



**i DIBÚJALO!**

**INNOVA, CREA Y COMUNICA DE MANERA VISUAL**

# Índi- ce



|   |    |
|---|----|
| Prólogo de Jandro .....                                     | 12 |
| Agradecimientos.....  | 14 |
| Introducción <b>Vivimos en Imágenes</b> .....               | 16 |
| Capítulo 1 <b>Dibujar es fácil si te enseñan cómo</b> ..... | 30 |
| Capítulo 2 <b>¡Marchando una de monigotes!</b> .....        | 46 |
| Capítulo 3 <b>Cada cosa en su lugar</b> .....               | 68 |



¡A PRACTICAR!

|  |     |
|--|-----|
| Capítulo 4 <b>Ejercicios para aprender a dibujar</b> .....           | 90  |
| Personas, animales o cosas.....                                      | 92  |
| Dibujo del natural.....  | 94  |
| Test de materiales.....  | 96  |
| Caligrafía, tipografía, cartelería.....                              | 98  |
| Deconstruir dibujando.....   | 100 |
| Prosopopeyas visuales.....   | 102 |
| Dibujando emociones.....   | 104 |
| .....  | 106 |
| Capítulo 5. <b>Ejercicios disruptivos para romper el hielo</b> ..... | 106 |
| Dibujando sobre manchas de té.....                                   | 108 |
| Más difícil todavía.....   | 110 |
| El cerebro completa.....   | 112 |
| El reloj.....  | 114 |
| El bigote de la Gioconda.....  | 116 |
| Batidora visual.....   | 118 |
| Retrato robot.....   | 120 |
| .....  | 122 |
| Capítulo 6 <b>Ejercicios para aplicar en tu trabajo</b> .....        | 122 |
| Piedra Rosseta.....  | 124 |
| En tres viñetas.....   | 126 |
| Perfil de afinidad.....  | 128 |
| Dibuja tu horizonte.....   | 130 |
| Apuntes visuales.....  | 132 |
| Píldoras audiovisuales.....  | 134 |
| Mapeando la experiencia de nuestros clientes.....                    | 136 |
| La brújula.....  | 138 |

DIBUJAR EN LA EMPRESA

|  |     |
|--|-----|
| Capítulo 7 <b>Dibujo aplicado a la Innovación</b> .....                      | 142 |
| CASOS DE EMPRESA   |     |
| <b>AMADEUS Art &amp; Cooking</b>   |     |
| Dibujos que ayudan a compartir ideas.....                                    | 144 |
| <b>FUNDACIÓN INNOVACIÓN BANKINTER</b>  |     |
| 30 expertos de todo el mundo dibujando la innovación.....                    | 150 |
| <b>MAN TRUCK &amp; BUS</b>   |     |
| Dibujar en equipo para verlo claro.....                                      | 156 |
| <b>MAPFRE</b>  |     |
| Imágenes que ayudan a romper las barreras del idioma.....                    | 162 |
| <b>TELFÓNICA: WAYRA + THINK BIG</b>  |     |
| ¿Tienes una idea? Cuéntala dibujando.....                                    | 168 |
| .....  | 174 |
| Capítulo 8 <b>Dibujo aplicado a la Comunicación</b> .....                    | 174 |
| CASOS DE EMPRESA   |     |
| <b>ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CÁNCER DE TIROIDES (AECAT)</b>                     |     |
| Campaña de sensibilización. ¿Qué me pasa doctor?.....                        | 176 |
| <b>ALK-ABELLÓ</b>  |     |
| Los avances farmacéuticos y las cualidades de un medicamento en dibujos..... | 182 |
| <b>AMADEUS Technology Forum</b>  |     |
| Visualizar para dibujar el futuro juntos.....                                | 188 |
| <b>CAMPOFRIO</b>   |     |
| Dibujos clave para mensajes complejos.....                                   | 196 |
| <b>CISCO Connect</b>   |     |
| Dibujando puentes que acercan la tecnología.....                             | 202 |

Capítulo 9 **Dibujo aplicado a la Formación** ..... 210

CASOS DE EMPRESA

**CISCO All Hands**

Talleres para innovar, empezando por uno mismo ..... 212

**DIRECT SEGUROS**

Si el contenido es el rey, enriquecelo con dibujos ..... 220

**McCANN WORLDGROUP**

*E-learning*: formación a medida para toda la plantilla ..... 226

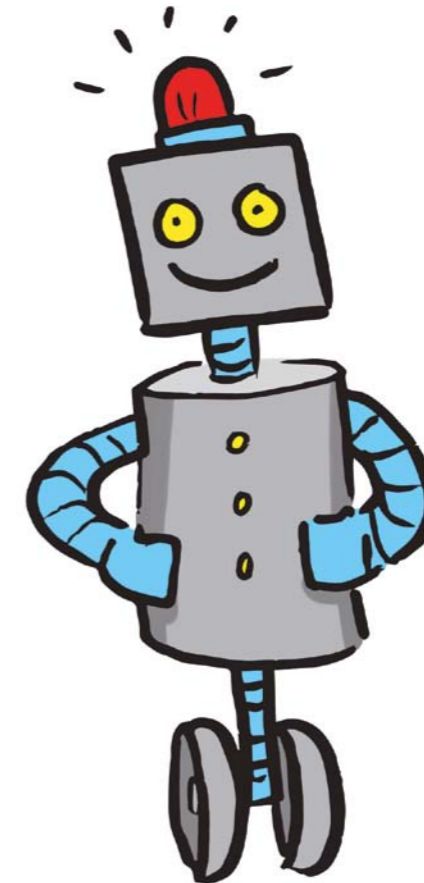
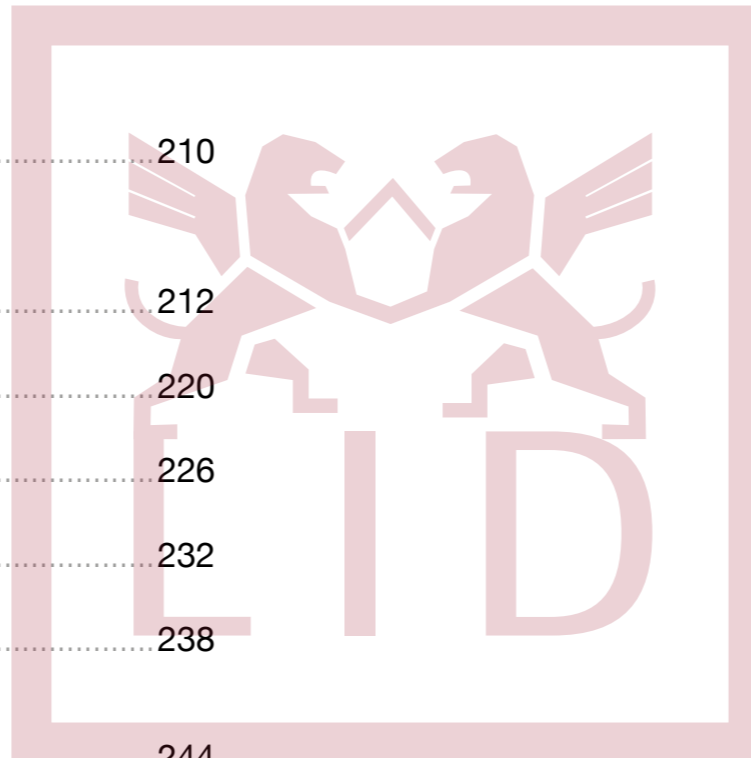
**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA (UPNA)**

Aprender haciendo ..... 232

**VISUAL THINKING EN LA ENSEÑANZA**

Profesores que dibujan más allá de la clase de Arte ..... 238

Capítulo 10 **LLegó el día, te pusiste a dibujar** ..... 244



# Pró- logo

## ¿DIBUJAMOS?

Me siento afortunado. Hace tres años me invitaron a dar una conferencia en TEDxMoncloa y allí conocí a una persona con un talento excepcional: sabía dibujar. Sí, así de sencillo, pintar y colorear... Aquello que tanto nos gustaba hacer de niños. A simple vista, puede no parecer un superpoder, pero me dejó fascinado. Era capaz de plasmar en tiempo real en un lienzo toda mi charla mediante dibujos. Repito: en tiempo real. Al acabar la conferencia, me giré y vi a mi lado a un tipo sonriente que tenía un cuadro en el que estaban todos los conceptos y las herramientas que acababa de compartir con el público hacía un segundo perfectamente representados en unos garabatos. No podía ser. Me quedé alucinado. Ese cuadro lo tengo colgado en casa como uno de mis grandes tesoros.

