

En sus manos tiene una guía esencial para estudiantes y jóvenes profesionales interesados en el pensamiento creativo en los campos del diseño, la publicidad y la comunicación.

Las diversas estrategias se acompañan de proyectos prácticos que muestran cómo dar forma a ideas creativas.

Se incluyen ejemplos innovadores en diseño gráfico, publicidad, fotografía, ilustración, arquitectura, diseño de productos, diseño de muebles, diseño industrial, animación, diseño digital, diseño de vehículos, arte y moda.

John Ingledeew es autor de *Fotografía*. Ha sido profesor de diseño, fotografía y pensamiento creativo (ambos sobre los que también escribe) durante veinte años en diferentes universidades de Europa, Estados Unidos y Japón. Recientemente ha participado en la creación de una escuela de arte en el norte de China. Es profesor visitante en la London School of Film, Media and Design de la Universidad de West London.

BIBLIOTECA PÚBLICA DE ZARAGOZA

Red de Bibliotecas de Aragón



3528253 N.R.:388147

7.05 ING com Titn:807254

Preservamos el medio ambiente

• Reciclamos y reutilizamos.
• Usamos papel de bosques gestionados de manera responsable.

7.05

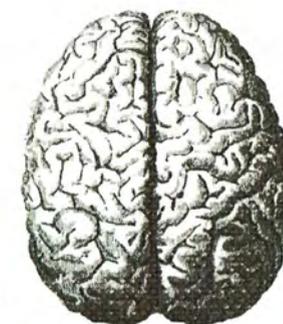
ING

COM

Cómo tener ideas geniales

Guía de pensamiento creativo

BLUME



John Ingledeew



Título original *How to Have Great Ideas*

Edición Gaynor Sermon

Diseño Charlie Smith Design

Ilustraciones Peter Kent

Traducción Remedios Diéguez Diéguez

Coordinación de la edición en lengua española
Cristina Rodríguez Fischer

Primera edición en lengua española 2016
Reimpresión 2017

© 2016 Art Blume, S. L.

Carrer de les Alberes, 52, 2.º, Vallvidrera
08017 Barcelona

Tel. 93 205 40 00 e-mail info@blume.net

© 2016 Laurence King Publishing Ltd, Londres

© 2015 del texto John Ingledeu

I.S.B.N.: 978-84-9801-868-4

Impreso en China

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sea por medios mecánicos o electrónicos, sin la debida autorización por escrito del editor.

WWW.BLUME.NET

Este libro se ha impreso sobre papel manufacturado con materia prima procedente de bosques de gestión responsable. En la producción de nuestros libros procuramos, con el máximo empeño, cumplir con los requisitos medioambientales que promueven la conservación y el uso responsable de los bosques, en especial de los bosques primarios. Asimismo, en nuestra preocupación por el planeta, intentamos emplear al máximo materiales reciclados, y solicitamos a nuestros proveedores que usen materiales de manufactura cuya fabricación esté libre de cloro elemental (E.C.F) o de metales pesados, entre otros.

Cómo tener ideas geniales

Guía de pensamiento creativo

BLUME

John Ingledeu

Contenido

- 6 Introducción
- 8 Ejercite su imaginación
- 10 Juegue
- 16 Redacte su propio manifiesto
- 20 Pregunte, pregunte, pregunte
- 22 Opte por la sencillez
- 24 Empiece, sin más
- 26 Valore las primeras ideas
- 28 Exprese su concepto más atrevido
- 34 Actúe como un niño
- 38 Preste atención
- 44 Visualícelo
- 49 Busque ayuda
- 51 Es preciso conocer al padre
- 54 ¿Qué haría Terry?
- 58 «¿Qué más puedo hacer con esto?»
- 66 Busque su ingenioso genio interior
- 71 Hágalos reír
- 75 Recolocación
- 80 Acumule
- 82 Busque un nexo
- 86 Dé saltos muy grandes
- 88 Fracase hacia el éxito
- 90 Busque analogías
- 93 Cambie lo que nunca cambia
- 96 Solucione sus frustraciones
- 98 Pregunte a la naturaleza
- 102 Cambie el espacio
- 108 Cree su propio espacio
- 111 Pruebe con la ósmosis
- 114 Cambie de paisaje
- 116 Improvise, sin más
- 120 Vaya a la fábrica
- 124 Confíe en su intuición
- 126 Entreténgase, reflexione y juegue
- 128 Traslade
- 130 Consulte con la almohada
- 132 Tómese un descanso
- 135 Sueñe despierto
- 136 ¡Viva lo absurdo!
- 140 Póngase en manos del azar
- 143 Enciérrese
- 146 Mezcle formatos
- 148 Combine recursos
- 151 Conviértase en todo un narrador
- 156 Valore los imprevistos
- 160 Atrévase
- 162 Cruce fronteras
- 166 Interprete las cosas literalmente
- 172 Lleve la contraria
- 174 Conviértalo en algo personal
- 176 Descubra su propio proceso creativo
- 178 Justo a tiempo
- 179 Practique, practique, practique
- 180 Índice
- 182 Créditos y agradecimientos

Introducción: ¿cuál es la gran idea?

Este es un libro para buscadores de ideas, es un mapa de ese tesoro que es la inspiración y que le ayudará a descubrir las ideas más brillantes.

Cada sección ofrece una estrategia, un método o un enfoque diferentes que favorecen la generación de ideas, el pensamiento creativo y la resolución de problemas. Asimismo, se explica cómo han nacido grandes ideas, y los proyectos prácticos le ayudarán a explorar más a fondo cada una de las distintas estrategias.

¿Qué es el pensamiento creativo? El placer de tener grandes ideas

El pensamiento creativo es el proceso de generación de ideas que hace posible los avances. Y estos últimos pueden desembocar en soluciones a problemas a simple vista irresolubles o en algo completamente nuevo que no existía hasta el momento.

Las ideas son pensamientos, posibilidades y planes que se forman a través de un esfuerzo mental deliberado. Las ideas revolucionarias surgen de una combinación de diversos tipos de esfuerzo mental, tanto en el plano de la consciencia como en el del subconsciente. Este libro aborda esas actividades y las condiciones, las circunstancias y los entornos en los que se pueden estimular.

Ideas estelares

El pensamiento creativo puede conducir a las grandes ideas: una innovación. Las ideas innovadoras traen consigo productos totalmente nuevos, o nuevos sistemas, métodos o servicios que mejoran de manera radical el uso vigente hasta la fecha.

Dar con una idea innovadora es una de las cosas más satisfactorias que podemos hacer. Aunque descubrir una gran idea también puede ser placentero. En ambas situaciones se produce una auténtica revelación. Las grandes ideas provocan una reacción en lo más profundo de nuestro ser, hacen que se nos erice el vello de la nuca, que esboce una sonrisa o que estallemos en carcajadas o en lágrimas.

Las grandes ideas son insistentes, estimulan la mente y permanecen en ella: exigen acción. Pueden alterar por completo nuestra visión de las cosas o cambiar incluso nuestro comportamiento.

Ponga su mente a trabajar

No dude en utilizar este libro como manual práctico para estimular la creatividad. En él encontrará un gran número de métodos diferentes destinados a poner la mente a trabajar y a encontrar y desarrollar nuevas ideas.

Ejercite su imaginación

La imaginación es la que nos confiere la asombrosa capacidad de recomponer caleidoscópicamente pensamientos, conocimientos, sueños, deseos y recuerdos en imágenes y formas nuevas (algunas imposibles en el mundo real). Es en nuestra imaginación donde damos forma a ideas capaces de resolver problemas del modo más variopinto.

El escritor británico W. Somerset Maugham señaló que «la imaginación se desarrolla ejercitándola». Del mismo modo que los atletas se preparan para el salto de altura, las carreras con obstáculos o los sprints finales estirando y calentando, es importante calentar y ejercitar la imaginación de modo que resulte ágil, versátil y rápida, lista para emprender el vuelo o realizar grandes saltos.

Ejercitar la imaginación
Una alumna de arte juega al Logo (véase pág. siguiente).



Proyecto

Logo: se trabaja en parejas, con hojas de papel y rotuladores de colores. Cada jugador dibuja el contorno de un logo conocido (por ejemplo, el de Nike, la manzana mordida de Apple, los arcos dorados de McDonald's o los anillos olímpicos).

Se intercambian los dibujos.

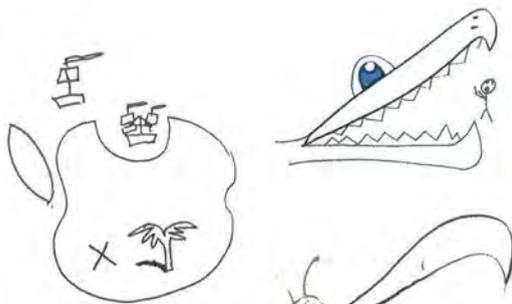
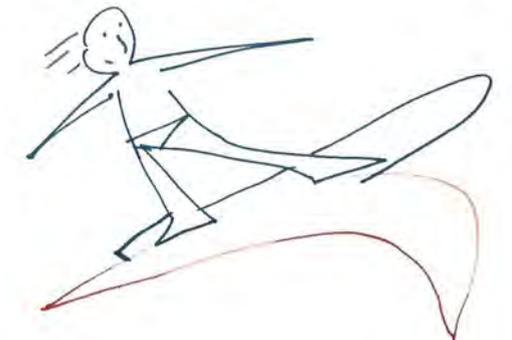
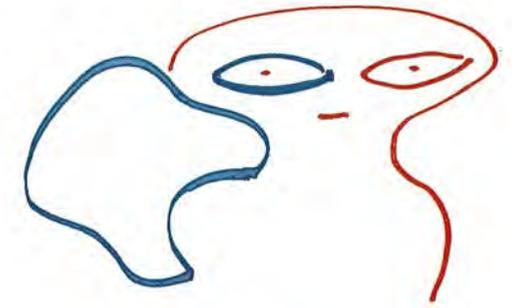
Gire el dibujo que acaba de recibir. Póngalo de lado y boca abajo. Obsérvelo desde todos los ángulos hasta que halle una solución que pueda hacer que se convierta en algo por completo distinto. Juegue mentalmente con la forma en cuestión. Aborde esta fase como cuando se imaginan formas en las nubes dando rienda suelta a la imaginación.

Complete el dibujo sin trabajarlo demasiado.

Repita el proceso con otros logos.

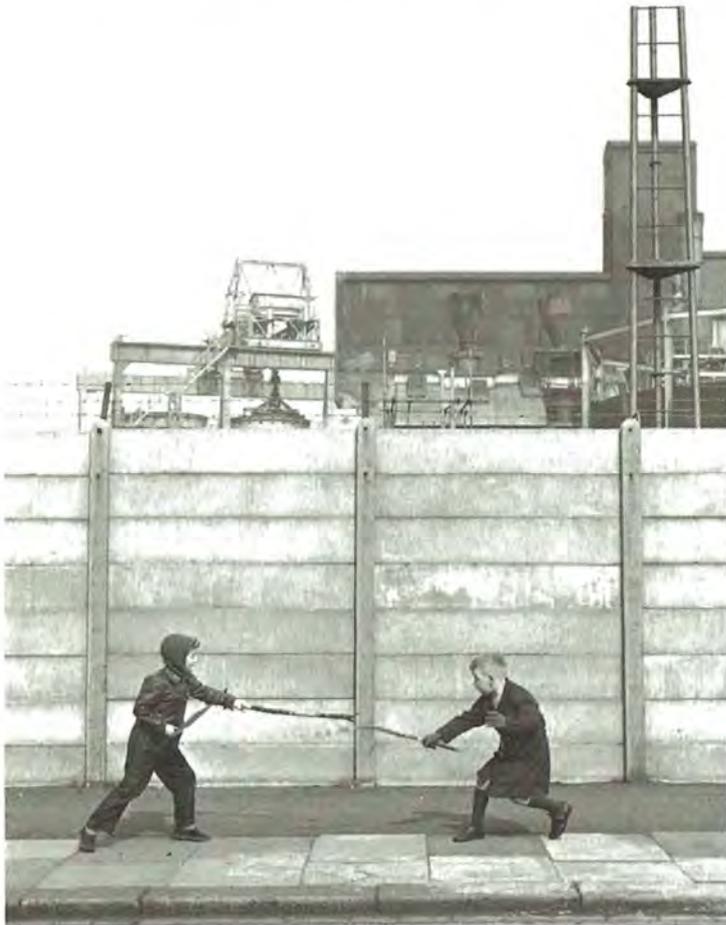
Gana la mejor idea. Una buena idea puede provocar sonrisas o risas, reacciones físicas que demuestran que lo que se propone tiene valor.

El problema se resuelve colocando una imagen boca abajo y observándola desde diferentes ángulos. No obstante, este juego también requiere que los participantes sean imaginativos: es preciso detectar las posibilidades, buscar y establecer asociaciones, y romper con lo que parezca fijo. También hay que pensar con rapidez, reaccionar a los retos y proponer numerosas ideas. Todos esos elementos son fundamentales para tener ideas creativas; se exploran y se desarrollan en otros apartados de este libro.



Juego

Para un niño, una simple caja de cartón ofrece infinitas posibilidades: un automóvil, un avión, una casa, una fortaleza, un buzón de correos, un barco, un rascacielos, una nave espacial, un disfraz de robot... Un palo o un trozo de madera es una espada láser de *Star Wars*, la espada de un caballero o un bate de béisbol. Jugar con objetos, palabras o materiales es una excelente manera de hallar un sinfín de ideas y alternativas.



Jugar a luchar
Durante el juego, los objetos encontrados pueden adoptar cualquier papel. Aquí, unos simples palos se convierten en espadas de caballeros.

Salga a jugar

Redescubra el juego, aquella época en el colegio en la que el tiempo siempre parecía que transcurriera a una velocidad distinta. Podemos perder la noción del tiempo cuando jugamos. El juego es una actividad placentera y despreocupada; las reglas de la vida cotidiana se suspenden temporalmente, y la forma y la escala de los objetos se ignoran sin ningún problema. El diseñador Ron Arad describe su estudio de Londres como «un recreo progresivo». Aunque muchas veces se considera un espacio anárquico o caótico, el patio es en realidad el lugar más creativo de cualquier colegio. Las estructuras basadas en muros, barras, vallas y postes se reinventan una y otra vez para crear juegos, y los objetos encontrados se utilizan como

herramientas y equipo para jugar. Es en los patios de los colegios donde los niños muestran muchas de las habilidades que se valoran en los adultos creativos: espontaneidad, improvisación, ingenio, destreza verbal, imaginación, entusiasmo, colaboración y trabajo en equipo.

Algunas empresas creativas y programas educativos experimentales han aprendido mucho de ese enfoque. Han dejado a un lado los ordenadores y han creado entornos de trabajo con pleno acceso a materiales de construcción y modelaje, de manera que las ideas puedan convertirse de inmediato en objetos. La idea es crear un entorno de espacio compartido y la sensación de libertad en el juego, en el que el principal papel de los participantes consiste en jugar libremente con los proyectos y las ideas.



Jugar con cajas
A la hora del recreo, todos los objetos ofrecen infinitas posibilidades.





Para que salga bien, es preciso adoptar una actitud lúdica y ver a los demás como compañeros de juegos y no como colegas (véanse también Ejercite su imaginación, pág. 8, y Cambie el espacio, pág. 102).

Métase en el papel

Josef Albers, profesor de la Bauhaus, consideraba que la recopilación directa de experiencias a través del juego con materiales llevaba a la invención, algo fundamental en cualquier tipo de trabajo de diseño. Recuérdelo al enfrentarse a los desafíos: trátelos como juegos y no como trabajo. Métase en el papel.

Hora del recreo, 1928-1929

El artista Josef Albers y sus alumnos de la Bauhaus creando construcciones de cartón mediante la experimentación lúdica.

«En general, las mejores obras reflejan una creatividad ingeniosa que se parece más al juego que al trabajo.»

James Ogilvy, Living Without a Goal



Hora del recreo, 2015

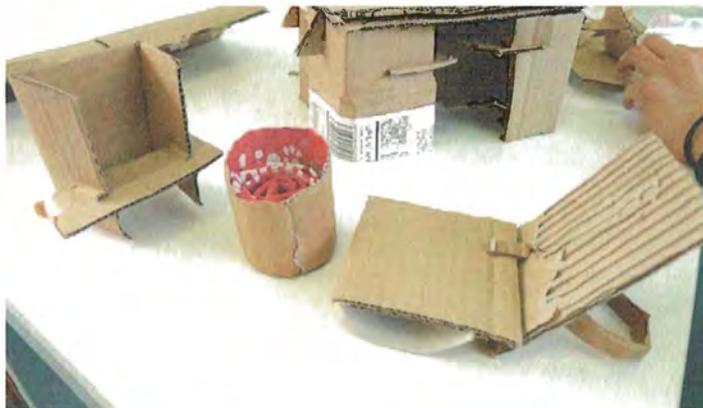
Gracias al juego con la tecnología y los materiales, los estudiantes de diseño descubren por sí mismos nuevos modos de combinar y utilizar objetos.

Proyecto

Tan solo con cajas de cartón, cree prototipos de sillas que le gustaría tener en su casa. No emplee pegamento ni ningún otro material.

Silla 1: solo puede romper el cartón con las manos.

Silla 2: puede utilizar tijeras.



Proyecto

Cree música con vasos de plástico y unas tijeras. Juegue con los vasos para descubrir el mayor número posible de sonidos distintos. Interprete y grabe una sinfonía con vasos de plástico.



Proyecto

Juegue con palabras. Juegue al escondite: busque palabras ocultas dentro de otras palabras.



Redacte su propio manifiesto

Un manifiesto es una declaración pública de creencias y objetivos de un individuo o un grupo. Numerosos movimientos artísticos han recurrido a los manifiestos para proclamar sus intenciones novedosas y radicales.

Muchos de esos manifiestos consisten en listas de puntos concisos y enérgicos, como una llamada a las armas. Los mejores son los que inspiran a otros a unirse y seguir sus pautas. Consulte los manifiestos de los surrealistas, los dadaístas, De Stijl y los situacionistas.

Busque también lemas y mantras, declaraciones concisas de intenciones y convicciones. El lema

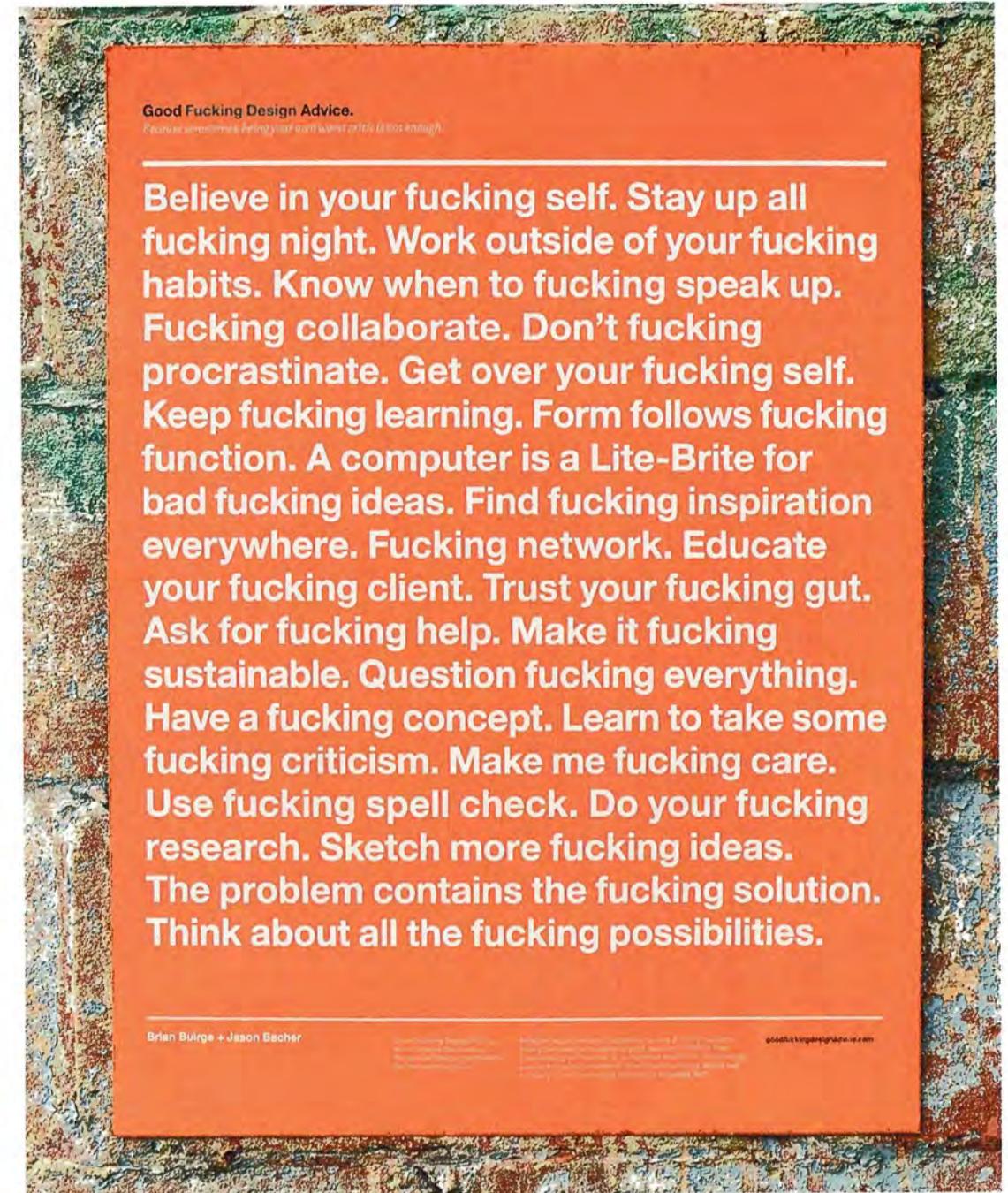
del estudio Eames fue: «Crear lo mejor, para el mayor número de gente, por el mínimo precio». A su vez, el mantra del movimiento moderno rezaba así: «La forma sigue a la función», mientras que los vistosos carteles con letras grandes de los estudios californianos de IDEO, empresa de desarrollo de productos, animaban así al personal: «Fomenta ideas salvajes» y «Aprovecha las ideas de los demás».

No se quede con lo básico

Los manifiestos, los lemas y los mantras son recordatorios visibles para mantener las bases, no dejar que las ideas aflojen y no olvidar los principios cuando se ponga en marcha un nuevo reto. Nos instan a que no nos quedemos con lo básico, ese deseo de la mente de no intentar algo nuevo regresando a algo habitual o conocido.



Un material muy sabroso
Manifiesto comestible de Tom Mitchell, estudiante de diseño.



Good Fucking Design Advice
Este manifiesto, fabulosamente malsonante (y que inspira y puede molestar a un mismo tiempo), es obra de Brian Buirge y Jason Bacher. www.goodfuckingdesignadvice.com

Simplicidad

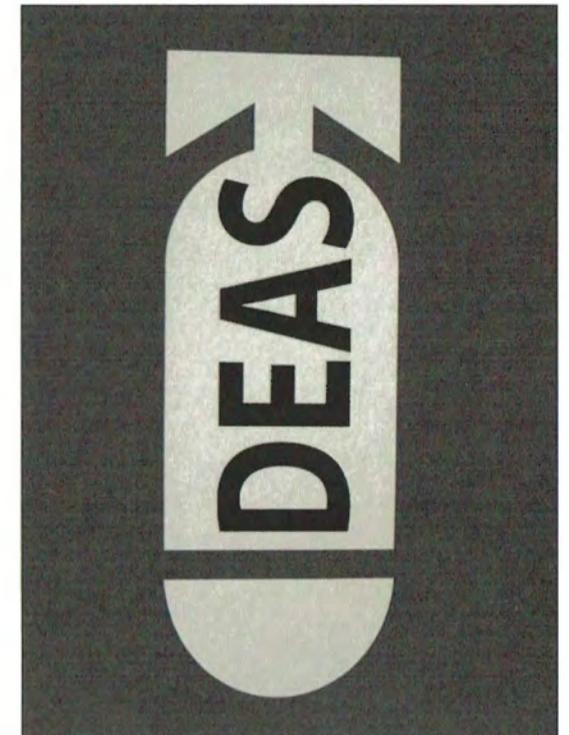
Manifiesto de cinco palabras
de Johnny Firewater.

Creativity = Play.
Don't play safe!



Proyecto

Cree un manifiesto o un lema. Aclare
y proclame su postura creativa.
¿En qué cree? ¿Qué intenta conseguir?



Manifiesto con Lego (izquierda)
Manifiesto con piezas de Lego de
la estudiante de diseño Laura Martin
(véase Juegue, pág. 10).

Material explosivo (superior)
«Grito de guerra» de un estudiante
de arte.

Pregunte, pregunte, pregunte

Abordar un problema sin piedad sirve para extraer información que conduce a nuevas ideas. Utilice las preguntas para desafiar a las ideas preconcebidas, aquello que se asume como cierto y verdadero. Contemple el problema como un rompecabezas y recurra a las preguntas para reunir el mayor número posible de piezas estableciendo de manera metódica todos los datos que pueda extraer.

.....
«Solo existe una pregunta estúpida en este mundo, y es la que no se hace.»

Proverbio

.....



Rod Shaw, *Question, question, question...*, 2015
www.nonpareilpress.co.uk

No tema preguntar

La barrera que se crea al pensar «Quedaré como un tonto si pregunto eso» puede significar que nuevos puntos de partida y alternativas se quedan sin descubrir. Formule siempre aquellas preguntas que parecen demasiado obvias o de las que cree que debería conocer la respuesta. Cuando el diseñador industrial Kenneth Grange recibió el encargo de desarrollar nuevos trenes expresos para British Rail, en la década de 1970, se le ocurrió una pregunta en principio ingenua: «¿Para qué sirven exactamente los topes de una locomotora?». Esperaba que la respuesta fuese: «¡Para evitar que los trenes se estrellen en las estaciones, estúpido!», pero lo cierto es que eran para desviar los vagones (una necesidad propia de los inicios del ferrocarril). Así, al prescindir de los topes, Grange pudo diseñar los aerodinámicos vagones que revolucionarían los viajes en tren en Gran Bretaña.

El proceso de plantear preguntas se puede desencadenar de varias maneras; por ejemplo, escribiendo todo aquello que teme preguntar e intercambiando los papeles con otros miembros del equipo para dar voz a las dudas de otros; estableciendo que cada uno pregunte por turnos, o revertir el bochorno de parecer demasiado impaciente diciendo: «¡Que levante la mano el que no tenga una pregunta!» (véase también Lleve la contraria, pág. 172).

Utilice las preguntas para descubrir un problema

El diseñador gráfico estadounidense Bob Gill utiliza las preguntas como estrategia para resolver desafíos de diseño y publicidad de una manera ingeniosa. Su lema es «Definir un único problema inspirará una única solución» (véase Redacte su propio manifiesto, pág. 16). Cuando le pidieron que diseñase los anuncios para una exposición italiana que iba a visitar Inglaterra, se preguntó:

«¿Cómo puedo hacer que Italia venga a Inglaterra?». Por otro lado, para diseñar la tarjeta de mudanza de una pareja, se preguntó: «Cuando una pareja se muda, ¿qué cambia en realidad?». El diseño de Gill para un espectacular monumento a la paz en Nueva York se inspiró a raíz de la pregunta: «¿Qué aspecto tendría la paz?». Se le ocurrió que, si se acabasen las guerras, en todo el mundo se acumularían toneladas de piezas metálicas militares que podrían combinarse para crear una enorme escultura montada sobre un pedestal de mármol.

El estudio de Thomas Heatherwick, en Londres, se sirve de las preguntas para desarrollar proyectos, nuevos usos para diversos materiales y nuevos métodos de trabajo. Con preguntas del tipo: «¿Se puede crear un edificio con solo dos componentes?» y «¿Una ventana tiene que ser plana?» han llegado a descubrimientos y resultados imposibles de prever en el momento de formularlas. La más memorable del estudio hasta el momento es la siguiente: «¿Cómo hacer que cada país que participa en los Juegos Olímpicos lo haga también en la creación y la puesta en marcha del pebetero?» (véanse también otras estrategias para formular preguntas: «¿Qué más puedo hacer con esto?», pág. 58, y Busque analogías, pág. 90).

Proyecto

.....
Desarrolle la habilidad para formular preguntas manteniendo una conversación basada exclusivamente en... preguntas. ¿Es capaz de responder a cada pregunta con una pregunta?

Opte por la sencillez

Simplifique y personalice el problema

En muchas ocasiones, los problemas se complican más debido al exceso de información. Para aclarar y aislar el desafío al que se enfrenta, dedique tiempo a entender y definir el problema. ¿Puede simplificarlo hasta plantearlo en diez, cinco o incluso solo tres palabras? Pregúntese: «¿Qué es exactamente lo que me están pidiendo que haga?». Este método puede convertir la búsqueda de la solución en algo tan personal como interesante. Simplifique y clarifique; reduzca los elementos para ganar en intensidad y llegar a la esencia del desafío en cuestión.

Simplifique la solución

Las ideas más simples suelen ser las que colman la imaginación del espectador. Busque los medios más económicos para transmitir su idea.

¿Cuán simple puede ser?

El Crystal Palace, construido para que albergara la Gran Exposición celebrada en Londres en 1851, fue en su momento la estructura de cristal más grande del mundo. Resulta digno de mención que el arquitecto Joseph Paxton lo diseñase de modo que pudiese construirse con solo 48 componentes (cada uno de ellos encargado en grandes cantidades). De forma similar, Barnes Wallis diseñó un enorme dirigible con solo 11 piezas. Thomas Heatherwick, a su vez, construyó un edificio con dos componentes que se iban repitiendo, y Thomas Edison creó casas con un único vertido de hormigón.

*«Complicarse es fácil.
Simplificar es lo difícil.»*

Bruno Munari,
artista y diseñador

*«Máximo significado,
mínimos medios.»*

**Manifiesto del diseñador
Abram Games (véase también
Redacte su propio manifiesto,
pág. 16)**

*«La creatividad consiste en
hacer lo complicado simple.»*

Charles Mingus,
músico de jazz

*«El buen diseño
es diseño en su mínima expresión.»*

Dieter Rams, diseñador



Enzo Mari, 16 Animali, 1959
El sencillo rompecabezas del diseñador italiano Mari consta de 16 animales que encajan entre sí.

Proyecto

Los titulares de los periódicos tratan de simplificar la información utilizando el menor número posible de palabras. La anécdota protagonizada por David Cameron, el primer ministro británico, cuando se dejó a su hija Nancy en un pub, se resumió en una palabra para el titular de un tabloide inglés: «CAMNESIA!».

Escriba un titular para las siguientes noticias:

Los seguidores de *Star Wars* llegan a Venecia para participar en una convención.

Un cable submarino resulta dañado, lo que implica que Estados Unidos y Europa se queden sin Internet durante un día.

Proyecto

El escritor Ernest Hemingway escribió una historia en seis palabras. Inténtelo, o bien opte por una versión actualizada y escriba una historia completa en Twitter con solo 140 caracteres.

Empiece, sin más

¿Tiene que resolver un desafío?
¿Quiere crear algo a partir de
cero, o tiene un atisbo de idea
que cree que debería desarrollar?
Empiece, sin más. Haga algo, lo
que sea, en papel o en la pantalla.
En esta fase no tiene que ser
coherente ni estructurado.

No añada demasiados detalles. Puede empezar
anotando sus primeras ideas y después cualquier
cosa que se le ocurra que guarde relación
con ellas. Con amplitud de miras y con audacia.
No pierda de vista su manifiesto y luche contra
su crítico interior, esa voz cínica que le dice
«Esto no funcionará» o incluso «¡Déjalo
ahora mismo!».

Aprender a empezar un proyecto es un paso
fundamental a la hora de plantear cualquier
proceso creativo.

Proyecto

Empiece, sin más, con...
Anote el título de su último proyecto.

