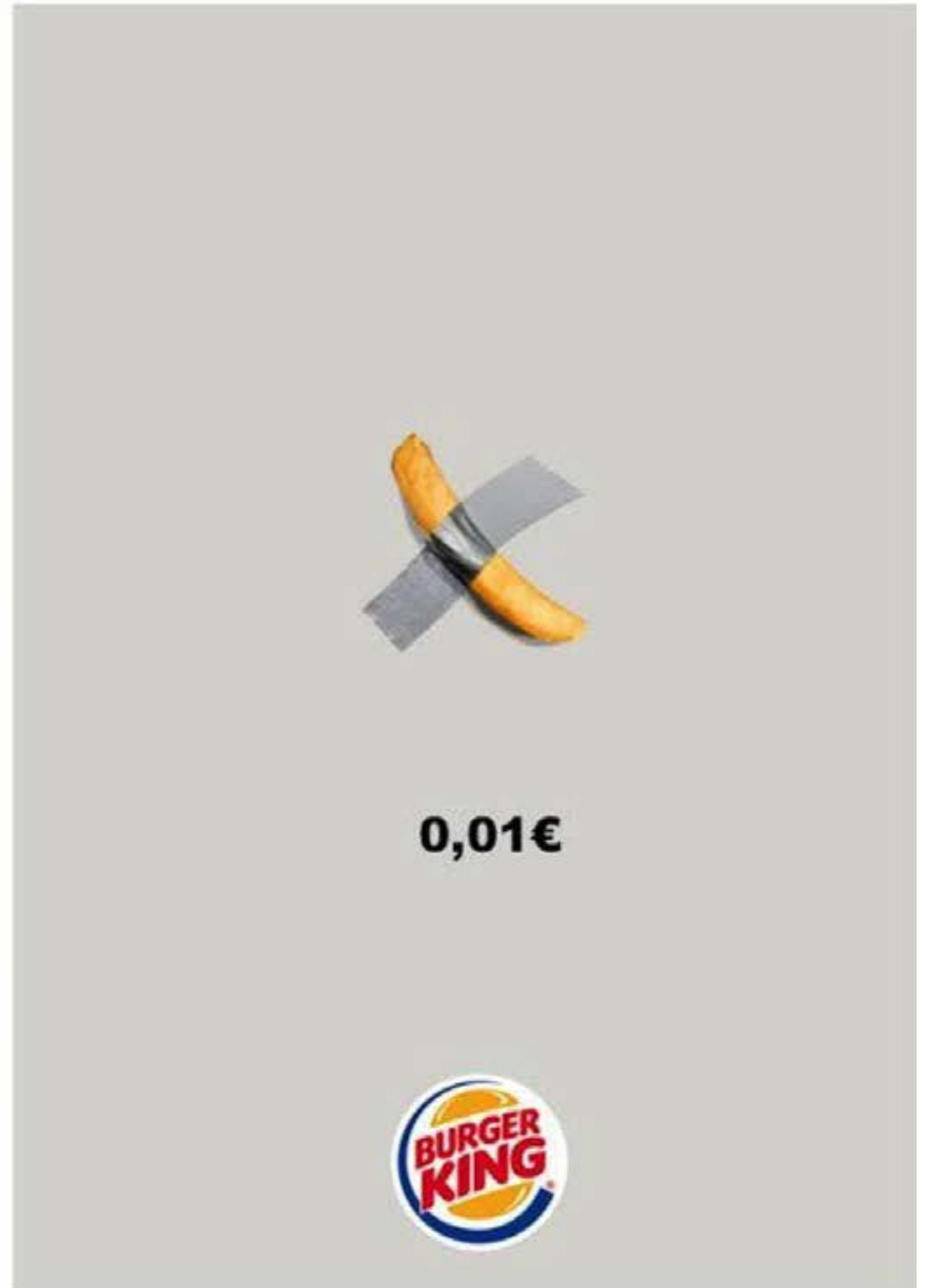


Camino creativos

EL HUMOR

Causa mayor impacto que la razón, crea conexiones con la marca y hace recordar el anuncio. Nos desconecta del estrés.