Aquella persona era Fernando de Pablo, más conocido en las redes como Dibujario. A partir de ahí entablamos una bonita amistad a base de cenas en restaurantes con mantel de papel. No entiendo cómo los restaurantes caros tienen manteles de tela... ¡¡¡pero sí ahí no se puede dibujar!!! Los manteles son para ensuciarlos, si no, ¿para que los ponen? Igual que dan las estrellas Michelin, yo creo que deberían dar las estrellas Plastidecor a los restaurantes en los que se pueda pintar en las mesas. Porque, en cada una de esas cenas, hemos dejado los manteles llenos de garabatos, ideas y locuras pictográficas que posteriormente hemos llevado a cabo en televisión delante de millones de espectadores.

Recuerdo cuando Fernando aún trabajaba en un banco y tuvo que dar el salto para dedicarse en cuerpo y alma a su pasión; el dibujo. Me alegra haberle animado a ello. No estaba solo y es que, desde el principio, la visión de Miren ha dado forma

a esta manera de trabajar con dibujos. Con su experiencia en marketing, Miren es capaz de poner una empresa patas arriba para lograr cualquier reto que se le ponga por delante. Juntos se embarcaron en una apasionante aventura visual. De esta unión tenía que salir algo bueno; forman un buen tándem, como Ortega y Gasset.

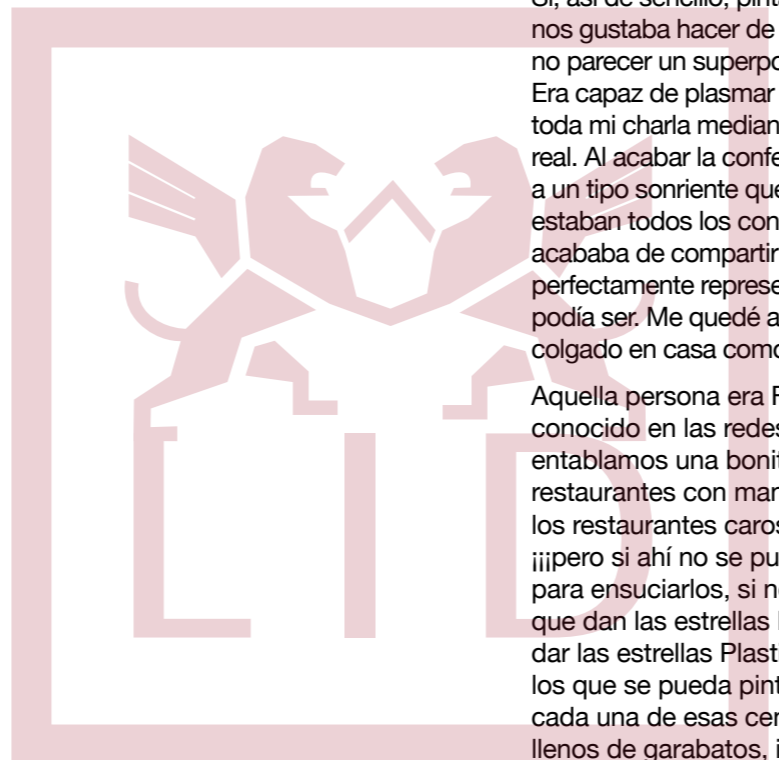
En las cuevas prehistóricas ya se utilizaban las paredes como lienzos para contar historias. Gracias a los «dibujarios» de la época hemos podido conocer a nuestros antepasados, sus costumbres, sus miedos, etc., aunque también lo hubiéramos sabido preguntándole directamente a Jordi Hurtado por su infancia, pero bueno... Curiosamente ahora, si los niños pintan en las paredes, les reñimos y castigamos. Estamos involucionando.

El dibujo no es cosa de niños, forma parte de la vida. Es una manera muy efectiva de comunicar, igual que el habla, los gestos o la mirada. Es un arma de difusión masiva con un enorme potencial, capaz de impactar de una manera creativa e innovadora sobre todo el mundo. Si quieres reforzar un mensaje, dibújalo. No lo olvidarán.

De ahí la importancia de este pergamino del siglo XXI. Tienes un tesoro en las manos, aprovéchalo y difúndelo. Este libro es la nueva biblia de la comunicación. Da igual a lo que te dediques, te será útil seguro. Si quieres impactar y cautivar a tu público, ya nada te lo impide. ¿Dibujamos o qué?

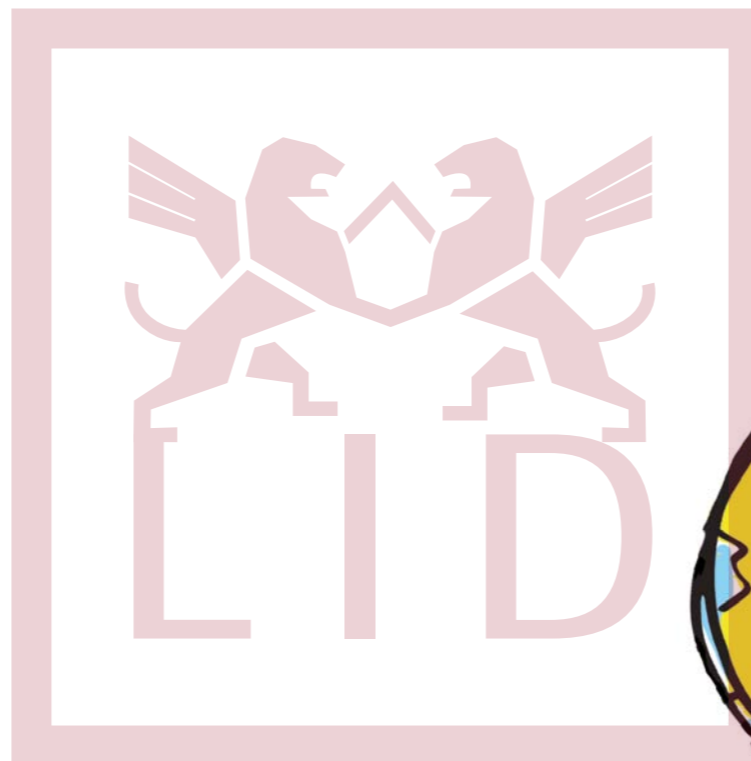
**JANDRO**

Mago, cómico, conferenciante, colaborador y coordinador de guiones de *El Hormiguero*



# Intro- ducción

## VIVIMOS EN IMÁGENES



### La importancia y presencia del lenguaje visual desde siempre

Desde sus comienzos, el hombre ha sentido la necesidad de comunicarse y transmitir sus conocimientos utilizando para ello los medios y materiales que tenía a su alcance. Empezando por las pinturas rupestres y haciendo un rápido repaso por las diferentes civilizaciones, los distintos símbolos y mensajes de sus pinturas nos han llevado a comprender la historia de un modo más completo. En los jeroglíficos, por ejemplo, descubrimos signos que representan seres humanos y animales, deidades variadas que, sin necesidad de ser egiptólogos, nos han descubierto los hábitos, las costumbres y los ritos de esa fascinante civilización.

El dibujo ha ayudado a visualizar y a hacerse preguntas a los grandes creadores, inventores y pensadores de la historia. Personajes como Leonardo da Vinci hacían uso del dibujo como una herramienta de planificación y proyecto. Fueron las aportaciones desde el dibujo las que enriquecieron en gran medida los descubrimientos del genio.



Planos de objetos que nunca funcionaron fueron un anticipo de la primera ingeniería aeronáutica.