*«Tienes que empezar,
esa es la parte más difícil.»*

Graham Linehan,
dramaturgo irlandés

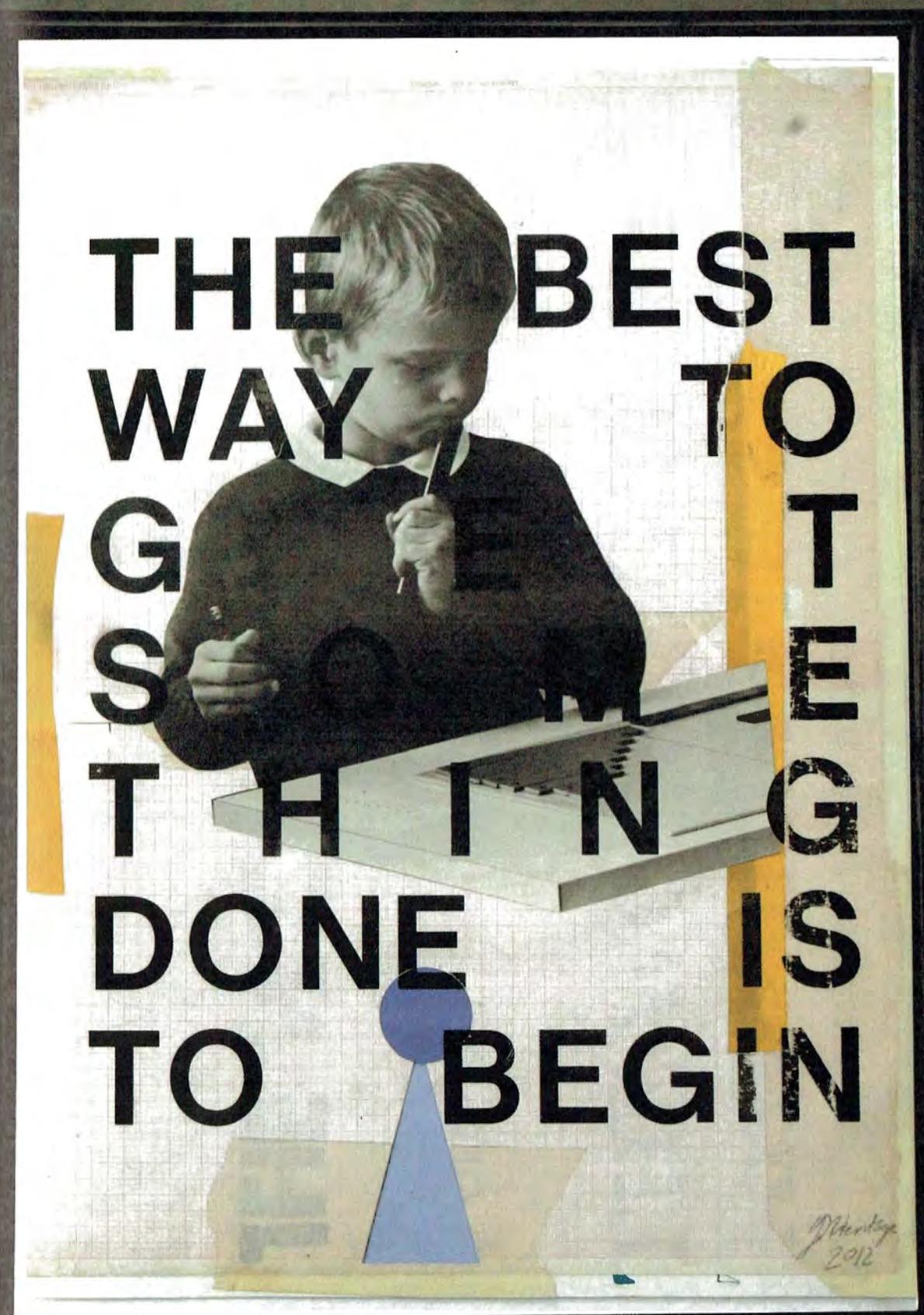
*«Cada vez que empiezo,
me sorprendo: ¡no era tan malo!»*

Frank Gehry, arquitecto

*«Hay que equivocarse muchas veces
para acertar, y a partir de ahí
se desarrolla la idea.»*

Stan Wilson-Copp, ingeniero
e inventor

Jimmy Turrell, *The Best Way*, 2104
www.jimmyturrell.com



Valore las primeras ideas

Muchas veces se tiene la tentación de rechazar las primeras ideas al pensar que han surgido demasiado pronto, pero lo cierto es que casi siempre la primera idea es perfecta.

En el momento en el que el cerebro se plantea un reto, entra en un estado de confusión y gira como las ruedas de las máquinas tragaperras, sin lógica ni método. Con suerte, le puede salir el bote en ese breve momento de movimiento frenético, que en este caso sería una lluvia de ideas a la que sería difícil acceder por otros medios.

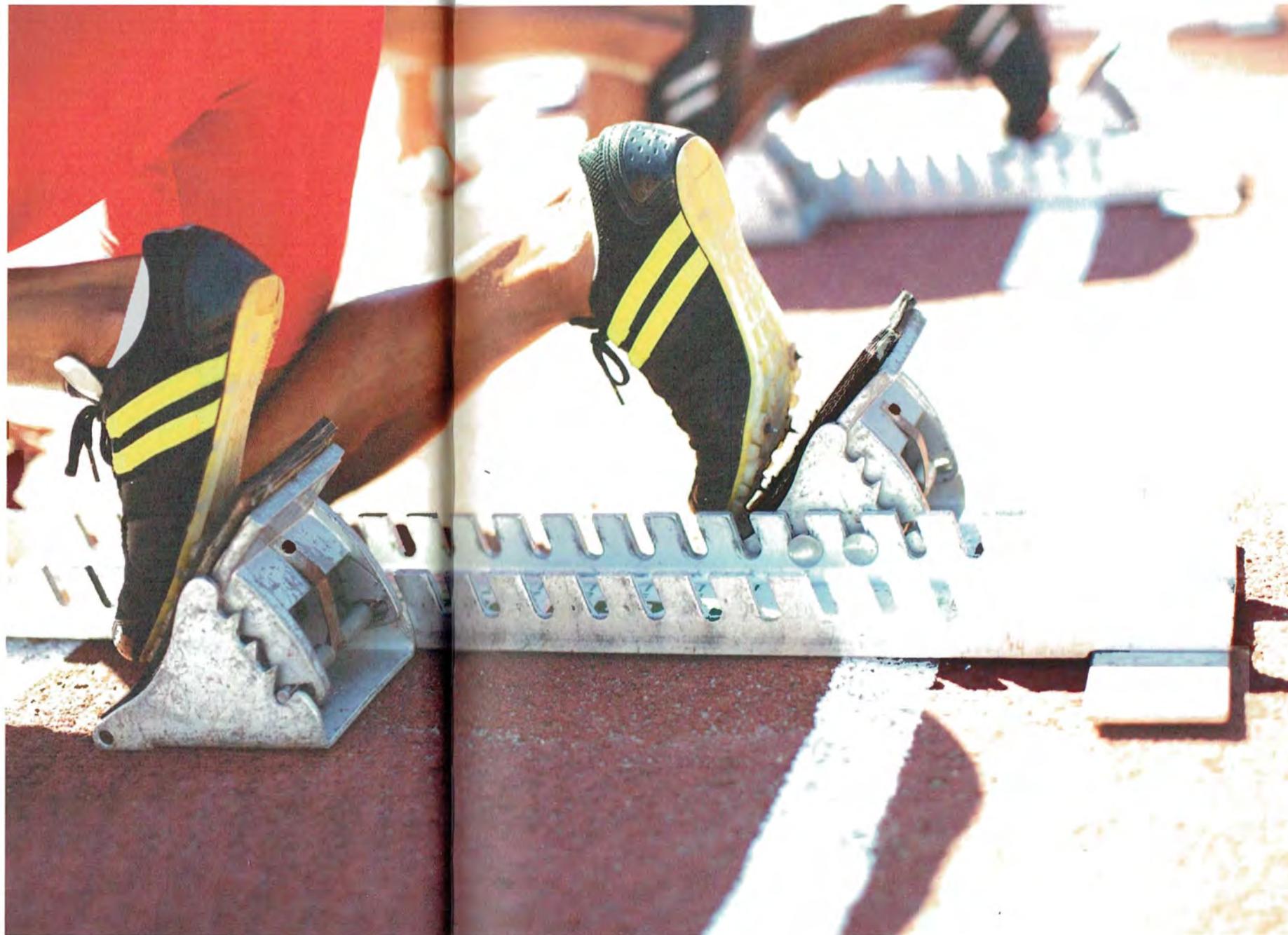
Tenga en cuenta siempre su primera idea, esa respuesta impulsiva que le viene a la mente de repente. Las primeras ideas pueden ayudar a focalizar el problema y también a dar forma a ideas posteriores.

Proyecto

Recopile sus primeras ideas y piense en un título para la colección.

Empezar con buen pie

Nunca desestime las ideas que le vengan a la mente al principio. En ocasiones, esos primeros flashes de inspiración son los mejores.



Expresa su concepto más atrevido

Las ferias internacionales del automóvil muestran lo último de los fabricantes de vehículos (por lo general, modelos del año anterior con modificaciones mínimas en cuanto al diseño y el color). Pero lo más interesante es que esas empresas también presentan sus ideas más rompedoras.

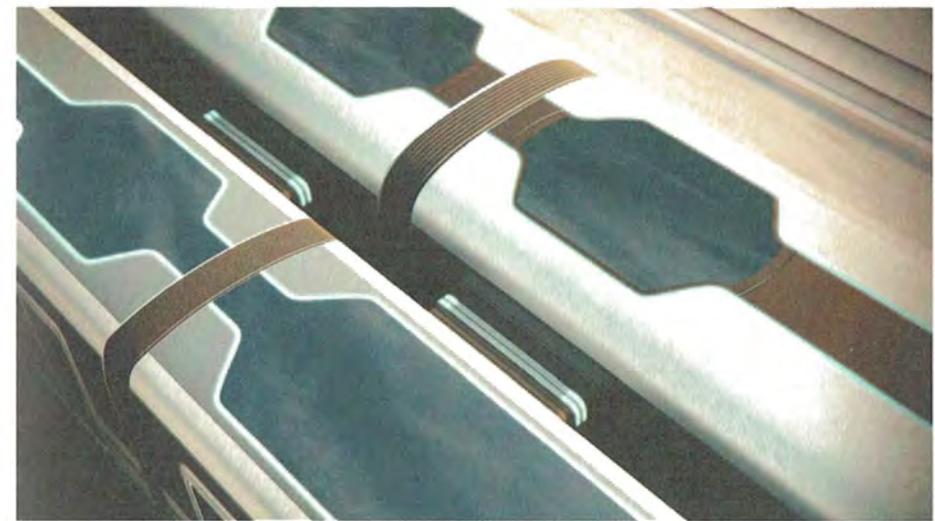
Los fabricantes los llaman «prototipos». Esas creaciones les permiten esquivar su miedo inherente al ridículo ante los medios, sus competidores o el público por pensar de manera distinta. El temor a la burla o la humillación hace que muchas grandes ideas no se expresen en aulas,

laboratorios y lugares de trabajo. Parece que sea preciso tener éxito, haber estudiado en una prestigiosa universidad o tener cierto estatus para sentirse lo bastante seguro como para compartir las ideas propias. Supere ese temor al ridículo y exprese siempre sus ideas más atrevidas.



Moritz Waldemeyer, sombrero Halo con leds, 2012 (pág. anterior)
Quitémonos el sombrero ante el diseñador alemán Moritz Waldemeyer, creador de esta extraordinaria pieza para un pase de moda del sombrerero irlandés Philip Treacy. Los leds de las hojas giratorias crean un halo etéreo y pulsante en torno a la cabeza de la modelo.

Hussein Chalayan, Vestido metamórfico, 2007 (superior)
Hussein Chalayan es conocido por su innovador uso de los materiales y la tecnología. Sus pases siempre sorprenden. Estos vestidos de su muestra «One Hundred and Eleven» se transforman poco a poco en diferentes formas y estilos de la historia de la moda (véase «¿Qué más puedo hacer con esto?», pág. 58).



QWERTY inusual (pág. anterior)
A la industria de la moda le encantan las ideas atrevidas, como se aprecia en el fantástico vestido con máquina de escribir de Mary Katrantzou.

Un tren de pensamientos audaces (superior)
Moving Platforms es una innovadora idea del diseñador Paul Priestman. Permite viajar desde la parada que se elija hasta cualquier destino (incluso en otro país) sin bajar del tren y sin paradas.
www.priestmangoode.com

Una idea en las nubes

«Aircruise» es un lujoso y moderno hotel dirigible creado por los diseñadores de Seymourpowell. La idea rompe con el concepto tradicional de viaje y vacaciones. En el Aircruise se viaja a una velocidad extremadamente lenta: el vuelo es el destino, no el medio para llegar a él.
www.seymourpowell.com



¿Cuál es su idea más atrevida?

Ilustraciones de estudiantes de diseño creadas en respuesta a la pregunta «¿Cuál es su idea más atrevida?» (véase VisualÍcelo, pág. 44).

No todas las industrias son como la del automóvil. La moda (tanto el diseño como la fotografía) siempre ha sido un campo que exige y aplaude las ideas más atrevidas y extremas.

Lo mismo podría decirse de la arquitectura. El brillante grupo Archigram solo proponía ideas hipotéticas en lugar de diseños concebidos para ser construidos (por ejemplo, la Ciudad Andante, que permite deambular por el entorno, y la Ciudad Enchufable, una estructura intercambiable de viviendas estándar). La influencia de esta corriente de pensamiento radical fue enorme y se aprecia en edificios como el Centro Pompidou, así como en el desarrollo del movimiento del diseño crítico.



Sleepie
CHI 4



Proyecto

Inspírese en Archigram y proponga algunas ideas atrevidas para futuras ciudades.

Actúe como un niño

Deshacerse de las limitaciones de la vida adulta y actuar como un niño otra vez pueden resultar muy productivos a la hora de generar ideas. Los niños se sumergen continuamente en actividades distintas con un entusiasmo que rara vez se ve en los adultos; no les importa lo más mínimo lo que puedan decir o pensar sus compañeros.

Los niños son muy imaginativos, en parte gracias al universo tan creativo de los cuentos, las canciones infantiles, los dibujos animados, las películas de Pixar, Disney y Nick Park, y los libros de autores como Roald Dahl, Maurice Sendak y Dr. Seuss. Dahl, como tantas otras personas creativas (Pablo Picasso, Thomas Heatherwick y Paul Smith, por ejemplo), tenía espíritu de niño: «Voy a mi cabañita, que es estrecha, oscura y cálida, y en cuestión de minutos regreso a los seis, siete u ocho años de nuevo» (véase pág. 109).

Fantasee

Compórtese como un niño y redescubra el proceso tan creativo de aplicar la fantasía al juego y dar nuevos usos a cualquier objeto. Una caja llena de ropa vieja para disfrazarse ofrece un potencial infinito (véanse Juegue, pág. 10, y «¿Qué más puedo hacer con esto», pág. 58).

Los niños no tienen reparo alguno a la hora de expresar sus pensamientos y sus preguntas más disparatadas. Fue un niño el que comentó en voz alta que el emperador iba desnudo cuando todos los adultos estaban convencidos de que llevaba ropas reales. Supere el temor adulto al ridículo para plantear preguntas. Formule siempre todas

«Cuando era pequeño, quería ser un sobre para viajar por todo el mundo.»

**Cal, artista de circo,
County Down**

«El fotógrafo debe mirar con los ojos de un niño que ve el mundo por primera vez.»

Bill Brandt, fotógrafo

«Para mí, la comedia consiste en que te permitan ser un niño, inventarte cosas, hacer tonterías, jugar y no avergonzarse delante de la persona con la que juegas.»

**Jennifer Saunders, actriz
y guionista de comedias**



aquellas preguntas aparentemente infantiles e ingenuas que se le ocurran (véanse también Pregunte, pregunte, pregunte, pág. 20, y Exprese su concepto más atrevido, pág. 28).

Observar la franqueza y la inocencia de las preguntas de sus propios hijos ha conducido a que muchos adultos tengan ideas innovadoras. Roy Lichtenstein empezó a pintar imágenes de cómic después de que su hijo le preguntara: «Papá, ¿por qué nunca pintas nada tan bueno como los dibujos animados?». De un plumazo, su carrera pasó de la de un pintor fracasado a la de uno de los artistas estadounidenses más reconocidos. El escritor inglés Roger Hargreaves empezó a escribir sus exitosos libros de Mr. Men después de que su hijo le preguntase: «¿Qué aspecto tiene una cosquilla?». A su vez, el científico e inventor estadounidense Edwin Land se inspiró en una pregunta de su hija («¿Por qué no puedo ver las fotos ahora?») para crear la revolucionaria cámara instantánea Polaroid.

«Supongo que los niños son tan imaginativos porque durante las horas de sueño tienen la mente llena de la emoción de los cuentos que han escuchado antes de dormir.»

John Firewater, diseñador

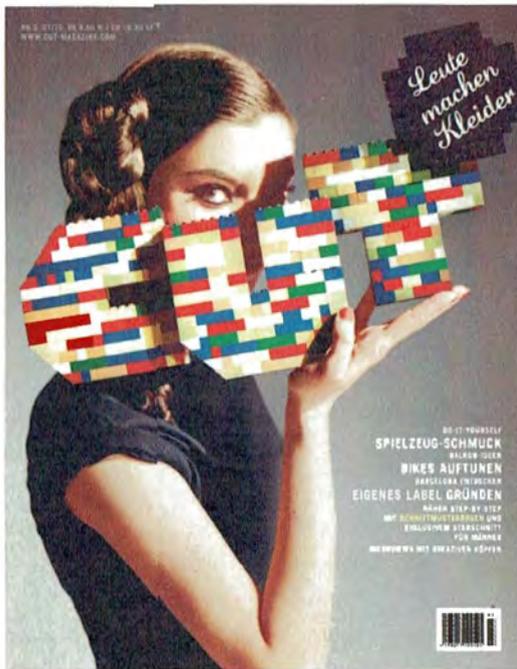
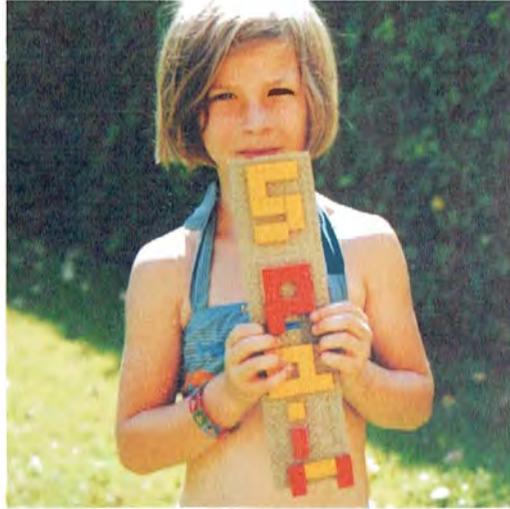
¿Jugamos a que somos...?

Alicia ayuda a Tweedledum y Tweedledee a prepararse para una batalla de mentira. Un cazo, un cubo para el carbón, una bandeja y otros objetos domésticos se combinan con imaginación para crear las armaduras de los gemelos. Ilustración de John Tenniel para *A través del espejo*, de Lewis Carroll.

Proyecto

Picasso afirmó que «Todo niño es un artista» y que «el problema es cómo seguir siéndolo cuando crecemos». Reflexionando sobre esa idea, y sobre su propia formación y su carrera como artista, Grayson Perry llegó a la siguiente conclusión: «Me llevó cuatro años aprender a dibujar como Rafael, pero necesitaría toda una vida para recuperar la feliz libertad que sentía cuando jugaba con una caja de Lego». Saque esa caja de Lego que tiene guardada y déjese llevar.

Este juguete se ha utilizado de manera muy imaginativa en tipografía, animación, diseño de moda, para el prototipo del iPod y en videos musicales (destaca sobre todo el de «Fell in Love with a Girl», de The White Stripes, dirigido por Michel Gondry).



Preste atención

Dé rienda suelta a la curiosidad y encontrará ideas por todas partes. Esté siempre alerta para no perderse nada interesante.

«Las personas creativas son observadoras expertas», sentenció el científico Guy Claxton. En efecto, tienen muy desarrollada la capacidad visual, lo que les permite detectar, recopilar y utilizar cosas que no ve casi nadie. Mantener una curiosidad activa, no pasiva, sobre el mundo que nos rodea nos desvela ideas. Sea entrometido, conviértase en un mirón.



Tesoros visuales (esta página)

Sillas que se abrazan, personas con prisa y una bicicleta-rompecabezas en plena calle.

Efectos equinos (pág. siguiente)

Busque los momentos en los que se establecen nuevas relaciones casuales entre las cosas. El fotógrafo Peter Dench captó este en una carrera de caballos.



.....
«Para ser creativo, es preciso ser curioso.»

Philippe Starck, diseñador

.....
«La curiosidad es la lujuria de la mente.»

Thomas Hobbes, filósofo





«Mi trabajo consiste en percibir cosas que otros no ven.»

Grayson Perry, artista

«El auténtico viaje de descubrimiento no consiste en buscar nuevos paisajes, sino en mirar el mundo con ojos nuevos.»

Marcel Proust, escritor



Empiece observando los tesoros visuales que el entorno le ofrece. Cuando se forman nuevas relaciones casuales entre cosas, se producen yuxtaposiciones que serían imposibles de inventar de otro modo. Busque cosas que no lleguen a materializarse y cosas que no funcionen (véase Solucione sus frustraciones, pág. 96). Busque usos inusuales del entorno urbano y rural (suelen ser muy ingeniosos; véase también Busque su ingenioso genio interior, página 66).

Para ver las cosas con ojos nuevos, pruebe a hacer una ruta distinta para un destino que frecuente, o viaje con un medio diferente; rompa sus patrones habituales, vaya más lento o más rápido: verá las cosas de otra manera. Recopile y registre sus descubrimientos con una cámara o una tableta.

«Solo tiene que salir a la calle y prestar atención a lo que es tan habitual, tan cotidiano, tan mundano que nadie se fija en ello.»

Gavin Pretor-Pinney, escritor y fundador de la Cloud Appreciation Society



Buscar las oportunidades (pág. anterior, superior)
Observar permite encontrar oportunidades. «¡Parece que los ciclistas no hallan sillines impermeables! Podría inventar uno.»

Ver las necesidades (pág. anterior, inferior)
La observación puede detectar necesidades: en este caso se necesita una papelera.

Muestras de ingenio por doquier (inferior)
Busque ejemplos de objetos cotidianos a los que se da un nuevo uso. Las rejas de Londres se prestan a innumerables funciones inesperadas. Un reparador de bicicletas de Shanghai convierte una cabina en su oficina durante un día gélido (véase pág. 150).

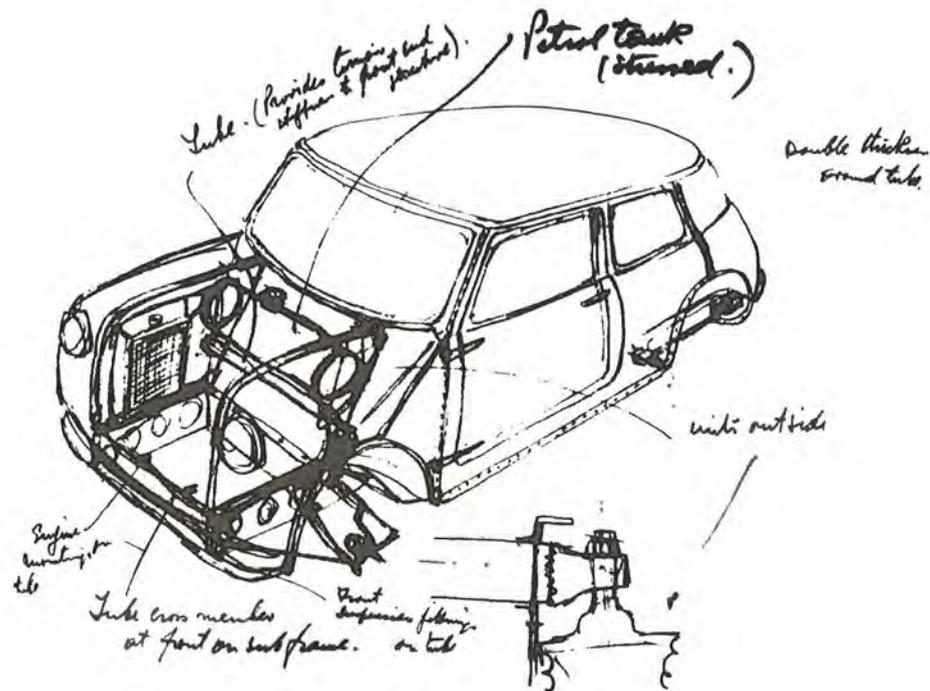
Proyecto

Reúna rostros, animales, letras y números creados de forma casual por el clima, las reparaciones, el tiempo, el deterioro, los vertidos, las roturas, las reformas, las sustituciones, las luces, las sombras, la lluvia o la nieve. Algunas de estas cosas solo se hacen patentes si se miran de lado, boca abajo o del revés.



Visualícelo

El simple acto de dibujar una idea ayuda a desarrollarla: las ideas iniciales pueden ser anodinas y frágiles; la visualización contribuye a que esas medias ideas (o menos) pasen a tener una forma completa. El proceso por el que los pensamientos se convierten en dibujos gracias a la mano ayuda a desarrollar y consolidar dichos pensamientos. No es necesario dibujar bien: basta con garabatear. En publicidad, las ideas que se pasan al papel se denominan bocetos; en cine, son los storyboards.



Al parecer, tenemos el impulso natural de visualizar los momentos en que las ideas se cristalizan de repente en la mente. Esos breves segundos de claridad deberían aprovecharse. Existe una larga tradición de ideas anotadas o garabateadas en el reverso de un sobre o en una servilleta; aprovechamos el material que tenemos más a mano para plasmar las ideas en papel.

Joseph Paxton visualizó apresuradamente el revolucionario diseño del Crystal Palace en una servilleta de un vagón restaurante mientras esperaba en una estación durante un cambio

«Los garabatos son la expresión de lo que perturba a la mente.»

Saul Steinberg, artista

«La visualización te ayuda a empezar a establecer nuevas conexiones entre las cosas.»

Ross Cooper, diseñador multidisciplinar

«Cuando intento imaginar una película, se me ocurren muchas ideas nuevas solo con dibujos.»

Terry Gilliam, técnico de animación y director de cine

Dibujos del Mini (pág. anterior)

Boceto de Alec Issigonis para el revolucionario Mini. De manera sorprendente, Issigonis creó casi todo el diseño y las especificaciones de los vehículos en el reverso de sobres (y, parece ser, que incluso en un mantel; véase Cambie lo que nunca cambia, pág. 93).

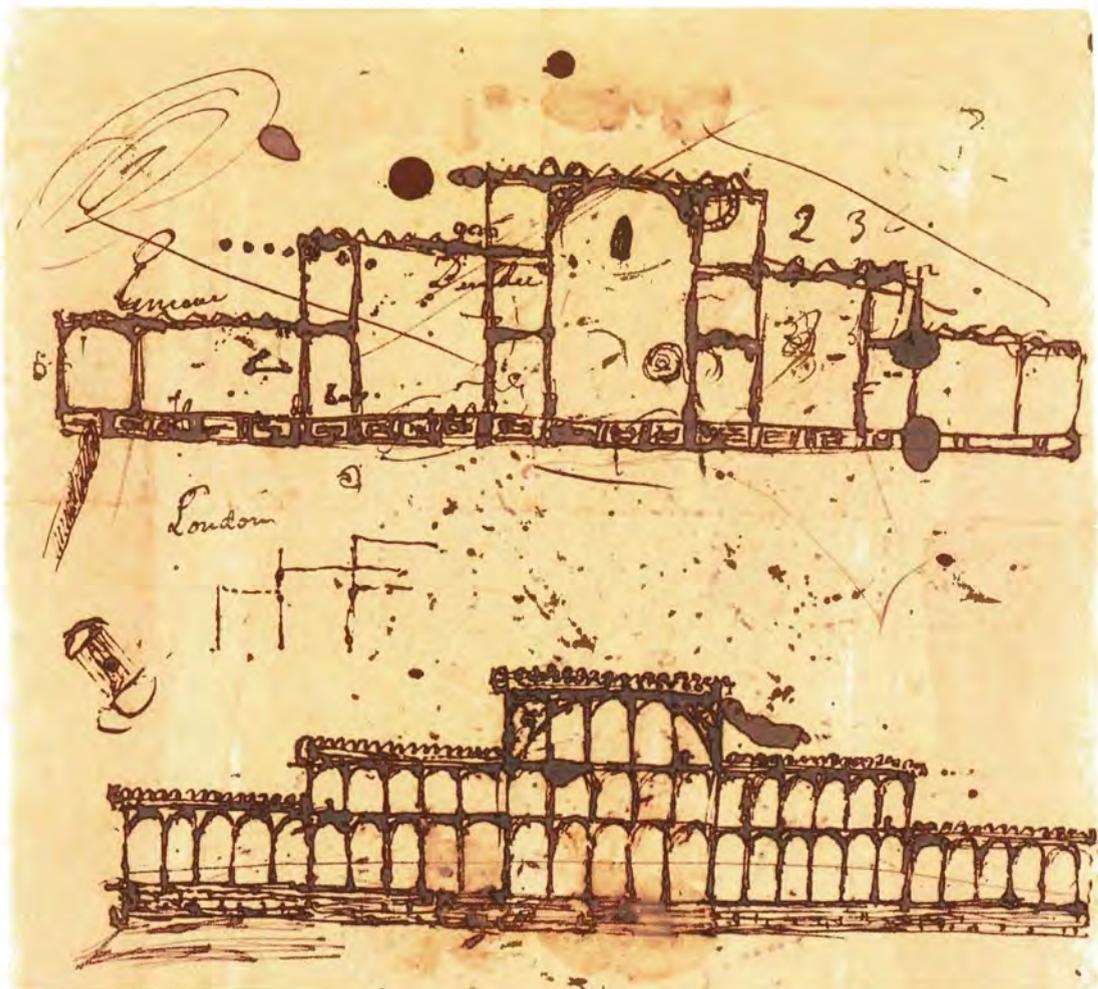
de trenes. De igual modo, Alec Issigonis anotó los detalles para la innovadora ingeniería del Mini en el reverso de varios sobres. Mientras se encontraba en una playa de Gales, el ingeniero Maurice Wilks utilizó el único material que tenía a mano a la hora de plasmar sus ideas iniciales para el Land Rover: la arena húmeda.

La visualización, además, permite compartir las ideas con otras personas (entre ellas, compañeros, colaboradores y clientes). Para el director Terry Gilliam, «dibujar es casi siempre la manera más sencilla de comunicarte con los demás, de transmitir las ideas, ya sea sobre vestuario, sets o cámaras».



Ojo-ideas (superior)

Estudiantes chinos de arte muestran sus ideas en forma visual durante un proyecto de grupo para crear un enorme dibujo que se ve desde el aire. La idea elegida finalmente fue el dibujo de un ojo.



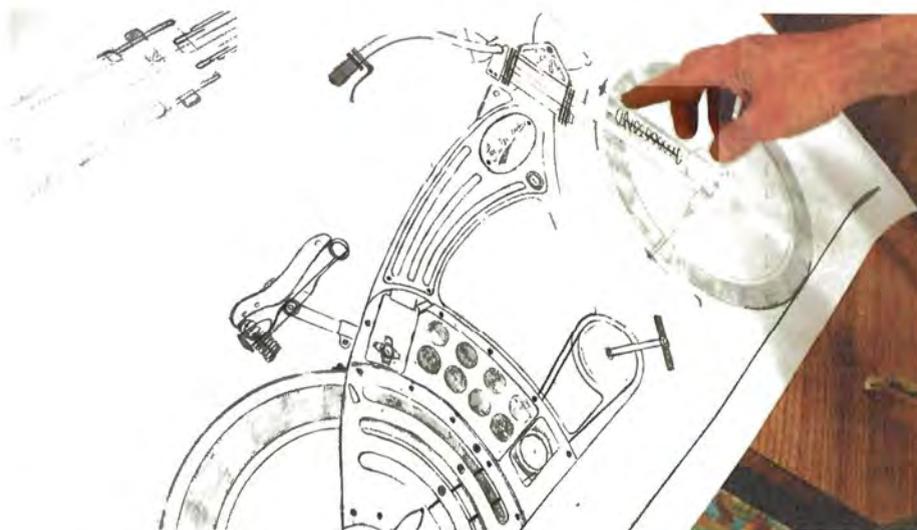
Simplifique para no abandonar

La visualización de ideas ayuda a ver las cualidades y el potencial de las diferentes opciones, así como a pulirlas. Desempeña un papel fundamental para aclarar, simplificar y llegar a la esencia de los pensamientos para asegurarse de no abandonar una idea realmente buena debido al exceso de elaboración en el momento de su ejecución. Nick Pride, diseñador y profesor de diseño, ofrece este consejo: «Si se le ocurren muchas cosas a la vez, es necesario sacarlas. Si no lo hace, acabará confuso. Dibujar todo lo que está en la mente ayuda a deshacerse de las ideas que ya se han utilizado y que ocupan espacio en el cerebro. Desmóntelas, tome conciencia de que están fuera de su mente y entonces podrá pasar página y prestar atención a lo nuevo».



Compartir ideas

Estos estudiantes de diseño europeos y chinos comparten sus ideas en un idioma universal, el dibujo.



Cristalización de ideas (pág. anterior, superior)

Imagen de Joseph Paxton para el Crystal Palace, dibujada en la parte posterior de una servilleta.

Ideas eléctricas (pág. anterior, inferior)

Imagen para la espectacular moto «Electric Cruise», diseñada por Jack Wimperis.
www.jackwimperis.com

«Visualizar no es más que registrar el pensamiento. Su valor radica en que, cuando convertimos algo a medio formar en el cerebro en una forma visual en papel, donde existe físicamente, nos obligamos a tomar una serie de decisiones que hacen que avance el proceso y que contribuye a que la idea evolucione.»