CAMINOS CREATIVOS / EL HUMOR





Camino creativos

LA ANALOGÍA

Explica las cosas de un modo conocido. Fácil de entender pues así es como habla la gente. Permite definir algo nuevo con algo ya conocido.

CAMINOS CREATIVOS / LA ANALOGÍA



CAMINOS CREATIVOS / LA ANALOGÍA

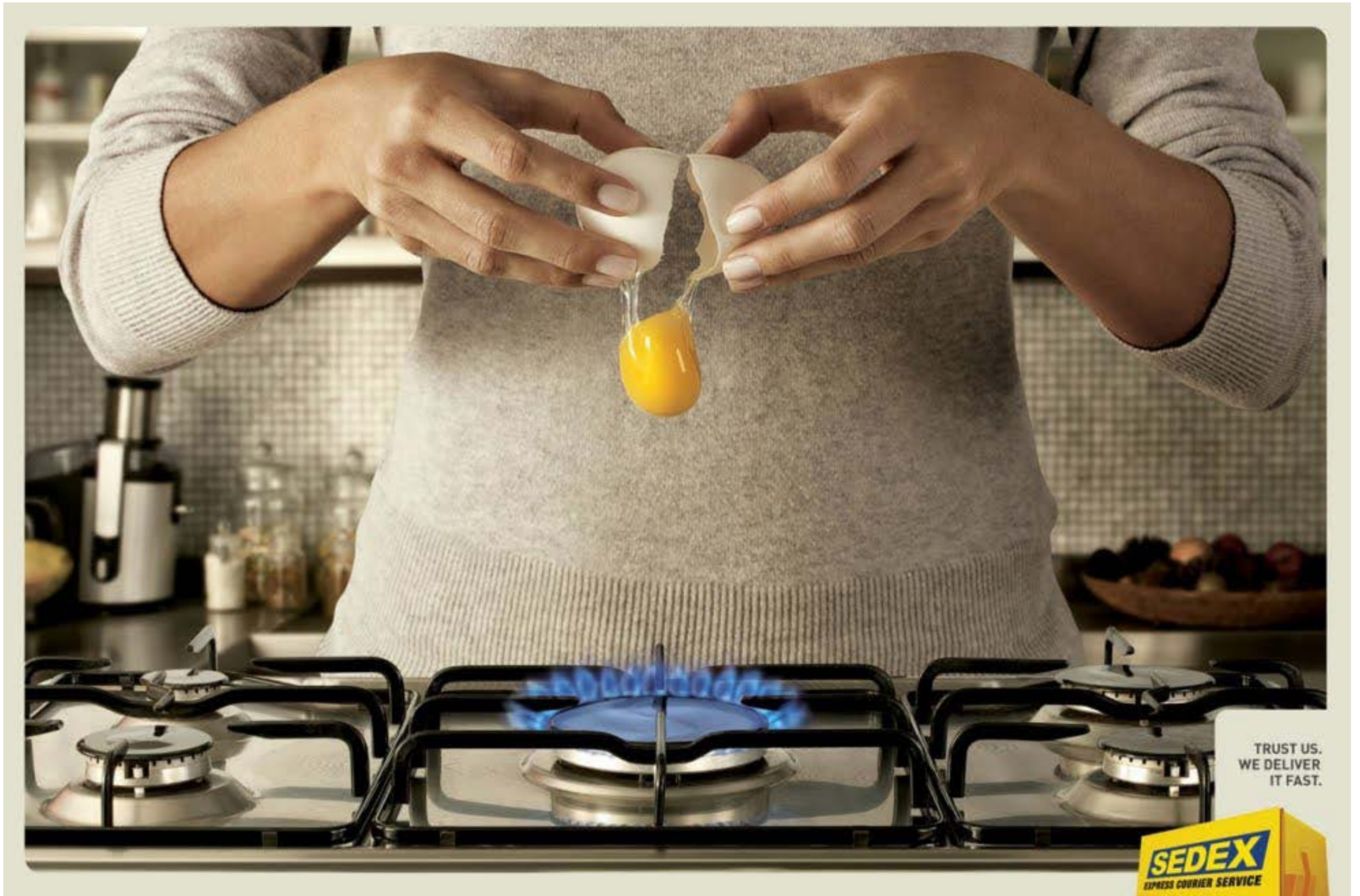


Camino creativos

LA EXAGERACIÓN

Tenemos que exagerar mucho, pero mucho mucho, nunca un poco más. Exagerar el problema o la solución ayuda a remarcar la ventaja.