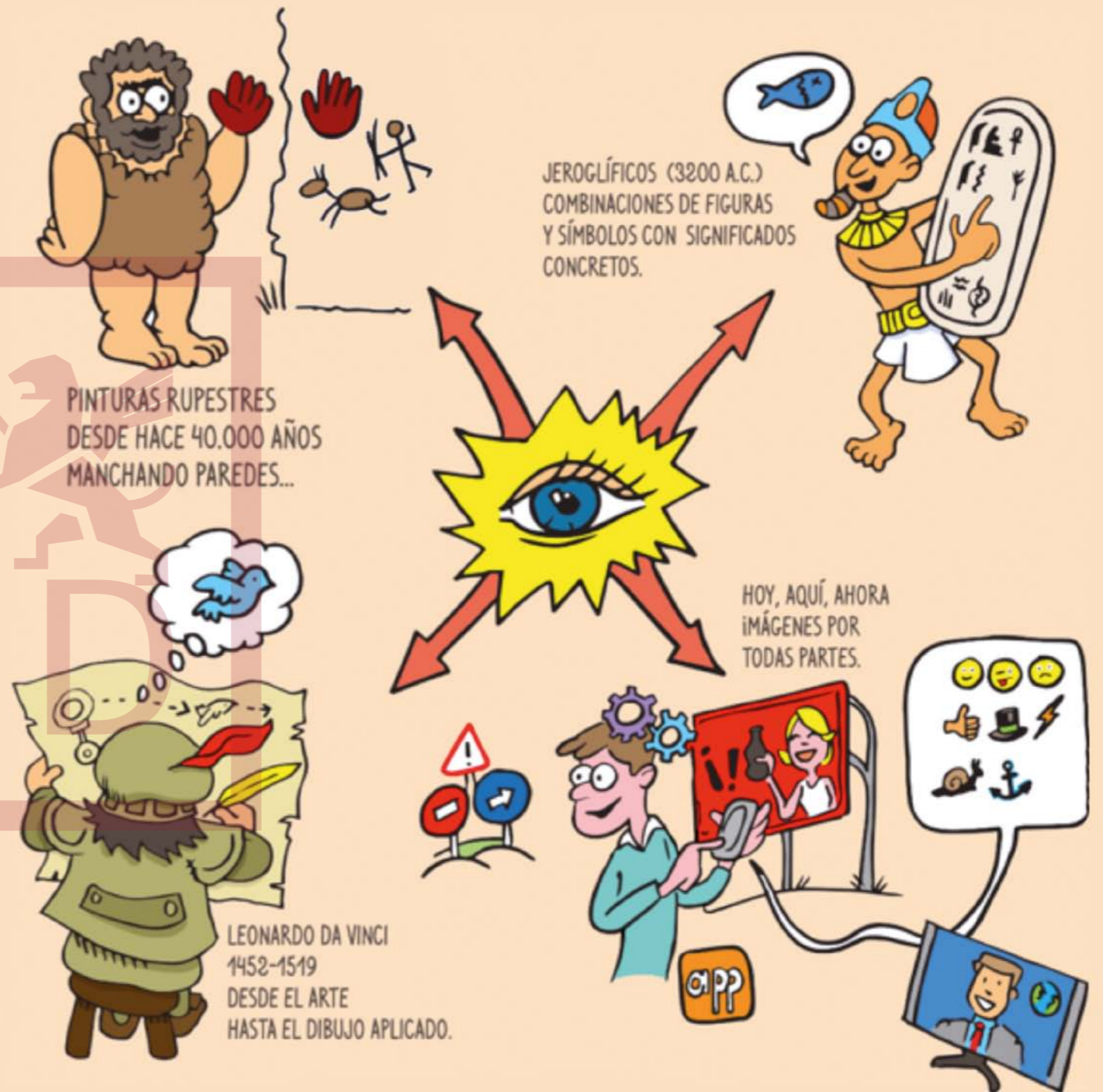
En la actualidad empleamos todo tipo de canales de comunicación tan novedosos como lo fue en su momento la imprenta de Gutenberg. La información en imágenes es fundamental para entender el entorno. Es más rápido visualizar una orden que leerla. No hay más que conducir por una carretera para entender lo rápido que la comunicación visual nos ayuda a tomar decisiones. Cuando una persona estudia el código de la circulación vial, aprende y genera mensajes complejos en su cerebro que se transforman en órdenes o llamadas de atención. Esas llamadas de atención recorren las neuronas a una velocidad increíble que determina el llamado «tiempo de respuesta». A cada imagen, un mensaje concreto y a cada mensaje, una reacción.

La información que nos entra por los ojos tiene tal magnitud que determina nuestro comportamiento. Por ejemplo, en la navegación por la red un color determina nuestras acciones o canaliza nuestras preferencias. Los colores que se usan en los botones, cómo y hacia dónde miran los modelos publicitarios desde la pantalla, determinan nuestra empatía con los productos que consumimos. La imagen, combinada con la arquitectura de la página y el texto, mediatiza totalmente nuestra experiencia de usuario.

La iconografía se lleva la palma en este bombardeo comunicativo constante en que vivimos. Un buen ejemplo son los iconos que identifican las aplicaciones para móviles o tabletas digitales. Son autoexplicativos y, en 50x50 píxeles, hacen la función de reclamo

## CUANDO LA INFORMACIÓN SE PRESENTA DE FORMA VISUAL AMPLIFICA HASTA UN 65% LA CAPACIDAD DE RECORDAR EL MENSAJE

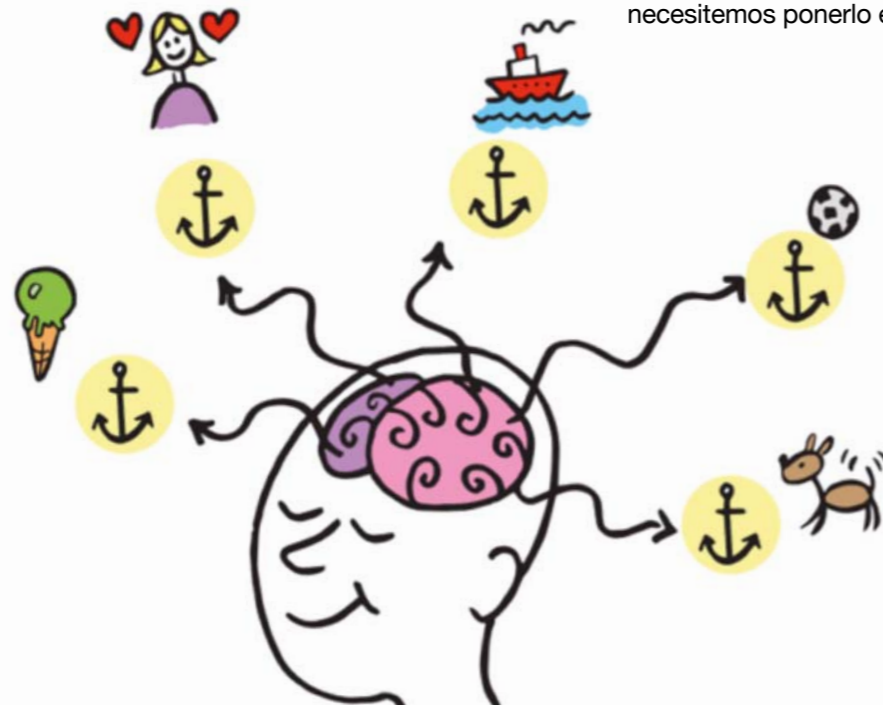
en las tiendas de aplicaciones y en los escritorios de los usuarios. Pensemos también por un momento en la manera de comunicarnos a través de los emoticonos de WhatsApp: mensajes completos a partir de imágenes prediseñadas que combinamos para expresar lo que pensamos en un momento concreto y ayudan a concretar el tono de voz en el que queremos comunicarnos. Auténticos jeroglíficos egipcios, adaptados a nuestra realidad actual.