Nick Pride, diseñador y profesor de diseño

Proyecto

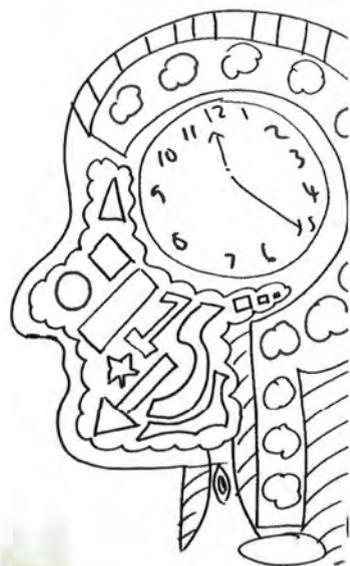
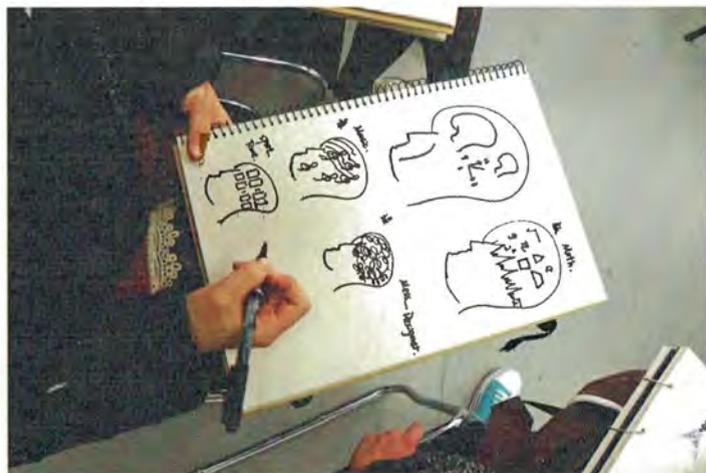
Practique la visualización dibujando cosas que no se ven en el mundo real.

¿Qué aspecto tiene su cerebro creativo?

¿Qué aspecto tiene el cerebro de un matemático?

¿Qué aspecto tiene el cerebro de un músico?

Visualice diferentes estilos de música (jazz, rumba, salsa, rap, rave y clásica).



Busque ayuda

Consiga algunos colaboradores. Trabajar con otras personas nos ayuda a alimentar y desarrollar ideas. Con los individuos adecuados llegará más lejos (y sus ideas también). Como dijo el actor John Cleese, «En equipo llegas a lugares a los que nunca llegarías tú solo».

Duplicate las acciones, duplique la creatividad

Son muchos los ámbitos creativos que pueden presumir de contar con asociaciones de gran éxito: en la comedia, las parejas formadas por Laurel y Hardy, Dawn French y Jennifer Saunders, Trey Parker y Matt Stone, o Ricky Gervais y Stephen Merchant; en la música, Rogers y Hammerstein, Lennon y McCartney, Goffin y King, Leiber y Stoller, o Morrissey y Marr; en la ciencia, Crick y Watson; en la aviación, Orville y Wilbur Wright; en la fotografía, Mert y Marcus, o Pierre et Gilles; en el arte, Gilbert y George, y Nobel y Webster; en la moda, Dolce y Gabbana... En pareja es posible debatir las ideas, cambiar el objetivo, dar un giro al juego del otro... Sin duda alguna, se brilla más cuando dos se complementan mutuamente.



Los buenos socios son amigos que se dan confianza y ánimos, que no temen ser juzgados, ni que les pongan trabas, ni sentirse estúpidos con sus sugerencias. Las parejas de éxito desarrollan una química especial, una compenetración y un sentimiento de competencia basados en el cariño y el respeto.

En las parejas se desarrollan diferentes estrategias y métodos. Los hermanos Wright, por ejemplo, intercambiaban argumentos para resolver las dificultades. El físico Francis Crick (cuya asociación con el biólogo James Watson llevó al descubrimiento de la molécula del ADN, gracias en buena parte a la sana competencia entre ambos investigadores) afirmó: «Compartíamos nuestro modo de trabajar. Jim no se ocupaba únicamente de la biología y yo no me dedicaba solo a la física. Lo hacíamos todo los dos juntos, intercambiábamos los papeles y nos criticábamos, y eso nos dio una enorme ventaja frente a los demás científicos que trataban de resolver el mismo problema que nosotros».

Busque un *consigliere*

Un confidente culto y bien informado puede dar consejos muy sabios a la hora de desarrollar ideas. Los consejeros y los mentores suelen desempeñar ese papel ofreciendo su experiencia y su sabiduría. En esta era digital, no obstante, el hecho de que los jóvenes conozcan tan bien las tecnologías, su funcionamiento y sus posibilidades hace que los mentores sean cada vez más jóvenes.

La importancia de trabajar en equipo

Trabajar con un grupo nutrido de colaboradores puede resultar tan fructífero como el trabajo en pareja. Se sentirá muy protegido dentro de la seguridad de un grupo que ofrece unión y camaradería, como un grupo cerrado de hermanos o hermanas, unidos

contra el resto del mundo. Las diferentes generaciones de artistas han formado grupos de apoyo de este tipo bajo la bandera de distintas corrientes: los surrealistas, los dadaístas, los futuristas, los cubistas o los impresionistas, por ejemplo (véase Redacte su propio manifiesto, pág. 16).

Los grupos de colaboradores reúnen capacidades y perspectivas distintas, así como una mezcla de personas con mentalidades parecidas y dispares. No obstante, para tener éxito es preciso que el grupo tenga unas normas, respeto mutuo y lealtad. Entre los grupos creativos que han cosechado un gran éxito figuran los guionistas de *Los Simpson* y *Saturday Night Live*, así como los Monty Python; todos ellos escribían en parejas o de manera individual antes de reunirse para presentar sus ideas y elegir las que se incluirían en sus programas.

Proyecto

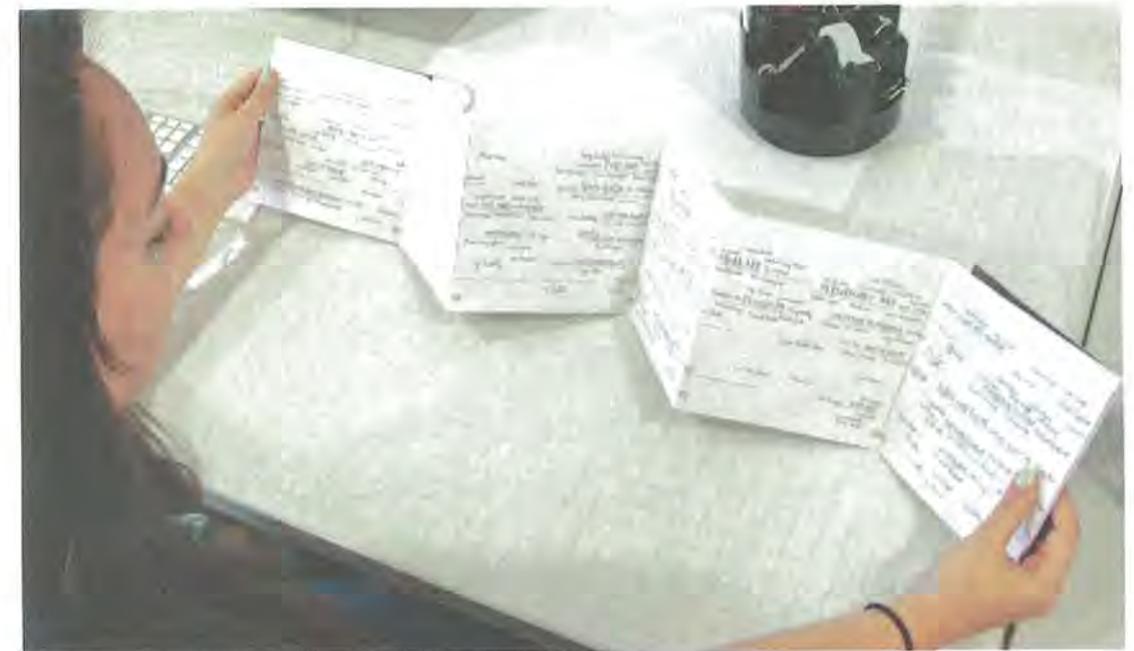
Intente resolver algunos de los desafíos de este libro con una pareja y en equipo. Trabaje con personas de ideas similares y muy distintas a las suyas, así como con expertos en otras disciplinas.

Es preciso conocer al padre

Descubra a los padres y los padrinos de las ideas, a las madres de los inventos. Conviértase en genealogista de las ideas; examine el árbol genealógico de la creatividad y busque el origen del linaje de las ideas que le motivan. Conozca a los padres, a las ovejas negras y a los primos bastardos. Aprenda quiénes son los creadores, los pioneros y los impulsores, y quién les rinde homenaje.

Siga la pista de los pioneros y conozca sus métodos de trabajo y sus fuentes de inspiración. Sepa quiénes son las «naves nodriza», las organizaciones y las instituciones que facilitaron la actividad de esos individuos que han propagado ideas fundamentales que ya son universales. Por ejemplo, los miembros de la Bauhaus difundieron en todo el mundo el movimiento moderno y métodos de enseñanza innovadores.

Árbol genealógico de movimientos artísticos y artistas destacados
La Tate de Londres encargó a Sarah Fanelli que ilustrase la genealogía del arte moderno. El resultado puede contemplarse en un enorme mural instalado en la Tate Modern.



¿Qué haría Terry?

La palabra «inspiración» procede del latín *inspirare*, que significa «inspirar» (tomar aire). Y es que la inspiración infunde vida a las ideas. Busque ejemplos de inspiración humana estudiando el árbol familiar de las ideas (véase *Es preciso conocer al padre*, pág. 51). Seleccione a su héroe o heroína particular de ideas, alguien que le inspire modos de pensar y de hacer.

El inventor James Dyson cita a Thomas Edison como su héroe de las ideas; aprendió de él a introducir un solo cambio en cada prototipo sucesivo (un proceso conocido como «iteración») con el fin de comprobar qué elementos de un



diseño funcionan y cuáles no (véase *Fracase hacia el éxito*, pág. 88).

Además de adquirir conocimientos y de aprender nuevos procesos creativos de su héroe o heroína particular, también puede probar su enfoque para la resolución de problemas cuando se encuentre ante un desafío. A partir de aquí podrían empezar a surgir ideas inmediatamente.

Un grupo de alumnos del autor del presente libro bautizó este método para estimular la aparición

rápida de ideas como «¿Qué haría Terry?», en referencia a su héroe de ideas: el caótico, muy controvertido e inconformista fotógrafo estadounidense Terry Richardson, conocido por su profundo desprecio por los métodos, los equipos y los protocolos tradicionales.

Después de elegir a Terry, siguieron preguntándose qué haría Tim Walker. O Dianne Arbus. O Damien Hirst. Situándose en esas tres mentalidades, nunca se quedarían sin ideas rápidas.

Proyecto

Ante un problema, piense: ¿qué haría Napoleón? ¿Y Alex Ferguson? ¿Y la Mujer Maravilla? ¿Y Chen Man? ¿Y el Iron Man de Tony Stark? ¿Y su mejor amigo? ¿Y Alejandro Magno?

Ponerse en la piel de otro (pág. anterior)

Los propietarios de cada uno de estos pares de zapatos afrontarían el mismo reto de maneras muy distintas. Imagine que ve el mundo como otra persona.

Ver el mundo a través de los ojos de Terry (inferior)

¿Qué demonios haría Terry con un ladrillo? (véanse algunas posibles respuestas en las págs. 60-63).

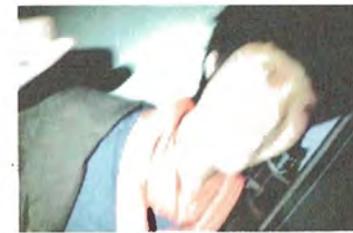
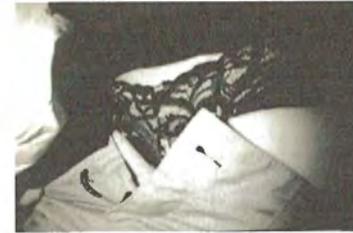


Presenta
JLF Garnett



¿Qué haría Terry?

Después de ponerse en la piel de Terry Richardson, el estudiante de fotografía Jonathan Garnett creó este intenso anuncio (premiado) para la marca Converse.
www.jlfgarnett.com



«¿Qué más puedo hacer con esto?»

En una escena de *Alicia en el País de las Maravillas*, la protagonista intenta jugar al cróquet con un flamenco a modo de mazo y un erizo como bola. De ese modo revela usos antes no imaginados para ambos animales.

Vemos casi todas las cosas (objetos, edificios, espacios, materiales, tecnologías y sistemas) desde la perspectiva que nos otorga la rutina y la familiaridad. Las damos por hechas, y de ese modo nos perdemos infinidad de posibilidades distintas. Combata la tendencia a asumir que algo solo puede funcionar del modo que conocemos. La pregunta «¿Qué más puedo hacer con esto?» le llevará a nuevos descubrimientos y a nuevas ideas.



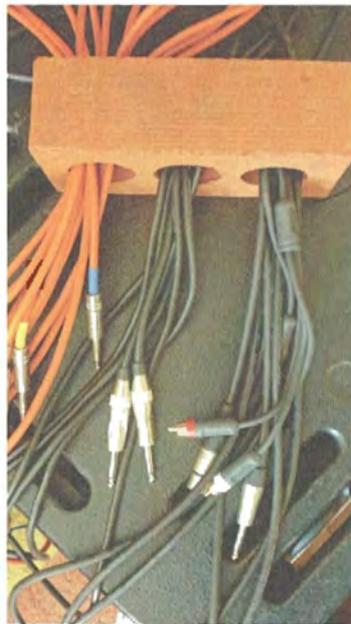
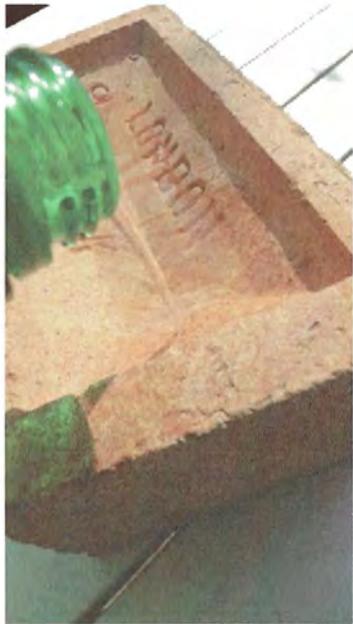
«¿Qué más puedo hacer con unas botellas de cristal viejas?» (*superior*) El escultor Dan Knight encuentra una maravillosa respuesta en esta brillante escultura sonora. La música suena al presionar los mangos, de manera que el aire pasa por los cuellos de las botellas de diferentes tamaños. Vea y escuche este trabajo en YouTube.

En el clavo (*pág. siguiente*) Hussein Chalayan descubre un uso inesperado para unos falsos clavos (véase *Exprese* su concepto más atrevido, *pág. 28*).





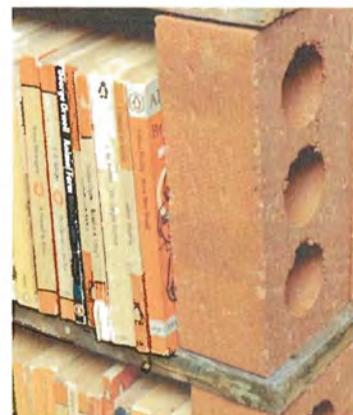
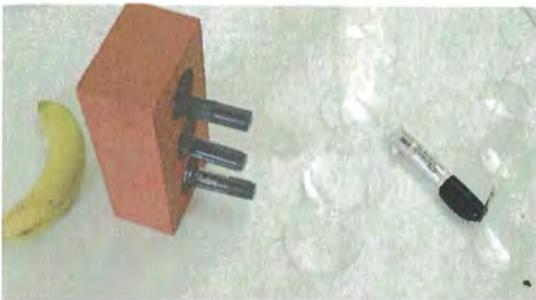
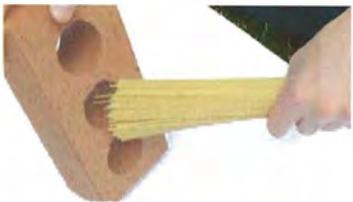
«¿Qué puedo hacer con un ladrillo?»
 Un análisis detenido de las propiedades de objetos cotidianos puede revelar un sinnúmero de posibilidades nuevas. En este ejemplo se han estudiado la forma, la estructura, el volumen, el peso, la impermeabilidad, el carácter no inflamable y la historia cultural de un ladrillo para encontrar otros usos diferentes a la construcción.





«¿Qué más puedo hacer con un ladrillo?»

Estampar, sostener, jugar, transportar cosas, crear tipografías, medir, rallar, cascar frutos secos, crear música y arte, como bandeja para tostadas y para decorar escaparates, por ejemplo. Semejante potencial convierte a un ladrillo en el regalo perfecto.

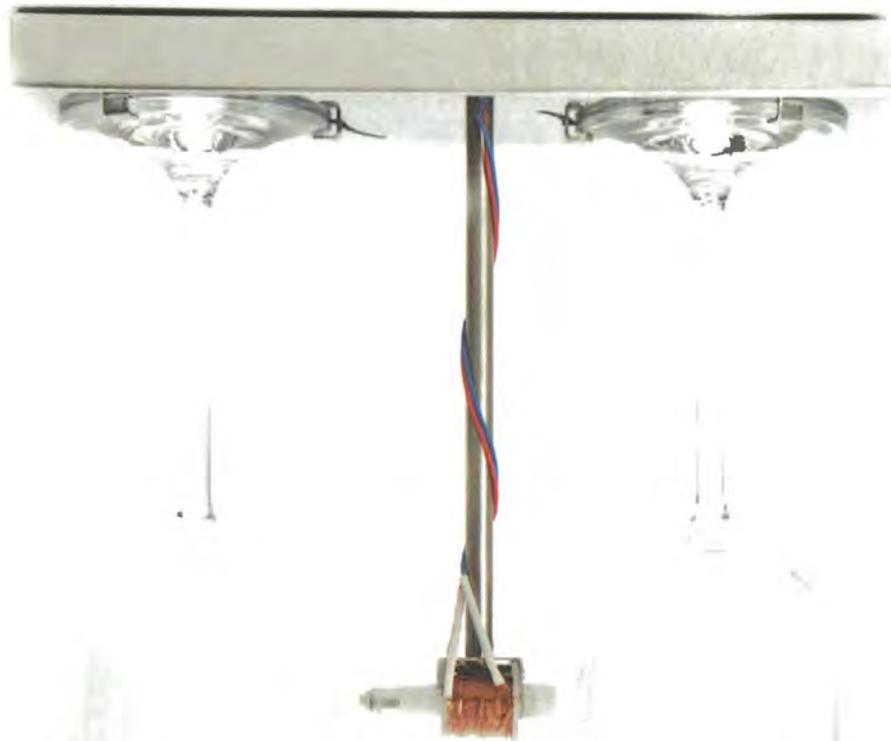


Entre las grandes ideas que transforman funciones figuran el timbre «Bottoms Up» de Droog y el uso de hormigoneras a modo de lavadoras por parte del ejército británico en Afganistán.

Olvide los usos habituales de un objeto cualquiera y examine cada una de sus propiedades: puntos fuertes y débiles, peso, textura, olor, color, sonido, forma, volumen, solidez, portabilidad, fragilidad, inflamabilidad, luminosidad, flotabilidad, etcétera. ¿Qué ocurriría si lo lanzase, lo tirase al suelo, lo sumergiese o lo golpease?

Pregúntese qué propiedades únicas le ha revelado esa exploración. ¿Qué podría relacionar o conectar? ¿Qué podría hacer con dos o más de esos objetos que no puede hacer con uno solo? ¿A qué otra cosa o cosas se parece? Juegue como Alicia y las ideas aparecerán por sí solas.

Pregúntese siempre qué más puede hacer con cualquier tecnología nueva.



¿Qué más puede hacer con un iPad? (superior)

El diseñador multidisciplinar Jack Schulze descubrió esta original función para un iPad utilizando técnicas fotográficas y de animación para dibujar tipografía tridimensional en movimiento.

¿Qué más puede hacer con una copa de vino? (pág. anterior)

Peter van der Jagt, de la empresa holandesa de diseño Droog, creó el timbre «Bottoms Up». Aprovechando las propiedades sonoras de unas copas de cristal fino, anuncia la llegada de los invitados con un brindis musical. Esta pieza forma parte de las colecciones de numerosos museos de diseño de todo el mundo. www.droog.com

Proyectos

Convierta la basura en un tesoro. Recopile toda la publicidad que reciba y conviértala en algo de gran valor.

¿Qué más puede hacer con un periódico? ¿Un sacacorchos? ¿Un paraguas? ¿La tapa de un café para llevar? ¿Esa cosita que viene en las cajas de pizza, que impide que la pizza entre en contacto con el interior de la tapa? ¿Qué más puede hacer con la tecnología (escáneres, impresoras 3D, ordenadores viejos o tecnología de la imagen como escáneres cerebrales, TAC, cámaras de ultrasonidos y térmicas)?

Más cosas

Vea múltiples ejemplos de usos creativos en el maravilloso corto de Terry Gilliam *The Crimson Permanent Assurance*.

Busque su ingenioso genio interior

En *Julie and the Prince*, de Louis Robinson, el joven hijo del rey no puede evitar entristecerse por el enorme gasto que supondrá la construcción de una serie de torres de vigilancia, necesarias para proteger la costa de Nueva Escocia y a sus habitantes de las invasiones enemigas.

Julie aporta la solución perfecta:

—Tomad prestado el dinero del banco. Primero utilizad el préstamo para crear un bosque. Después encargáis las torres. Los contratistas necesitarán madera, que os la proporcionará el bosque. Todo el mundo estará contento. Nueva Escocia tendrá sus defensas, el pueblo tendrá trabajo y vos tendréis el dinero necesario para devolver el préstamo al banco, e incluso sobrará un poco.

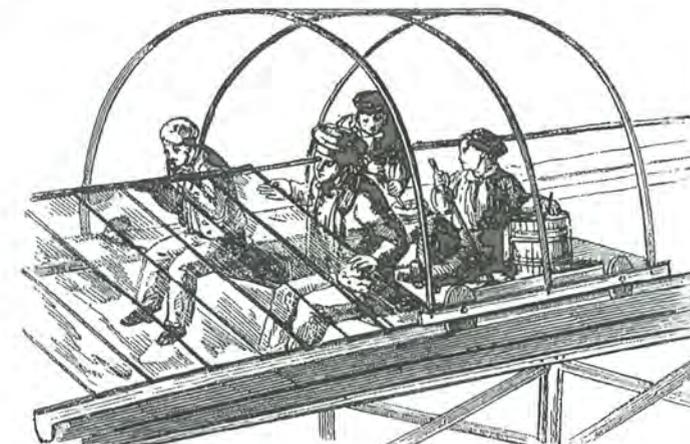
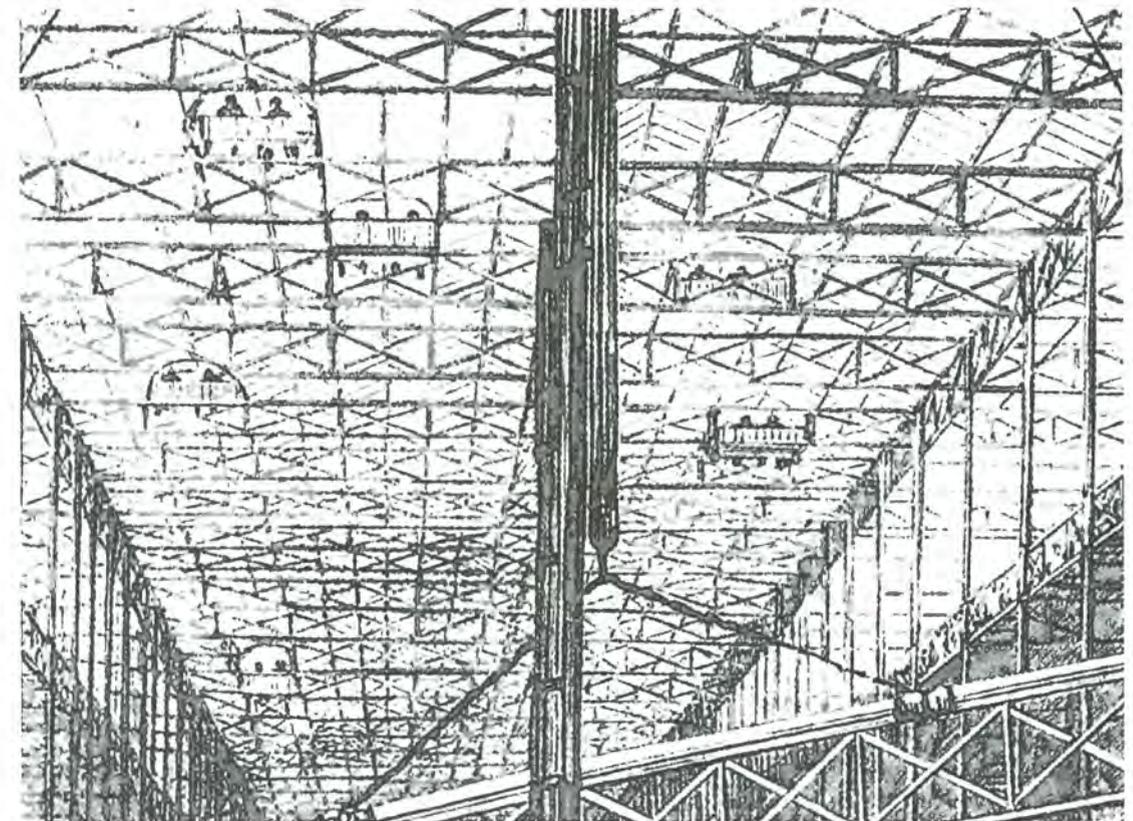
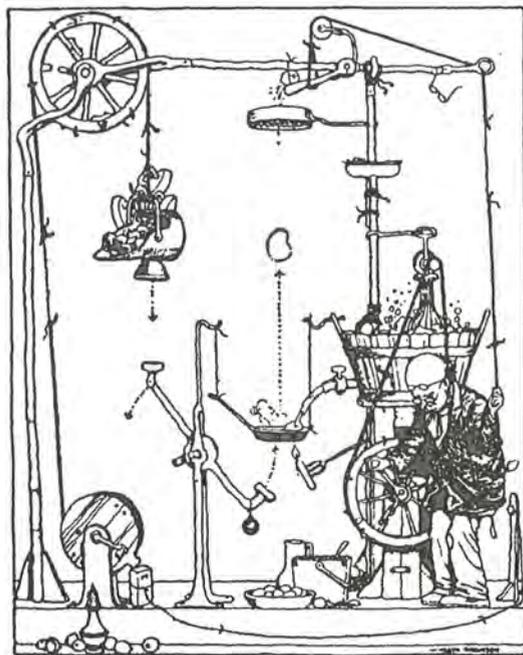
—¡Ingenioso! —exclama el príncipe.

El ingenio es la capacidad de superar los problemas creando soluciones que aprovechen y combinen los recursos disponibles de maneras inesperadas.

Instalar un tranvía en una colina empinada requiere un motor muy potente y caro, pero si se utiliza otro tranvía que baje simultáneamente, y ambos están unidos con un cable para contrarrestar la carga ascendente, solo se necesita un motor muy pequeño en ambos tranvías. Además, esta solución duplica el número de viajes y reduce a la mitad el tiempo de espera entre tranvías. Eso es, sin duda, una solución ingeniosa.

William Heath Robinson, *Pancake Making Machine*

Los maravillosos dibujos de inventos de W. Heath Robinson hicieron que entrara en el diccionario inglés como sinónimo de instrumentos absurdamente ingeniosos. Observe que se emplea un ladrillo como elemento de arranque (véanse «Qué más puedo hacer con esto?», pág. 58, y ¡Viva lo absurdo!, pág. 136).



GLAZING WAGON.

Ingenio palaciego

Muchos de los métodos de construcción empleados por Joseph Paxton para el Crystal Palace (véase Visualcebo, pág. 44) eran muy ingeniosos. Un ejemplo de ello lo encontramos en el sistema de canalones, diseñado para drenar el agua de lluvia rápidamente, pero también para proporcionar los rieles para pequeños vagones que permitieron instalar el techo de cristal, lo que eliminó así la necesidad de poner un gran número de andamios.

Esto es ingenio

El ingenio es capaz de sorprender y deleitar. Aquí, unas bolsas de plástico llenas de agua ahuyentan a las moscas en un restaurante junto a una plaza en la isla de Gozo; unos cañones antiguos impiden el paso de los vehículos en una calle de La Habana; una carretilla sirve de asiento improvisado y un cubo con ruedas y una pata de una mesa se convierten en el equipo para un partido de críquet.



Esto es genio

Maneras ingeniosas de mantener el té caliente y de broncearse sin llenarse la toalla de arena.

Ingenio en la construcción

Un viejo guante de trabajo colocado al final de una barra de un andamio impide que se dañe la madera.



Ingenio juguetero

Unos libros a modo de raquetas y red para jugar al ping pong.

Ingenio hortícola

Los agricultores demuestran su ingenio en la búsqueda de soluciones para proteger las plantas frente a caracoles, babosas y pájaros con objetos cotidianos.

El ingenio es una rama especial de la creatividad. El uso inesperado de recursos es capaz de sorprender y deleitar al instante, como se aprecia en la reacción del príncipe de la historia. Los ejemplos de ingenio se describen con adjetivos como «elegante», «pulcro», «asombroso» o incluso «¡genial!».

Hallar una solución ingeniosa proporciona una enorme satisfacción. Es el resultado de utilizar el genio interior para conjurar el éxito en una situación en la que una respuesta más complicada podría fracasar.

Piense en el modo de salir de situaciones difíciles. Examine a fondo las posibilidades de cada opción, material y objeto disponibles. Pregúntese: «¿Qué más puedo hacer con esto?» (véase pág. 58). Baraje las diferentes posibilidades analizando las consecuencias y las ventajas de relacionar lo que ha descubierto en distintas combinaciones. Las soluciones ingeniosas surgirán por sí solas.



Ingenio reluciente

El diseñador Jack Wimperis creó esta montura de madera para su iPhone con el fin de poder grabar los reflejos creados en el cromo del faro de su moto. El resultado es una increíble visión de ojo de pez de los árboles, el cielo y las nubes durante un paseo por el campo. www.jackwimperis.com

Proyecto

Cree un sistema para transportar una canica o un cojinete de un lado a otro de una estancia con la mayor lentitud posible. Utilice solo cosas que tenga en la cocina: cuchillos, tenedores, cazos, platos, cuencos, espaguetis, latas, etcétera.

Observe los dibujos de los maestros de los inventos ingeniosos William Heath Robinson y Rube Goldberg, así como el brillante vídeo inspirado en ellos realizado por James Frost y Syyn Labs para la banda OK Go. Véanse también *Der Lauf der Dinge (El paso de las cosas)*, una cinta de Peter Fischli y David Weiss, y el anuncio británico del Honda Cog, dirigido por Antoine Bardou-Jacquet para la agencia Wieden+Kennedy.



Hágales reír

Aprender a escribir y contar chistes puede ser un atajo para aprender a pensar con creatividad. Alguien describió el humor como «acrobacias cerebrales» y, como la creatividad, requiere agilidad mental (vueltas, saltos y piruetas) para triunfar.

Publicis Frankfurt, anuncio de una aspiradora Rowenta. Sin duda, una idea muy divertida.



Un chiste es una idea compartida con un público. Dado que se explica en solo unos segundos, es preciso tener unos cuantos para crear una rutina, lo que, a su vez, es una excelente práctica para generar ideas. Para escribir chistes es necesario aprender a relacionar con éxito cosas distintas de lugares diferentes (un proceso que se conoce como «unir los puntos»). Unir, o conectar, los puntos también es fundamental para el pensamiento creativo, de ahí que escribir chistes sea una estupenda manera de desarrollar esa habilidad. También resulta útil el hecho de saber al instante si una idea es acertada o no; la reacción a un chiste es inmediata: risas o silencio.

Encontrar y unir los puntos

Encontrar chistes exige buscar y establecer conexiones inesperadas entre palabras, frases u objetos. Casi todos los grandes chistes presentan algún tipo de simetría sesgada en la que dos o más elementos (por lo general muy dispares) se unen mediante juegos verbales y encajan como por arte de magia.