CAMINOS CREATIVOS / LA EXAGERACIÓN



CAMINOS CREATIVOS / LA EXAGERACIÓN



Camino creativos

DARLE LA VUELTA

Sorprende haciendo lo contrario a lo que la gente espera. Haz gordo lo que es flaco, alto lo que es bajo, saca fuera lo que siempre está dentro, etc.

CAMINOS CREATIVOS / DARLE LA VUELTA



CAMINOS CREATIVOS / DARLE LA VUELTA



¿Cómo podemos llegar a tener ideas creativas?

// Cuestionate las cosas

// Mira desde otra perspectiva

// Utiliza técnicas <https://www.neuronilla.com/>

// Prueba y error

// Ama lo que haces

+ información en el siguiente vídeo.

¿Cómo podemos llegar a tener ideas creativas?

https://youtu.be/hI_-33zwFx0



Ejemplos de ideas creativas

IDEAS CREATIVAS / THINK SMALL. BEETLE



© 1967 VOLKSWAGEN OF AMERICA, INC.

Think small.

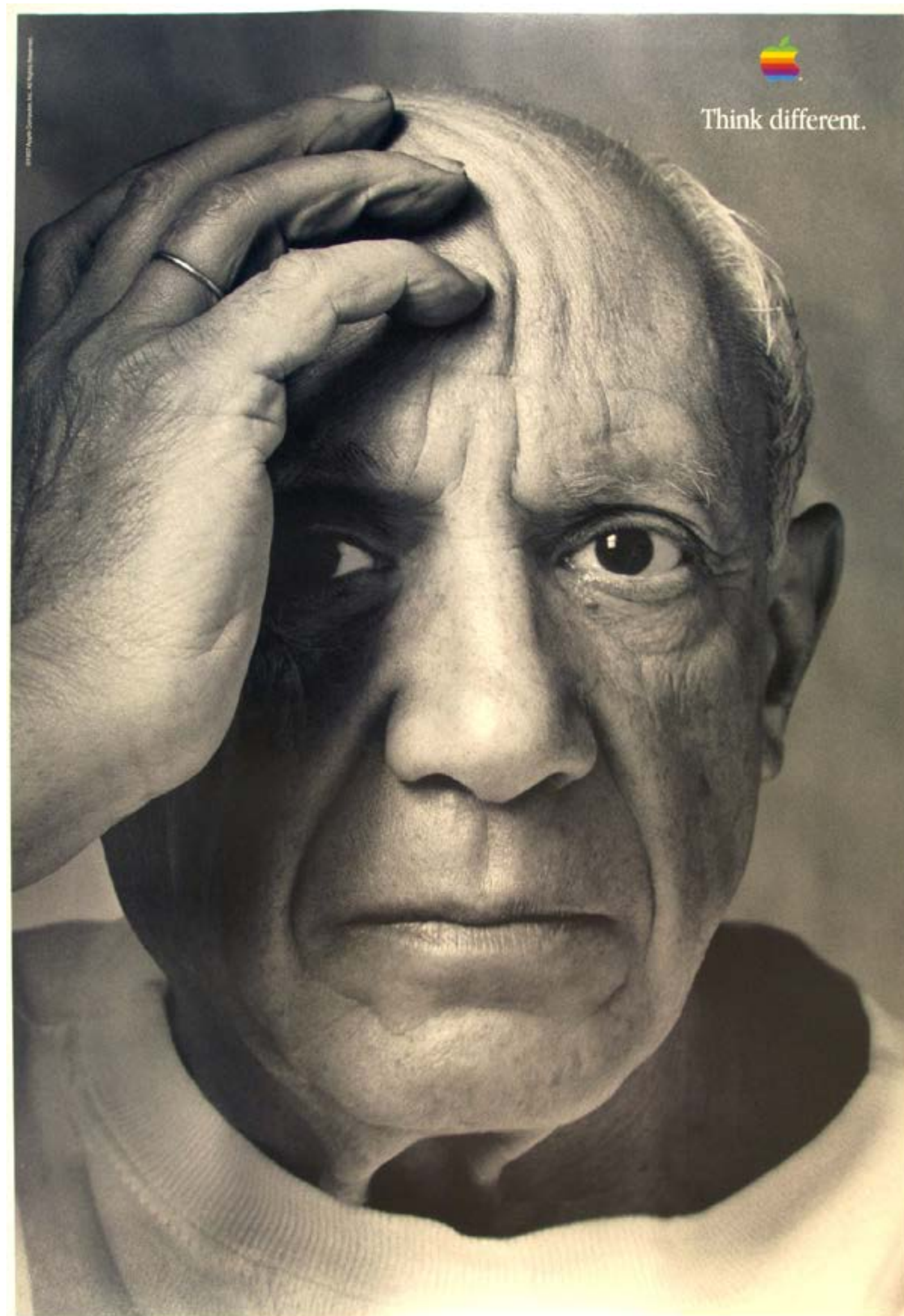
Our little car isn't so much of a novelty any more.
A couple of dozen college kids don't try to squeeze inside it.
The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.
Nobody even stares at our shape.
In fact, some people who drive our little