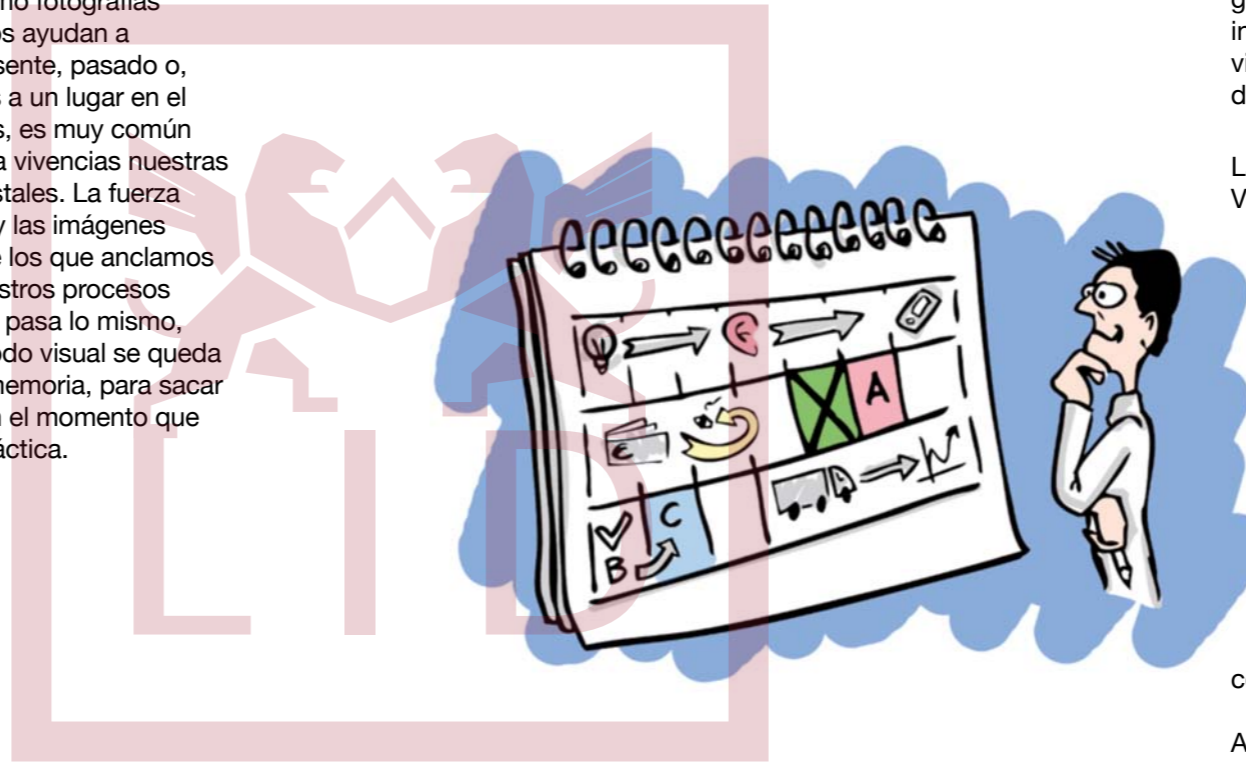
## La captación de la información a través de las imágenes

Según defiende el biólogo molecular John Medina en su libro *Brain Rules*, la vista es, de lejos, el sentido dominante y ocupa la mitad de los recursos de nuestro cerebro. Entendemos el mundo a través de imágenes. Y es que la capacidad de nuestra cabeza para retenerlas es prodigiosa. Es más, cuando la información que recibimos se presenta de forma visual se impresiona en nuestra memoria amplificando hasta un 65% la capacidad de recordar el mensaje.

¿Cómo funciona la información visual en nuestro cerebro? ¿Por qué aumenta la retentiva? Por asociaciones de ideas. Las imágenes en nuestro cerebro funcionan como **anclas visuales**.



Seguramente, si buscamos entre nuestros recuerdos más antiguos –los de la infancia–, no nos sea difícil montar una escena que podamos contar de un modo lógico. Sabemos lo que nos pasó en una situación concreta por dos motivos: o nos lo han contado o tenemos esa imagen grabada a fuego en la cabeza. Las anclas visuales son como fotografías de nuestra memoria que nos ayudan a comprender el entorno presente, pasado o, incluso, futuro. Si volvemos a un lugar en el que hemos estado de niños, es muy común que nos vengan a la cabeza vivencias nuestras en ese sitio, a modo de postales. La fuerza de la memoria es increíble y las imágenes son eslabones firmes sobre los que anclamos estas asociaciones. En nuestros procesos cognitivos y de aprendizaje pasa lo mismo, cada idea tratada de un modo visual se queda anclada mejor en nuestra memoria, para sacar a flote ese conocimiento en el momento que necesitemos ponerlo en práctica.



## El dibujo como herramienta de trabajo

Desde las más pequeñas y recientes empresas hasta las multinacionales más grandes, en la actualidad muchas compañías incorporan a su día a día dinámicas de visualización en las que potenciar el concepto de progresión o *work in progress*.

Las metodologías de pensamiento visual o Visual Thinking favorecen trabajar de forma ágil, barata y sin riesgos. Hoy en día es imprescindible obtener de forma rápida una visión de conjunto que incluya todos los elementos que hay que tener en cuenta para poder tomar las decisiones más adecuadas.

El mapeo de un proyecto, la definición de escenarios de uso, el diseño de procesos, la definición del *customer journey* o el prototipado de baja y alta fidelidad son algunas de las aplicaciones de las metodologías del Design Thinking. En todas estas herramientas el dibujo de conceptos participa como un recurso troncal.

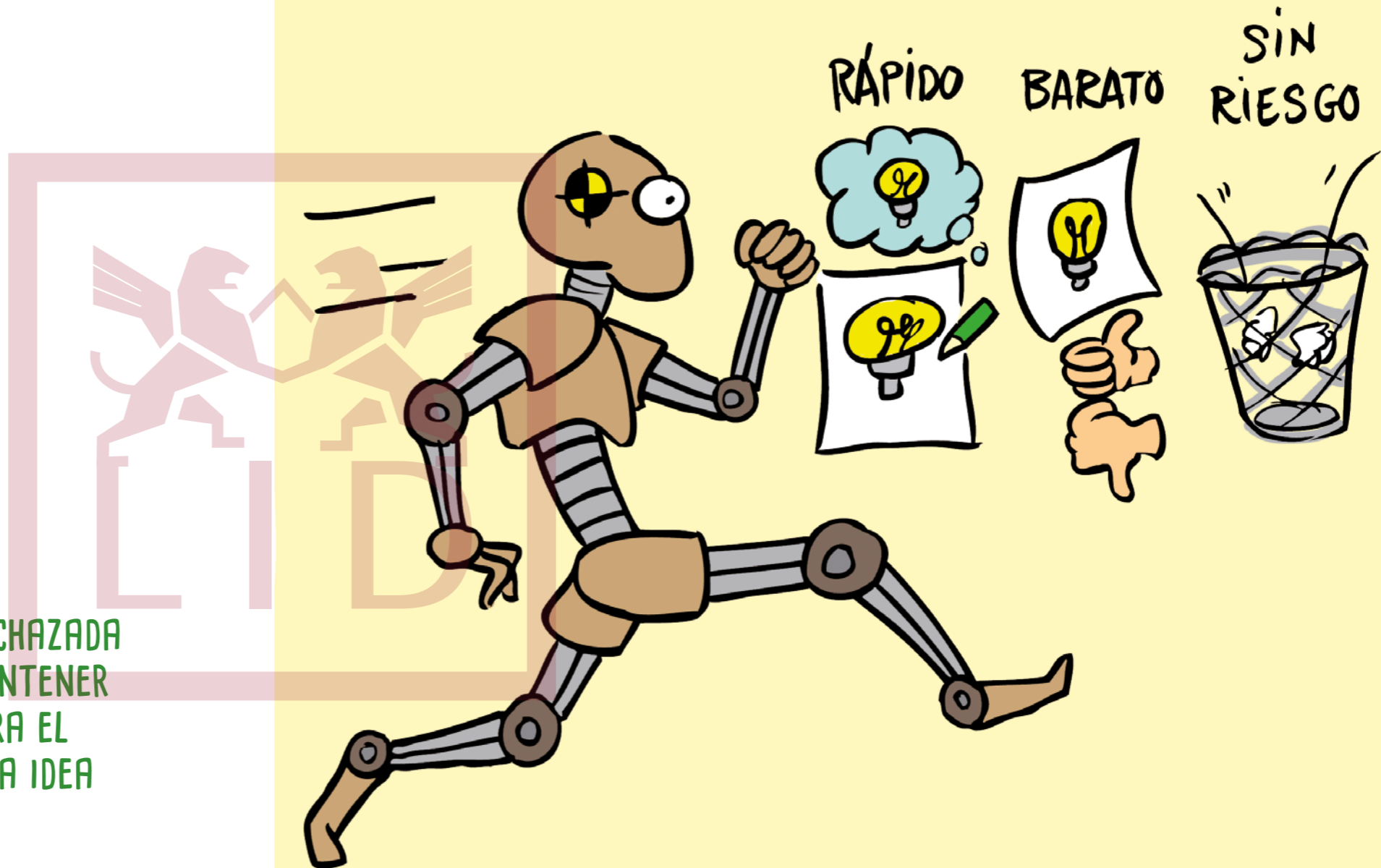
Además, teniendo en cuenta la velocidad a la que evoluciona el mercado, se hace necesario trabajar de un modo barato, sin tener que gastar mucho presupuesto en producir modelos beta. Gracias a estas metodologías, los diseños pasarán a hacerse de un modo más directo, sin invertir un euro, hasta que la conceptualización esté terminada y bien consensuada.