Aprenda a escribir juegos de palabras

En la página siguiente encontrará un eslogan creado para el restaurante Roadkill. Aprender a escribir

juegos de palabras supone un gran punto de partida para escribir chistes. Los juegos de palabras constituyen una forma simple de chiste que explota dos significados distintos del mismo término o frase. A los propietarios de establecimientos les encantan especialmente los juegos de palabras para bautizar sus negocios: por ejemplo, un restaurante italiano llamado Torre inclinada de Pizza o Spaghetti Junction; un florista llamado Back to the Fuchsia; una tienda de vaqueros denominada Jeanius, o una tienda de vinos llamada Planet of the Grapes. Los juegos de palabras favoritos del autor en lo que a nombres de tiendas se refiere son First Choice for the Roll (una cafetería propiedad de un actor) y Chatching the Bouquet (un negocio de vino que abastece a bodas).



«Fuera del perro, el libro es el mejor amigo del hombre. Dentro del perro está demasiado oscuro para leer.»

Groucho Marx, genio de la comedia (véase ¡Viva lo absurdo!, pág. 136)

«De su grill al nuestro.»

Anuncio del restaurante Roadkill



Chistes visuales
En estas imágenes, dos elementos se unen de manera inesperada.

Empiece intentando escribir nombres con gancho para una nueva cadena de ópticas. Recopile en primer lugar todas las palabras que se le ocurran en relación con las gafas. A continuación amplíe la búsqueda. Busque sinónimos para los vocablos elegidos (términos con un significado igual o parecido). Piense en libros, canciones, programas de televisión y películas populares que incluyan alguna de las palabras de su lista. Piense también en palabras de argot, clichés, frases, rimas y expresiones relacionadas con los ojos, las gafas y las personas que las llevan.

Todos esos elementos son los puntos. A continuación, tiene que encontrar conexiones entre ellos. Decida qué palabras tienen más de un significado o significan algo distinto si su ortografía cambia mínimamente. Una los puntos detectando superposiciones, intersecciones y coincidencias. Aquí es donde tiene que realizar los saltos y las piruetas para dar forma a lo que ha descubierto.

Algunas posibilidades (nombres en inglés de establecimientos de óptica; obviamente, el juego de palabras se pierde al intentar traducirlos al español): Spectacular; I can see clearly now; Eye, Eye, Captain; For Eyes; For Your Eyes Only; Specs in the City; Len's Lenses; Optical Nerve; Eyes Right; Eye-deal; V eye P; Eye'll be seeing you; A Touch of glass; Eye Browse; Op-tick; Visual-Eyes; Op-tickle: The Sight Site; Eye to Eye Contacts; Buy Focals; Shady Deals; To see or not to see; Eye Site; I wear; Glamour Eyes; Special Eyes y Perfect Pupils.

.....
«El proceso creativo se revela más claramente en el humor y el ingenio.»

Arthur Koester,
The Act of Creation

.....
«Antes trabajaba en una tienda de reparación de calzado. Me sentía a la altura del betún.»

Alex Horne,
monologuista

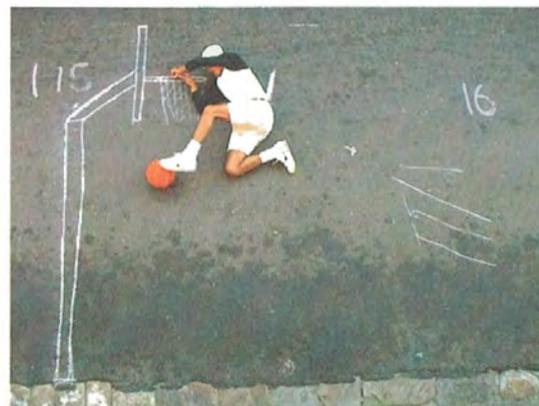
Proyecto

1. Escriba nombres ingeniosos con juegos de palabras para:
 - Una tienda de calzado deportivo
 - Un centro de uñas
 - Una cafetería frecuentada por fotógrafos
2. Fotografíe chistes visuales.

Recolocación

El acto de cambiar algo de posición puede revelar nuevas posibilidades e ideas. Se consigue mirando desde todos los puntos de vista posibles y cambiando el contexto (sacando las cosas de su lugar habitual y colocándolas en otro sitio completamente distinto).





Vivienne Westwood y Jamie Reid, camiseta de Sex Pistols (pág. anterior)

Westwood y Reid dan la vuelta a las camisetas antes de imprimirlas, lo que hace que las costuras y las etiquetas se conviertan en el sello inconfundible de sus ya legendarios diseños.

Robin Rhode, He Got Game, 2000

El artista sudafricano Rhode fotografía a vista de pájaro para crear la ilusión de unas canastas espectaculares.



Fred Astaire en Bodas reales (Royal Wedding), 1951

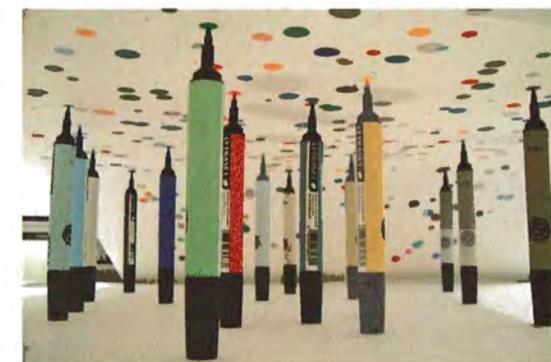
En una escena de la película, el enamorado protagonista (interpretado por Fred Astaire) de repente tiene la capacidad de bailar en el techo. Sencillamente

brillante: como idea, en su ejecución y por la actuación de Astaire, que parece desafiar a la ley de la gravedad.



Las cajas de estropajos para fregar los platos y las latas de sopa son artículos habituales de un supermercado; en la habitación de cualquier adolescente hay una cama sin hacer y hay vacas y ovejas muertas en cualquier carnicería, pero si colocamos todo eso en una galería de arte, se convierten en auténticas sensaciones. Hace casi un siglo, Marcel Duchamp fue el primer artista que se dio cuenta del potencial provocador de la recolocación cuando provocó un enorme escándalo al exponer un orinal de porcelana en una exposición de arte.

Cambiar el punto de vista y situar lo familiar en un entorno inusual desencadenan nuevos pensamientos porque las formas se ven con nuevos ojos y es preciso reconsiderarlas. Las funciones que se dan por hechas se anulan y pueden surgir significados completamente nuevos.



Daniel Eatock, dibujos con rotuladores, 2011

Eatock crea estupendos dibujos de colores colocando papeles sobre rotuladores en vertical. La función de los rotuladores cambia por completo, ya que en este caso dejan su propia marca sin ninguna intervención más. Eatock ha creado numerosas obras para ámbitos tan variados como museos, galerías, televisión, cine, diseño, publicidad, marketing y educación. eatock.com

Proyecto

Conceda protagonismo a lo anodino: vaya a un establecimiento de materiales de construcción y encuentre un objeto barato que, una vez reubicado en casa, ofrezca un propósito nuevo y sorprendente.

Acumule

Todos tenemos nuestra propia colección de música, no hay dos listas de éxitos iguales. Recopilamos determinadas canciones porque tienen un significado especial para nosotros, las atesoramos porque nos transportan a lugares que nos evocan determinados sentimientos de felicidad, tristeza o incluso euforia. Eso es, en definitiva, lo que las hace únicas.

«Mis reflexiones sobre la creatividad se gestan en buena medida a partir de mi colección de álbumes de recortes, en los que guardo ejemplos de propuestas innovadoras que de algún modo me impactaron.»

Marc Lewis,
profesor de publicidad

«Antes anotaba muchas cosas, cosas divertidas que decía la gente en el trabajo, conversaciones que escuchaba. Tengo libros enteros con esas anotaciones.»

Peter Kay, cómico

Detecte y colecciona ideas, objetos, historias, chistes, fotos, anuncios, palabras, tipografía, colores y todo tipo de formas de expresión junto con ejemplos de pensamiento innovador, ingenio e improvisación. Elija aquello que le llame la atención, cosas que le transmitan algo, de forma parecida a sus canciones favoritas.

Esa acumulación será reveladora. El acto de coleccionar es enriquecedor porque desarrolla habilidades y conocimientos. Destaca los métodos que le transmiten algo y que más le entusiasman; ofrece modelos para profundizar en su investigación, de los que aprender y para aplicar o adaptar. Busque patrones, relaciones, huecos y rarezas en su colección. Utilícelos como puntos de partida para inspirarse en la búsqueda de ideas y creatividad. Sus colecciones son piezas de un rompecabezas que, una vez ensamblado, puede ayudarle a desarrollar sus propios métodos de trabajo (véase Descubra su propio proceso creativo, pág. 176).

Proyecto

Conecte con cosas cotidianas y mundanas que le llamen la atención. Coleccione objetos que le transmitan algo que destaque por encima del ruido del día a día. Busque en especial los que le hablen a gritos.



«Todas las personas creativas que conozco son grandes coleccionistas.»

John Brewer, profesor de diseño

Un montón de tesoros

Carteles, señales, entradas y un sinfín de objetos que el diseñador y profesor Nick Pride ha ido acumulando con los años.

Busque un nexo

En el campo de la comunicación visual, las ideas suelen ser increíblemente sencillas en cuanto a la forma. Algunas de las mejores ideas del diseño gráfico, la publicidad y la ilustración son tan simples que constan únicamente de dos elementos. La interacción entre ellos es lo que provoca una resonancia en la mente del espectador y revela la idea.



McDonald's en obras

La agencia de publicidad DDB Copenhagen ha encontrado unos nexos visuales perfectos entre los dos elementos principales de esta historia. El cartel correspondiente reza así: «McDonald's de Birkerød reabre en tres semanas».

Reciclar los anillos olímpicos

(pág. siguiente)

El director de cine y diseñador gráfico Arnold Schwartzman relaciona de manera brillante el logo olímpico con el deporte (véase Logo, pág. 9).

Para crear ese tipo de ideas con éxito es necesario buscar, encontrar y unir dos piezas que, combinadas, expresen el mensaje que se desea transmitir. Recopile la mayor cantidad posible de imágenes relevantes. Juegue con ellas. Busque conexiones en cuanto al contorno, la forma o el lenguaje. Explore todas las posibilidades de conexión hasta que halle el nexo adecuado.



Games of the XXIIIrd Olympiad · Los Angeles 1984



SIGNATURE SERIES

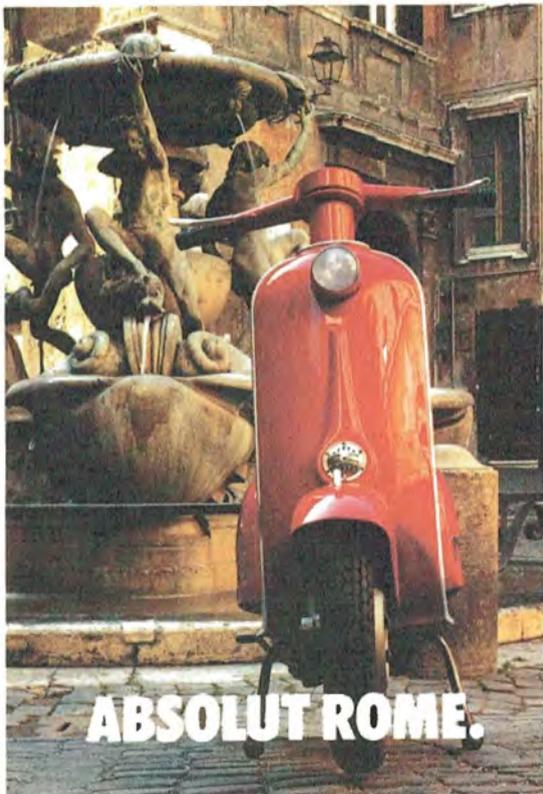
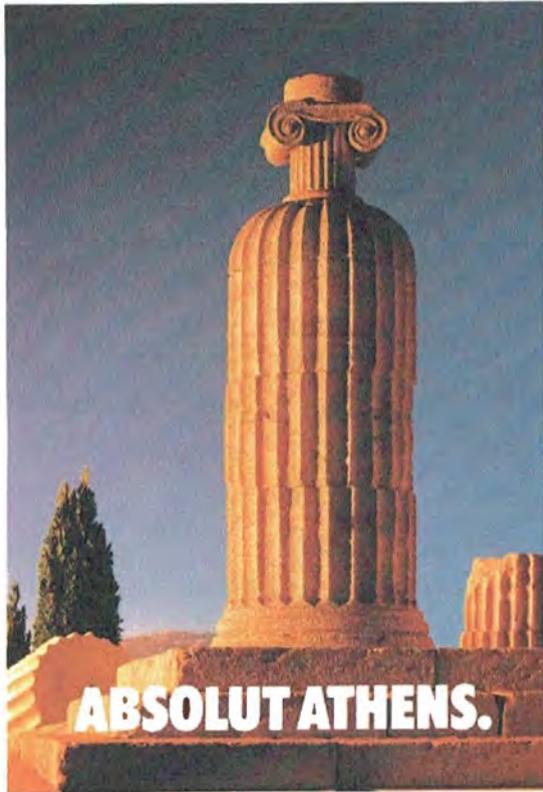
Arnold Schwartzman

Designed & Photographed by Arnold Schwartzman

© 1984 L.A. OLYMPIC COM. 2025 SE WINDING © 1984 L.A. OLYMPIC COM.



OLYMPIC RINGS AND LOGO: TRADEMARK OF THE INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. ALL RIGHTS RESERVED.



Anuncios de Absolut

Carteles de la campaña publicitaria en la que se establece un interesante nexo visual entre la forma de la botella de vodka Absolut y diversas ciudades.

Proyecto

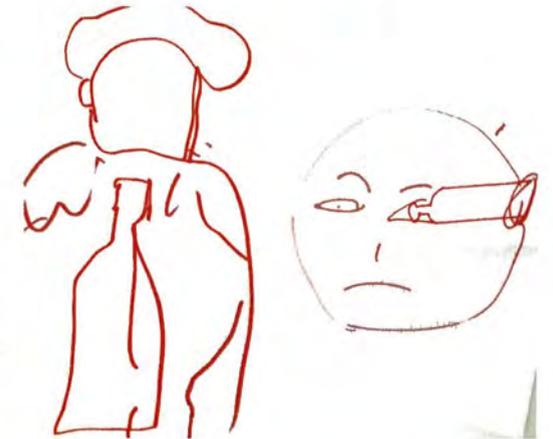
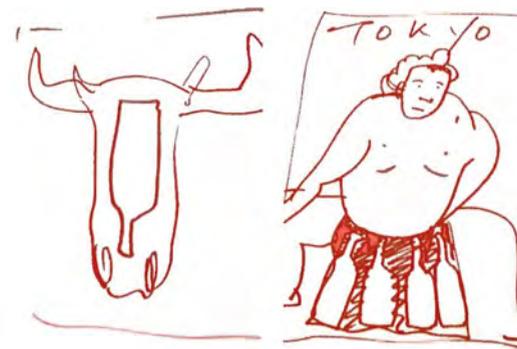
Diseñe varios carteles para los siguientes Juegos Olímpicos.

Proyecto

Cree un anuncio de vodka Absolut para su ciudad. Tendrá que identificar qué edificio, producto, actividad o lugar la representa mejor, y después darle la forma de la botella.

Proyecto

Diseñe anuncios para la siguiente Copa Mundial de la FIFA.



Dé saltos muy grandes

En *Hágales reír* (véase pág. 71) y *Busque un nexo* (véase pág. 82) se ha enfrentado al reto de establecer conexiones entre palabras e imágenes. Para ello tiene que «saltar de una orilla a la otra».

Esa expresión, aplicada a las ideas nuevas y estimulantes, resume a la perfección el hecho de que son necesarios los saltos de pensamiento para relacionar dos cosas con éxito. El pensador creativo es capaz de realizar esos saltos y constantemente busca nuevos nexos entre las cosas.



Cruz gamada de plátano (izquierda)
Una esvástica formada con una piel de plátano se convierte en una metáfora de los peligros del fascismo.

Metáforas visuales (pág. anterior)
Un postre compartido transmite igualdad; la fugacidad de la vida se refleja en las manillas de un reloj dibujadas en el tocón de un árbol, y las complicaciones del amor se representan en un cactus con forma de corazón (y con muchas púas).

Proyecto

Salte de una orilla a la otra detectando metáforas visuales, objetos que poseen cualidades de alguna otra cosa. Por ejemplo, una cometa atascada en un árbol es una metáfora de las ambiciones frustradas, y un nudo muy enrevesado es una metáfora de un problema muy difícil.

El filósofo griego Aristóteles entendió que esos saltos eran fundamentales para el pensamiento creativo: «La cosa más extraordinaria es, con diferencia, ser un maestro de la metáfora».

Proyecto

Compile una lista de canciones para una fiesta de diseñadores textiles. Algunas sugerencias: «Material Girl», cualquier tema de The Velvet Underground o The White Stripes, polcas y el tema *Patton: Lust for Glory*. A continuación, compile una lista de canciones para fiestas de los siguientes colectivos: fotógrafos, artistas, ingenieros, floristas, chefs y vendedores de vehículos.

Proyecto

Juegue al Fútbol de Asociación de Palabras, inspirado en un sketch de John Cleese, de los Monty Python. En parejas o en grupo, intercambien palabras por turnos. En cada uno, los jugadores deben tratar de realizar un salto teniendo en cuenta todos los contextos, usos y posibilidades de la palabra anterior.



Fuck Ivy
Un salto podría hacer de esta expresión el inicio de una idea para una postal de Navidad.

Fracase hacia el éxito

Las empresas creativas de éxito y las principales escuelas de arte y diseño tratan de fomentar un entorno y unos valores que favorezcan y apoyen los riesgos y los fracasos. En educación, este planteamiento choca con las tendencias que exigen que las instituciones sean previsible y cuantificables.

Los mejores colegios alimentan un ambiente de audacia y aplauden los grandes fracasos; se entiende que asumir riesgos, cometer errores, romper las reglas y equivocarse por completo pueden llevar al descubrimiento, a nuevas maneras de pensar y a grandes ideas.

En su libro *Errores geniales que cambiaron el mundo*, Mario Livio subraya cómo los errores de grandes científicos (entre ellos, Darwin, Kelvin y Einstein) llevaron al descubrimiento de buena parte de las ideas sobre las que se sustenta el mundo actual.

El inventor Thomas Edison entendió que los fracasos forman parte del proceso mismo de descubrimiento. Trabajó en torno a 10.000 prototipos de bombilla antes de hallar la solución. En lugar de desanimarse ante semejante número de fracasos, declaró: «No he fracasado una vez. He triunfado en demostrar que aquellas 10.000 formas no funcionaban. Y cuando las elimine todas, encontraré la que sí funciona».

«Fracasar es uno de los mayores artes del mundo. Fracasamos hacia el éxito.»

Charles Kettering,
inventor prolífico y pionero de la energía solar

«Nueve de cada diez experimentos míos fracasan, un promedio que se considera todo un récord entre los científicos.»

Harold Kroto, científico galardonado con el Nobel

«Un aspecto esencial de la creatividad es no tener miedo al fracaso.»

Edwin Land, inventor de la cámara Polaroid

«Lo intentaste. Fracasaste. No importa. Fracasa otra vez. Fracasa mejor.»

Samuel Beckett, escritor

«Una facultad de arte es un lugar para experimentar, un lugar de libertad única, un lugar para equivocarse, para cometer errores.»

Grayson Perry, artista



Proyectos

Aplicando el proceso de descubrimiento de Edison a través del fracaso, encuentre la máxima distancia a la que puede lanzar un cartón o un papel. Solo puede utilizar materiales básicos.

A continuación, calcule el tiempo máximo que puede impulsar un cartón o un papel en el aire antes de que llegue al suelo.

Impulsar ideas
Los estudiantes se labran el camino al éxito creando y probando prototipos.

Busque analogías

Las analogías pueden llevar a nuevas ideas e innovaciones. Una analogía es algo que se puede comparar con otra cosa. Para buscar una analogía, pregúntese: «¿Cómo es esto?» o «¿En qué situaciones se ha resuelto antes este problema?».

El ingeniero Marc Isambard Brunel (padre de Isambard Kingdom Brunel, que le acabaría superando en fama, véase pág. 53) descubrió el método perfecto para perforar barro y arcilla con el fin de construir el túnel del Támesis por debajo de Londres. Observó la acción de los teredos, que se abren paso a través de los cascos de los barcos y forran el orificio con un material gredoso duro a medida que avanzan. Imitando la acción de esos bivalvos, Brunel diseñó un sistema de perforación tan revolucionario como ingenioso. De ese modo, los trabajadores podían abrir y revestir simultáneamente un túnel con ladrillos para sellarlo (véase Busque su ingenioso genio interior, pág. 66).

Cuando se inauguró, en 1843, el túnel del Támesis se describió como la «octava maravilla del mundo». El método ideado por Brunel es la base de los sistemas de perforación que se utilizan en la actualidad. Para el Eurotúnel (de 50 kilómetros y construido 40 metros por debajo del lecho marino) se utilizó una versión de dicho método.

*«¿De dónde vienen las ideas?
De mirar una cosa y ver otra.»*

Saul Bass, diseñador

Thomas Heatherwick,

Barrera acústica de Yorkshire

Heatherwick se valió de una analogía para diseñar una barrera que redujese el ruido del tráfico en una franja de 2 kilómetros de la autopista que atraviesa una zona residencial en el norte de Inglaterra. Sabía que las cajas de huevos pegadas en las paredes de los estudios de grabación se emplean para reducir el volumen del sonido; solo le faltaba descubrir un equivalente a gran escala: los conos de tráfico (www.heatherwick.com). Heatherwick utilizó de nuevo conos de tráfico para crear un espectacular dosel de entrada para la exposición de su trabajo en el Victoria and Albert Museum de Londres (2012); (véase «¿Qué más puedo hacer con esto?», pág. 58).



Mientras observaba una prensa de vino en funcionamiento, Johannes Gutenberg se dio cuenta de que había descubierto el mecanismo perfecto para su idea de una imprenta. Leonardo da Vinci diseñó una escalera en espiral para el rey de Francia basándose en la forma interna de una caracola (véase Pregunte a la naturaleza, pág. 98). Harry Beck descubrió que un diagrama de cableado eléctrico que expresaba las conexiones de manera muy sencilla y precisa era el modelo perfecto para su revolucionario mapa del metro de Londres. Por último, James Dyson descubrió una analogía entre el sistema empleado para absorber el serrín en los aserraderos y los aspiradores domésticos (véanse también Mezcle formatos, pág. 146, y Solucione sus frustraciones, pág. 96).

Pensamiento análogo

Preguntarse «¿En qué situaciones se ha resuelto este problema con anterioridad?» puede llevar a soluciones para retos diversos. Por ejemplo, vea los prototipos de papel de la pág. 89. El pensamiento análogo en esa situación desemboca en ideas para diseños basados en objetos que sabemos que se pueden lanzar a grandes distancias (pelotas, frisbis, jabalinas, dardos y planeadores), así como en métodos empleados para proyectar objetos en el aire, como catapultas y tirachinas. También puede conducir a ideas sobre diversas maneras de que el papel se eleve (por ejemplo, diseñando cometas de papel) y sobre qué piezas de papel se desplazan con mayor rapidez (en este caso, se alcanza la ingeniosa solución de poner un sello en un trozo de cartón y enviarlo a Australia).

Proyecto

Busque analogías visuales para la forma de una tienda de campaña. ¿A qué más se parece?



Ejemplos de pensamiento análogo
Las tiendas «Fully Booked», «Earl of Sandwich» y «What a Mellon», diseñadas por la empresa inglesa FieldCandy.

Cambie lo que nunca cambia

Las nuevas ideas fluyen cuando salimos del estancamiento al que nos conduce el pensamiento convencional o habitual. Una manera de hacerlo consiste en buscar alternativas a las cosas cotidianas que hacemos y utilizamos, cosas que normalmente no se cuestionan.

Reinvente la rueda, parte 1

La sorprendente bicicleta «Two Nuns», de Ron Arad, con una original alternativa a los neumáticos de caucho y las ruedas con radio que forman parte del diseño de la bicicleta desde hace más de cien años. www.ronarad.co.uk (véase también Reinvente la rueda, parte 2, pág. 97.)





Identifique las cosas que pasa por alto y que parecen fijas, y piense en alternativas. Cuanto más exhaustiva sea su revisión de lo que parece fijo, más ideas se le ocurrirán. Algunas parecerán absurdas o inviables (véase ¡Viva lo absurdo!, pág. 136). Otras serán divertidas. Asimismo, habrá ideas que ya se le habrán ocurrido a alguien antes. Pero algunas presentarán un gran potencial y una posible aplicación. Cuando tenga las ideas, intente combinarlas: seguro que surgirán otras nuevas.

Prototipo del taxi eléctrico «a» (superior)

James Moores y Dan Chadwick (en la imagen) cambiaron casi todo lo que parece fijo en un taxi para el diseño y la construcción de su innovador automóvil eléctrico A-CAR. Las ruedas son muy grandes y el cuerpo es simétrico, lo que reduce costes. El conductor viaja en el centro del vehículo. El diámetro de giro es más cerrado y el vehículo puede venderse en todo el mundo. www.danielchadwick

Vehículos de plástico (superior izquierda)

Los vehículos se oxidan: ¿por qué no fabricarlos con plástico? El Citroën Méhari, fabricado con paneles de plástico, fue diseñado por el conde Roland de la Poype, experto aviador francés en la segunda guerra mundial, y se fabricó durante veinte años después de su lanzamiento, en 1969.

Ejemplo 1: ¿qué cosas se dan por supuestas en los vehículos?

Conduce una persona. *Idea alternativa:* el vehículo se conduce solo. Los automóviles tienen cuatro ruedas, dos delanteras y dos traseras. *Alternativa:* tres, cinco o seis ruedas. Los vehículos se aparcan en horizontal. *Alternativa:* aparcar en vertical; de ese modo, se podría aparcar el doble de automóviles en las ciudades. Los vehículos viejos van a parar al desguace. *Alternativa:* diseñar piezas que tengan un uso futuro no relacionado con la automoción. No se puede cambiar el color del automóvil a menos que paguemos para pintarlo. *Alternativa:* un chasis digital que pueda cambiar de color constantemente; además, podría mostrar imágenes fijas o en movimiento. Las partes delantera y trasera presentan diseños distintos. *Alternativa:* diseñar ambas partes idénticas, y reducir así los costes de fabricación. La rueda de repuesto casi siempre es muy difícil de sacar, y los parachoques se abollan en caso de golpe. *Alternativa:* neumáticos de repuesto de fácil acceso que, además, hagan las veces de parachoques. El motor se encuentra delante. *Alternativa:* montarlo a los lados. Alec Issigonis pensó en esta posibilidad para el Mini, del que acabaron vendiéndose millones de unidades (véase Visualícelo, pág. 44).

Ejemplo 2: ¿qué se da por supuesto cuando se come en un bar o un restaurante?

Sirven comida. *Alternativa:* llevarse su propia comida. El cliente se lleva los ingredientes y el chef los cocina; es un «traer» en lugar de un «llevar». Un chef cocina para los clientes. *Alternativa:* el cliente cocina su comida. Los camareros llevan la comida a las mesas. *Alternativas:* cada cliente se sirve lo suyo. Los clientes sirven a otros clientes. La comida llega al cliente en una cinta transportadora. La comida desciende o asciende hasta la mesa. Un dron sirve la comida. La cocina no está a la vista. *Alternativa:* los chefs y la cocina son lo más destacado del establecimiento. Se selecciona la comida de un menú. *Alternativa:* el chef selecciona su comida: es un restaurante sorpresa. La secuencia de la comida es fija: entrantes, platos principales, postre. *Alternativas:* servir una comida de 100 platos, como en el Bulli, el extraordinario restaurante que dirigía Ferran Adrià. Servir únicamente entrantes (*starters* en inglés) en un restaurante que se llame Starters Orders, y solo platos principales (*main* en inglés) en un restaurante que se llame The Main Event. Una cafetería llamada Just Desserts. Los comensales se sientan en mesas separadas. *Alternativas:* mesas comunes. Un restaurante sin mesas. Se paga la cuenta. *Alternativa:* pagar lo que considere que cuesta la comida. Pagar por minutos. Cantar a cambio de la comida.

Proyecto

Intente cambiar cosas fijas de una casa.

Intente cambiar cosas fijas de una cámara.

Solucione sus frustraciones

Las frustraciones exigen nuevas ideas y pensamiento creativo para solucionarlas. Frustrado porque su carretilla de jardín se atascaba en el barro y su aspirador perdía capacidad de succión enseguida, el inventor James Dyson decidió hacer algo al respecto. La solución a esas frustraciones se transformó en la innovadora Ballbarrow y en el aspirador sin bolsa con tecnología ciclón.

Dominic Wilcox, Lápiz óptico nasal
Frustrado por no poder navegar con su móvil con los dedos húmedos, Wilcox decidió pasar a la acción e inventó el lápiz óptico nasal, apto para el baño. www.dominicwilcox.com



«Las grandes ideas suelen surgir de una obsesión por mejorar las cosas que no funcionan correctamente.»

James Dyson, inventor

«Lo que siempre me ha motivado como diseñador es sentirme engañado por toda la mierda que me rodea y querer mejorarla.»

Marc Newson, diseñador

Otro de los inventos de Dyson, el secador de manos Airblade, solucionó la frustración generalizada de que los secadores tradicionales de manos no cumplían bien su función. Detectar frustraciones o momentos de la vida en que uno piensa «Yo diseñaría esto mejor» puede servir para poner sobre la mesa objetos, sistemas y estructuras con un diseño pobre que podría mejorarse o que, simplemente, no funciona.

¿Quién no se siente frustrado mientras espera que cambien los semáforos en los cruces y los pasos de peatones? Algunos países han solucionado esa frustración instalando señales que indican los segundos que faltan para que los vehículos o los peatones puedan continuar. La solución ha servido para salvar vidas al reducir los accidentes provocados por no esperar el tiempo necesario. Otro ejemplo es la idea de «girar en rojo»: en Norteamérica, Oriente Medio y Alemania, los vehículos pueden girar a la derecha en rojo



Aerosol evanescente 9.15 Fair Play (izquierda)

En pleno uso durante la Copa del Mundo 2014.

Tom Dixon, Mesa «Roll» (inferior izquierda)

A Dixon se le ocurrió esta mesa con una rueda en la base que permite que una sola persona pueda desplazarla fácilmente. www.tomdixon.net

Reinvente la rueda, parte 2 (inferior)

La Ballbarrow de James Dyson (véase Reinvente la rueda, parte 1, pág. 93).



si la carretera está despejada. Además de aliviar la frustración de los conductores, se reducen los tiempos de desplazamiento y las emisiones provocadas por las esperas innecesarias.

Identifique sus frustraciones diarias. Piense en cosas que realmente le sacan de quicio. Si algo le frustra, es muy posible que le ocurra a otras personas: una solución podría ser una mejora para todos.

Pablo Silva explica cómo inventó el aerosol utilizado por los árbitros para marcar la línea que no deben cruzar los jugadores de fútbol. Le frustraba que los defensas traspasaran esa línea siempre que intentaba chutar el balón: «Iba corriendo furioso hacia el árbitro. Me enseñó la tarjeta roja. Ahí se me ocurrió todo». La sencillísima respuesta que puso fin a su frustración fue desarrollada en colaboración con Fernando Martínez y Heine Allemagne.

Proyecto

Intente solucionar las siguientes frustraciones:

«Me siento frustrado durante esos interminables veinte minutos esperando la maleta en el aeropuerto.»

«La tapa del depósito de mi vehículo siempre parece que está colocada en el lado equivocado cuando voy a una gasolinera autoservicio.»

«Nunca me acuerdo de las ideas que se me ocurren por la noche.»

Pregunte a la naturaleza

Los extraordinarios desafíos a los que se enfrentan las plantas y los animales debido a los depredadores y al clima ofrecen ejemplos asombrosos de adaptación para asegurar la supervivencia. Deje que la extraordinaria creatividad de la naturaleza le inspire ideas nuevas.

Prototipos de la naturaleza

El increíble modo en que las plantas y los animales han aprendido a volar, nadar, caminar, bucear, orientarse, comunicarse, construir nidos y madrigueras, resguardarse, conservar el calor, mantenerse frescos, atraerse, repelerse, atacar, defenderse y protegerse, devorar comida, almacenar alimento, criar a los cachorros, absorber agua y repelerla, almacenar agua, camuflarse y sobrevivir al fuego, las heladas y las inundaciones ofrecen innumerables ejemplos y prototipos para el desarrollo de nuevas ideas. László Moholy-Nagy, pintor, fotógrafo y profesor húngaro, aconsejaba a sus alumnos que se inspirasen en cosas tan asombrosas como las anteriormente citadas y que utilizarasen «la naturaleza como un modelo de construcción».

Si las cucarachas son las únicas criaturas con posibilidades de sobrevivir a una guerra nuclear, ¿qué podemos aprender de ellas para tener nosotros también una oportunidad?

