

---

**INTENTE  
ALGO MÁS  
ATREVIDO**

---

Michael Johnson

---

233 trucos y  
consejos para ser  
creativos y tener  
grandes ideas,  
todos los días.

Ahora veremos  
**ALGUNOS**

\* Lo que verán a continuación son extractos del libro,  
resumidos en algunos casos cuando son muy extensos.

# La teoría de la **ESPONJA**

---

“Mira todo lo que te rodea como una fuente de inspiración, como referencias futuras. Absorbe todo lo que puedas”.

... “Busque su propia voz, no la de otro”



# Muy de vez en cuando, tenga presente **LA GUERRA RELÁMPAGO**

---

“Teníamos un cliente que parecía eternamente insatisfecho con lo que diseñábamos.

OK, bien.. pero nunca ¡le dieron al clavo!...

Así, ideamos un plan: Enviaríamos una solución por día, sin comentarios ni sesgos.. una y otra...En ocasiones 2 y 3 al día.

Finalmente llegó un correo que decía algo así: “**Gran material**”,  
**¿Cuál les gusta?**

...y supimos que lo habíamos logrado



# ¿Cómo quedaría en **UNA DIAPOSITIVA?**

---

“Cuando era joven viajaba de un país a otro con mi trabajo en diapositivas de cristal...”

Imaginaba mostrarlo proyectado, pero lo que hacían era verlos a contraluz en tamaño de 35x23 mm, perdiendo sutilezas...

Entonces decidí empezar a diseñar ideas que quedasen bien en ese formato... para un entorno contemporáneo donde los logos tienen que funcionar en la pantalla con tamaños muy pequeños.

Si no funciona así, es posible que no funcione en lo absoluto.



# ¿Logos que duran AÑOS O DÉCADAS?

---

“Hubo un tiempo en el que, inocente de mí, pensaba que las marcas tenían que durar para siempre. Después empecé a ajustar mi ambición a “al menos una década”. ¿Ahora? Al cabo de 5 años puede pasar cualquier cosa.

TIPS:

- 1** Evitar la tentación de diseñar algo actual (tendencia). -Fuentes clásicas... V&A, Shelter. (bodoni, helvética)
- 2** Trate el proyecto como una campaña entre 3 y 5 años, y después revíselo. Si en 5 años vuelve a cambiar, que así sea.



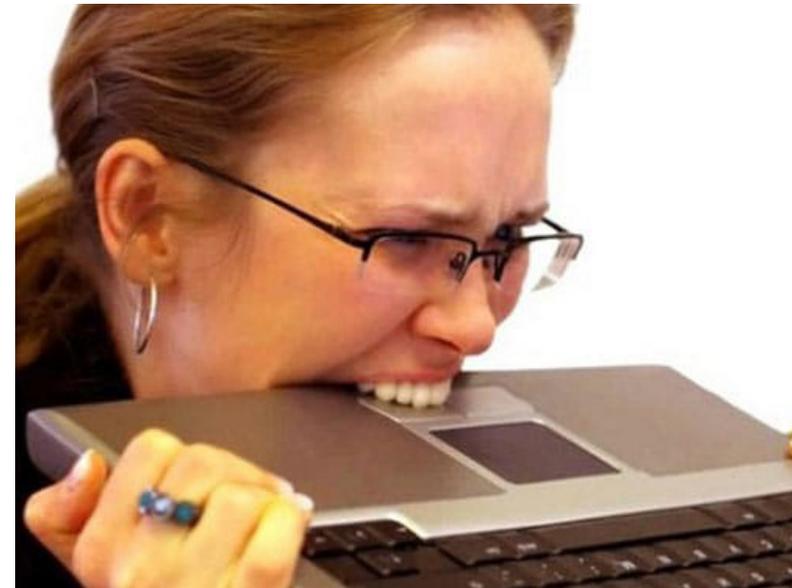
# No hay excusa para **NO SABER USAR EL COMPUTADOR**

---

“Puede quejarse de los programas o fingir que es un poco ludista en su funcionamiento. Lo cierto es que no hay excusa que valga.

TIPS:

- 1** Aprenda a utilizarlo
- 2** Apúntese a algún curso
- 3** Lea manuales
- 4** Deje de quejarse
- 5** Nunca permita que un computador le impida visualizar lo que tiene en la cabeza
- 6** Nunca permita que la versión del programa o computador le impida...

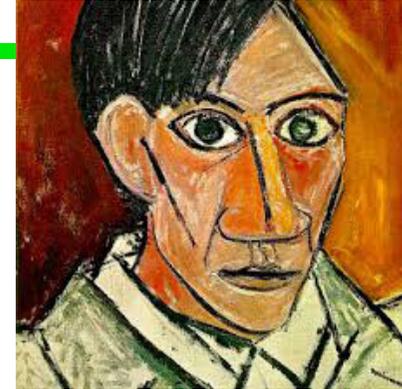


# Presupueste en función del valor **NO DEL TIEMPO**

“Se cuenta que Pablo Picasso se prestó a la petición de una atrevida mujer que en un parque le pidió un boceto. Recibió una sola línea dibujada en un trozo de papel... y la petición de 5-000 dólares.