Se trata de crear, investigar e innovar, corriendo los menores riesgos posibles. Un ejemplo claro son los laboratorios de co-creación *online* en los que se diseñan nuevos productos y servicios con la ayuda de los clientes en formato vivero de ideas. Un recorrido iterativo en el que los usuarios presentan sus ideas, se valoran y, tras un estudio de viabilidad y testeo con prototipos, se lanza algo nuevo al mercado. Imágenes, maquetas y vídeos facilitan la comprensión de las propuestas, de modo que, cuando un cliente opina sobre una nueva idea de producto en el foro, lo hace en base a un planteamiento tangible para todos los componentes del equipo: los dibujos. No importa la estética, el valor radica en la comprensión de los procesos. Con muy poco presupuesto se ponen en la red unos prototipos que evolucionan desde la reflexión conjunta y las pruebas colectivas.

Esto es sólo un ejemplo de las infinitas posibilidades de esta forma de trabajar. Si una idea sale mal se tira a la papelera o se guarda en barbecho para ponerla en funcionamiento en el momento adecuado. Las ideas dibujadas en un cuaderno se suman unas a otras pudiendo formar un buen repositorio de recursos de consulta rápida.

UNA IDEA RECHAZADA  
HOY PUEDE CONTENER  
LA CLAVE PARA EL  
ÉXITO DE OTRA IDEA  
MAÑANA



## El facilitador visual

Trabajar con dibujos hechos a medida ha favorecido la aparición de una nueva profesión en España, la de facilitador visual. Muchas reuniones se han visto aliviadas de ineficiencia y aburrimiento gracias a la intervención de esta figura clave. Ver un proyecto en conjunto ayuda a entenderlo y a afianzar las aportaciones de cada participante. Lo que queda representado en un mural se tiene más en cuenta que lo que simplemente se dice y queda a la espera de figurar en el resumen o acta de una reunión. La participación de un facilitador visual en una reunión aporta a los equipos la posibilidad de salir de la misma más alineados en una idea común gracias a la realización de prototipos de baja fidelidad. En ocasiones, un buen dibujo de concepto es definitivo para dar un golpe de timón o pisar el acelerador.

El facilitador va registrando en un mural, a la vista de todos, las ideas clave que se están trabajando. Lleva a imágenes los diferentes conceptos. Esto favorece la visión global, fomenta el diálogo y facilita el consenso. Asimismo, gracias a sus actas visuales, agiliza la tarea de compartir los resultados de la reunión y ayuda a retomarla en el futuro.



**EL FACILITADOR VISUAL FAVORECE LA VISIÓN GLOBAL, FOMENTA EL DIÁLOGO Y FACILITA EL CONSENSO**

La misión de un facilitador visual consiste fundamentalmente en:

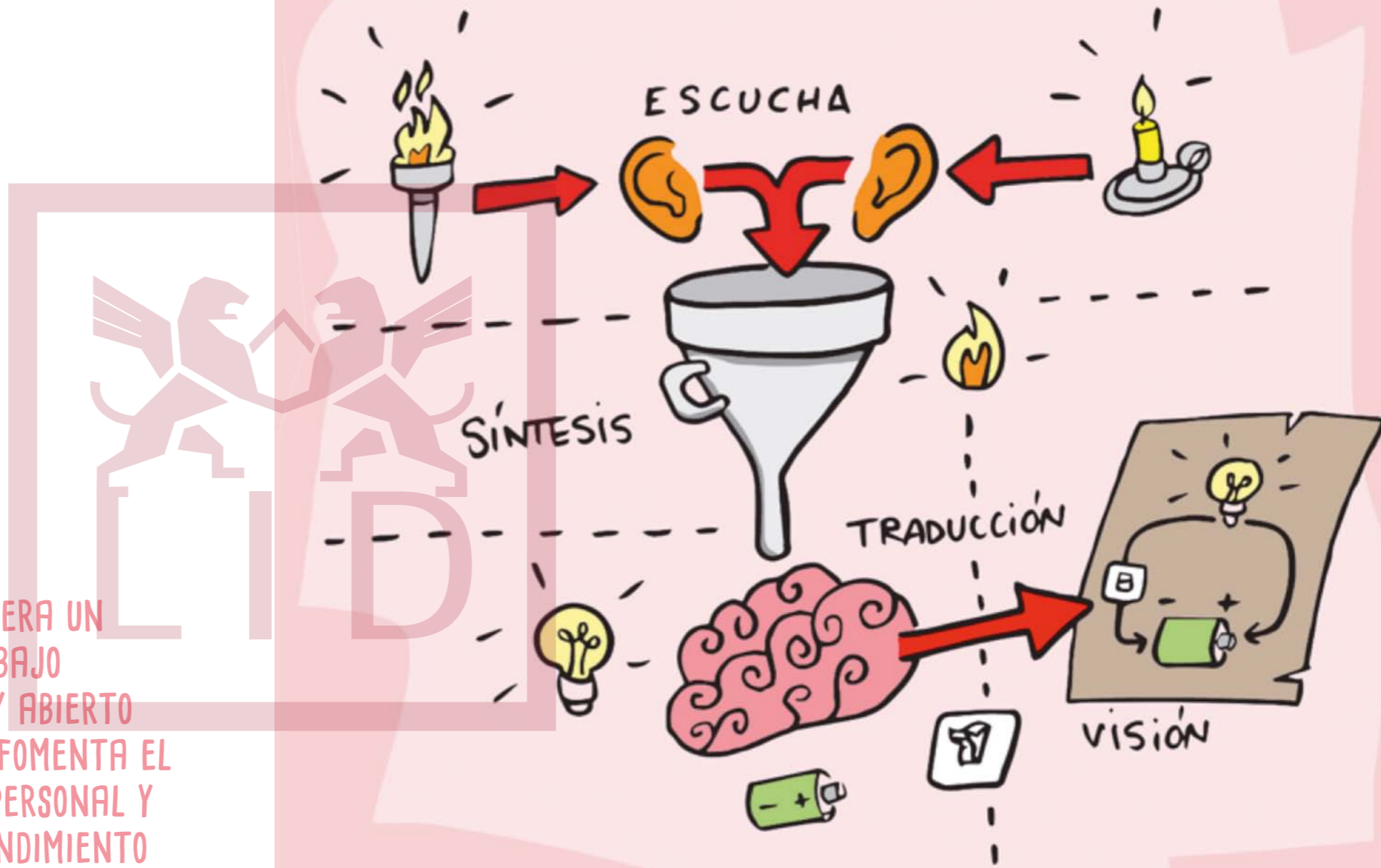
- 1 **Escucha activa:** el facilitador es una herramienta de soporte, los expertos en el proyecto son los que trabajan en él. Debe participar activamente a través de la escucha identificando las diferentes ideas clave que surgen a lo largo de la sesión.
- 2 **Capacidad de síntesis:** detecta los conceptos y datos más relevantes resumiéndolos en pequeñas frases o palabras clave. Ya se sabe, en este tipo de intervenciones, menos es más.



- 3 **Traducción simultánea:** selecciona la imagen más adecuada para representar los distintos conceptos creando sobre la marcha imágenes sugerentes, en ocasiones inventadas y, en todo caso, cargadas de contenido. Imágenes que funcionan a modo de anclas visuales facilitando la comprensión de los contenidos.
- 4 **Por último, dibuja:** manteniendo la estética y las proporciones, ubicando cada elemento en el lugar que corresponde y relacionando las distintas ideas. Todo ello en directo y, habitualmente, en un espacio muy corto de tiempo.

Como verás, el hecho de ser buen dibujante es sólo un ingrediente más dentro de la batería de habilidades y conocimientos que debe cultivar un buen facilitador visual. La labor de investigación y documentación resulta fundamental para hablar en el mismo idioma y entender los conceptos que se trabajan en las distintas reuniones. Son muchas las ocasiones en las que se tratan temas estratégicos, confidenciales o delicados. En este sentido, la empatía y confianza que genere en los demás es un elemento diferenciador.