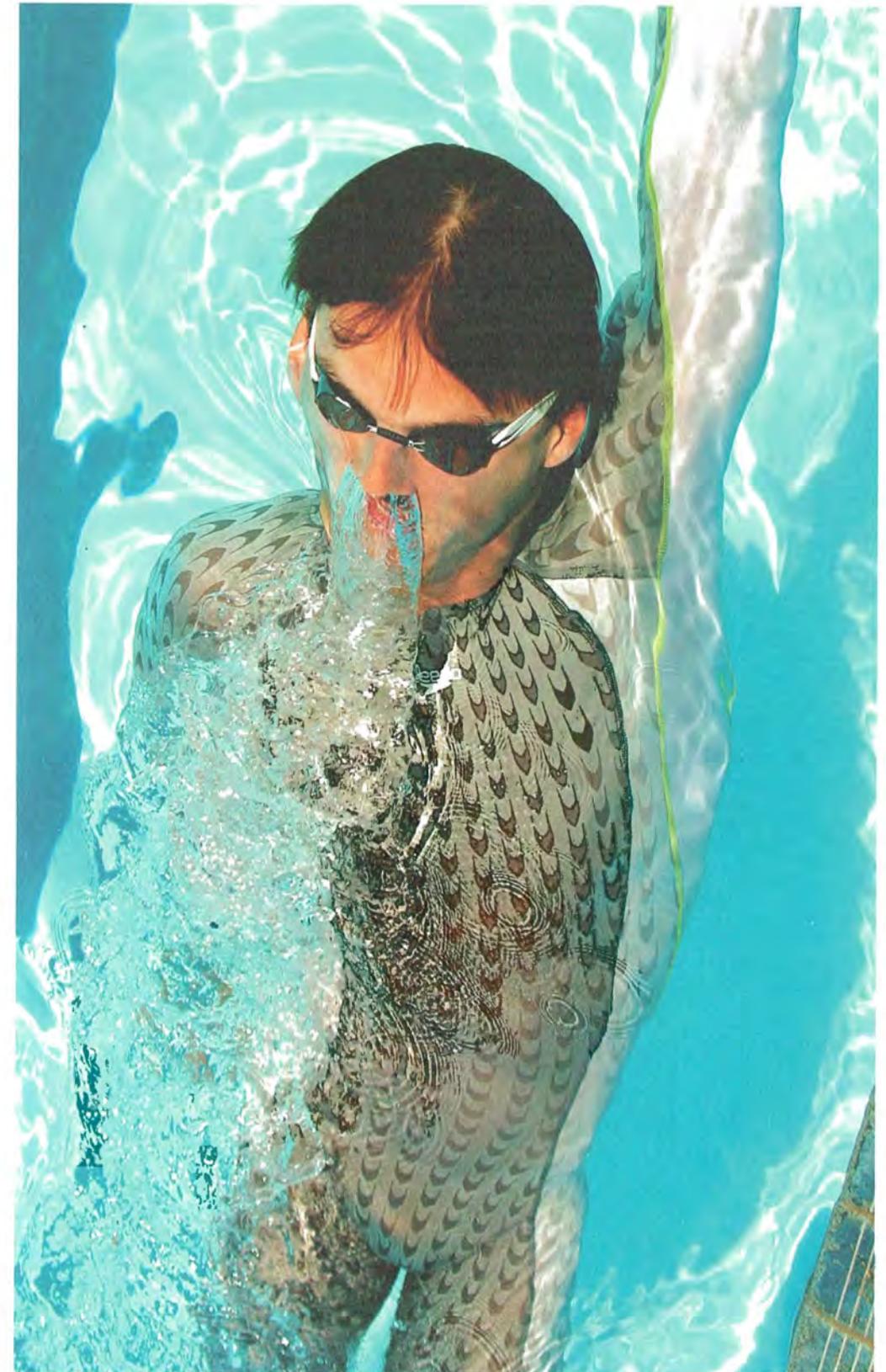
«La evolución es la diseñadora por antonomasia. Integra aspectos como la función, la belleza, la economía y la sostenibilidad. La naturaleza ha solucionado todos esos problemas con el tiempo y es una gran fuente de inspiración.»

John Makepeace, diseñador de muebles



Resolución natural de problemas

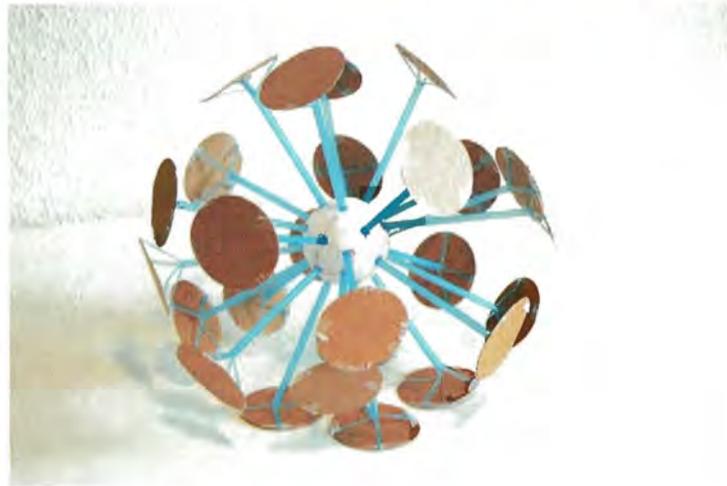
Los diseñadores de Speedo se inspiraron en los diminutos dientes que conforman la superficie de la piel del tiburón. Los denticulos (en la imagen superior, aumentados) reducen las turbulencias en el agua. Los nadadores equipados con los trajes de baño diseñados a partir de esta idea ganaron casi todas las medallas de oro en los Juegos Olímpicos del año 2000 y batieron 13 de los 15 récords mundiales.





Massoud Hassani, Planta rodadora de juguete

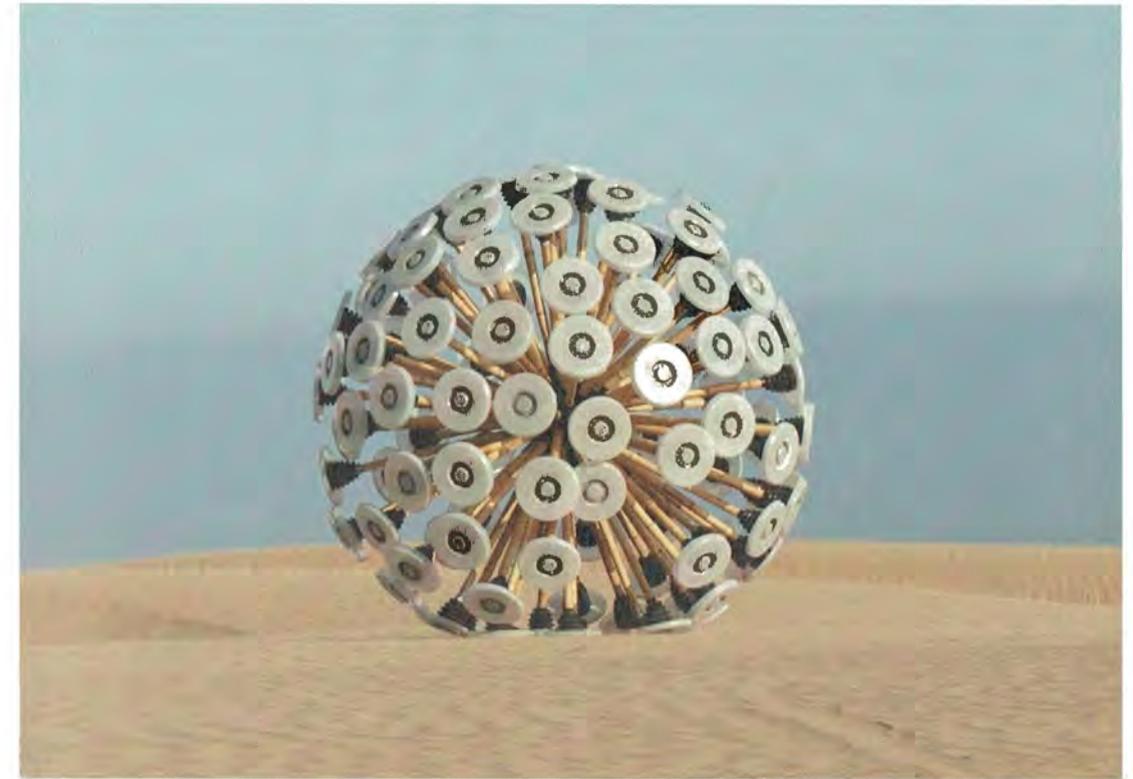
Cuando era pequeño, Massoud Hassani creaba juguetes rodantes con restos de materiales. Casi siempre acababan en un desierto cercano, donde era imposible recuperarlos: era un campo de minas...



¿Cómo resolvería esto la naturaleza?

¿Tiene un problema? Pregúntese cómo lo resolvería la naturaleza. Busque ejemplos de ingeniería, estructura, estética y organización en la naturaleza; inspírese en su eficacia y en el modo en que los residuos de unos alimentan a otros, y su conducta simbiótica por la cual especies totalmente distintas se unen en beneficio mutuo.

Vea documentales de naturaleza (cualquiera de David Attenborough, por ejemplo): están repletos de ejemplos de adaptaciones inspiradoras, y casi siempre sorprendentes, de la naturaleza.



Massoud Hassani, Detonador de minas Mine Kafon

Cuando era estudiante de diseño, Hassani halló un brillante modo de librarse de las minas. Se inspiró en sus juguetes rodantes para crear el Mine Kafon, un detonador de minas de bajo coste, impulsado por el viento y compuesto principalmente por bambú, plástico y hierro. Mide más de 2 metros de ancho y pesa 90 kilos, suficiente para detonar las minas, pero también lo bastante ligero para poder desplazarse por la acción del viento.

«La naturaleza es como un catálogo de productos que se han beneficiado de un periodo de investigación y desarrollo de 3,8 mil millones de años.»

Michael Pawlyn, arquitecto del Proyecto Edén

Proyecto

Pregúntese: «¿Cómo lo haría la naturaleza?».

P. ¿Cómo puedo promocionar un concierto de una banda nueva?

R. Pruebe con algunas de las numerosas maneras de difundir mensajes que existen en el mundo natural.

P. ¿Cómo puedo crear ropa que proteja y que sea muy ligera a la vez?

R. Examine las estructuras de los insectos con caparazón.

P. ¿Cómo puedo cambiar el color de mi automóvil cuando me apetezca?

R. Observe cómo mudan de piel las serpientes, cómo cambian de caparazón los cangrejos y cómo alteran su color al instante los camaleones y los calamares.

Cambie el espacio

Existen unos cuantos edificios notables (entre ellos, los Laboratorios Bell, la Bauhaus, Skunk Works de Lockheed y el edificio Brill) que albergan un número espectacular de ideas innovadoras por metro cuadrado.

En Estados Unidos, su fama llega a tal punto que Bell Labs se ha convertido en sinónimo de innovación científica y creatividad. «The Skunk Works», por su parte, se utiliza ya para referirse a cualquier grupo muy creativo dentro de una organización. Los lugares más creativos del mundo ofrecen una serie de pautas para configurar y organizar los espacios de manera que sean especialmente propicios para la creación de ideas.

Establezca las normas de la casa

Establecer cómo deben actuar las personas individualmente y en grupo es lo más importante. Un conjunto de normas de la casa (unas previsiones de actitud y conducta cuando se traspasa la entrada) puede servir como potente catalizador creativo. En Bell Labs, el personal tenía vía libre para trabajar en los problemas que más les interesase. La única exigencia era que dejaran la puerta abierta por si alguien de otro departamento acudía a pedirles colaboración. Ello explica que Bell Labs se haya descrito como «fábrica de ideas» y «parque legendario» (véase Juegue, pág. 10). Siempre debería concederse permiso para ser algo caótico, cometer errores e infringir las reglas. Las normas de la agencia publicitaria BBH de Londres se hallan

simbolizadas en la escultura de una oveja negra a tamaño real situada en la entrada: indica que es un lugar para salirse de lo común y practicar el pensamiento menos ortodoxo.

Maximice la interacción

Los espacios deberían estar diseñados para facilitar que los conocimientos se compartan libremente y garantizar el intercambio de ideas. En el edificio Brill, los equipos de jóvenes letristas trabajaban en salas anexas. Las paredes eran tan finas que se escuchaban unos a otros, de manera que las ideas circulaban con total libertad.

Garantice la propiedad

Un feliz recuerdo compartido de los estudiantes de arte de generaciones atrás era que les dejaban las llaves de sus estudios para trabajar cuando quisieran sin que nadie los molestara (por la noche, los fines de semana o durante las vacaciones). El hecho de sentirse como en casa en el lugar de trabajo libera mental y físicamente a las personas que conviven en dicho espacio para que practiquen y desarrollen sus ideas más allá de las limitaciones de los horarios tradicionales.

Espacio flexible

Una ingeniosa sala (que permite ver su interior) dentro de una sala en el Festival de Diseño de Londres, creada únicamente con cuerdas de colores por B&O.



«Los grandes logros siempre tienen lugar dentro del marco de unas grandes expectativas.»

Charles Kettering, inventor y pionero de la energía solar

«El entorno adecuado puede liberar inmediatamente el potencial creativo. Cuando se mantienen conversaciones, el trabajo se exhibe en las paredes y se respira un ambiente de ambición y esfuerzo, sientes que estás en un lugar en el que todo es posible.»

John Myerson, profesor de publicidad



Todos en la misma sala
Estudio creativo en la Universidad de Gloucestershire. Paredes sobre ruedas, torres, pantallas y cortinas opacas permiten reconfigurar el espacio en cuestión de segundos.



Reconfigure el espacio

Los entornos creativos deberían ser la representación visual de la creatividad y ofrecer la máxima flexibilidad (espacios que se puedan redistribuir sin problema para albergar diferentes actividades y que ofrezcan oportunidades para sorprender sin cesar). Un diseñador que trabajó para Charles y Ray Eames confesó que entrar en sus estudios, en California, «era como entrar en un circo. Si se pudiese quitar el tejado, todos verían que cambiaba constantemente».

Designe a un líder

«Todo lugar necesita una chispa o una bujía», reconoció un antiguo empleado de Skunk. En su caso fue el legendario líder creativo Clarence «Kelly» Johnson. El líder debe ser respetado, fiable y representante del bien común. Los mejores poseen la capacidad de animar y transmitir energía sin resultar dominantes; su papel consiste en hacer que las cosas fluyan, influir mediante la recopilación de ideas, facilitar las buenas jugadas, mantener el espíritu competitivo y de superación, y ayudar a sacar conclusiones. Los jefes y los entrenadores de mayor éxito en el campo creativo del deporte comparten características muy similares. José Mourinho afirmó en una ocasión que su éxito se debía a que se trataba de un «liderazgo aceptado» por todo el equipo.

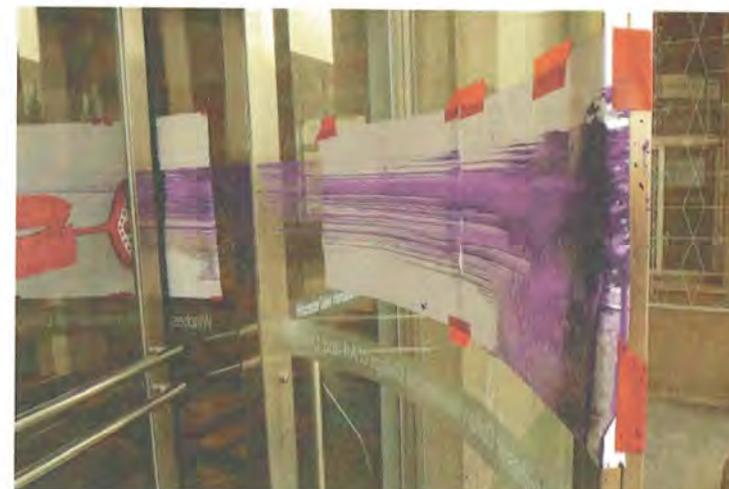
Proyectos

Reconfigure su espacio creativo.

Redacte un código de conducta para su espacio de manera que incentive la búsqueda de ideas.

«Existe una serie de condiciones que los grandes líderes del diseño construyen en las mentes de las personas con las que trabajan. Lo más importante que hacen es conseguir que todos se sientan seguros, pero retados. A simple vista parecen opuestos. Las cosas no deben ser demasiado fijas o cómodas, ya que eso provoca que la gente se limite a imitar. Todo el mundo tiene que saber y sentir que nadie les va a poner a prueba, ni les va a “señalar” o a ridiculizar. Debe existir una relación de respeto con el líder; eso significa que los demás pueden cometer errores. Si no se establece esa confianza mutua, no se puede pedir a los demás que se salgan de lo establecido. Todos deben sentir que lo que hagan, sea lo que sea, tiene valor.»

Nick Pride, diseñador y profesor de diseño



Sentirse como en casa

A estos estudiantes chinos de arte se les animó a que tomaran posesión de un edificio recién estrenado a través de diferentes proyectos basados en el uso creativo de ventanas, paredes y puertas.

Cree su propio espacio

En ocasiones, las nuevas ideas surgen o se desarrollan gracias a la interacción (véanse Busque ayuda, pág. 49, y Cambie el espacio, pág. 102). No obstante, igualmente importante es la necesidad de trabajar en solitario.

Disponer de un lugar en el que se pueda estar solo resulta imprescindible para garantizar un proceso creativo en condiciones que permita tanto concentrarse como dejar que la mente fluya libremente. Tener un espacio propio ofrece libertad: la de progresar al propio ritmo, de experimentar, de sumirse en el caos y de cometer errores sin miedo a la intervención o a la crítica de los demás. Por todo ello, es necesario disponer de un espacio privado, limitado (incluso en un entorno común).



Cree un lugar para refugiarse del mundo exterior

Talleres, estudios y cobertizos deberían ser santuarios, y constituyen una elección habitual cuando se trata de trabajar solo. Son lugares privados donde dar rienda suelta a las obsesiones. Una vez inmerso en su propio mundo, se siente libre de las normas, las convenciones, las formalidades y las jerarquías del mundo organizado por horarios laborales. El escritor Roald Dahl tenía su propio espacio creativo en un cobertizo, en su jardín. Nadie, excepto él mismo, podía entrar. Así describía la transformación que experimentaba cuando entraba en su santuario: «Te conviertes en una persona distinta; ya no eres un tipo normal y corriente que va por ahí y cuida a sus hijos y come y hace estupideces: entras en un mundo completamente distinto» (véase pág. 34).



Francis Bacon en el 7 de Reece Mews, Londres

El estudio de Bacon era conocido por su caos. Estaba repleto de pinturas, pinceles, libros, dibujos, lienzos rajados y fotografías rotas; las paredes estaban manchadas con pintura. Allí nacieron algunas de las pinturas más brillantes del siglo xx.

Cree un espacio práctico: rodéese de herramientas



El hecho de tener al alcance las herramientas y los materiales necesarios, junto con el propio proceso de exploración y experimentación, le ayudará a desarrollar tanto nuevas ideas como las que ya tenga en mente. Un espacio en el que convertir las ideas en algo tangible es fundamental para la creatividad. Transformar los pensamientos en algo visible a través de la experimentación, la construcción de maquetas y la prueba y error constituye una parte vital de la evolución de las ideas (véanse Juegue, pág. 10, y Visualícelo, pág. 44).



Retratos de estudio

Los artistas Ron Mueck y Peter Davies, fotografiados en sus estudios por Johnie Shand Kydd.



Retratos de estudio (continuación)
Sarah Lucas, Mark Francis y Fiona Rae,
fotografiados en sus estudios por Johnnie
Shand Kydd.

Proyecto

Explore los espacios privados de sus héroes creativos. Existen numerosas páginas web y libros de fotografías que le permitirán entrar en ellos. Visite, por ejemplo, el santuario del escritor George Bernard Shaw, una cabaña en su jardín que giraba siguiendo al sol, lo que le permitía disfrutar de un espacio luminoso en todo momento.

Pruebe con la ósmosis

El vacío y la esterilidad no contribuyen a crear ideas. Si se rodea de influencias (todo aquello que despierte su curiosidad, el trabajo de sus héroes de referencia, los innovadores en su campo e imágenes históricas y contemporáneas), se abre a las ideas mediante la ósmosis, un proceso de absorción gradual y, por lo general, inconsciente.

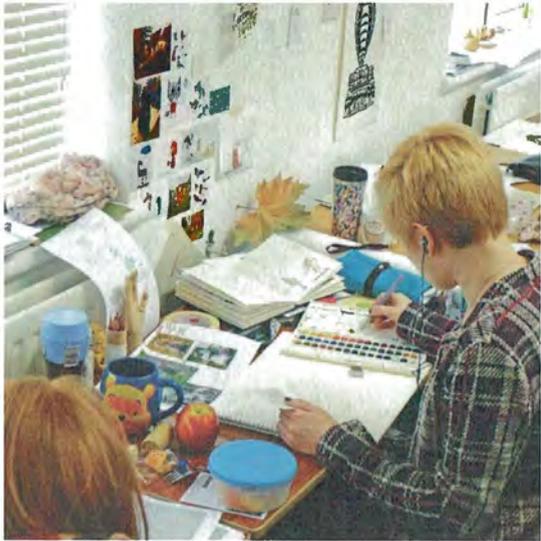
Pared de rostros

Un sinfín de fotografías procedentes de revistas proporcionan inspiración al artista Nigel Langford para sus pinturas.



El poeta Dylan Thomas describió su espacio creativo (una cabaña en su jardín) como un lugar «salpicado de palabras», ya que estaba decorada con recortes de escritos de sus héroes literarios: Lord Byron, Walt Whitman, W. H. Auden y William Blake.

Aunque es importante ver el trabajo de otros, también lo es ver el propio trabajo y las cosas que tienen un significado especial para nosotros. Crear nuestra propia cueva del tesoro, un espacio rico en recuerdos, objetos y colecciones, puede ser una fuente de gran inspiración, ya que todas esas posesiones personales llevan consigo historias y recuerdos únicos.



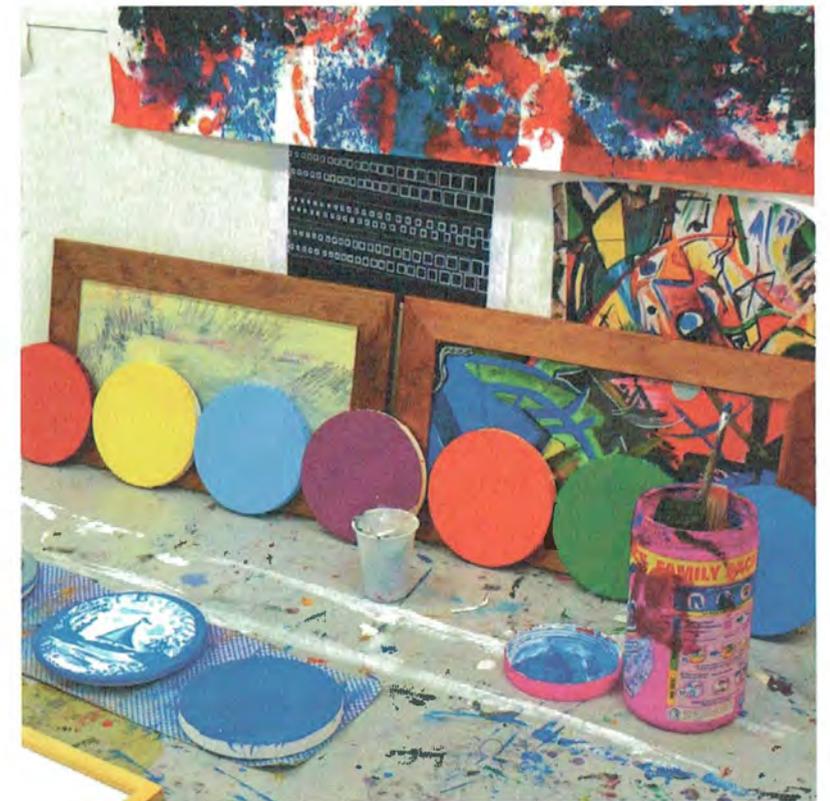
El profesor y diseñador Nick Pride describe así esos lugares tan especiales: «Cada día entras en ese espacio, cuyas imágenes te hablan y son la base sobre la que creas tu trabajo. Por debajo del nivel de consciencia, la mente las escanea sin cesar en busca de posibilidades y establece conexiones nuevas».

Si está abierto a esas influencias, las ideas le llegarán de forma natural.

Inspiración a través de la ósmosis
(superior y pág. siguiente)
Los estudios de los estudiantes de ilustración y pintura de la Universidad de Gloucestershire están repletos de experimentos y trabajos inconclusos.

Proyecto

Inunde su espacio con palabras e imágenes.



Cambie de paisaje

Los viajes estimulan la capacidad de pensar de manera creativa. Además de estar físicamente en un lugar distinto, también es posible transportar la mente a lugares diferentes.

Existen casi doscientos países en el mundo, cada uno con maneras distintas de hacer las cosas, y muchas veces al viajar vivimos la experiencia de ver cosas que se han resuelto mucho mejor que en nuestro país de origen. Esa experiencia, que nos abre la mente, también nos revela que existen otras perspectivas y otros puntos de vista, incluso con cosas que creemos inamovibles. En los aeropuertos japoneses, por ejemplo, los carritos para el equipaje se pueden llevar en las escaleras mecánicas. En los trenes bala, todos los asientos son giratorios para que los pasajeros puedan reconfigurar la posición de aquellos según sus preferencias.

Idea revolucionaria, 1

Los asientos giratorios de los trenes bala japoneses permiten a los pasajeros elegir la posición de aquellos.

Idea revolucionaria, 2

Plataformas giratorias para aparcar, Tokio.

Cuando se viaja a un lugar desconocido, todo resulta nuevo e interesante; se ven las cosas con una claridad y una intensidad que rara vez se experimentan en casa. Durante un viaje por Asia, el diseñador John Firewater escribió: «Es sorprendente la cantidad de cosas nuevas que ves. Aquí hace un frío terrible, cinco bajo cero. Observé que, cuando la gente se sube a autobuses sin calefacción, con ventanas que no son herméticas y con tanto frío como en la calle, todo el mundo se quita los guantes. Pensé que era una demostración de la fortaleza de los lugareños, pero no: cuando el bus da un bandazo o se desvía de repente para evitar un bache, te puedes agarrar a las barras de metal y evitar accidentes. Aquí alguien tiene que diseñar unos guantes mejores o unas barras mejores».



Proyecto

Fijese y aprenda de lo que se hace mejor fuera que en casa.

Si no puede viajar, cambie de paisaje viajando con la imaginación, con la ayuda de películas, libros y museos. Adoptar una actitud de viajero puede ayudar a pensar de manera distinta, tal como recomendaría el filósofo Walter Benjamin: «Salga por la puerta como si acabase de llegar de un país extranjero para descubrir el mundo en el que ya vive, para empezar el día como si acabase de bajarse del barco de Singapur y nunca hubiese visto su propio felpudo».



Improvise, sin más

La improvisación a la hora de resolver problemas permite hallar soluciones con los recursos disponibles en cada momento y situación. Se trata de diseño in situ, de trabajar con aquello de lo que se dispone.

La improvisación es creatividad contra todo pronóstico. Es una manera de pensar y actuar que puede conducir a una solución en situaciones muy complicadas (sería, por ejemplo, el caso de reclusos, naufragos, personas abandonadas y acosadas, atrapadas o perdidas en el mar debido a un accidente).

Algunos actos de improvisación son legendarios. El uso de unas medias para sustituir la correa del ventilador rota de un vehículo tal vez sea una leyenda urbana, pero el espía británico George Blake huyó de una prisión con una escalera de cuerda cuyos 20 peldaños eran agujas de tejer del número 13. Muchos libros y películas explican hazañas de la improvisación (reales e imaginarias), como *Robinson Crusoe*, *La gran evasión* y *Apollo 13*. Los cómicos, a su vez, suelen hacer gala de una gran capacidad de improvisación verbal en las actuaciones en directo saliéndose del papel que se espera o respondiendo a las preguntas del público. El placer de los asistentes radica precisamente en presenciar cómo el cómico supera la dificultad y triunfa sobre la adversidad. La improvisación musical es otro ejemplo perfecto.



Allora & Calzadilla, *Under Discussion*, 2005, fotograma de video (superior)

Los grandes improvisadores son capaces de dar la vuelta a cualquier problema.

Utilizar objetos encontrados

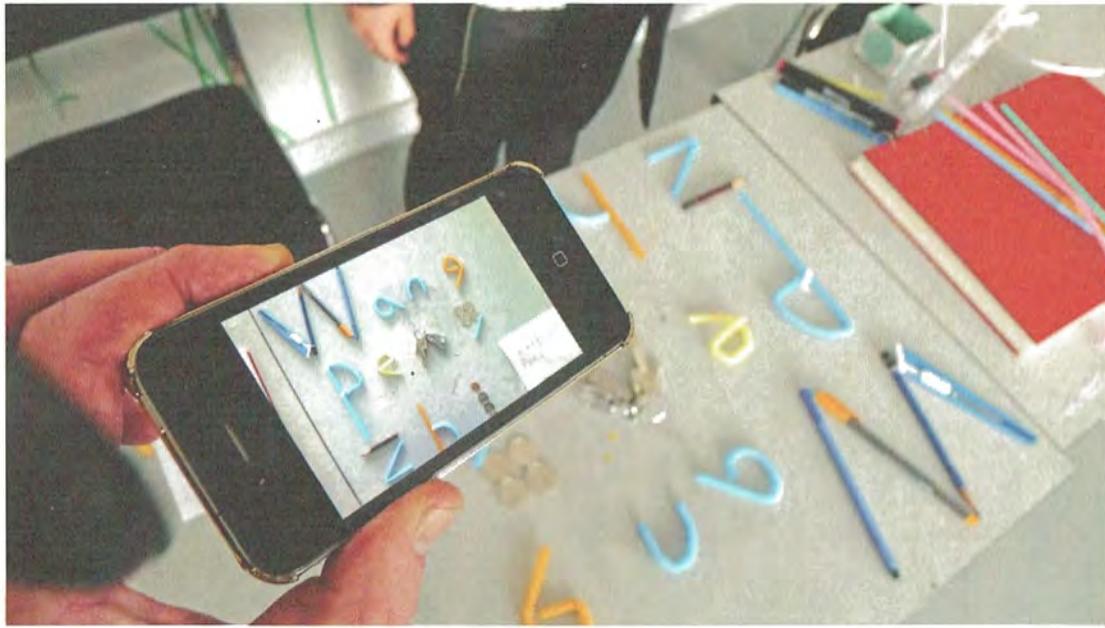
Un trineo improvisado (pág. anterior, superior) e instrumentos improvisados (pág. anterior, centro).

Improvisación en la granja (pág. anterior, inferior)

Los granjeros son grandes improvisadores. El cordel para embalar es uno de sus materiales favoritos: se utiliza para reparar, unir, tirar, enlazar, sujetar y, como aquí, atar una chaqueta con la cremallera rota. La revista *Farmers Weekly* publicó en una ocasión un artículo en el que se predecía la caída de las granjas británicas debido a la escasez de cordel: era el día de los santos inocentes.

Proyecto

La iniciativa «kilometraje de los alimentos» cuestiona las enormes distancias que recorren muchos productos desde el lugar de producción hasta la mesa. La campaña apuesta por los productos locales al implicar un menor consumo de recursos. El desafío del «kilometraje del diseño» es similar: utilice únicamente lo que tenga más a mano; rétese a resolver problemas solo con lo que tenga en los bolsillos, en la mesa, a mano, que le haya sobrado de otro trabajo o que no le obligue a recorrer más que distancias muy cortas.

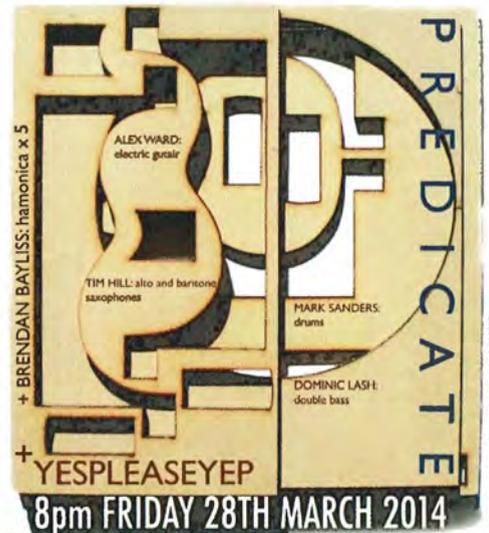


Nombres Improvisados
 Estudiantes improvisan sus nombres
 (Wang Peng Zhi, Jake, Yasmin, Wang,
 Shay, Tim, Jenny, Ben, Lawrence y James)
 únicamente con cosas que tienen
 al alcance de la mano.

Vaya a la fábrica

Observar cómo se hacen las cosas también desencadena ideas. Investigar los procesos de producción y fabricación (las cosas que se dejan en manos de otras personas) puede llevar a nuevos descubrimientos. Visite fábricas, productores, constructores, suministradores, imprentas, laboratorios, etc.

XPOSED CLUB PRESENTS



HARDWICK CAMPUS, CENTRE FOR ART & PHOTOGRAPHY, UNIVERSITY OF GLOUCESTERSHIRE, ST PAUL'S ROAD, CHELTENHAM, GL50 4BS.

