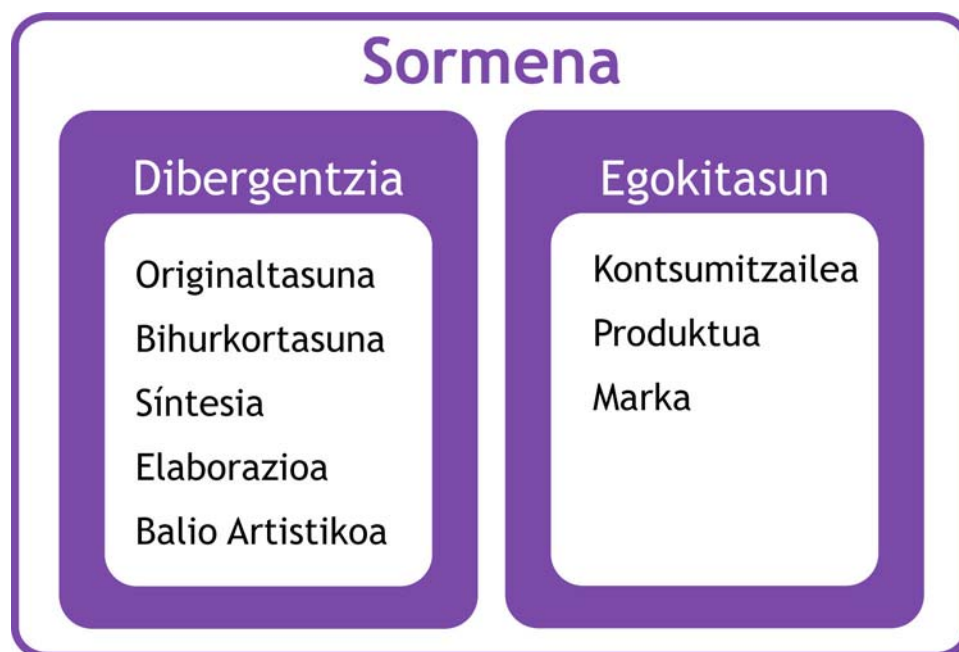


Kreatibitatean daragiten fatoreek

Sergio Mongek adaptatutako eredu. Artikulu honetan oinarritutakoa: **Smith et al.:** Modelling determinants and Effects of Creativity in Advertising. Marketing Science 26(6), pp. 819-833, © 2007 INFORMS. <http://mktsci.journal.informs.org/cgi/content/short/26/6/819?rss=1>

Iragarki batek "kreatibo" izateko bi ezaugarri hauek eduki behar ditu: Divergentzia eta Egokitasuna. Hemen daukatzue eredu honen eskematxoa:



Dibergentzia

Dibergentzia beste mezuen aurrean komunikazio-pieza arautik edo usadiotik kanpo dagoen neurria da. "Oso kreatiboak" izendatzen ditugun iragarkiak normalean divergentzia balore handiak daukate eredu hau aplikatzean.

Dibergentziak bost dimensio ezberdinak dauzka: Originaltasuna, Bihurkortasuna, Sintesia, Elaborazioa eta Balio Artistikoa. Publizitate-jaialdietan irabasten diren iragarkiak bost konzeptu hauetan normalean kalifikazio altuak lortzen dituzte, eredu hau aplikatuz gero.

Dibergentzian daragiten faktoreek eta neurtzeko *item*-aks:

Originaltasuna

Iragarkiaren ideiak arraroak edo harrigarriak dira. Ohitura edo begi-bistatik kanpo daude.

- Iragarkia zerbait aparta da.
- Iragarkiak topikoak eta betiko pentsamoldeak gainditzen ditu.
- Iragarkia paregabekoa da.

Bihurkortasuna / Malgutasuna

Iragarkiak ideia ezberdinak dauzka eta iragarkia eduki batetik bestetara mugitzen da.

- Iragarkiak ideia ezberdinak dauzka.
- Iragarkia ideia batetik bestetara mugitzen da.
- Iragarkiak gai batetik bestetara mugitzen diren ideia(k) dau(z)ka.

Sintesia

Iragarkiak normalean lotura ez daukaten ideia edo objektuak nahasten edo konektatzen ditu.

- Iragarkiak normalean lotura ez daukaten objektuak lotzen ditu.
- Iragarkiak lotura ezohikoak dauzka.
- Iragarkiak ezohikoak diren elementuak batzen ditu.

Elaborazioa

Iragarkiak xehetasun asko eskaintzen ditu. Iragarkiak oinarrizko ideiak bukatzen, luzatzen eta zehazten ditu, ideiak korapilatsuagoak eta sofistikatuagoak bihur daitezzen.

- Iragarkiak xehetasun asko dauzka.
- Iragarkiak oinarrizko ideak bukatzen ditu, ideiak hauek korapilatsuagoak edo sofistikatuagoak bihur daitezzen
- Iragarkiak espero zen baino xehetasun gehiago dauzka.

Balio Artistikoa

Iragarkiak irudizko edo/eta hitzezko osagai deigarriak ditu.

- Irudiek edo/eta hitzek bereizgarritasuna ematen diote iragarkiari.
- Ideiak bizi-bizi hezuramaitzen ditu iragarkiak, idudiz edota hitzez.
- Artistikoki ekoizitako iragarkia da.

Egokitasuna

Dibergentzia balore altua daukan iragarkia "txiste" aparta da. Hartzailera aktibatzeo gai den komunikazio-pieza. Sarritan, dibertgentzia pubizitate sormenarekin nahasten da. Hala ere, iragarki bat bere komunikazio helburuak lortzeko, "txiste aparta" izateaz gain, egokia izan behar da kontsumitzailearentzat, produktuarentzat eta markarentzat. Publizitate sormena komunikazio-helburu baten pean dagoen sormena da.

Kontsumitzailea

Kontsumitzailearen mundu sinbolikoarekin lotutako komunikazio-pieza izan behar da bere helburuak lortzeko.

- Iragarkiak esanahia dauka xede-taldearentzat (Iragarkiak esanahia dauka niretzat).
- Iragarkia xede-taldearentzat aproposa da (Iragarkia aproposa iruditzen zait).

- Iragakia erabilgarria da xede-taldearentzat (Iragarkia erabilgarria iruditzen zait).
- Iragakia balioa ematen dio xede-taldeari (Iragarkia balio ematen dit).

Produktua

Iragarkia produktuarekin primeran lotu behar da kontsumitzaileen buruetan. Beztela, grazia handiko baina eragin gutxiko iragakia edukiko dugu.

- Produktua iragarkiaren elementu nagusia da.
- Produktua ez da elementu nagusia iragarkian, atzealdean agertzen den elementua baizik (ALDREBES).
- Produktuari buruz esaten dena iragarkiaren mezu nagusia da.
- Produktua ez omen dauka zerikusirik iragarkian agertzen denarekin (ALDREBES).
- Iragakia produktuari buruzko informazio erabilgarria aurkezten du.

Marka

Produktuarekin lotuz gain, iragakia markaren balore nagusiak islatu behar ditu epe luzerako komunikazioa eraginkorra lortzeko.

- Marka iragarkiaren elementu nagusia da.
- Marka ez da elementu nagusia iragarkian, atzealdean agertzen den elementua baizik (ALDREBES).
- Markari buruz esaten dena iragarkiaren mezu nagusia da.
- Iragakian agertzen dena markaren aurkako baloreak dena (ALDREBES).
- Iragakia markaren balore nagusiak islatzen ditu.