**EL DIBUJO GENERA UN CLIMA DE TRABAJO COOPERATIVO Y ABIERTO EN EL QUE SE FOMENTA EL CRECIMIENTO PERSONAL Y MEJORA EL RENDIMIENTO DE LOS EQUIPOS**



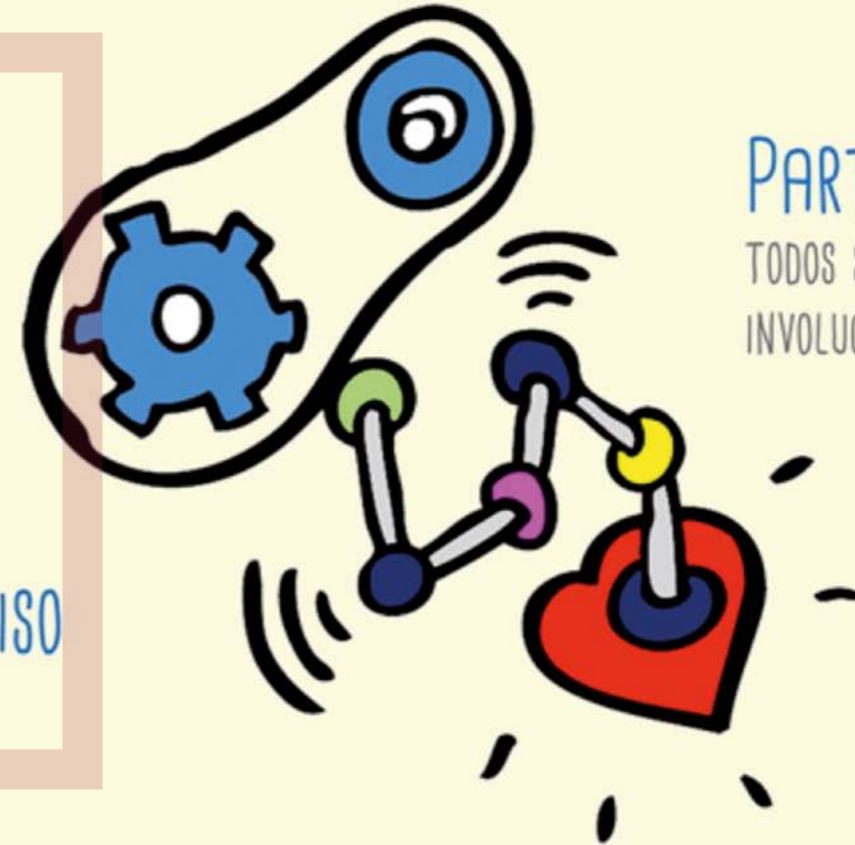
## Beneficios de trabajar visualmente

Muchos son los beneficios que aporta trabajar de forma visual:

- 1 No cabe duda de que fomenta la **creatividad** y con ella la **generación de ideas**: podemos aplicar infinidad de técnicas y dinámicas a través de las cuales pictogramas y pequeños dibujos nos ayuden a fusionar nuevos conceptos, crear historias o identificar necesidades escondidas de nuestros usuarios.
- 2 Facilita la **representación de conceptos**: en muchas ocasiones, hasta que no vemos las cosas, no las entendemos. A través del dibujo podemos llegar a explicarnos mejor haciendo comprensibles nuestras ideas, unificando la visión del equipo y evitando malos entendidos.
- 3 Posibilita la **selección y validación**: no podemos abarcarlo todo. Vivir consiste en establecer prioridades, se hace necesario elegir aquellos retos por los que trabajamos. Podemos simplificar la selección y validación de los mismos haciéndolo de forma visual.
- 4 Favorece la **planificación y visión estratégica**: nadie empieza un viaje sin un buen mapa sobre el que diseñar recorridos y tomar decisiones. La visión global del entorno es imprescindible para la supervivencia de los negocios.
- 5 **Lean & Agile**: los experimentos con gaseosa... Recuerda: rápido, barato y sin riesgo.

Además de estos beneficios tácticos, podemos hablar también de una serie de beneficios emocionales, aquellos que crean un clima de trabajo cooperativo y abierto en el que se fomenta el crecimiento personal y redundan en un mejor rendimiento del equipo.

## BENEFICIOS EMOCIONALES DE TRABAJAR VISUALMENTE EN EQUIPO



**PARTICIPACIÓN**  
TODOS SE SIENTEN  
INVOLUCRADOS

**COMUNICACIÓN**  
TODOS PUEDEN  
COMPARTIR/ESCUCHAR  
SUS IDEAS

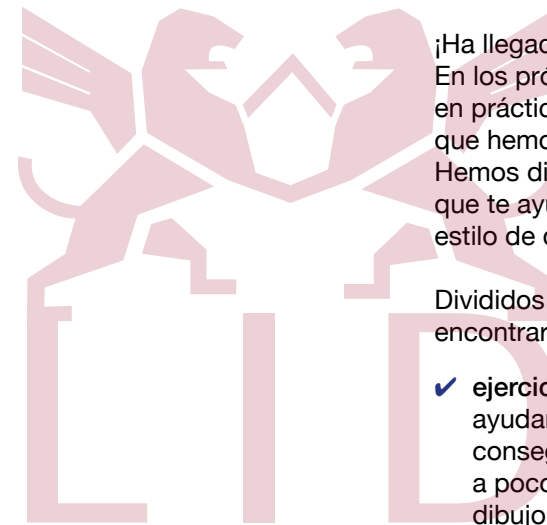
**MOTIVACIÓN**  
SE GENERA  
ENERGÍA



¡A PRACTICAR!

# Capítulo 4

## EJERCICIOS PARA APRENDER A DIBUJAR



¡Ha llegado el momento de ponerse a trabajar! En los próximos capítulos te invitamos a poner en práctica los distintos recursos y herramientas que hemos visto en las páginas anteriores. Hemos diseñado una serie de sencillos ejercicios que te ayudarán a explorar y avanzar hacia el estilo de dibujo de conceptos que buscamos.

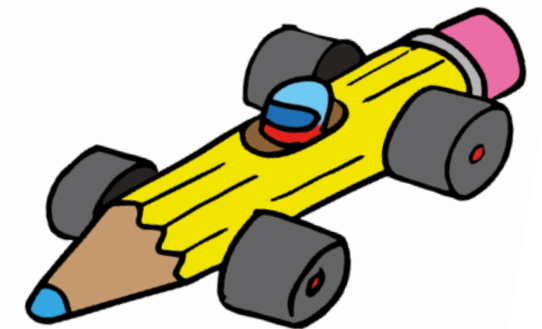
Divididos en tres tipos de propuestas, encontrarás:

- ✓ **ejercicios para aprender a dibujar:** te ayudarán a perder el miedo, soltar la mano y conseguir un dibujo más automático. Poco a poco irás encontrando tu propio estilo de dibujo;
- ✓ **ejercicios disruptivos:** con los que abrir la mente y reenfocar la mirada. Propuestas divertidas para estimular tu imaginación y creatividad;
- ✓ **ejercicios para aplicar en tu trabajo.** Encuentra una forma diferente de visualizar tus retos y objetivos, comunicar tus ideas o analizar el mapa de situación de un proyecto.

Para cada ejercicio detallamos unos objetivos concretos e incluimos una descripción de los resultados. También indicamos su nivel de dificultad: básico o avanzado, para que puedas empezar por aquellos con los que te sientas más cómodo. Algunos están recomendados para trabajar en equipo, ¡ánimate y practica también con tus compañeros y amigos.

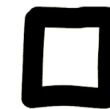
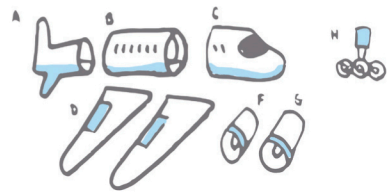
Estos tres capítulos se presentan en un formato de cuaderno de trabajo. Dibuja sobre el propio libro o, si lo prefieres, replica las plantillas que te proponemos en un cuaderno que destines a tal efecto.

Dicen que la inspiración te tiene que pillar trabajando. ¡Ponte a ello! Experimenta, prueba, disfruta y, ante todo, ¡dibuja!





# DECONSTRUIR DIBUJANDO



## OBJETIVOS

- ✓ Identificar las distintas partes de un objeto para dibujarlas por separado.
- ✓ Sintetizar geoméricamente las piezas de un elemento complejo.
- ✓ Comprender mediante dibujos las relaciones entre las distintas piezas de un diseño.

## DESCRIPCIÓN

Este ejercicio se encuentra a caballo entre la iniciación al diseño industrial, la ingeniería y las instrucciones de montaje de los muebles de IKEA.

- ✓ En la página siguiente encontrarás un objeto dibujado: una bicicleta. Se trata de realizar de forma ordenada el despiece de cada una de sus partes y dibujarlas por separado.
- ✓ Como ves, te hemos dejado una pequeña guía de lo que necesitas dibujar. ¿Cuáles son los elementos circulares? ¿Cuáles los cuadrados? ¿Y los triangulares? Dibújalos en las casillas correspondientes y para terminar traza la bicicleta de nuevo en la casilla inferior. Una vez conoces las piezas, ¿no te resulta más fácil dibujar el conjunto?