flivver don't even think 32 miles to the gallon is going any great guns.
Or using five pints of oil instead of five quarts.
Or never needing anti-freeze.
Or rocking up 40,000 miles on a set of tires.
That's because once you get used to

some of our economies, you don't even think about them any more.
Except when you squeeze into a small parking spot. Or renew your small insurance. Or pay a small repair bill. Or trade in your old VW for a new one.
Think it over.



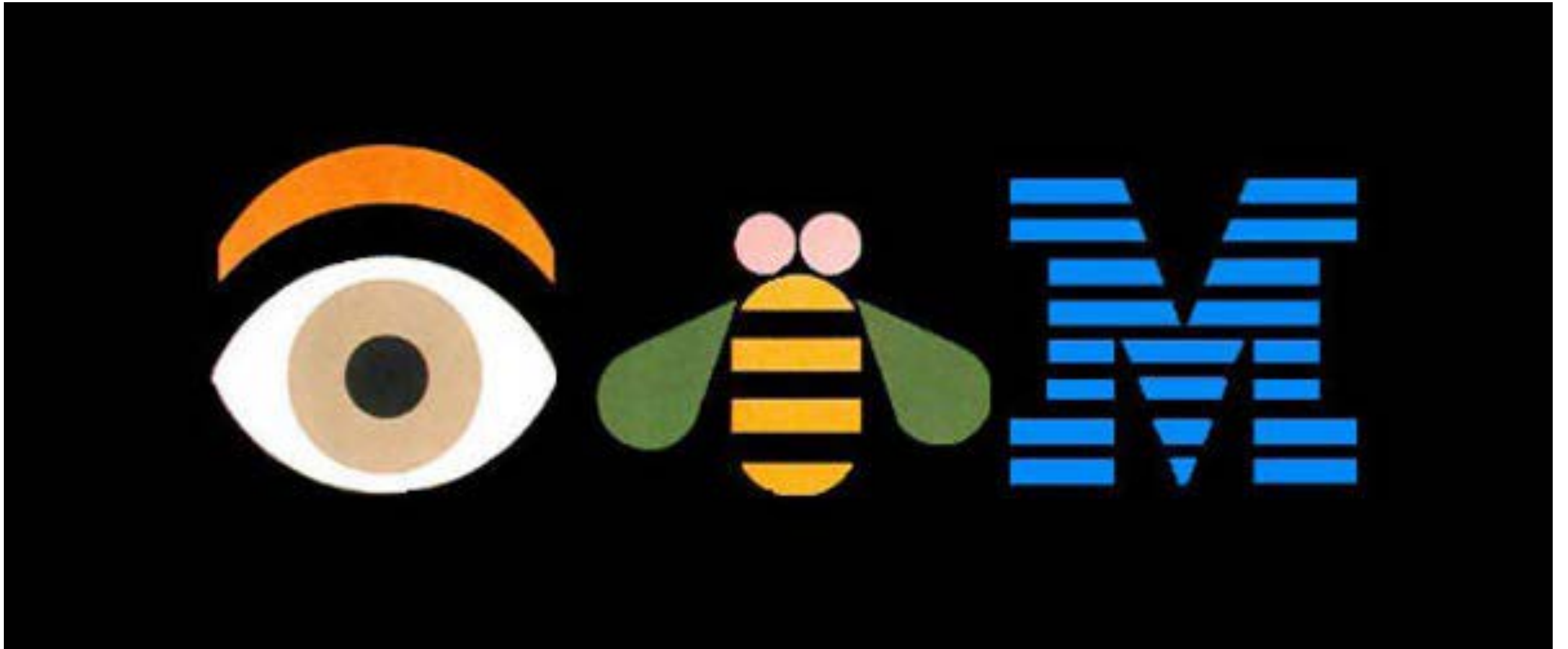
IDEAS CREATIVAS / THINK DIFFERENT. APPLE