ENTRANCE £5 - £3 STUDENTS CONCESSIONS

Hable con las personas encargadas de los procesos de fabricación. Hable con expertos: los fabricantes, los reparadores y los encargados de desechar los productos al final de su vida útil. Busque cosas que se hayan rechazado, investigue qué hay en las basuras, lo que está listo para ser reciclado, lo que se ha rechazado... Busque errores de imprenta, sobrepresiones, descartes, pruebas, lo que sobra al recortar el producto final: todo puede darle ideas para nuevas creaciones.

Pregunte siempre por qué se hacen las cosas como se hacen; la respuesta más habitual es porque es barato o rápido, porque «así es como lo hacemos siempre» o porque «nadie ha pedido nunca que se haga de otra manera». Las preguntas siempre llevan a alternativas: el editor de revistas László József Bíró se quedó fascinado por la tinta de secado rápido que descubrió en sus imprentas, y mientras pensaba en otros usos, se le ocurrió la genial idea del bolígrafo.

«Me interesan mucho las fábricas y cómo se hacen las cosas. En general, las cosas no existen en la mente hasta que vas al lugar donde se pueden hacer.»

Tom Dixon, diseñador

Pensamiento «instrumental» (pág. anterior)

El artista y diseñador Mark Unsworth encontró en la basura el material perfecto para montar este cartel musical: piezas curvilíneas de madera sobrantes de cortes con láser que le sugirieron las formas abstractas de los instrumentos.

Visitas a las fábricas

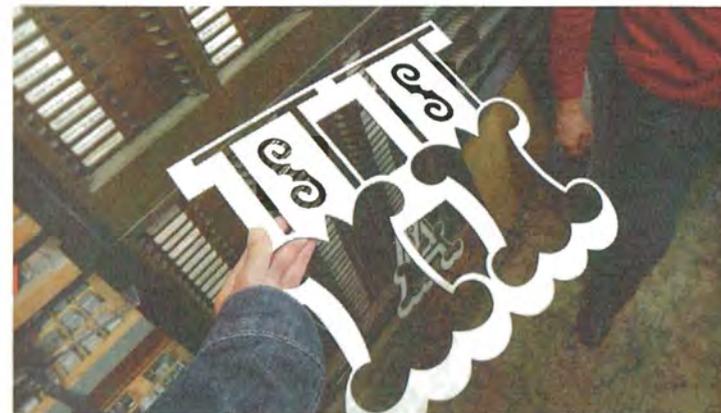
(En el sentido de las agujas del reloj, empezando desde inferior) Visitas a un operario de máquinas, un taller de arenado, un cortador láser, un vertedero, una maderera, una romana y un estudio, todas ellas posibles fuentes de inspiración.





Proyecto

Desarrolle diseños basados en los descubrimientos que haya realizado tras visitar una fábrica.



Regreso a los orígenes
Las visitas a fábricas le inspirarán nuevas técnicas, procesos y materiales.



Confíe en su intuición

Al intentar resolver un desafío, en ocasiones experimentamos una convicción interior espontánea e imparable que nos lleva a actuar en una dirección determinada. Esa punzada (sentimos que sabemos lo que tenemos que hacer, pero no sabemos por qué), por lo general pasajera, se ha descrito como «corazonada», «intuición», «instinto», «sexto sentido», «premonición» o «pálpito». Nunca, nunca la ignore.

Proyecto

De la experimentación directa e intuitiva con materiales surgen ideas. Explore el potencial de unas cañas de bambú adquiridas en un centro de jardinería. Deje que su intuición responda al desafío y le guíe. Intente dar forma a sus intuiciones.

Se ha sugerido que esa sensación está provocada por un reconocimiento subconsciente de que un problema encaja con un patrón con el que ya ha coincidido en alguna ocasión anterior y, por tanto, sabe qué hacer sin que ni siquiera vea o entienda conscientemente el parecido. La mente da un salto instantáneo sin que nos demos cuenta. Como afirmó en una ocasión el director de cine Frank Capra, «una premonición es la creatividad que intenta decirte algo». Escuche siempre esa voz interior y desarrolle sus ideas intuitivas.

Y es que tal vez seamos realmente capaces de pensar con las entrañas: no en vano, tenemos en torno a 100 millones de neuronas (las células que recopilan y transmiten información en el cerebro) en las paredes del estómago y los intestinos.

Proyecto

Recopile y compare sus ideas intuitivas. Piense en un título para la colección (el diseñador David Carson bautizó a la suya con el nombre de «Clarividencia»).



Patrick Hughes, *Fear Itself*, 1984

Sea consciente de los momentos en que su intuición intenta guiarle. No la ignore.

Entreténgase, reflexione y juegue

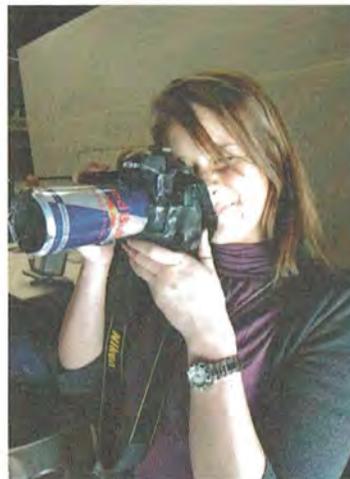
Muchas estrategias se centran en planes de acción para catalizar ideas. Adoptar el enfoque contrario puede resultar igualmente productivo. Proceder sin un objetivo o un plan, en una dirección desconocida y sin un resultado final, un programa o un cliente en mente puede desembocar en nuevos descubrimientos.

Entre las palabras que describen esta forma de trabajo figuran «entretenimiento», «reflexión» y «juego», actividades que facilitan que las ideas, así como su materialización y su dirección, afloren mediante una combinación de herramientas, tiempo y soluciones basadas en la prueba y el error.

Este método de descubrimiento es maravilloso, ya que permite combinar la libertad de acción con el trabajo directo, y en muchas ocasiones desemboca en proyectos muy queridos, aventuras personales resultado del desarrollo de las propias ideas.

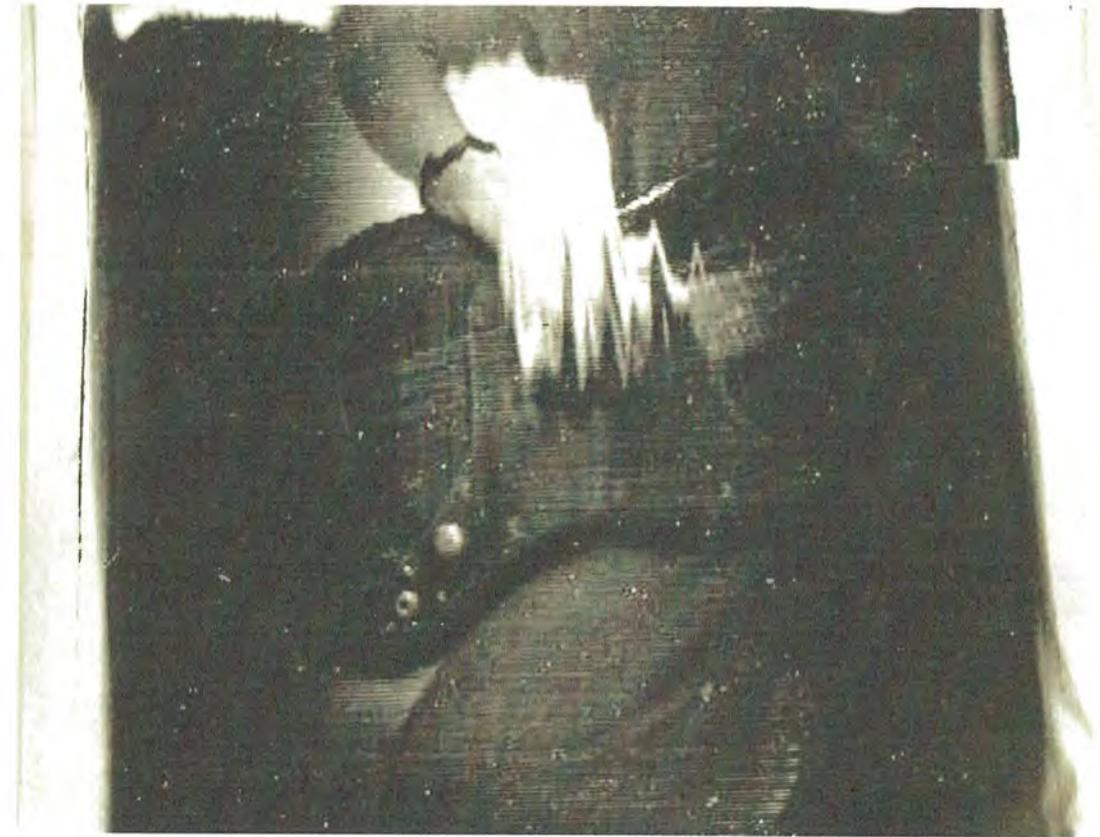
Ejemplos

Vea el trabajo de la Tinkering School, el programa educativo fundado en California por el escritor e informático Gever Tulley: www.tinkering-school.com.



Pensamiento «instrumental»

El juego con escáneres y cámaras rotos llevó a estos estudiantes de fotografía a descubrir nuevos e interesantes modos de registrar el mundo.

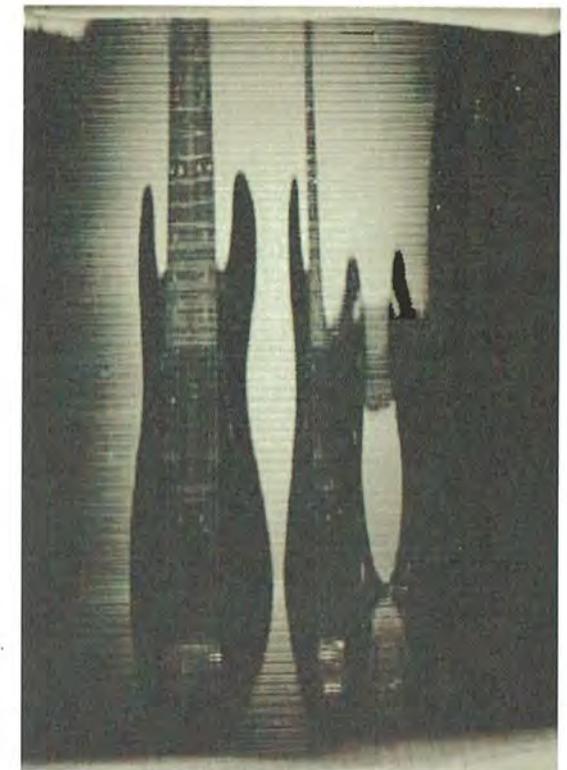


«Cuando era joven, me encantaba desmontar las cosas. Nuestra casa estaba llena de restos de tostadoras, radios, tocadiscos y baterías. De un modo u otro, al final conseguía montarlos de nuevo y volvían a funcionar. Parecía inevitable que estudiase ingeniería. Para mí, romper cosas es el paso necesario para construir cosas. El juego te dota del instinto de diseño y el conocimiento aplicado, tan difíciles de encontrar de cualquier otra manera.»

Ralph Oei, editor

Proyecto

Tome una dirección desconocida para descubrir las posibilidades de una cámara rota.



Traslade

Un método muy eficaz para estimular ideas es la traslación. Pasar las cosas de una forma o medio a otra sirve para guiar los pensamientos en direcciones totalmente nuevas y estimulantes. Una idea siempre lleva a otra...

El artista ruso Wassily Kandinsky trasladó la música clásica a pinturas abstractas seleccionando diferentes colores para las distintas emociones que la música le provocaba. Además, inventó una máquina que convertía los sonidos musicales en instrucciones para pintar.

Estimular conscientemente la imaginación trasladando pensamientos, ideas y problemas a diferentes formas o lenguajes puede llevar a nuevos descubrimientos, conocimientos y formas de comunicación.



Convertir letras en disfraces
Estudiantes chinos de arte convierten letras en disfraces para una fiesta tipográfica.



Convertir imágenes en música (extremo superior)
El músico Ben Hough convierte en una composición la disposición de una bandada de pájaros posados en unos cables telefónicos.

Convertir palabras y frases en imágenes (superior)
La palabras, las frases y los mensajes creados tan solo con imágenes ofrecen la ventaja de que son universales.

Proyecto

Convierta las siguientes palabras en dibujos: triángulo, cuadrado, caliente, frío, hielo, más rápido, más lento.

Convierta las siguientes palabras en tipografía: perezoso, feliz, ruidoso, delicado.

Convierta los siguientes olores en dibujos: café molido, pan fresco, playa.

Convierta los siguientes estilos musicales en imágenes: jazz, rap, reggae, punk, música clásica.

Comunique a un amigo las siguientes ciudades mediante mimo: Nueva York, París, Sídney, El Cairo, Londres.

Convierta una serie de palabras y frases en pictogramas (imágenes empleadas para representar palabras o partes de las mismas).

Consulte con la almohada

La imaginación se muestra especialmente activa durante el sueño. En ese espacio de tiempo se desarrollan muchas ideas. En sueños pensamos de manera distinta, el cerebro se halla liberado de las rutinas diarias y puede redistribuir, combinar, condensar y ampliar las cosas de un modo que rara vez se produce cuando estamos despiertos.

«Por la noche, cuando dormimos, el cerebro se pluriemplea en secreto para nosotros.»

Rose Tang, artista

«Creemos que lo que ocurre en sueños es que abrimos la puerta de la memoria y somos capaces de ver todo el conjunto.»

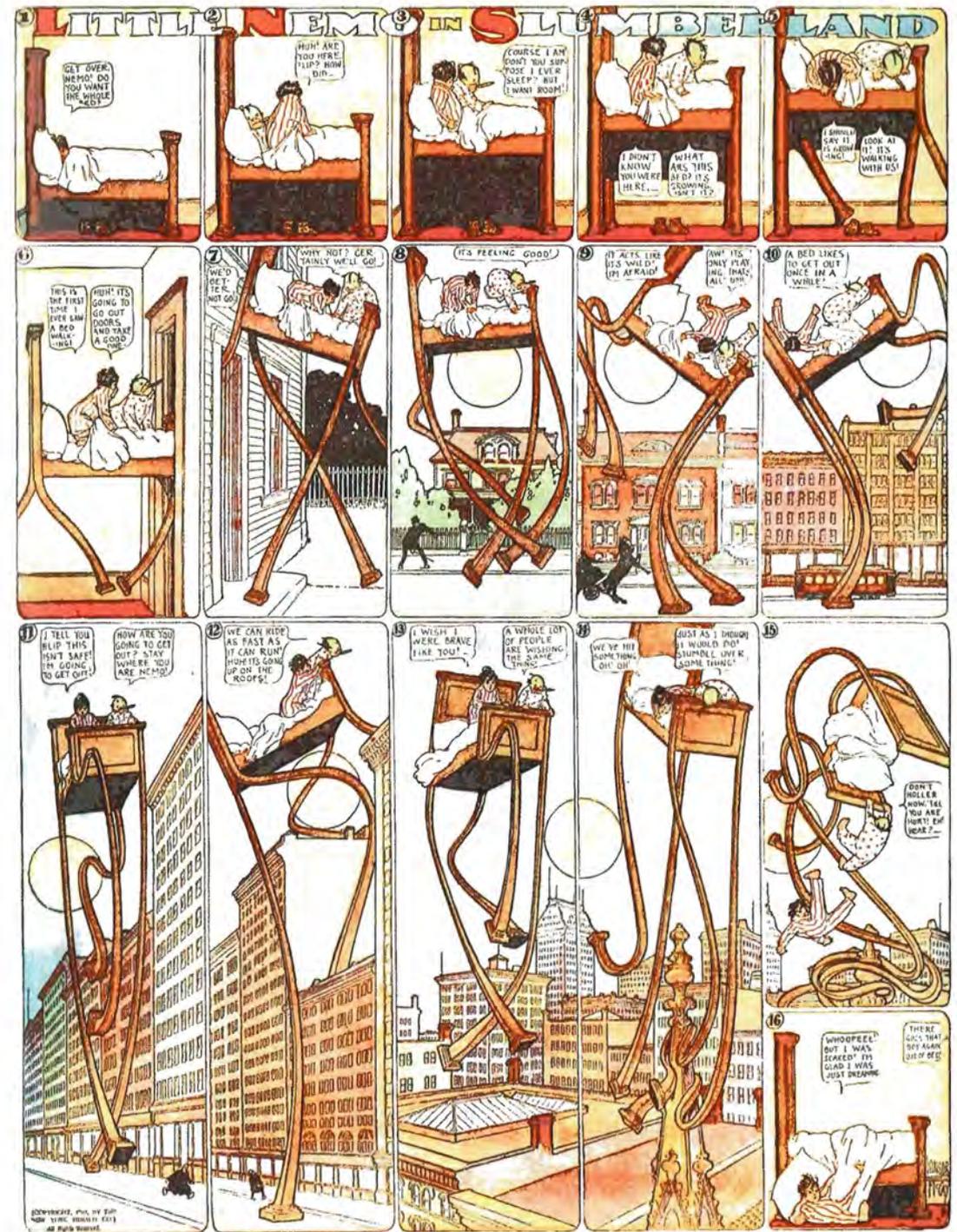
Matthew Walker, neurocientífico

No es raro que algunas ideas cristalicen durante el sueño y que al despertar tengamos una respuesta bien definida a un problema que hasta el momento no habíamos podido resolver. El subconsciente parece que disfruta con los desafíos que la mente consciente es incapaz de resolver.

Justo después de quedarnos dormidos y justo antes de despertarnos son los momentos más creativos, tal vez porque el cerebro se encuentra entonces en un punto medio entre la conciencia y la subconciencia. El inventor Thomas Edison se interesó especialmente por esos breves momentos y se las ingenió para intentar aprovecharlos. Se sentaba delante de una hoguera, con unos cojinetes en la mano, cuando tenía sueño. Cuando se quedaba dormido, los cojinetes se le caían y se despertaba inmediatamente, momento que aprovechaba para anotar las ideas que recordaba. Se dice que Salvador Dalí utilizó una técnica similar con cubiertos.

Proyecto

Pruebe la estrategia de los cojinetes de Edison.



Winsor McCay, *Little Nemo in Slumberland*, 1909

El artista estadounidense Winsor McCay creó maravillosas imágenes del mundo imaginativo al que accedemos durante el sueño en su dilatada serie sobre el Pequeño Nemo. Representaciones

similares del sueño constituyen algunas de las escenas más memorables de la historia del cine: por ejemplo, *El mago de Oz*; la secuencia que Salvador Dalí creó para *Recuerda*, de Alfred Hitchcock, así como las secuencias oníricas de *El gran Lebowski*, de Joel Coen, y *Brazil*, de Terry Gilliam.

Tómese un descanso

Hacer una pausa cuando se buscan respuestas a un reto de manera activa puede ser la clave para resolverlo. A simple vista parece lo contrario a lo que indica el sentido común, pero de vez en cuando sucede que, al dejar de pensar en un problema y dedicarnos a otra cosa, se nos ocurren entonces las ideas.

Relájese y haga algo que le guste (por ejemplo, pasear, leer o escuchar música). De ese modo traslada el problema desde el primer plano hasta el fondo de su mente, donde otra parte de la imaginación asumirá el reto sin reparos y se pondrá a trabajar mientras piensa que lo ha aparcado temporalmente. Asegúrese, por tanto, de incluir un momento de relajación dentro de su proceso creativo (*véase* Descubra su propio proceso creativo, pág. 176).

Salga a dar una vuelta

A muchas personas se les ocurren buenas ideas mientras conducen. Una diseñadora entrevistada para este libro se dio cuenta de que parecía que sus ideas cobraban forma siempre en un determinado tramo de camino al colegio.

«Cuando soy yo mismo, [estoy] completamente solo y de buen humor, ya sea viajando en un carruaje, o paseando después de un buen almuerzo, o durante la noche, cuando no puedo dormir. Es en estas ocasiones cuando mis ideas fluyen mejor y de forma más abundante.»

Fragmento de una carta del compositor Wolfgang Amadeus Mozart, h. 1789

«Las mejores ideas, los pensamientos más creativos, surgen cuando no estamos pensando. Hay un aspecto realmente importante de nuestra semana que olvidamos: el tiempo en el que no hacemos nada.»

Gavin Pretor-Pinney, escritor y fundador de la Cloud Appreciation Society

Marcel Duchamp por Man Ray, 1919
A la hora de buscar ideas, tomarse un descanso es tan importante como buscar respuestas activamente.



«He descubierto que las buenas ideas se me ocurren cuando estoy muy relajado [...]. Me encontraba en una playa, en Bournemouth, paseando con mi mujer, cuando de pronto se me ocurrió la idea.»

Alf Adams, físico, refiriéndose al momento en que tuvo la idea para los láseres que alimentan Internet, los ratones de ordenador, los DVD, los CD y los escáneres de los supermercados

«El subconsciente realmente se pone a trabajar [...]. Las mejores ideas surgen cuando estás paseando, o cuando no piensas en la idea. El subconsciente es esa enorme cosa congelada bajo el agua que trabaja a fondo cuando no te das cuenta.»

Graham Linehan, guionista de las comedias de televisión *Father Ted (Padre Ted)* y *The IT Crowd (Los informáticos)*

Proyecto

Haga algo distinto: relájese. Experimente con diferentes equilibrios de tiempo entre el trabajo activo y los descansos. Descubra qué actividades relajantes le funcionan mejor (véase *Descubra su propio proceso creativo*, pág. 176).

«Las mejores ideas se me ocurren en el automóvil. En él no haces nada práctico. El pensamiento divaga y adopta un modo distinto. Es como si trabajase en dos niveles: voy conduciendo y al mismo tiempo estoy en otra parte. Pensar en el modo de solucionar un problema siempre me funciona en el automóvil.»

Lotte Romer, música y escritora

«Sabes que es una gran idea si has tenido que detener tu vehículo para anotarla.»

John Firewater, diseñador

«Llena tu mente consciente de información y, a continuación, desata tu proceso de pensamiento racional. Puedes estimular ese proceso saliendo a dar un largo paseo, o con un baño caliente, o tomándote una copa de vino. De pronto, si la línea telefónica de tu subconsciente se abre, una gran idea brota en tu interior.»

David Ogilvy, publicista

Sueño despierto

Soñar despierto es una actividad especialmente creativa y, sin embargo, menospreciada por profesores y jefes. Cuando soñamos despiertos, la mente divaga, el pensamiento es libre, sin método, lógica ni objetivos.

«¿Qué ven las nubes cuando sueñan despiertas?»

Taika Waititi, director de cine, escritor, pintor, cómico y actor

«Quién no recuerda mirar las nubes y descubrir formas, de pequeños, cuando éramos maestros de la fantasía [...]. Los adultos somos reacios a dejar que nuestra imaginación se deje llevar por la brisa [...]. Debéramos vivir con la cabeza en las nubes de vez en cuando.»

Gavin Pretor-Pinney, escritor y fundador de la Cloud Appreciation Society



En esos momentos en los que se pierde la atención, el cerebro parece increíblemente juguetón, espontáneo, libre y sin censuras, y es capaz de establecer asociaciones y conexiones a las que no se podría llegar por ningún otro medio. «Una fantasía es esa fuente que vierte pensamientos nuevos y extraños en la conciencia», sentencia Jonah Lehrer, redactor del *New Yorker*.

«Soñar despierto permite a la mente crear ideas [...]. Mi idea de la radio surgió de un programa de televisión sobre el VIH y el sida en África, en el que se decía que la enfermedad solo podía prevenirse con información, pero no había electricidad ni pilas... Empecé a soñar despierto sobre el funcionamiento de los viejos gramófonos de cuerda y a partir de ahí surgió todo.»

Trevor Baylis, inventor de la radio de cuerda

Proyecto

En esta era digital parece que hay pocas oportunidades para soñar despiertos: tenemos demasiadas cosas que ver, responder y actualizar. Tómese su tiempo para tener la cabeza en las nubes y fotografíe todo lo nuevo que vaya encontrando.

¡Viva lo absurdo!

Lo absurdo se encuentra en el germen mismo de algunas de las ideas más creativas de los siglos XIX y XX. Lewis Carroll y Edward Lear utilizaron el absurdo en narrativa; los hermanos Marx, Spike Milligan y los Monty Python lo explotaron como fuente de inspiración para la comedia; Samuel Beckett lo incluyó en su teatro; Elsa Schiaparelli, en el diseño de moda; Frank Zappa, en la música, y los dadaístas y los surrealistas, en la creación artística.



Las ideas absurdas ignoran las reglas y las certidumbres de la lógica y del mundo racional, y las sustituyen por el sinsentido, la ambigüedad y lo irracional. Con frecuencia incluyen combinaciones extrañas de cosas completamente incongruentes: por ejemplo, un «encuentro fortuito entre una máquina de coser y un paraguas sobre una mesa de disección». Estas palabras forman parte de una poesía del padre del absurdo, el francés Isidore-Lucien Ducasse, conde de Lautréamont (véase pág. 53).



Nina Saunders, *Exhale*, 2007
(pág. anterior)

Los choques extraños forman parte del trabajo de esta artista. www.ninasaunders.eu

Markus Hafer, *Tour de la réalité*, 2010 (inferior)

Este artista instala una bicicleta en la pared, estableciendo una conexión irreconciliable. www.markushofer.at

.....
«Creo que en diseño son necesarios un 30 % de dignidad, un 20 % de belleza y un 50 % de absurdo.»

Shigeo Fukuda, diseñador

.....
«El principal enemigo de la creatividad es el “buen” sentido.»

Pablo Picasso, artista

.....
«Lo absurdo es la única realidad.»

Frank Zappa, músico

.....



Elsa Schiaparelli, Sombrero zapato, 1937-1938
 Schiaparelli convirtió un zapato en un tocado en esta famosa colaboración con Dalí. Actualmente se encuentra en el Victoria and Albert Museum de Londres.



Cléon Daniel, Escalera esquinera y Mesa de billar plátano
 El artista y diseñador Daniel sorprende con versiones disparatadas de objetos familiares. Visite www.cleondaniel.com y consulte el libro *Unventions*.

Las ideas absurdas impactan debido a que son inconexas. Por mucho que nos esforcemos en relacionar los elementos en nuestra imaginación, siguen siendo irreconciliables porque no responden a los referentes tradicionales o establecidos (aunque para que tengan éxito es preciso que exista un equilibrio entre los elementos que despierte la curiosidad, entretenga o nos haga pensar).

Dar cabida a lo absurdo puede desembocar en ideas innovadoras. Nunca descarte las ideas que parezcan ridículas o absurdas: considérelas siempre como posibles soluciones.

Proyecto

Con el lenguaje visual de los sistemas de señalización, cree señales absurdas que confundan al espectador y le invite a pensar o a reírse.

Póngase en manos del azar

El azar fue una estrategia creativa fundamental para los artistas, escritores y poetas surrealistas. Lo consideraban un modo de liberar el pensamiento de las limitaciones del mundo racional y descubrieron que era capaz de producir imágenes y textos que rivalizaban en intensidad con las imágenes que normalmente solo se encuentran en los sueños.

Salvador Dalí, *La tentación de san Antonio*, 1946
La obra de Dalí incluye numerosos ejemplos de imágenes oníricas y extrañas yuxtaposiciones.



Practicaban juegos de dibujo basados en el azar, entre ellos el del Cadáver exquisito. En él, los jugadores dibujan por turnos la cabeza, el cuerpo y los pies de una persona, pero ocultando cada parte (doblando el papel) antes de pasarlo al siguiente participante. Mediante el azar se forman nuevas relaciones entre cada parte del dibujo, de modo que se revelan conexiones que serían imposibles de descubrir por otros medios. Los surrealistas también jugaron a juegos similares con collages y palabras (de nuevo, manteniendo cada nueva participación oculta hasta el final del juego). Los resultados servían como puntos de partida para la creación de obras artísticas.

Artistas, escritores y músicos han utilizado, y todavía usan, estrategias similares con el azar: entre otros, William Burroughs, David Bowie y Brion Gysin, que cortó capas de periódicos para descubrir yuxtaposiciones fortuitas de palabras e imágenes que únicamente se revelaban al retirar las capas.

El músico y artista John Cage (véase pág. 172) acostumbraba a lanzar una moneda al aire para determinar el tono, la duración y el volumen de algunas de sus composiciones.

«Haz esencial el azar.»

Paul Klee, pintor

Azar exquisito

A los surrealistas les gustaba el juego del Cadáver exquisito (*inferior*) para hallar ideas nuevas. La influencia de este enfoque se aprecia en muchas de las obras de Salvador Dalí (pág. anterior) y Magritte (pág. siguiente).



René Magritte, *El invento colectivo*, 1934 (*inferior*)

¿Un invento colectivo creado mediante el puro azar?

Pensamientos aleatorios

En sus reflexiones sobre el pensamiento lateral, Edward de Bono recomienda elegir una palabra al azar como método para guiar el pensamiento en nuevas direcciones. Las agencias de publicidad emplean una estrategia similar. La directora de proyectos Aya Abou-Taha recuerda cómo elegían «una palabra del día al azar: el juego consistía en intentar utilizarla en las conversaciones, chismorreos, presentaciones y proyectos en los que estábamos trabajando. Funcionaba estupendamente como catalizador y generaba nuevas ideas».



Proyectos

Juegue al Cadáver exquisito con los dibujos y las palabras que vayan surgiendo al azar.

Utilice el método surrealista llamado «dibujo automático». Empiece dibujando en una hoja de papel sin un tema preconcebido o una composición en mente. Deje que el bolígrafo o el lápiz se desplacen rápidamente, sin un control consciente. Tras un par de minutos, páselo a un compañero para que lo complete (véanse también los dibujos automáticos de André Masson).

Juegue a la «palabra del día».

Enciérrese

Las restricciones pueden fomentar la creatividad. Alan Fletcher, diseñador y experto en creatividad, comenta en ese sentido: «Lo peor que alguien me puede decir es “Haz lo que quieras”. Yo necesito establecer mis propios límites y encerrarme».

Estar limitado (verse sometido a una falta de opciones) aporta un elemento contra el que luchar. Por contradictorio que resulte, facilita el desarrollo de ideas porque las opciones son más simples y la tarea está muy clara: se sabe que eso es todo lo que se tiene para conseguir que funcione.

El desafío del fotomatón
(*inferior* y pág. 145)

Respuestas de estudiantes de arte al desafío de ser creativos dentro de los límites de un fotomatón.



Limitaciones y edificios creativos

Resulta interesante que muchas empresas muy creativas opten por establecerse en edificios antiguos reconvertidos. Existen numerosos ejemplos: el estudio de Eames se encontraba en un viejo garaje; el de Ron Arad está en una antigua fábrica de pianos; la Tate Modern de Londres se ubica en una antigua central eléctrica. Tener que trabajar con las limitaciones de la configuración existente de salas, paredes, techos y proporciones da lugar a espacios mucho más dinámicos e interesantes que los de nueva construcción.

Fuerce la creatividad

Obligarse a trabajar dentro de unos límites puede conducir a soluciones mucho más creativas. Al establecer deliberadamente algunas limitaciones se revelan opciones (*derecha*):

Pregúntese...

¿Qué haría si solo dispusiese de la mitad del presupuesto?

¿Qué haría si solo tuviese la mitad del tiempo para solucionar el problema?

¿Qué haría si solo pudiese utilizar material estándar?

¿Qué haría si solo pudiese emplear piezas que ya tengo?

¿Qué haría si solo me permitiesen usar 2, 4, 8 o 16 piezas?

¿Qué haría si tuviese que trabajar sin ordenador?

¿Qué haría si solo pudiese trabajar con los materiales más baratos?

Proyecto

El desafío del fotomatón: los fotomatones parece que ofrecen pocas opciones. Se trata de un cubículo diminuto instalado con hormigón o atornillado al suelo, con una iluminación fija, un objetivo fotográfico con una exposición predeterminada y fondo negro y un campo de visión muy limitado. El reto consiste en ser creativo dentro de todas esas restricciones.



Mezcle formatos

Aplicar un formato existente ya listo, probado y eficaz de un campo a otro puede dar lugar a grandes innovaciones.



Embalaje farmacéutico aplicado a la música

Farrow Design envolvió el álbum *Ladies and Gentlemen We Are Floating in Space*, de Spiritualized, utilizando un sistema de diseño habitual en los fármacos. Parece una caja de pastillas; cada blíster contenía un CD, que había que extraer del envoltorio. Los créditos se imprimieron

a modo de prospecto, que además contenía advertencias sobre los posibles efectos secundarios de escuchar a la banda. Farrow usó el estilo tipográfico de las salas de accidentes y urgencias de los hospitales británicos para el siguiente álbum de Spiritualized.
www.farrowdesign.com



Aplicar técnicas de ventas de inmuebles a un festival de diseño

El típico formato utilizado para anuncios de ventas de inmuebles proporcionó un modo muy original de promocionar un festival de diseño anual.
www.cheltenhamdesignfestival.com

El inventor Owen Maclaren creó el primer cochecito plegable de bebé utilizando el sistema diseñado para los trenes de aterrizaje de los aviones de combate Spitfire de la segunda guerra mundial. James Dyson, a su vez, usó los sistemas ciclón empleados para succionar el serrín de los aserraderos y los aplicó al aspirador doméstico (véase Solucione sus frustraciones, pág. 96). Ambos revolucionaron diseños perfectamente afianzados. Una rampa en espiral es algo muy previsible en un garaje, pero resulta muy llamativa como pasarela en una galería de arte. Si existe algún formato que le resulte decepcionante o inadecuado, no dude en tomar prestado alguno de otro campo.