## RESULTADO

- ✓ Para comprender un objeto, un diseño o, incluso, un logotipo, es importante tener en cuenta todas las partes que lo conforman. Cada pieza se relaciona con la que tiene al lado con el objetivo de cumplir una misión. Unas piezas sujetan a otras. Al dibujarlas por separado y de un modo esquemático nos enfrentamos primero a las formas menos complejas.
- ✓ Identificar y separar cada una de ellas nos ayuda a simplificar el proceso minimizando la dificultad del dibujo completo.

## RECOMENDADO PARA

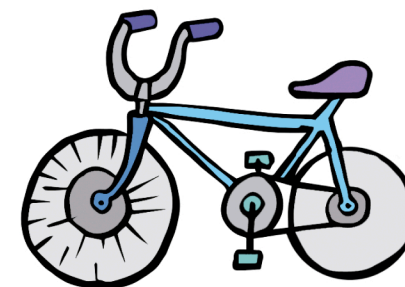
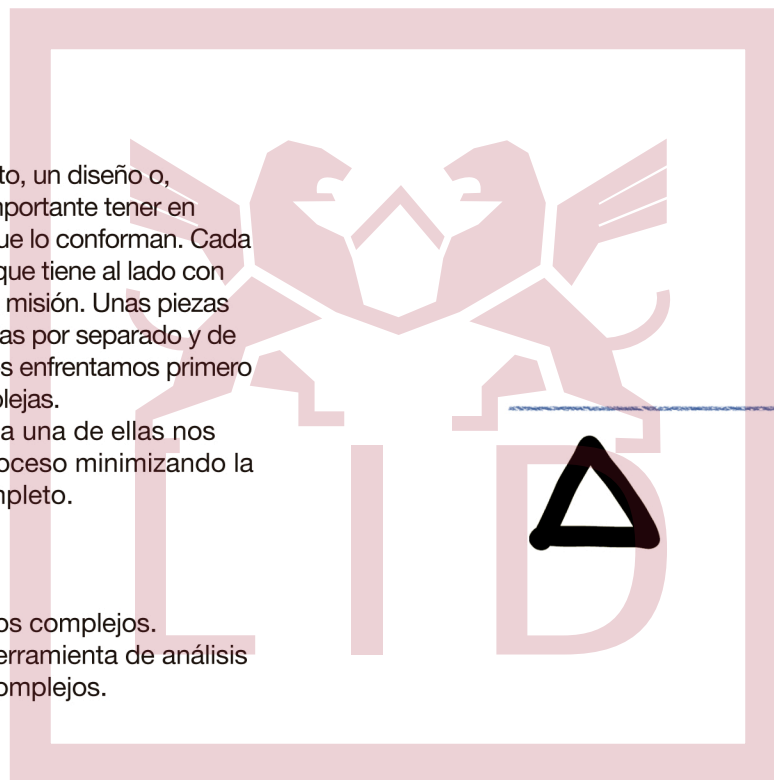
- ✓ Aprender a dibujar objetos complejos.
- ✓ Utilizar el dibujo como herramienta de análisis y síntesis de procesos complejos.

## MATERIAL

- ✓ Rotulador negro grueso.
- ✓ Dibuja sobre el libro.

TIEMPO 20 minutos.

PARTICIPANTES Individual.





## El reto

Una de las acciones de marketing más comunes para fomentar encuentros y fortalecer alianzas con socios y clientes es la organización de eventos en los que presentar las últimas novedades en productos y servicios, o compartir conocimiento. A lo largo del año la oferta es abundante y muy variada. Eventos y ferias pueden estar dirigidos al público general o tener un enfoque más exclusivo, limitado a un sector o a un grupo de clientes concreto.

En esta ocasión, los directores generales y de tecnología de 200 agencias de viaje se daban cita en la sexta edición del Amadeus Technology Forum. El objetivo: construir la agencia del mañana, poniendo en el centro a un cliente cada vez más exigente y mejor informado.

En esta tarea de perfilar el futuro del sector del viaje, Amadeus contó con nosotros para recoger de manera visual las aportaciones de los distintos ponentes y esbozar de manera colectiva las conclusiones del encuentro. Adicionalmente, el dibujo en directo suponía un toque de diferenciación y un elemento dinamizador en un sector maduro, como lo es el del viaje, muy acostumbrado a asistir a eventos de este tipo.

## La solución

Un encuentro así precisa de una preparación exhaustiva y repleta de pequeños detalles que garanticen su éxito. En este sentido, nuestros dibujos fueron el recurso gráfico encargado de hacer visible el hilo conductor del evento y aportar unidad desde el momento de la invitación hasta la recogida de conclusiones.

- **La comunicación:** para el envío de la invitación y otras comunicaciones personalizadas diseñamos cuatro modelos de correo electrónico con diferentes dibujos para cada contenido: invitación, registro, recordatorio de víspera y, finalmente, agradecimiento por asistir. Los cuatro envíos compartían línea gráfica, cabecera y pie, actualizándose en cada caso las ilustraciones y los textos de la comunicación. El diseño de las piezas era muy sencillo para dar protagonismo a las figuras y los objetos. Los colores utilizados, los propios de la paleta de marca de Amadeus.







- **Ambientación y señalización:** a la hora de organizar un evento es importante tener en cuenta las características de los espacios para adaptarlos al tipo de dinámica que se quiere fomentar. Prestaremos atención a las salas, veremos si es necesario incluir mostradores, pabellones o casetas, cartelería, vinilos, etc. Diseñar estos elementos con acierto es fundamental a la hora de recrear un espacio en el que nuestros invitados puedan participar cómodamente. En esta ocasión, diseñamos las imágenes de carteles y mostradores dando continuidad al estilo de imagen que desarrollamos para los correos. De esta manera el asistente se sitúa en la sala y siente enseguida una percepción de aire familiar: lo que ve le suena y complementa la información que ya tiene del evento. Una gran lona, con el título del fórum, encabeza la sala plenaria y, en la planta superior, cuatro mostradores en los que se tratarían diferentes temas. Cada uno de ellos con ilustraciones que compartían elementos generales del manual de estilo de la marca.

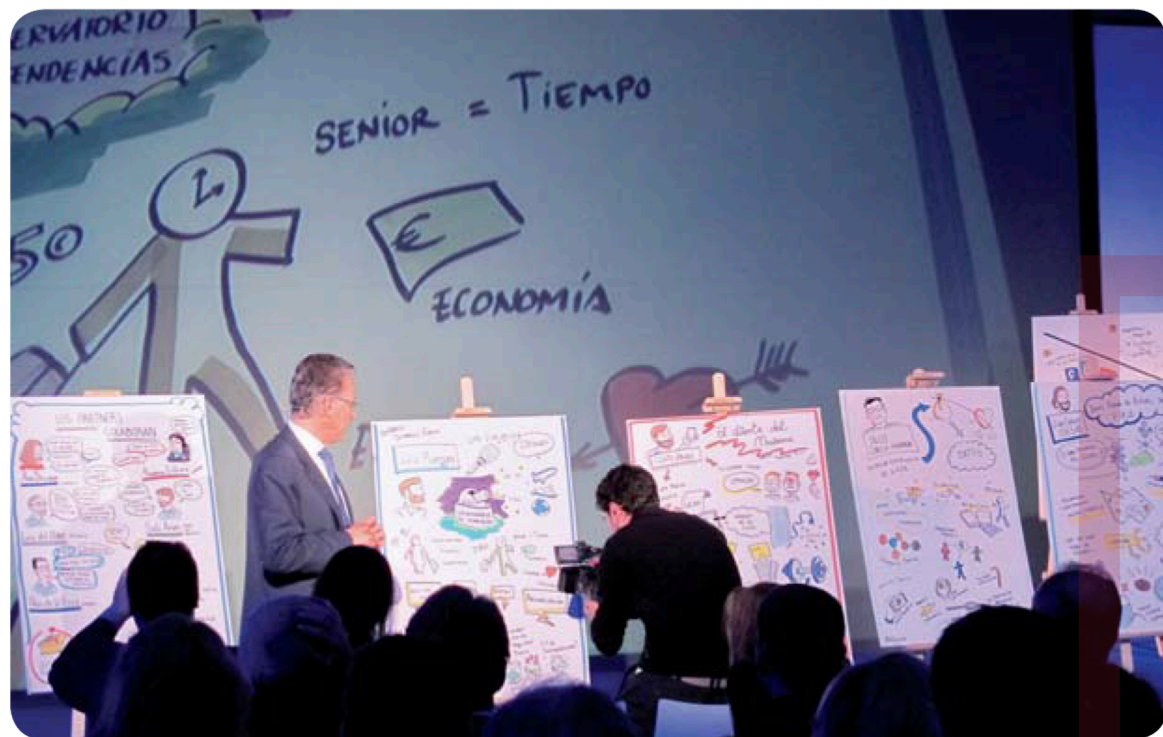


Este es un punto importante dado que, en la mayoría de las ocasiones, nos encontramos con que los libros de marca no recogen parámetro alguno sobre la aplicación de ilustraciones en sus comunicaciones. En estas situaciones, solemos ajustar las especificaciones de la guía de estilo incorporando elementos adicionales que buscan un diseño a medida para el evento en cuestión.