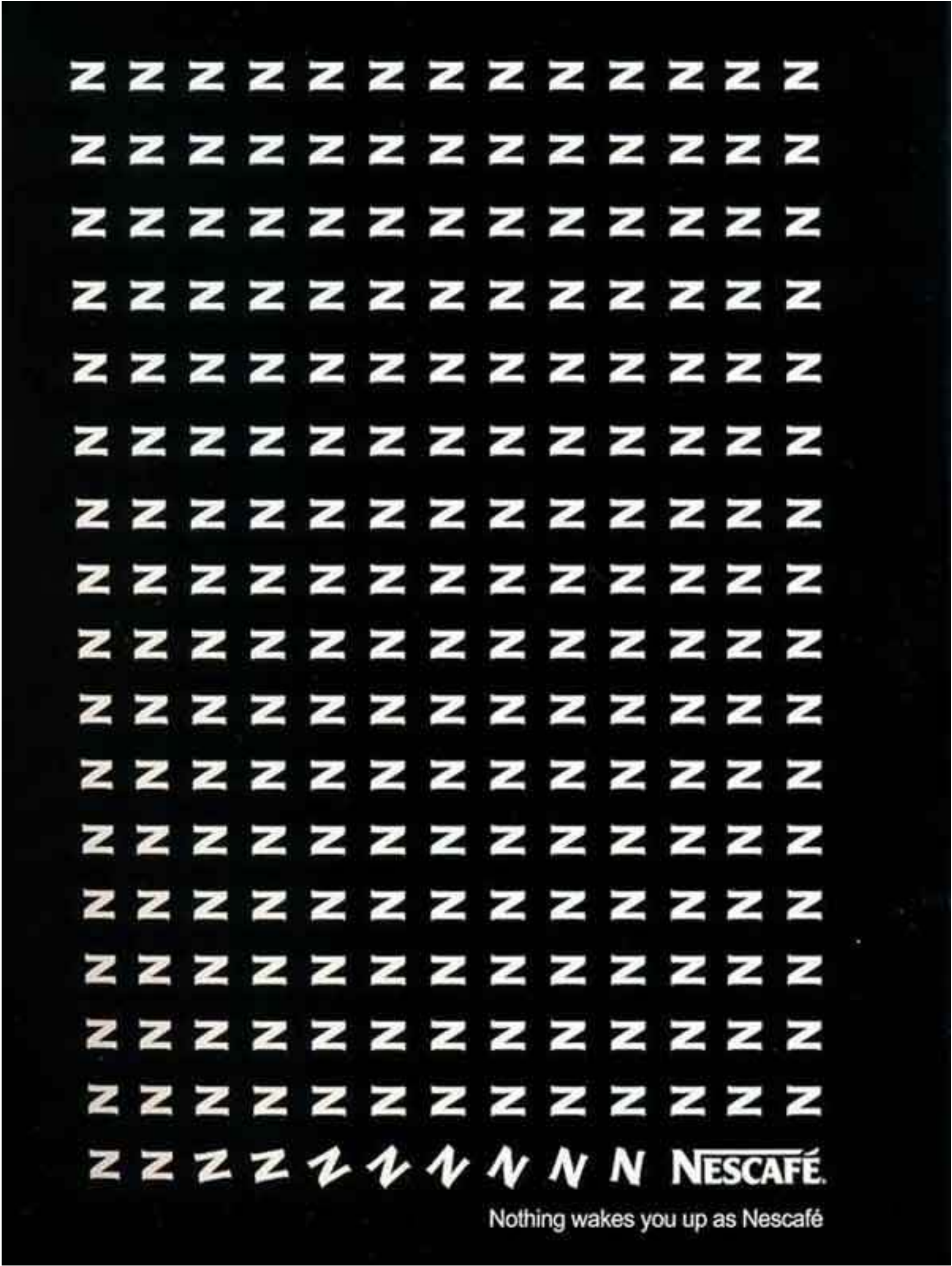
IDEAS CREATIVAS / CHUPA CHUPS



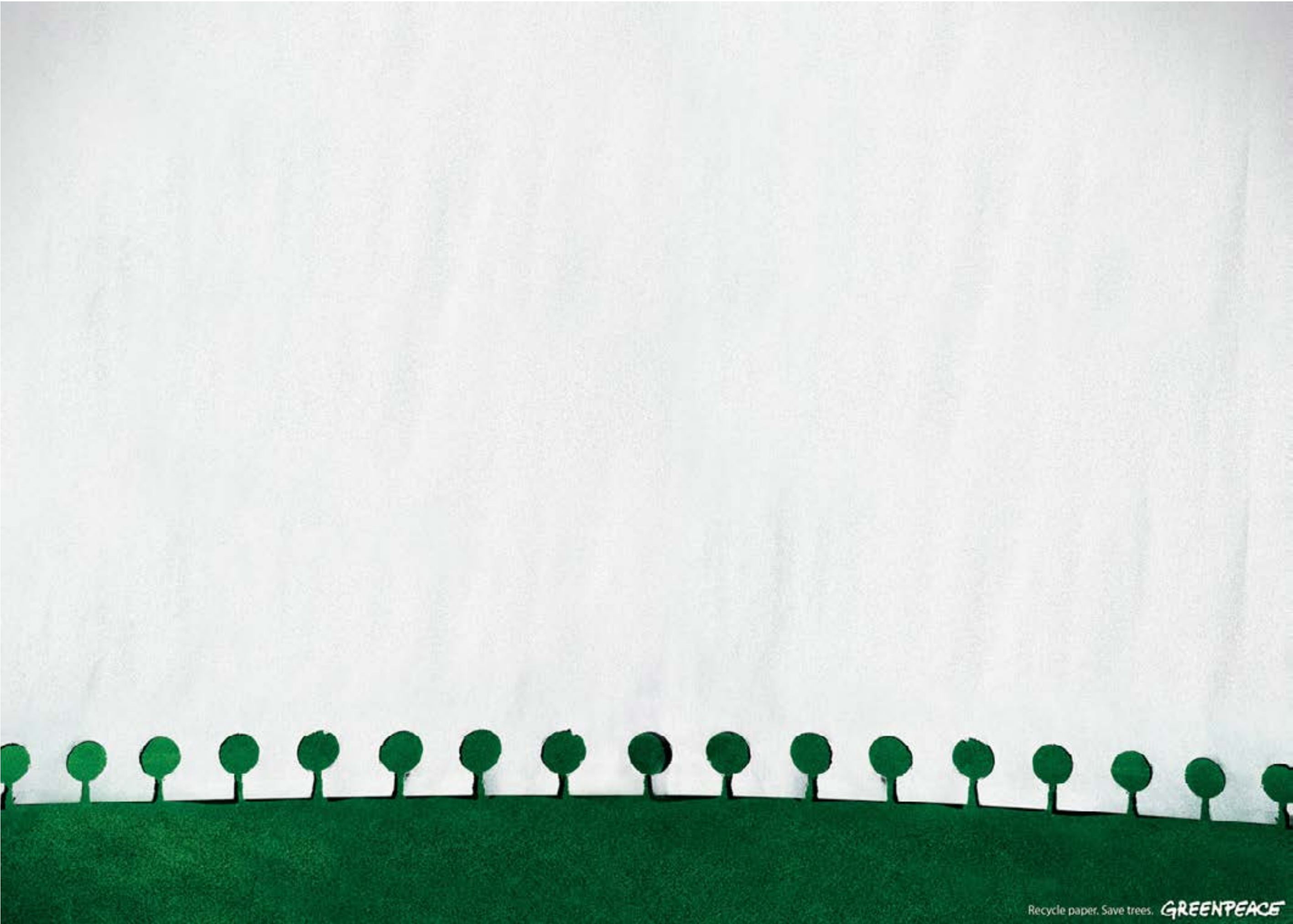
IDEAS CREATIVAS / PAUL RAND. IBM



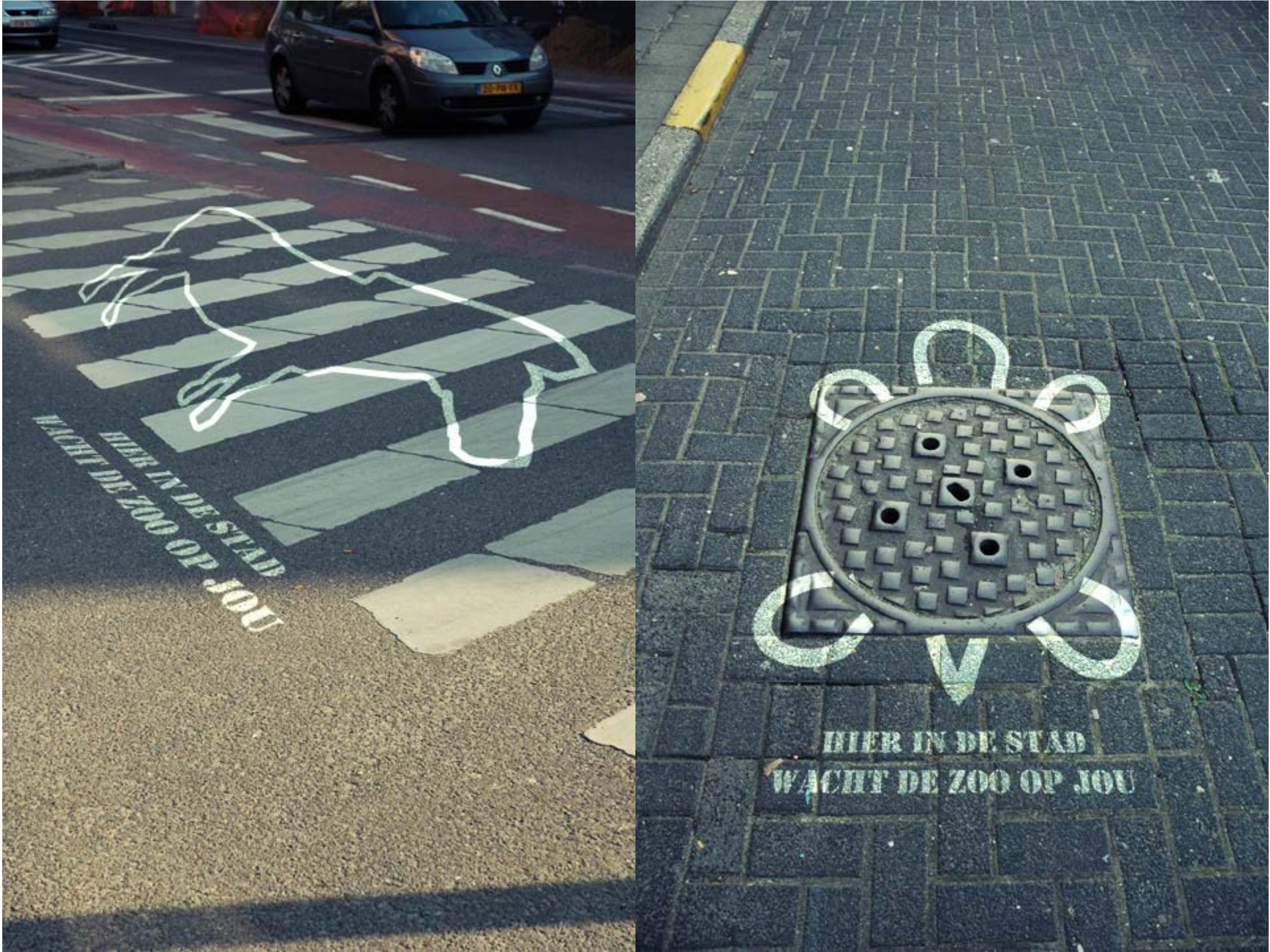
IDEAS CREATIVAS / NESCAFÉ



IDEAS CREATIVAS / GREENPEACE



IDEAS CREATIVAS / ACUÉRDATE DE IR AL ZOO



IDEAS CREATIVAS / SIZE. MINI COOPER



IDEAS CREATIVAS / MARIO ESKENAZI. LILIAN THURAM



IDEAS CREATIVAS / JUST MOVED



IDEAS CREATIVAS / CURRICULUM VICTOR PETIT

VICTOR
PETIT



25 ans
15 place maréchal Lyautey
49006 Lyon
04.30.64.45.31
contact@victorpetit.fr
www.victorpetit.fr

FORMATION

2010 - 2011 Licence direction artistique, Sup de Pub (INSEEC), Lyon.