Proyecto

Inspírese en el transformismo del teatro para remodelar su vivienda o su espacio de trabajo.

Combine recursos

La combinación de infraestructuras y recursos ya existentes puede dar lugar a nuevas ideas muy interesantes.



Postes de luz combinados con postes de portería

El diseñador Tom Jarvis recurrió a los típicos postes de una portería para iluminar parques urbanos.

«El juego combinatorio parece que es la característica esencial del pensamiento productivo.»

Albert Einstein, científico

En las estaciones de metro de Beijing se puede pagar con botellas de plástico vacías gracias a una maravillosa idea que combina el sistema de venta de billetes con un banco de reciclaje de botellas. ¿Quién podría rechazar semejante idea?

¿Está harto de esperar en casa a que lleguen los productos que ha pedido? ¿Por qué no pide que los envíen al quiosco más cercano y los recoge cuando mejor le vaya? (Véase Soluciones sus frustraciones, pág. 96).

Estas dos ideas reúnen infraestructuras aparentemente distintas: al combinarlas, se redefinen, generan beneficios y adquieren atractivo. La tostadora del diseñador Robin Southgate, conectada con la previsión meteorológica *online*, ofrece otro gran ejemplo: anuncia el tiempo del día durante el desayuno al imprimir los símbolos de solcado, nublado o lluvioso en las tostadas.



Combinar reciclaje y transporte público (superior)

Una idea genial: pagar el trayecto reciclando residuos.

Buena combinación (derecha)

Simon Berry tuvo la brillante idea de distribuir gratuitamente medicamentos básicos en las zonas alejadas del África rural, adaptándolos a un sistema de distribución ya existente: el de las cajas de Coca-Cola. El diseño del Kit Yamoyo («Kit de vida») encaja perfectamente en los huecos que quedan entre las botellas.



También es posible combinar recursos nuevos con otros ya existentes. Para llevar la innovación de la luz eléctrica a los hogares, en la década de 1880, Thomas Edison, el mago de los inventos, utilizó tuberías de gas ya existentes para instalar los alambres y colocó bombillas en lámparas de gas que ya existían. En la actualidad, se distribuyen máquinas para purificar agua y medicamentos para tratar enfermedades comunes que siguen provocando una gran mortalidad infantil en zonas remotas de África mediante infraestructuras de transportes ya consolidadas de la industria de los refrescos (véase pág. 149).

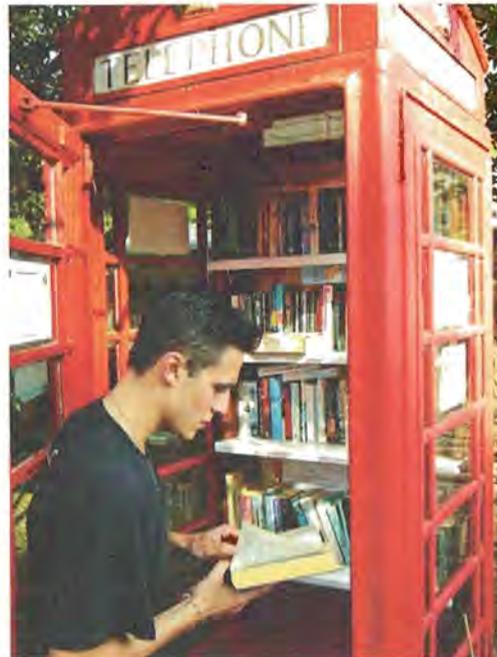
En lugar de intentar crear sistemas o infraestructuras completamente nuevos, analice los productos, los aparatos y los métodos comunes de entrega, compra, transporte, comunicación, distribución, difusión de la información y el ocio, y las posibilidades para combinarlos e interconectarlos.

Combinar la tecnología de los teléfonos móviles con los sistemas domóticos también ofrece numerosas posibilidades nuevas. Las ideas desarrolladas en este campo incluyen lavadoras innovadoras, alarmas contra incendios y sistemas de calefacción central.

Proyectos

Genere ideas en que se combinen mensajes de texto con fotomatonés, máquinas expendedoras, dispensadores de agua fría o máquinas de videojuegos.

¿Cómo podría dar un nuevo uso a la red de cabinas telefónicas? Existe una solución en Glendaruel (Escocia): en la cabina de la localidad se ha instalado un desfibrilador. En otros lugares, las cabinas hacen las veces de microbibliotecas.



Conviértase en todo un narrador

Las grandes historias llevan al público a través de un viaje emocionante por una serie de ideas enlazadas de manera brillante. Chistes de una línea, anuncios de televisión de treinta segundos, sketches de dos minutos, canciones y vídeos musicales de tres minutos, además de novelas gráficas, obras de teatro, ballets, óperas, películas, dibujos animados y videojuegos: todos se basan en una línea narrativa eficaz.



Los mejores ejemplos de diseño de libros, exposiciones, páginas web y revistas también implican al espectador porque presentan una narrativa envolvente. Los fotógrafos también tratan de explicar historias: en su caso, en una única imagen en la que todas las partes están relacionadas; de hecho, incluso se refieren a esa intersección perfecta de las piezas como «el momento narrativo».

«La narración es la manera más destacada de poner las ideas en el mundo.»

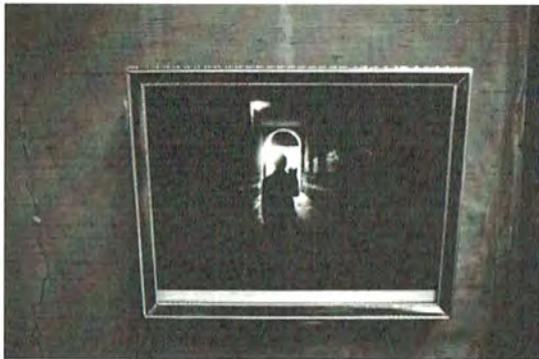
Robert McKee, escritor y profesor

«Somos animales narradores.»

Salman Rushdie, escritor

El juego del storyboard

Historias creadas mediante el juego del storyboard, en el que los participantes intervienen por turnos para empezar, desarrollar y completar historias.



Duane Michals, *Things Are Queer*, 1973
Una asombrosa historia cíclica, perfectamente planificada y ejecutada por el artista y fotógrafo Michals.



Las historias tienen que captar el interés del público, estimular su imaginación y transportarlo a otro lugar. Las mejores historias lo consiguen sumergiéndolo al lector, al oyente, al espectador o, en el caso de los videojuegos, al jugador, en el mundo único del narrador. Para ello, este debe emplear una voz o una visión muy peculiares.

Las grandes historias son muy personales. Las ideas que contienen nos llegan porque apelan a nuestros pensamientos o emociones a través del reconocimiento o por medio de la empatía. El director de cine Danny Boyle describe este fenómeno como «un vacío perfecto» en el que «no hay nada entre tú y la historia».

Serie de Street View

Los artistas Dan Glaister y Ali Kayley utilizan lugares de Google Street View como punto de partida para sus historias (véase «¿Qué más puedo hacer con esto?», pág. 58.)



En ocasiones, me imagino en la piel de un delincuente.



¿Cómo habría sido mi vida? ¿Qué habría aprendido?



Puede que hubiera recibido una educación clásica.



Podría haber tenido un pájaro y haberle enseñado a volar.



Haberle mantenido a salvo de los problemas.



Haberle dado un respiro.

Proyecto

Intente narrar una historia utilizando únicamente imágenes. Juegue con dos o más participantes.

Divida una pizarra o un papel grande en seis u ocho rectángulos iguales.

Un jugador dibuja una imagen inicial en el primer rectángulo. Debería ser lo que la actriz Ava Gardner describió como un buen anzuelo, un comienzo interesante e irresistible.

Los demás jugadores se turnan para completar la historia en los sucesivos rectángulos.

Cada jugador debería tratar de que las imágenes sucesivas supongan giros de la historia y confundan al espectador con movimientos inesperados. Se trata de que el público piense o sonría y sea incapaz de prever el final.



Proyecto

Invente y explique historias basadas en seis fotografías en color tomadas de revistas del corazón.

Se juega con dos o más participantes.

Seleccione seis imágenes de página completa (sin texto y de todo tipo de temas, como viajes, moda, deportes, naturaleza, retratos o noticias).

Coloque las imágenes en la pared, en una hilera horizontal, en el orden que prefiera.

Invente y explique historias breves basadas en lo que le sugieran las imágenes y su secuencia.

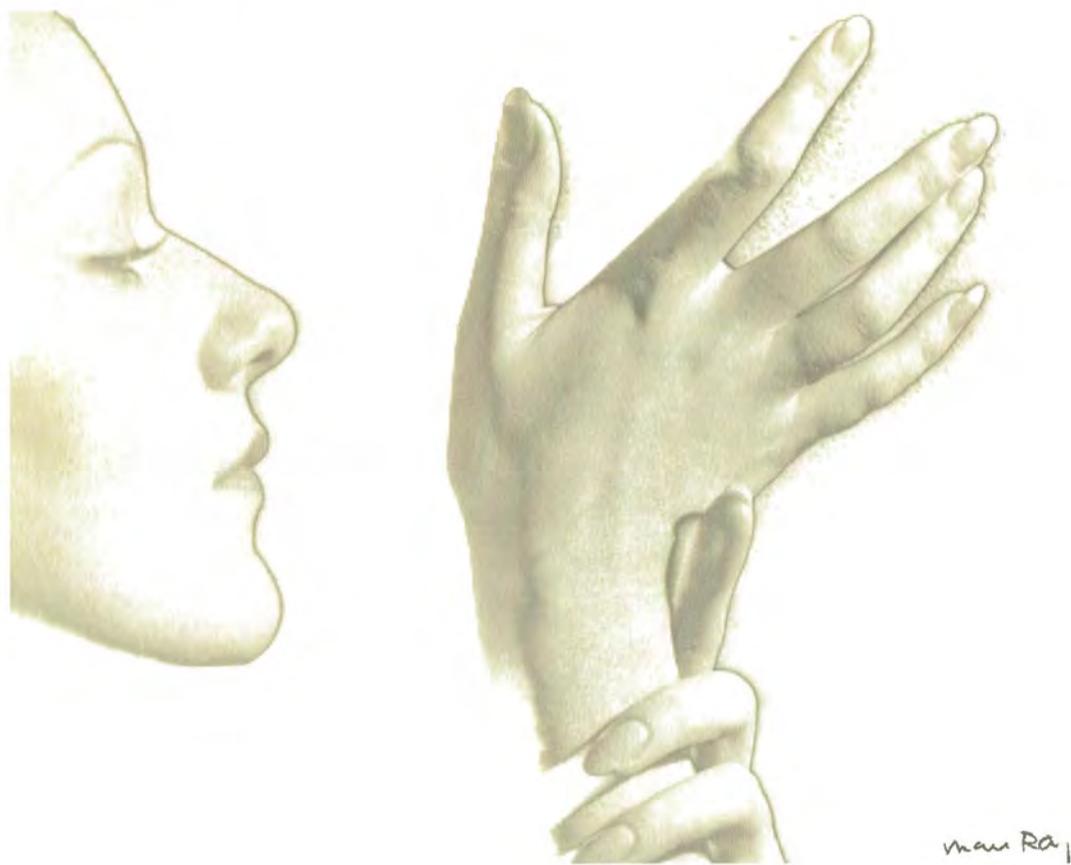
Utilice las mismas imágenes para explicar tres historias distintas:

- 1 Un drama.
- 2 Una historia de amor.
- 3 Una historia de fantasmas.



Valore los imprevistos

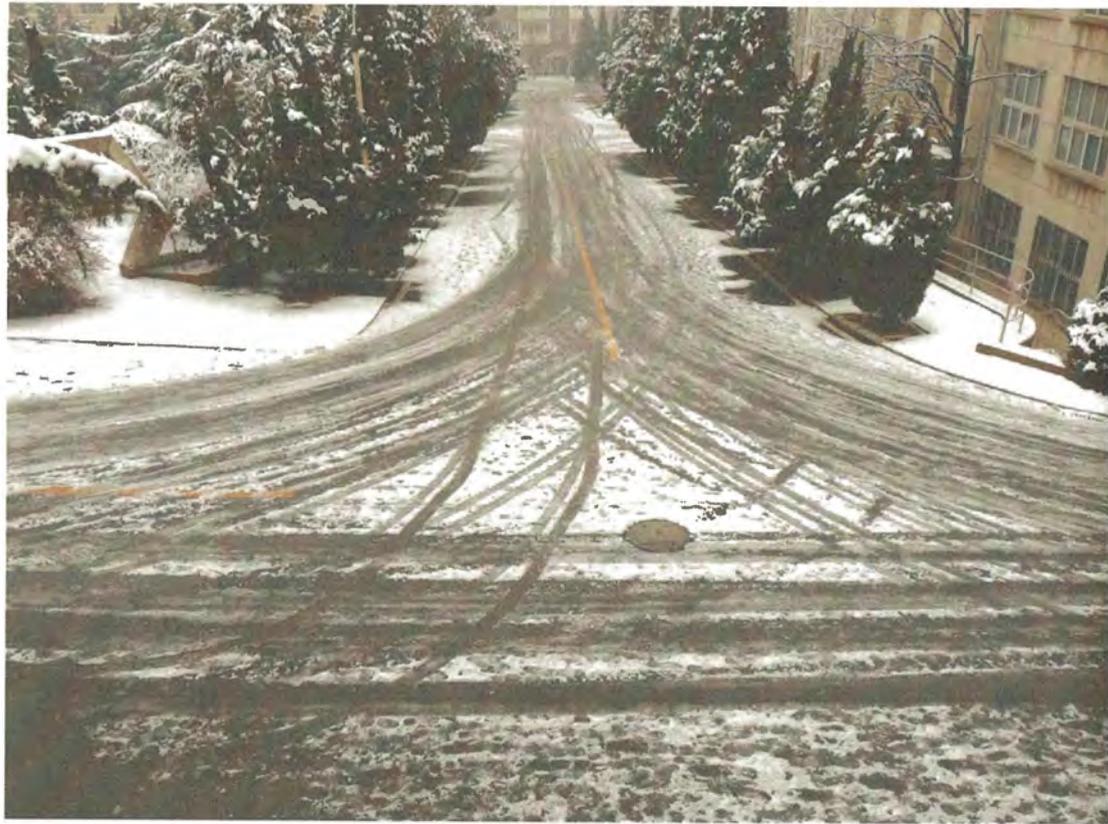
Numerosas ideas pioneras e innovadoras son el resultado de imprevistos, como, por ejemplo, el descubrimiento de las ondas electromagnéticas por parte de Heinrich Wilhelm Röntgen; la penicilina de Alexander Fleming; los tintes sintéticos de William Perkin; el celuloide de John Wesley Hyatt; el microondas de Percy Spencer; la solarización y los fotogramas de Man Ray, y la primera forma exitosa de fotografía permanente de Louis Daguerre.



*Perfil y manos, 1931 (pág. anterior),
Rayógrafo sin título, 1922. Ambas
de Man Ray*

El estadounidense Man Ray descubrió el proceso de la solarización (pág. anterior) y los fotogramas (inferior) a raíz de una serie de imprevistos ocurridos en su cuarto oscuro. Valorar esos accidentes afortunados, en lugar de desecharlos, le llevó a incorporar ambas técnicas en su obra fotográfica.





En algunos casos, esos imprevistos resolvieron un problema para los que se buscaba respuesta; otros, como Hyatt y Perkin, buscaban cosas completamente distintas. Para que haya un imprevisto es preciso entrar en acción. Todos esos descubrimientos se realizaron gracias a la búsqueda activa de ideas mediante la experimentación, no intentando resolver problemas mentalmente. Además, cada uno de esos inventores tenía una mente lo bastante abierta como para saber que no todos los accidentes deben considerarse productos de la mala suerte o desastres. Entendían que los resultados de un hecho inesperado pueden servir como punto de partida.

Accidentes afortunados

Mantenga una actitud abierta respecto a los imprevistos. Muchos pintores descubren formas nuevas en pinceladas o usos accidentales del color. Los resultados accidentales también son frecuentes en fotografía: cuando se toman fotos, se escanea, se imprimen imágenes o si el equipo no funciona bien, pueden surgir procesos o técnicas en los que no se habría pensado de otro modo y que podrían ser la base de nuevos avances. En cine, el director Nicolas Roeg recomienda dejar «¡que los accidentes ocurran!» (véase Juegue, pág. 10).



«De pronto, las líneas que había dibujado me sugirieron algo totalmente distinto, y de esa sugerencia surgió este cuadro. No tenía intención de hacer esta pintura; nunca pensé en ella. Fue como un accidente continuo tras otro.»

Francis Bacon, pintor

Obras de arte accidentales
Estas imágenes abstractas han sido creadas por casualidad, por accidentes fortuitos en la naturaleza y por la acción del ser humano.



Proyecto

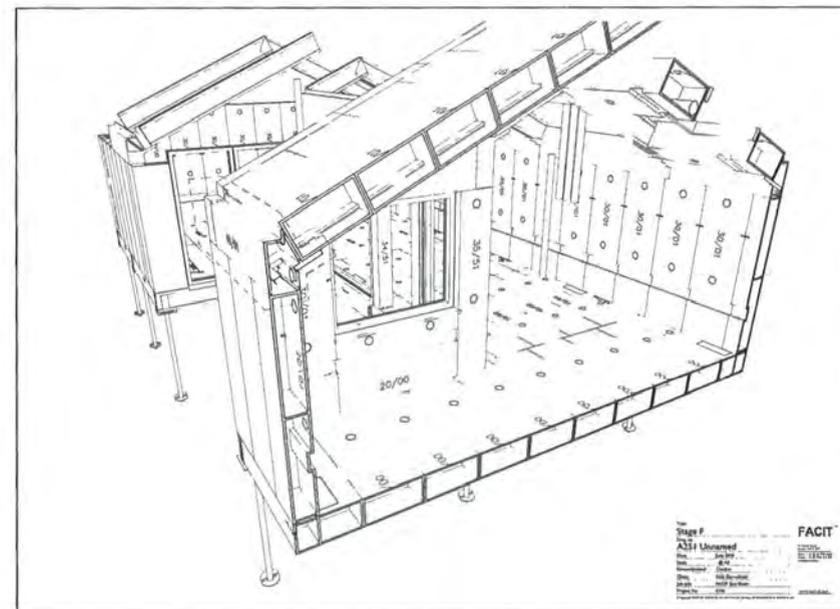
Busque y fotografíe dibujos accidentales, imágenes creadas por la acción de neumáticos, huellas o grietas en carreteras, aceras, paredes y edificios.

Atrévase

Muchos campos de la creatividad parecen ámbitos muy cerrados, restringidos a unos cuantos. No obstante, adentrarse en ellos con una mentalidad libre de normas y convenciones puede dar lugar a grandes innovaciones. La falta de conocimientos o experiencia sobre un tema puede desembocar en ideas, perspectivas y avances totalmente nuevos.

El diseñador húngaro Tibor Kalman brilló en varios campos en los que su grupo de diseño tenía poca o ninguna experiencia previa: por ejemplo, desarrollo urbanístico, dirección de vídeos, identidad de marca para inmobiliarias y portadas de discos. En palabras de Peter Hall, experto en diseño, «felizmente ignorante [...], el estudio intentó hacer algo que no se había probado antes [...], lo que llevó a algunos éxitos asombrosos».

El desconocimiento de lo que se considera imposible permite descubrir nuevas ideas y desafiar lo establecido. Como observa la fisióloga Nancy Rothwell, «al aproximarse al ámbito en cuestión sin tener necesariamente suficientes conocimientos para impregnarse de lo que está aceptado [...], se descubren visiones por completo nuevas de las cosas; lo que es aceptado en ese campo puede parecer muy extraño cuando se actúa con total ingenuidad».



Una innovadora Facit Home (superior)

Sin conocimientos sobre métodos de construcción, y con formación en bellas artes y diseño, Bruce Bell aportó un enfoque completamente nuevo de la arquitectura. Su empresa, Facit Homes, diseña una casa con una maqueta informática en 3D que incluye todos los aspectos del proceso de construcción. A continuación, en una fábrica móvil in situ, transforma los diseños digitales en componentes ligeros y muy fáciles de montar. El siguiente paso resulta tan sencillo como construir una casa con grandes piezas de Lego. Véase Actúe como un niño, pág. 34, y visite www.facit-homes.com

Tom Dixon, ropa deportiva Adidas (pág. anterior)

La formación de Dixon en diseño industrial le permitió adoptar un planteamiento nuevo en sus diseños de ropa deportiva, como este versátil abrigo que se convierte en saco de dormir.

Proyecto

El diseñador industrial Tom Dixon aporta una perspectiva nueva a la ropa deportiva: «No soy un gran deportista, así que puedo abordar el mundo del deporte con una actitud muy distinta [...]. Siempre me ha gustado ser un aficionado, alguien inexperto, y diseñar a partir de una perspectiva ingenua».

Aporte su perspectiva inexperta y su ingenuidad a un campo en el que sea totalmente ignorante; elija uno de los siguientes: diseño de calzado, fotografía de moda, sombrerería, cerámica, tipografía o arquitectura de paisajes. Nunca se sabe: sus ideas podrían abrirle puertas.

Cruce fronteras

Traspasar las fronteras de diferentes disciplinas suele dar lugar a nuevas ideas. No obstante, los ámbitos creativos (arte, diseño, ciencia, música, cine, danza, moda, literatura, arquitectura, ingeniería, teatro, publicidad, cocina, etcétera) se enseñan y se practican por separado.

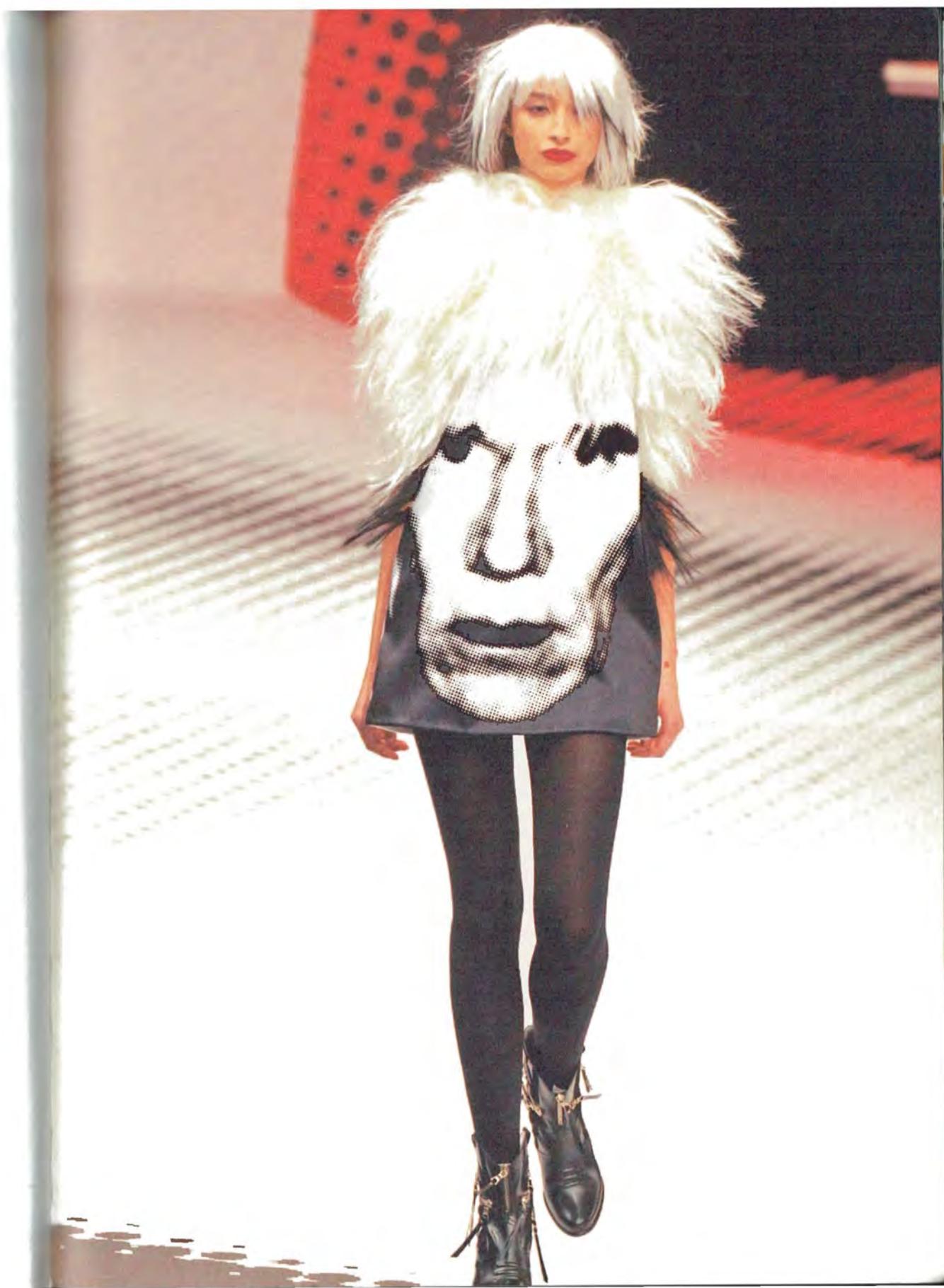
Podríamos añadir a esta lista más campos creativos, como la empresa, el deporte, la política y los conflictos armados. Cuando los descubrimientos, las estrategias y la práctica van y vienen libremente entre las fronteras de esas disciplinas, pueden surgir descubrimientos muy interesantes e innovadores. Un buen ejemplo de ello es la colaboración entre la diseñadora de moda Helen Storey y el químico Tony Ryan, que compartieron sus conocimientos de campos tan distintos para crear Catalytic Clothing: unos vestidos que se disuelven como una forma fácil de reciclar, y prendas que, al exponerse a la luz, descomponen los contaminantes presentes en el aire.

«No se hace ciencia pensando en las cosas en el laboratorio, se hace hablando con muchas personas distintas, con ideas procedentes de todo tipo de disciplinas.»

Carol W. Greider, científica galardonada con el premio Nobel

Jean-Charles de Castelbajac, vestido Andy Warhol, 2009

Este diseñador de origen marroquí acostumbra a cruzar fronteras y se inspira en el cine, los dibujos animados, los juguetes, los Teleñecos y, en este caso, el arte.



Cruce entre química y moda

Esta gigantesca instalación textil, creada por HWKN, muestra la innovadora tela catalítica desarrollada por la diseñadora de moda Helen Storey y el químico Tony Ryan.



Cruce entre ciencia, cocina y diseño

Los diseñadores Rodrigo García González, Pierre Paslier y Guillaume Couche crearon el ooho, una asombrosa botella comestible de agua capaz de sustituir a las botellas tradicionales. El agua potable se halla contenida en una

membrana de ingredientes naturales. La idea surgió al ver al chef Ferran Adrià en El Bulli introduciendo líquidos sabrosos dentro de esferas comestibles. Adrià, a su vez, se inspiró en la ciencia para trabajar con esas membranas.



Algunos grandes avances pertenecen al campo de la gastronomía: algunos chefs han optado por adquirir conocimientos científicos, como es el caso del catalán Ferran Adrià. Leonardo da Vinci también recurrió al campo de la cocina. Cuando un cliente le pidió que crease un banquete, decidió automatizar la cocina: diseñó cintas transportadoras para distribuir los platos e instaló un sistema contra incendios. Al descubrir que el personal era incapaz de crear los platos que había pensado como obras de arte en miniatura, recurrió a amigos artistas. Al final todo acabó en un desastre cuando el sistema de cintas falló, se declaró un incendio y los aspersores mojaron toda la comida (véase Fracase hacia el éxito, pág. 88). Una institución que cruzó fronteras de manera activa fue Bell Labs (véase Cambie el espacio, pág. 102). Invitaba de forma regular a jóvenes artistas, compositores, actores y músicos para trabajar con sus científicos, matemáticos e ingenieros, con resultados innovadores en música, cine, animación y gráficos por ordenador.

«Ábrete a otras cosas que te inspiren en lugar de limitarte a ver diseño. Tienes que exponerte a otros mundos para mantener la mente más activa.»

Hussein Chalayan, diseñador de moda

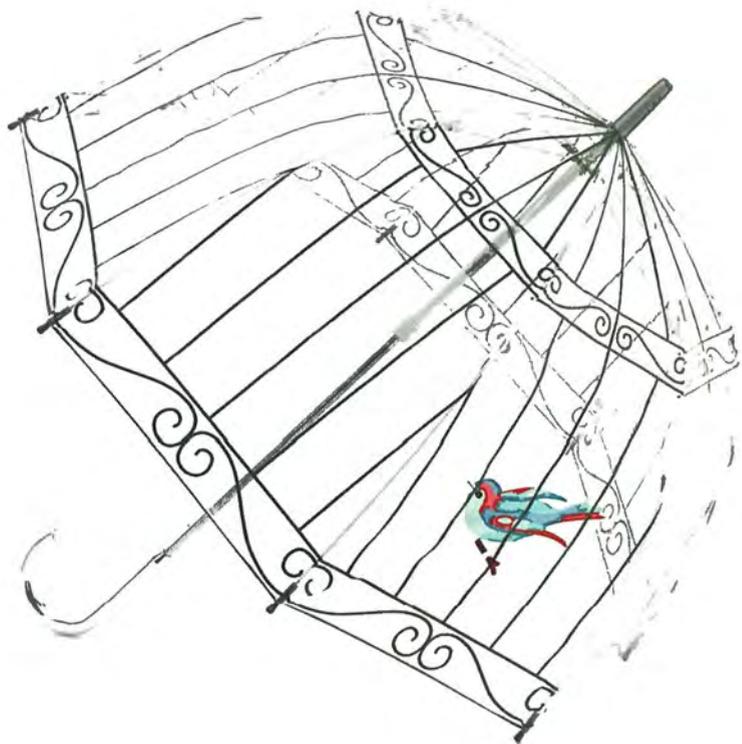
Proyecto

Traspase fronteras trabajando con un compañero de una disciplina completamente distinta. Comparta conocimientos y práctica.

Interprete las cosas literalmente

Estamos tan acostumbrados a utilizar las palabras que pasamos por alto oportunidades que podrían darnos ideas.

Por ejemplo, podría hacer un bulldog con lo que en inglés se denomina *bulldog clip* (una pinza sujetapapeles), una gallina con malla de alambre (la que se emplea en los gallineros), un pasamanos o un sillón (silla con brazos), tejer un chaleco de punto (*tank top*) con dibujos de tanques (*tanks*) o pintar postales y cajas de chocolate. El diseñador Daniel Eatock creó una fotografía de pasaporte de un pasaporte, y el artista Dick Jewel tomó instantáneas policiales (*mugshots*) de tazas (*mugs*; véanse págs. 170-171).



Lulu Guinness, Paraguas jaula (pág. anterior)

Descubrir que la estructura de este tipo de paraguas se conoce como «jaula» llevó a Lulu Guinness, la peculiar diseñadora de bolsos, a la idea de este diseño.

Tomarse las cosas al pie de la letra (esta página)

El sello sello de Daniel Eatock, un bigote manillar, un libro de mesa de John Brewer y un bigote lápiz.





Ideas mayúsculas

Estudiantes de diseño con su proyecto mayúsculo (letterhead, en inglés «letra-cabeza»).

Dick Jewell, Retrato de una nación (doble pág. siguiente)

«Mugshots» («fotos policiales», literalmente «taza-fotos»): cientos de tazas a la venta en eBay en un día cualquiera.

Proyecto

Cree una serie de fotos o una escultura inspiradas en interpretaciones literales de palabras o expresiones. Busque frases hechas, aquellas que al escucharlas o verlas escritas signifiquen algo que no se corresponda con su sentido literal.

Lleve la contraria

Determinados enfoques y actitudes tienden a generar nuevas ideas: entre otros, el entusiasmo, la amplitud de miras, el buen humor, la tenacidad y la independencia (rasgos muy positivos en todos los casos). La misma importancia tienen las actitudes aparentemente opuestas de la terquedad y llevar la contraria: también ofrecen resultados.