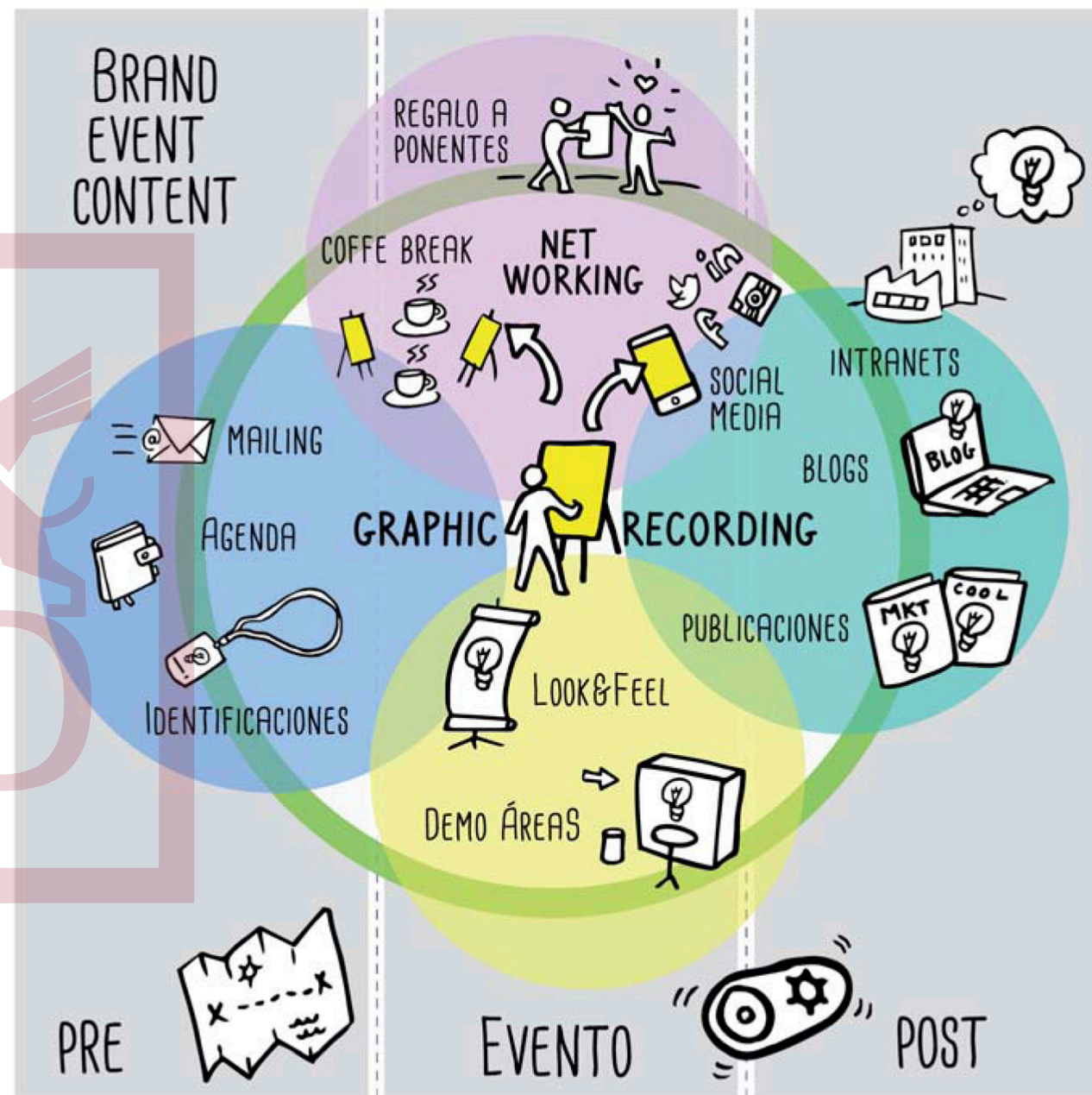
Otras aplicaciones de los dibujos las encontramos en los identificadores y las agendas. La imagen del evento ayuda a identificar la ubicación de cada zona simplemente con un uso apropiado de los colores.







- Graphic recording:** el dibujo de conceptos para registrar gráficamente, y en directo, el contenido de las distintas ponencias es una herramienta muy eficaz de cara a realizar una síntesis de los contenidos expuestos. Además, aporta un valor diferencial al llevarse a cabo en vivo y de forma presencial. Habitualmente colocamos un caballete junto al escenario de forma que no interrumpa la acción pero participe de ella. Para difundir lo que está sucediendo en ese punto de la sala, en ocasiones proyectamos al dibujante mediante circuito cerrado de vídeo. De ese modo, hacemos al público más partícipe de la experiencia. Muchas veces, son los propios ponentes quienes hacen referencia a los dibujos y clarifican conceptos mediante esas imágenes. En el caso del Amadeus Technology Forum, dibujamos cinco ponencias y una mesa redonda. Durante el cierre los dibujos sirvieron de estímulo para recorrer los conceptos clave que se trataron durante toda la jornada.







- **Facilitación visual:** durante esta jornada también hubo tiempo para compartir opiniones. Si reúnes a un grupo de expertos es necesario que la comunicación resulte lo más bidireccional posible, para asegurar que el contenido sea bien recibido y cumpla con los objetivos previamente definidos. El conocimiento de los participantes cada vez es más necesario y buscar los recursos adecuados para poder captarlo resulta imprescindible. Mediante sistemas de televoto (*powervote*) organizamos una ronda de preguntas a los asistentes para hacer un mapa de empatía. El objetivo del evento era dar forma entre todos los asistentes al futuro del sector. Mediante el mapa de empatía, y poniendo en el centro al cliente, partimos de la situación actual para proyectarnos hacia el futuro. Moderado por la organización del evento, dibujamos en directo las opiniones de más de 200 personas que, en este caso, debatían sobre el futuro de las agencias de viaje. Sin duda alguna, resulta una acción francamente interesante.
- **Posevento:** una vez finalizado el acto, digitalizamos los paneles y las imágenes fueron publicadas en la revista especializada SAVIA, publicación líder sobre economía y gestión del sector del viaje, así como en diferentes blogs y medios de comunicación sectoriales. Esta es una manera diferente de generar contenidos visuales que pueden ser aprovechados con posterioridad al evento.



## Conclusiones

- El dibujo de conceptos es 100% personalizable y puede adaptarse a las necesidades de comunicación de todo tipo de actos y asistentes.
- Utilizarlo como elemento común, combinando su diseño tanto en las comunicaciones previas como en la decoración de los espacios o en su ejecución en directo, aporta coherencia y diferenciación.
- El uso de estas técnicas favorece una participación más dinámica y activa por parte de los asistentes y facilita la posibilidad de compartir el conocimiento.
- El *graphic recording* genera contenidos para todo tipo de plataformas, revitalizando y prolongando la vida del evento.
- Los paneles dibujados pueden ser entregados como regalo a los ponentes una vez ha finalizado el acto fortaleciendo así el vínculo emocional con la organización. ¿A quién no le gusta un dibujo personalizado?

«Al trabajar con DiBUJARiO uno no tarda en darse cuenta de que dibujar es pensar, dialogar y, por qué no, jugar. Hemos colaborado con esta empresa en varias ocasiones: eventos con clientes en los que el análisis de las tendencias y la cocreación eran elementos clave. Era preciso dibujar juntos el futuro del viaje y con ellos lo conseguimos literalmente. Por una parte, las ilustraciones nos ayudaron a visualizar las ideas de los participantes y a fomentar el diálogo y la reflexión en torno a ellas. Por otro lado, los dibujos también inspiraron el debate, siempre dentro de un ambiente lúdico y riguroso al mismo tiempo. Siempre se ha dicho que hacer es la mejor manera de decir, pero después de haberles visto en acción no me cabe duda de que ver es la mejor manera de reflexionar».

Paul de Villiers, director general de Amadeus España