2008 - 2010 BTS Communication des Entreprises, Sup de Pub (INSEEC), Lyon.
2006 - 2008 DEUG Art & Sciences humaines, Faculté des Sciences, Tours.
2004 - 2006 Baccalauréat STT option Communication, Bourges.
2002 - 2004 BEP Gestion & Comptabilité, Bourges.

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

2009 Stage au Lycée du Parc, Lyon. Refonte du site internet de l'établissement.
2009 Stage dans une Entreprise de construction écologique, Bourges.
(réalisation de supports de communication).
2008 Stage en imprimerie, Bourges (apprentissage de la chaîne graphique).
2008 Rédacteur pour Urbanbloggers, site d'actualité Art, Média, Musique.
2008 Stage sur un chantier archéologique, Bourges.
2007 Conseiller artistique de l'association d'événementiel «Faut que ça Bourges».
2007 Photographies pour les constructions écologiques du Centre.
2003 Chef de projet du site d'actualité musicale Slaya.net.

COMPÉTENCES

Production graphique, direction artistique de projets.
Photographie numérique, argentique.
Stratégie et outils de communication.
Gestion de projet web (ergonomie, arborescence...) et éditoriaux.

LOGICIELS

Suite Adobe cré, Photoshop, Illustrator, Indesign & Lightroom.
Mac OS & Windows.
Suite Office & Libre.
C.M.S Wordpress.
Final cut pro (notions).
Logiciels de M.A.O (notions).

LANGUES

Anglais & Espagnol, niveau intermédiaire.

CENTRES D'INTÉRÊTS

Nouvelles technologies de l'information et de la communication.
Photographie.
Design graphique.
Djing (Dubstep, Electro, Reggae).





SCANNEZ LE QR CODE PUIS PLACEZ
LE SMARTPHONE SUR LE CV.

marcocreativo

MASTERCLASS CREATIVIDAD

+ recursos en <https://marcocreativo.es/recursos>

IDEAS CREATIVAS / LUCAS JATOBA. ADEU BARCELONA



La creatividad es un músculo
que se entrena.

La creatividad no es una
aptitud, es una actitud.

Levántate

Usa tu cerebro

Repite

<https://marcocreativo.es>