Lleve la contraria con terquedad ante las cosas que parecen ciertas e irreversibles. Tenga en cuenta siempre lo contrario. Dé la vuelta a las cosas en su mente. ¿No podría ser el óxido un proceso creativo en lugar de destructivo? ¿Los ojos rojos de las fotografías no podrían mejorar un retrato en lugar de verlos como defectos? ¿Un videojuego no podría consistir en construir cosas en lugar de destruir? ¿Las manchas de bebidas no podrían mejorar la superficie de una mesa? ¿Viajar lentamente no puede ser mejor que hacerlo más rápido? ¿La música no puede ser silenciosa? El compositor John Cage así lo pensó cuando compuso «4'33'», un tema de cuatro minutos y treinta y tres segundos en el que los músicos están presentes, pero no tocan sus instrumentos. Puede ver el vídeo en YouTube e incluso descargarse una app de la página web de Cage.

«Lo que me encanta de los estudiantes de arte es que, cuando todo el mundo en la industria empezó a crear tipografía en ordenadores, ellos comenzaron a tallar letras en piedras.»

Sandro Sodano, diseñador y fotógrafo

Cornelia Parker, *Materia fría y oscura: una visión detonada*, 1991

Lejos de la creencia según la cual el arte debe consistir en crear cosas, Cornelia Parker puso una bomba bajo un cobertizo de jardín para crear arte de la destrucción. Una idea explosiva.

Pensamiento contrario, opuesto e inverso

- Anuncie un hotel explicando a todo el mundo que es terrible (*véase* la famosa campaña del hotel Hans Brinker de Ámsterdam).
- Levante la mano si no quiere preguntar nada.
- Un cartel de un propietario perdido.
- «Estaba demasiado bien para asistir.»
- Una caja de cerillas con trocitos del Taj Mahal.
- ¿Qué ha pasado, que todo ha salido bien?

La escritora Evelyn Waugh vivió un día al revés: lo empezó con brandy y tabaco y lo acabó con un desayuno.

Proyecto

¿Cómo podría mejorar una película si todos los espectadores encendiesen su móvil en el cine? ¿Cómo podría mejorar un espectáculo si el público y los actores encendiesen el móvil al subir el telón?



Conviértalo en algo personal

Utilice cosas de su propia vida y de su propia experiencia para desencadenar ideas, cosas que sabe sobre usted o su familia, y también de su pasado.

Como afirma Al Jean, uno de los guionistas de *Los Simpson*, «sacas ideas de la vida real. De los profesores que tuviste, de los problemas por los que están pasando tus hijos, de cosas que te pasaron de pequeño, de lo que has leído en el periódico».

«Si eres consciente de algo sobre ti mismo que consideras que no es un rasgo especialmente atractivo de tu personalidad, y en lugar de intentar corregirlo lo incluyes en el proceso creativo de manera que nada sea negativo, todas tus disfunciones y deficiencias pueden enriquecer al personaje.»

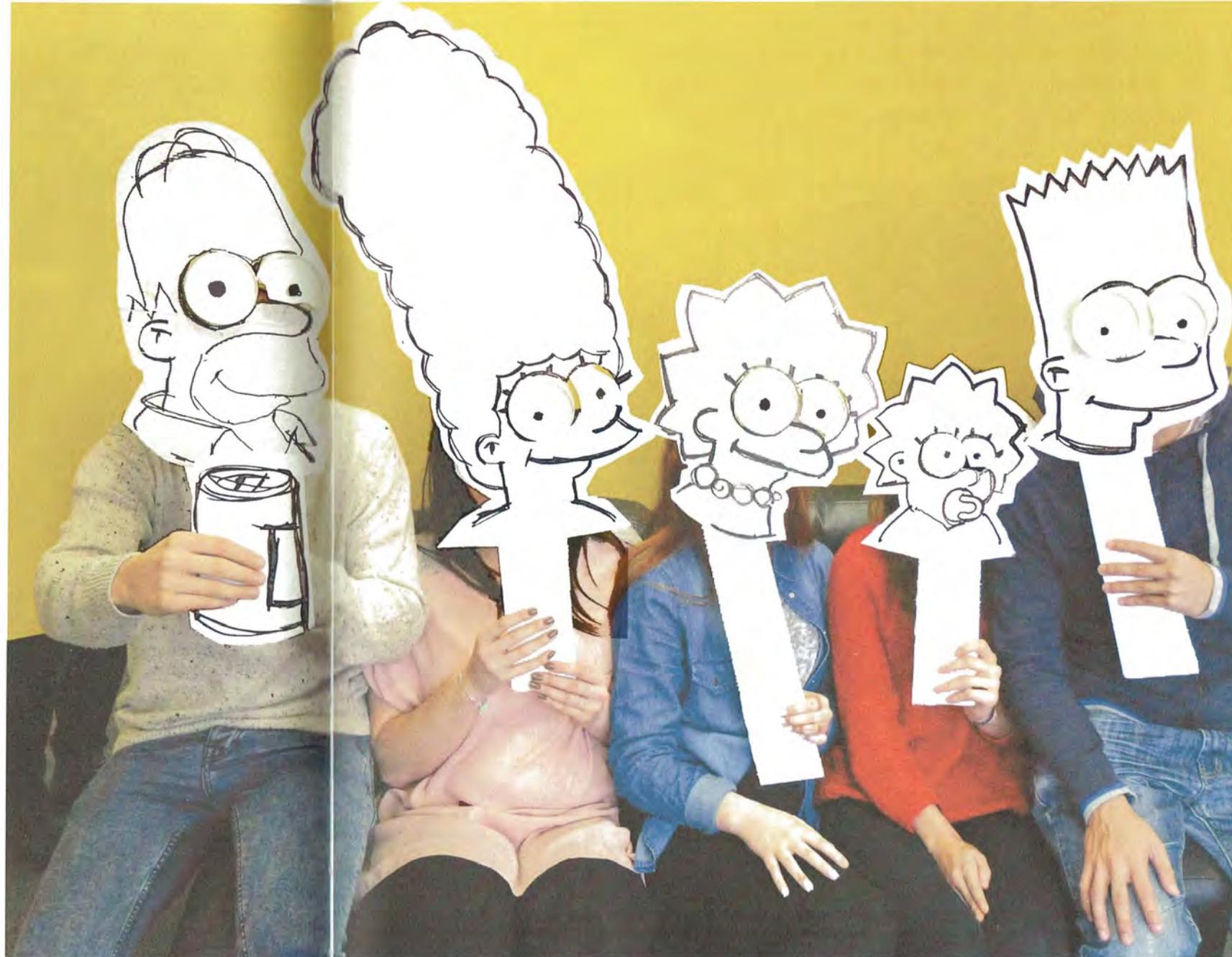
Steve Coogan, escritor y actor, creador de numerosos personajes cómicos

«Para que una foto sea genial, el propio fotógrafo tiene que formar parte de la imagen. Con esto quiero decir que, cuanto más incluya de sí mismo, sus puntos de vista, sus prejuicios, su nostalgia, y cuanto más comprometido esté, más posibilidades tendrá la foto de ser única y hermosa.»

Henry Wolf, diseñador gráfico y escritor

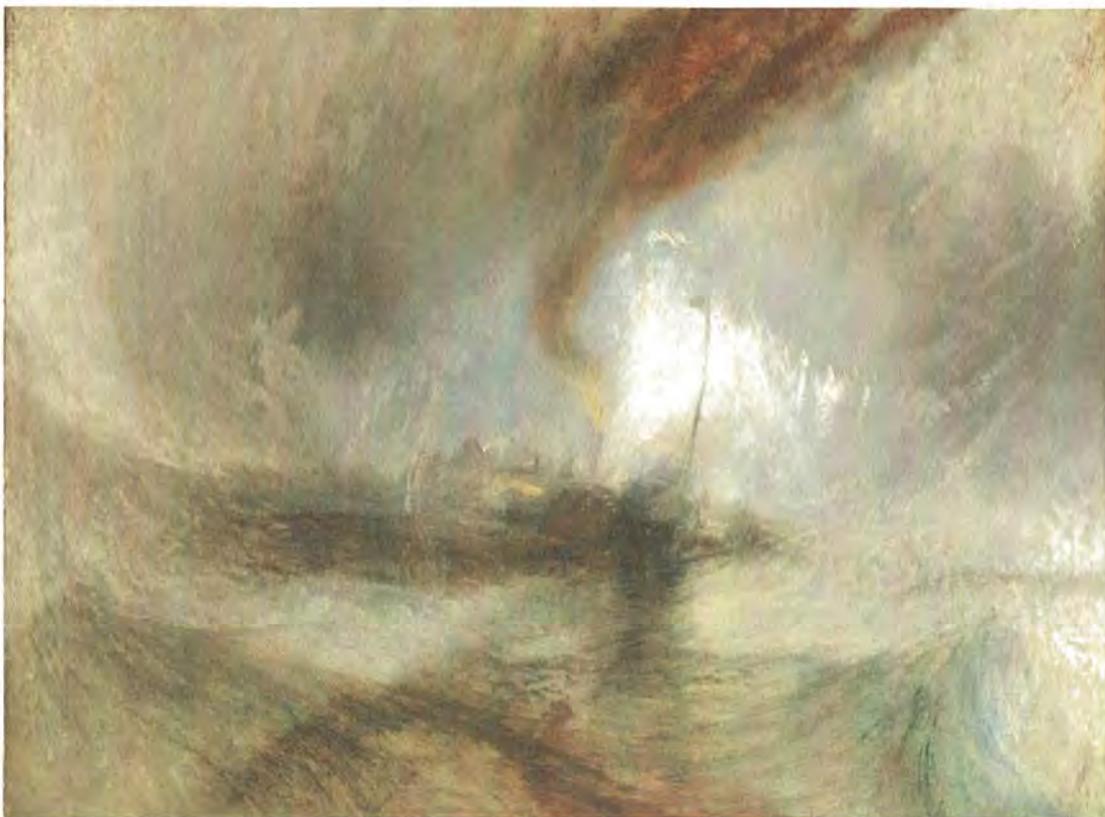
Proyecto

Reescriba su propia historia creando una escena de *Los Simpson* basada en alguna experiencia personal.



Descubra su propio proceso creativo

Tener ideas de manera rápida y continua es fundamental para entender en qué condiciones se es más productivo desde el punto de vista creativo. El compositor ruso Tchaikovsky nos dejó esta sabia reflexión: «Si esperamos el momento, sin esforzarnos por encontrarlo a medio camino, caemos fácilmente en la indolencia y la apatía».



Atado

Se dice que para pintar *Tormenta de nieve - Vapor junto a la entrada de un puerto* el pintor J. M. W. Turner pidió que lo atasen al mástil de un vapor con el fin de experimentar de primera mano una tormenta en el mar.

Elija sus herramientas

Las condiciones que nos hacen más creativos son únicas; analice qué tipo de entorno le resulta más fructífero e inspirador.



Reflexione sobre sus éxitos con las diferentes sugerencias propuestas en este libro. ¿Qué actividades, entornos y colaboraciones le han situado en un estado mental más propicio para tener grandes ideas? Identifique las rutinas, los momentos del día, las pausas y los momentos de sueño que mejor le funcionan a la hora de estimular su pensamiento consciente e inconsciente.

Proyecto

Descubra el proceso creativo de sus héroes de ideas. Algunos son maravillosamente extravagantes:

El poeta alemán Friedrich Schiller trabajaba mejor con el olor de manzanas podridas.

El pintor J. M. W. Turner se hizo atar al mástil de un barco de vapor para pintar tormentas.

El novelista francés Marcel Proust prefería escribir en la cama, en una habitación revestida con corcho para aislarse por completo del ruido.

Winston Churchill y la novelista francesa Colette también escribían en la cama (no juntos...).

El cómico estadounidense Jerry Seinfeld solo escribe en cuadernos de papel amarillo.

Justo a tiempo

Del mismo modo que la mente se acelera cuando se encuentra ante un desafío (véase *Valore las primeras ideas*, pág. 26), también lo hace cuando se acerca una fecha de entrega. En inglés, el término *deadline* (plazo, fecha de entrega) procede de la línea que había en torno a los campamentos de prisioneros: si alguno la cruzaba, recibía un disparo...

Esa presión, junto con la experiencia adquirida en el proceso de tratar de resolver el problema, puede provocar que una idea final se consolide en el último momento (o minuto). Aunque unas imágenes o un prototipo estén completos y se haya ensayado la presentación, nunca ignore esa idea final: podría ser la mejor.

En el campo de la creatividad comercial, algunos profesionales deciden imprimir tal ritmo a su proceso creativo que esa presión constituye un elemento fundamental para terminar proyectos... justo a tiempo (véanse *Descubra su propio proceso creativo*, pág. 176, y *Enciérrese*, pág. 143).



Tic, tac

A medida que se acerca una fecha de entrega, adoptamos un estado mental distinto.

Proyecto

Pruebe a dejar las cosas para el último minuto. Recopile y compare sus ideas de último momento. Piense en un título para esa colección.

Practique, pratique, pratique

Cuanto más pratique en la resolución de problemas y en buscar ideas que funcionan, más fácil le resultará. Entenderá cada vez mejor los métodos, los procesos, las actividades y los tipos de pensamiento que se traducen en resultados, y ganará confianza en sus propias capacidades.

Espero que este libro le haya proporcionado algunos hábitos nuevos de búsqueda de ideas que le lleven a descubrir todo un filón de buenas ideas.

¡¡ESTO ES TODO, AMIGOS!!



Turista: ¿Cómo se llega al Carnegie Hall?
Neoyorquino: ¡Practique, pratique, pratique!

Chiste popular

«Es extraño: cuanto más practico, más suerte tengo.»

Gary Player, uno de los mejores golfistas de la historia

La práctica hace al maestro

No deje de buscar nuevas ideas y de traspasar cosas que tiene en la cabeza a la de otras personas.

Índice

A

Abou-Taha, Aya 142
Absolut, vodka **85**
absurdo 136-139
acumular 80-81
Adams, Alf 134
ADN 50
Adrià, Ferran **95, 165**
Albers, Josef **12, 12**
Allemagne, Heine 97
Allora & Calzadilla **117**
analogías 90-92
Arad, Ron **11, 93, 144**
Archigram 33
Aristóteles 87
Astaire, Fred **78**
Attenborough, David
100
automática 142
automóviles 28, **94, 95**

B

B&O **103**
Bacher, Jason **17**
Bacon, Francis **109, 159**
Bardout-Jacquet, Antoine
70
Bass, Saul 90
Bauhaus **12, 51, 102**
Baylis, Trevor 135
BBH 102
Beck, Harry 92
Beckett, Samuel 88
Bell, Bruce **161**
Bell Labs 102, 165
Benjamin, Walter 115
Berry, Simon **149**
Biró, László József 120
Blake, George 116
Bono, Edward de 142
Boyle, Danny 153
Brandt, Bill 34
Brewer, John **71, 167**
Brill, edificio 102
British Rail 21
Brunel, Isambard Kingdom
y Marc Isambard 53,
90
Buirge, Brian **17**

C

cabinas de teléfono **41, 150**
Cadáver exquisito 141, **141, 142**
Cage, John 141, 172
cambiar 93-95
Cameron, David 23
Capra, Frank 124
Carrall, Lewis **35, 136**
Carson, David 124
Castelbajac, Jean-Charles
de **162**
Centro Pompidou 33
Chadwick, Dan **94**
Chalayan, Hussein **29, 58, 165**
chistes 71-74, 151, 179
Churchill, Winston 177
cine 44, 45, **79**
Citroën Méhari **94**
Claxton, Guy 38
Cleese, John 49, 87
Cloud Appreciation Society
41, 132, 135
Coca-Cola **149**
colaboración 49-50, 162-165
Colette 177
combine recursos 148-150
competencia 50
Converse **56**
Coogan, Steve 174
Cooper, Ross 45
Copa Mundial **85, 97**
Coucher, Guillaume **165**
Crick, Francis 50
Crystal Palace 22, 45, **47, 67**
curiosidad 38

D

Daguerre, Louis 156
Dahl, Roald 34, 109
Dali, Salvador 130, **131, 138,**
140, 141
Daniel, Cléon **139**
Davies, Peter **109**
DDB Copenhagen **82**
Dench, Peter **38**
Deseño del fotomatón **143, 1**
45
dibujo, visualizar 44-48
diseño crítico, movimiento
del 33
Dixon, Tom **97, 120, 161, 161**
Droog **64, 65**
Ducasse, Isidore-Lucien 53, 137

Duchamp, Marcel **79, 132**
Dyson, James 54, 92, 96, **97,**
147

E

Eames, Charles y Ray 16, 106,
144
Eatock, Daniel **79, 166, 167**
Edén, proyecto 101
Edison, Thomas 22, 54, 88, 89,
130, 150
Einstein, Albert 148
ejército británico 64
empezar 24-25
entretenerse 126-127
errores 88, 102, 106, 108
espacios de trabajo 102-107,
108-110, 111-113, 144

F

fábricas 120-123
Facit Home **161**
Fanelli, Sarah **51**
Farrow Design **146**
Festival de Diseño de Londres
103
FieldCandy **92**
Firewater, John **18, 35, 114, 134**
Fischli, Peter 70
Fleming, Alexander 156
Fletcher, Alan 143
fracasar 88-89
Frame, Pete **53**
Francis, Mark **110**
froses hechos 169
Fröst, James 70
frustraciones 96-97
Fukuda, Shigeo 137
Fútbol de Asociación
de Palabras 87

G

Games, Abram 22
Gardner, Ava 155
Garnett, Jonathan **56**
Gebry, Frank 24
Gill, Bob 21
Gilliam, Terry 45, 65, **131**
Glaister, Dan **154**
Goldberg, Rube 70
Gondry, Michel 36
González, Rodrigo García
165

Grange, Kenneth 21
Greider, Carol W. 162
Guinness, Lulu **167**
Gutenberg, Johannes 92
Gysin, Brion 141

H

Hall, Peter 160
Hargreaves, Roger 35
Hassani, Massoud
100, 101
Heatherwick, Thomas 21,
22, 34, **90**
Hemingway, Ernest 23
héroes 54-55, 177
historias 151-155
Hitchcock, Alfred **131**
Hobbes, Thomas 38
Hofer, Markus **137**
Honda 70
Horne, Alex 74
Haugh, Ben **129**
Hughes, Patrick **125**
HWKN **164**
Hyatt, John Wesley 156,
158

I

ideas atrevidas 28-33
IDEO 16
imaginación 8-9
imprevistos 156-159
improvisación 116-119
inexperiencia 160-161
ingenio 40, **41, 66-70**
inspiración mientras se
conduce 132, 134
intuición 124-125
iPad **65**
iPhone **70**
Issigonis, Alec 45, **45, 95**

J

Jagt, Peter van der **65**
Jarvis, Tom **148**
Jean, Al 1/4
Jewell, Dick 166, **169**
Johnson, Clarence 106
juegos de palabras 72, 74,
véase también chistes
Juegos Olímpicos 9, 21, **82,**
85, 98
juego 10-15, 34, 102

K

Kalman, Tibor 160
Kandinsky, Wassily 128
Katrantzou, Mary **31**
Kay, Peter 80
Kayley, Ali **154**
Kettering, Charles 88, 103
Klee, Paul 141
Knight, Dan **58**
Koester, Arthur 74
Kroto, Harald 88

L

ladrillos **60, 62**
Land, Edwin 35, 88
Land Rover 45
Langford, Nigel **111**
Lear, Edward 136
Lego **19, 36, 161**
Lehrer, Jonah 135
Leonardo da Vinci 92, 165
Lewis, Marc 80
Lichtenstein, Roy 35
límites 143-144
Linehan, David 53, 134
Livio, Mario 88
llevar la contraria 172
Logo, juego **8, 9, 82**
Lucas, Sarah **110**

M

Maclaren, Owen 147
Magritte, René **141, 142**
Makepeace, John 98
Man Ray **132, 156, 157**
manifiestos 16-19, 24
Marí, Enzo **23**
Martin, Laura **19**
Martínez, Fernando 97
Marx, Groucho 73
Marx, hermanos 136
Masson, André 142
materiales 11, 12, **12, 13, 14, 29,**
89, 109, 144
Maugham, W. Somerset 8
McCoy, Winsor **131**
McDonald's 9, **82**
McKee, Robert 151
mentores 50
metáforas visuales **87**
mezclar formatos 146-147
Michals, Duane **152**
miedo 28, 34

Mingus, Charles 22
Mini 45, **45, 95**
Mitchell, Tom **16**
Moholy-Nagy, László 98
Monty Python 50, 87, 136
Moore, James **94**
Maurinho, José 106
movimiento moderno 16, 51
Moving Platforms **31**
Mozart, Wolfgang Amadeus
132
Mueck, Ron **109**
Munari, Bruno 22
música 15, 48, 53, 80, 87, 116,
128, **129, 172**
Myerson, John 103

N

naturaleza 98-101
Newton, Marc 96
nexos 82-85

O

Oei, Ralph 127
Ogilvy, David 53, 134
Ogilvy, James 12
OK Go 70
ósmosis 111-112

prototipos 14, 36, 54, 88, **89,**
92, 98
Proust, Marcel 40, 177
Proyecto Edén 101
Publicis **71**

R

Rae, Fiona **110**
Rams, Dieter 22
recolocación 75-79
Reid, Jamie **76**
relajación 132-134
Rhade, Robin **76**
Richardson, Terry 55, **56**
Robinson, Louis 66
Robinson, William Heath **66,**
70
Roeg, Nicolas 158
Romer, Lotte 134
Röntgen, Heinrich Wilhelm 156
Rothwell, Nancy 160
Rowenta **71**
Rushdie, Salman 151
Ryan, Tony 162, **164**

S

Saunders, Jennifer 34, 49
Saunders, Nina **137**
Schiaparelli, Elsa 136, **138**
Schiller, Friedrich 177
Schulze, Jack **65**
Schwartzman, Arnold **82**
Seinfeld, Jerry 177
sencillez 22-23
Sex Pistols **76**
Seymourpowell **32**
Shand Kydd, Johnnie **109, 110**
Shaw, George Bernard **110**
Shaw, Rod **20**
sillas 14
Silva, Pablo 97
Simpson, Los 174, **175**
Skunk Works (Lockheed) 102,
106
Sodano, Sandro 172
suñar despierto 135
Southgate, Robin 149
Speedo **98**
Spencer, Percy 156
Spiritualized **146**
Starck, Philippe 38
Steinberg, Saul 45
Storey, Helen 162, **164**

storyboard, juego del **151**
sueños 130-131, 140
surrealistas 16, 50, 136,
140-142
Synn Labs 70

T

Tárnésis, túnel 90
Tang, Rose 130
Tate Modern **51, 144**
Tchaikovsky, Pyotr Ilyich 176
Tela catalítica **164**
Tenniel, John **35**
Thomas, Dylan 111
Tinkering School 126
titulares 23
trasladar 128-129
Treacy, Philip **29**
trenes 21, **31, 114, 114**
Tulley, Gever 126
Turner, J. M. W. **176, 177**
Turrell, Jimmy **24**
Twitter 23

U

Universidad de Gloucestershire
105, 112
Unsworth, Mark **121**

V

viajar 114-115
visualizar 44-48

W

Waititi, Taika 135
Waldemeyer, Moritz **29**
Walker, Matthew 130
Wallis, Barnes 22
Watson, James 50
Waugh, Evelyn 172
Weiss, David 70
Westwood, Vivienne **76**
White Stripes, The 36, 87
Wieden+Kennedy 70
Wilcox, Dominic **96**
Wilks, Maurice 45
Wilson-Copp, Stan 24
Wimperis, Jack **47, 70**
Wolf, Henry 174
Wright, Orville and Wilbur 49, 50

Z

Zappa, Frank 53, 136, 137

Créditos de las fotografías

El autor y el editor desean dar las gracias a las siguientes instituciones y a los particulares que han proporcionado imágenes para este libro. En todos los casos se ha hecho todo lo posible para citar a los propietarios de los derechos, pero en caso de omisiones o errores, el editor no tendrá inconveniente en añadir la mención correspondiente en las posibles ediciones futuras de este libro.

Imágenes del autor:

8, 9, 11, 13, 14, 15SIZ, 15D, 33, 36SIZ, 36SD, 38, 40, 41, 42, 43, 45, 47, 48, 49, 54, 55, 60, 61, 62, 63, 68, 69, 72, 73, 85, 86, 87, 89, 94, 97S, 103, 104, 105, 107, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 121, 122, 123, 126, 127, 128, 129, 135, 141, 143, 145, 147, 150, 151, 155, 158, 159, 165, 167SD, 167I, 168, 169, 174, 177, 179

- 10 Frederick Wilfred, *Dos niños jugando con palos*, sin fecha. © Museo de Londres
- 12 Otto Umbehr, Joseph Albers y alumnos, h. 1928. © Phyllis Umbehr/Galerie Kicken Berlin/DACS, 2015
- 15iiz Imagen por cortesía de Hans Brinker Budget Hotel, Amsterdam
- 16 Cortesía de Tom Mitchell
- 17 Diseño de: Brian Buirge + Jason Bacher, imagen por cortesía de Good Fucking Design Advice
- 18 Johnny Firewater
- 19iz Laura Martin
- 19d Archivos de la facultad de Diseño Gráfico, Universidad de Gloucestershire
- 20 Rod Shaw
- 23 Cortesía de Danese, Milán
- 25 Cortesía de Jimmy Turrell
- 26 Paul Bradbury/Getty Images
- 28 Cortesía de Moritz Waldemeyer
- 29 Cortesía de Catwalking
- 30 Imagen por cortesía de Mary Katrantzou
- 31 Moving Platforms de PriestmanGoode. www.priestmangoode.com
- 32 Imágenes por cortesía de Seymour Powell
- 35 Colección privada, Londres
- 36iiz Cortesía de Cut Magazine
- 36id © WENN UK/Alamy
- 37 © Benoît Tessier/Reuters/Corbis

- 39 Peter Dench/Reportage/Getty Images
- 42cd Sheep Chair, 2011, Dominic Wilcox
- 44 ©British Motor Industry Heritage Trust
- 46s ©Victoria and Albert Museum, Londres
- 46i Jack Wimperis
- 51 Peter Kent
- 52 Cortesía de Pete Frame/Family of Rock Ltd.
- 56-57 Jonathan Garnett
- 58 Dan Knight, Heavenly Chorus (el órgano inflable de botellas)
- 59 Victor Boyko/Getty Images Entertainment
- 64 Bottoms Up, timbre para Droog de Peter van der Jagt. Fotografía: Gerard van Hees. www.droog.com Droog
- 65 Cortesía de Jack Schulze
- 66, 67 Colección privada, Londres
- 70 Jack Wimperis
- 71 Cortesía de Publicis/fotografía de Achim Lippoth
- 75 ©Victoria and Albert Museum, Londres
- 76-77 Cortesía del artista y White Cube
- 78 Mondadori Portfolio/Getty Images
- 79 Daniel Eatock
- 81 Nick Pride
- 82 Agencia: DDB Copenhagen, Creativos: Mikkel Møller & Tim Ustrup Madsen. Fotógrafos: Mikkel Møller & Tim Ustrup Madsen

- 83 Cortesía de Arnold Schwartzman
- 84 TBWA Absolut Country of Sweden Vodka & logo, Absolut, el diseño de la botella y la caligrafía son marcas propiedad de V & S Vin & Spirit AB ©199. Fotos de Graham Ford
- 91 Fotografía por cortesía de Jasper White
- 92 www.fieldcandy.com
- 93 Cortesía de Ron Arad
- 96 Dominic Wilcox
- 97iiz Peter Kent
- 97id Imagen por cortesía de Dyson Ltd.
- 98 © Clouds Hill Imaging Ltd./Corbis
- 99 David Hancock/AFP/Getty Images
- 100s David Buffington/Getty Images
- 100i, 101 Hassani Design BV
- 108 Jane Bown/Topfoto
- 109, 110 Cortesía de Johnnie Shand Kydd
- 111 Nigel Langford
- 117 Allora & Calzadilla Under Discussion, 2005. Video de un solo canal con sonido, color 6:14. Fotografía por cortesía de Allora & Calzadilla y Lisson Gallery
- 120 Mark Unsworth
- 125 © Patrick Hughes 2015. Todos los derechos reservados, DACS
- 131 Colección privada, Londres
- 133 White Images/Scala, Florencia/© Man Ray Trust/ADAGP, París y DACS, Londres, 2015

- 136 Nina Saunders, *Exhale*, 2007. Tamaño: 76 × 110 × 38 cm. Materiales: asiento de ventana victoriano, paloma disecada, embudo, imitación de ante, materiales de tapicería. Fotografía: Red Saunders
- 137 Markus Hofer, *Tour de la réalité*, 2010. www.markushofer.at
- 138 © Ullsteinbild/Topfoto
- 139 Cortesía de Cléon Daniel
- 140 Salvador Dalí, *La tentación de san Antonio*, 1946. © Reales Museos de Bellas Artes de Bélgica, Bruselas/© Salvador Dalí, Fundació Gala-Salvador Dalí, DACS, 2015
- 142 Scala, Florencia/© ADAGP, París y DACS, Londres 2015
- 146 Cortesía de Farrow
- 148 Imagen: Tom Jarvis, Helen Hamlyn Centre 2012/© Royal College of Art
- 149s © Liu Changlong/Xinhua Press/Corbis
- 149I Imagen por cortesía de Simon Berry
- 152, 153 Duane Michals, *Things Are Queer*, 1973. Nueve grabados en gelatina de plata con texto aplicado a mano. © Duane Michals. Cortesía de DC Moore Gallery, Nueva York.
- 154 Dan Gloister y Ali Kayley
- 156 Man Ray, *Perfil y manos*, 1932. Grabado en gelatina de plata (84.XM.839.5). The J. Paul Getty Museum, Los Ángeles/© Man Ray Trust/ADAGP, París y DACS, Londres, 2015
- 157 Man Ray, *Rayógrafa sin título*, 1922. Grabado en gelatina de plata (84.XM.840.2). The J. Paul Getty Museum, Los Ángeles/© Man Ray Trust/ADAGP, París y DACS, Londres, 2015

- 160 Cortesía de Tom Dixon
- 161 Copyright Facit Homes
- 163 Alain Benainous/Gamma-Rapha/Getty Images
- 164 Imagen por cortesía de HWKN/Michael Moran/OTTO
- 166 Cortesía de Lulu Guinness
- 167siz Daniel Eatock
- 167c John Brewer
- 170 Dick Jewell, *750 Mug Shots (Retrato de una nación)*, 2007, impresión con chorro de tinta, 120 × 190 cm
- 173 Cornelia Parker, *Materia fría y oscura: una visión detonada*, 1991. © Tate, Londres, 2015
- 176 J. M. W. Turner, *Tormenta de nieve-Vapor junto a la entrada de un puerto*, 1842 © Tate, Londres, 2015
- 178 American Stock Archive/Archive Photos/Getty Images

Agradecimientos

Me quito el sombrero ante Jo Lightfoot, Sarah Batten y Laurence King, que me han ayudado a dar forma a este libro; Gaynor Sermon, que se encargó de editarlo; Peter Kent, por su excelente trabajo de recopilación de imágenes, y Charlie Smith, por el diseño.

Gracias a los estudiantes de Shangái, Suzhou, Dalian, Londres y Gloucestershire por poner en práctica los proyectos.

Muchas gracias a las siguientes personas por su valiosa contribución a este libro:

Chris J Bailey, Dan Knight, Nina Saunders, Stan Wilson-Copp, Rod Shaw, Jack Schulze, Dominic Wilcox, David Myerson, Christine Bailey, Jerome Bailey, Elizabeth Bailey, Jack Southern, Mark Unsworth, Nick Pride, Jen Whiskerd, Stuart Wilding, Tim Adams, Trudie Ballantyne, Sharon Harper, Kieren Phelps, Piers Wall, Ruth Edge, Johnnie Shand Kydd, Jack Wimperis, Paul Grellier, Harley Grellier, Sarah Jackson, Paul Jackson, James Kriszyk, Jonathan Garnett, Chi Kwan, Tom Mitchell, Leah Duery, Heather Gromley, Charlotte Brooks, Lucy Blowing, Charlie Beeson, Nicola Summerville, Lisa Lavery, Jenny Yevgeniya Kuznetsova, Sirius Choi, Farida Sobhi, Bright Matitthep Subsakul, Dan Glaister, Ali Glaister, Bashy Glaister, Stanley Glaister, Nathan Glaister Garcia, Maddy Guinness, James Moores, Dan Chadwick, David Fitzsimons, James Reed, Taba Reed, Patrick Reed, Aidan Reed, Harry Reed, Tessa Reed, Rosie Reed, Ben Hough, Pavlos Kyriacou, Jimmy Turrell, Dick Jewell, Cléon Daniel, Louis Jones, Amanda Jones, Jo Leahy, Neil Walker, Aya Abou-Taha, Gela Jenssen, Jenny Robinson, Jingyang Lin, Jackie Yang Fan, Johnny Firewater y Dusty Baxter-Wright.

Gracias, también, a los siguientes seguidores, colaboradores, *consiglieri* y fuentes de inspiración: John Brewer, Nigel Langford, Kevin Jones – CFC y bar, Blaise Douglas, Kate Vincent-Smith y Red Saunders.

Dedicatoria:

Para Mo, Sarah y Umar.