Cuando la mujer se quejó de que solo le había llevado un segundo trazar la línea, Picasso respondió: **“Maddame, me ha llevado toda mi vida”**

Paula Scher admite que el primer boceto para el logo de Citi le ocupó 10 minutos.



**citigroup** 



**citi**®

# El síndrome del mando intermedio

## INTROMETIDO

---

“En ocasiones, los proyectos creativos los plantean mandos intermedios en lugar de superiores. En estos momentos *¡manténgase alerta!*

Esos mandos se intrometerán porque le preocupan sus superiores. Su intromisión irá en aumento y luego moderarán su postura.

Así, en cierto modo, tiene que entrar en la sala de juntas y convertirse en un asesor, no un proveedor. Su voz debe ser escuchada por las personas que toman las decisiones, no por las que preparan el té.



# El patito AZUL

---

Este es un viejo recurso para realizar presentaciones. Lo utilizó una agencia de publicidad que producía conceptos muy elaborados, pero siempre ponía un patito azul en sus presentaciones.

Al momento de los comentarios, los clientes siempre comentaban “nos encanta, a excepción de una cosa: *¿pueden quitar el patito?*”

Los creativos lanzaban un pequeño suspiro, realizaban una apagada defensa a su mascota y aceptaban el cambio.

En realidad se trata de un truco de psicología que refleja el deseo humano de inmiscuirse, aunque sea un poco. Los clientes creían que su intervención era crucial, sin tener idea que habían sido engañados para que aprobasen la propuesta.



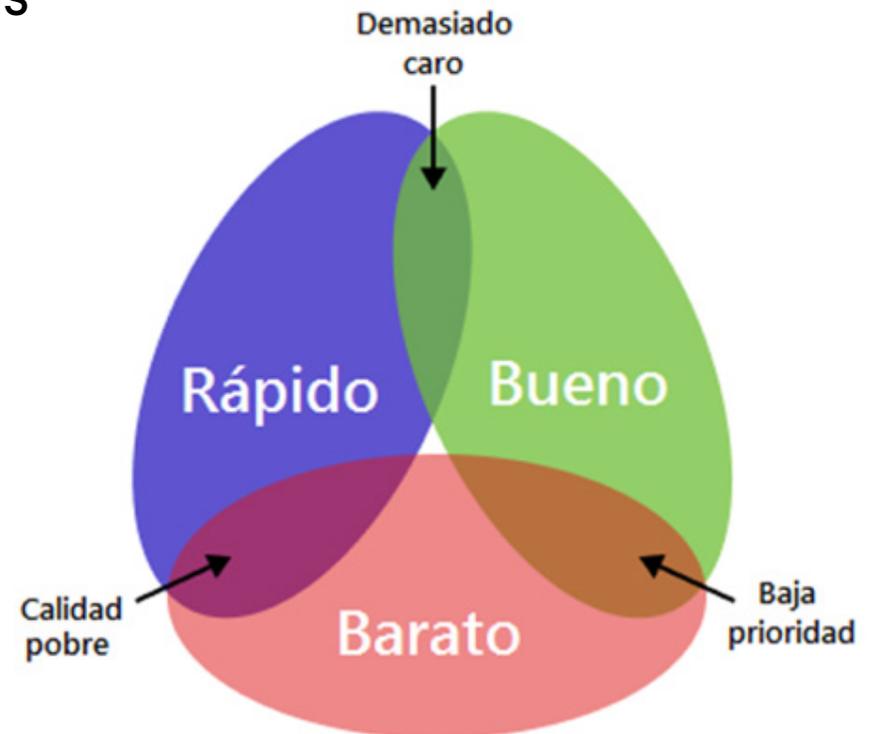
# Rápido, bueno, barato

## ELIJA SOLO DOS

También llamado “**triángulo de gestión de proyectos**”, es un clásico trilema creativo. Si hace algo rápido y barato, es muy probable que no sea bueno. Si alguien quiere algo bueno y no tiene mucho dinero, lo más probable es que tenga que esperar.

Esta es una buena manera por si alguien lo presiona para que trabaje rápido, bien y barato.

Cite el trilema de manera juiciosa (y con el tipo de cliente adecuado).



# A los 20 minutos de una conferencia (...)

## **ALGUIEN SE HA DORMIDO**

---

“Existe una buena razón para que las charlas TED nunca duren más de 18 minutos: a los 20, aunque fuese Barack Obama, alguien del público se ha dormido.

He empezado a introducir ejemplos de fracasos desgraciados aproximadamente a los 20 minutos de mis charlas, porque las cagadas suelen ser entretenidas, inesperadas y divertidas.

