

Bruno Munari



“La fantasía, la invención
y la creatividad piensan,
la imaginación ve”.

Fantasia

Invención, creatividad e imaginación
en las comunicaciones visuales

Bruno Munari

Traducción de Bernardo Moreno Carrillo

Título original: *Fantasia. Invenzione, creatività e immaginazione nelle comunicazione visive*, publicado originalmente por Gius, Laterza & Figli Spa, Roma/Bari, 1977.

Edición a cargo de Moisés Puente

Diseño de la colección y de la cubierta: Setanta

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

La Editorial no se pronuncia, ni expresa ni implícitamente, respecto a la exactitud de la información contenida en este libro, razón por la cual no puede asumir responsabilidad alguna en caso de error u omisión.

© Gius, Laterza & Figli Spa, Roma/Bari, 1977. Todos los derechos reservados

© de la traducción: Bernardo Moreno Carrillo

y para la edición castellana:

© Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2018

ISBN: 978-84-252-3061-5 (epub)

www.ggili.com

Editorial Gustavo Gili, SL

Via Laietana 47, 2º, 08003 Barcelona, España.

Tel. (+34) 93 322 81 61

Valle de Bravo 21, 53050 Naucalpan, México.

Tel. (+52) 55 55 60 60 11

9	¿Y la creatividad?
19	Las constantes
21	El pensamiento piensa y la imaginación ve
23	Fantasia Invención Creatividad Imaginación
31	Relaciones entre cosas que se conocen
40	Fuego frío hielo candente
49	El dragón de las siete cabezas
63	Un mono con guardabarros
68	Un pan azul
71	Un martillo de corcho
78	Una cama en medio de la plaza
82	Una pantalla de una lámpara hecha con papel pautado
86	A la Ridolini
89	Una cerilla pop
102	Un monstruo horroroso
107	Un formidable levantador de pesos
110	Relaciones entre relaciones
113	Estímulos para la creatividad
120	Las proyecciones directas
134	Ampliar el conocimiento
140	Un juego creativo
149	Rosas en la lechuga
153	Juegos en tres dimensiones
155	<i>Origami</i>
159	Análisis de las formas
163	Módulos combinables en campos estructurados
165	Escrituras
175	Variaciones en la repetición
176	Quince piedras
179	Creatividad y forma
180	Un museo inventado
187	Una cosa lleva a la otra





www.ggiji.com — www.ggiji.com.mx

Fantasia militar en Londres

Fotografía: Mario De Biasi



**Eva ofreciendo la manzana a la serpiente,
¿es un caso de fantasía, de distracción o de...?**

¿Y la creatividad?

Para muchos, un estudio sobre la fantasía podría parecer una empresa imposible.

Para unos, la fantasía es capricho, rareza, extrañeza; para otros, es ficción (en el sentido de no realidad), deseo, chifladura, manía.

Para algunos campesinos, es el baile popular; para otros, alucinación, obsesión, antojo. También suele entenderse como ensoñación, fantasmagoría, inspiración, don de las musas. Para los soldados, es un ejercicio que se hace de vez en cuando, distinto del estricto reglamento militar.

La fantasía es también irregularidad, hacer las cosas a tontas y a locas, al tuntún. Y, como si todo esto no bastara, ¿no es fantasía también invención?

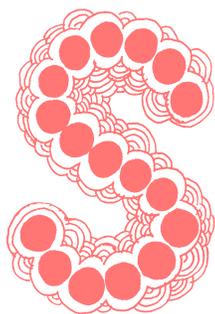
Una mentira ¿es fantasía, invención o imaginación?

Porque ¿no es también imaginación la fantasía? Y las imágenes de la fantasía ¿no pueden ser también sonoras? Los músicos hablan de imágenes sonoras, de objetos sonoros. ¿Y cómo se inventa un bulo, un motor de aire frío, una nueva materia plástica?

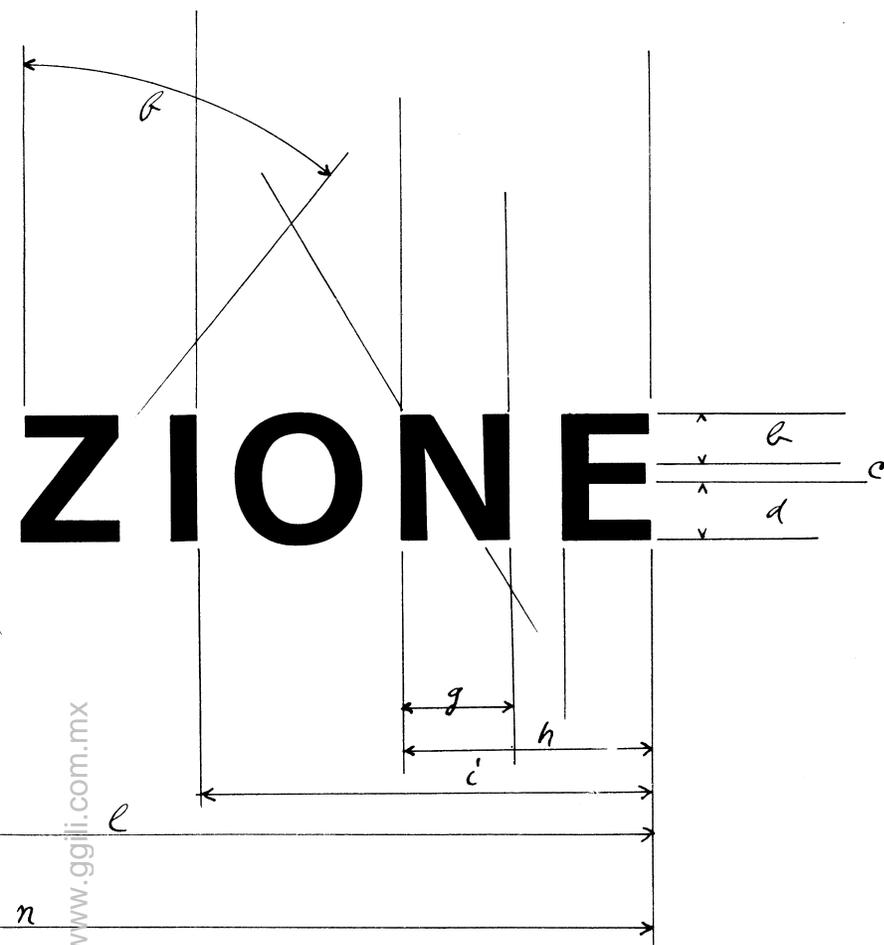
Pero como todas estas facultades humanas actúan simultáneamente, es difícil distinguir bien entre las distintas actividades y las operaciones relativas. Con todo, si conseguimos aportar algunas definiciones —aun cuando sean provisionales— a cada una de estas facultades y las analizamos para ver si existen unas constantes comprensibles en términos lógicos y comunicables a la gente, habremos hecho un trabajo de divulgación muy útil para utilizar estas posibilidades humanas.

Abordaré este estudio desde la experiencia obtenida en mi trabajo profesional con el uso continuado de dichas facultades.





Todo lo que antes no existía, aunque es irrealizable.



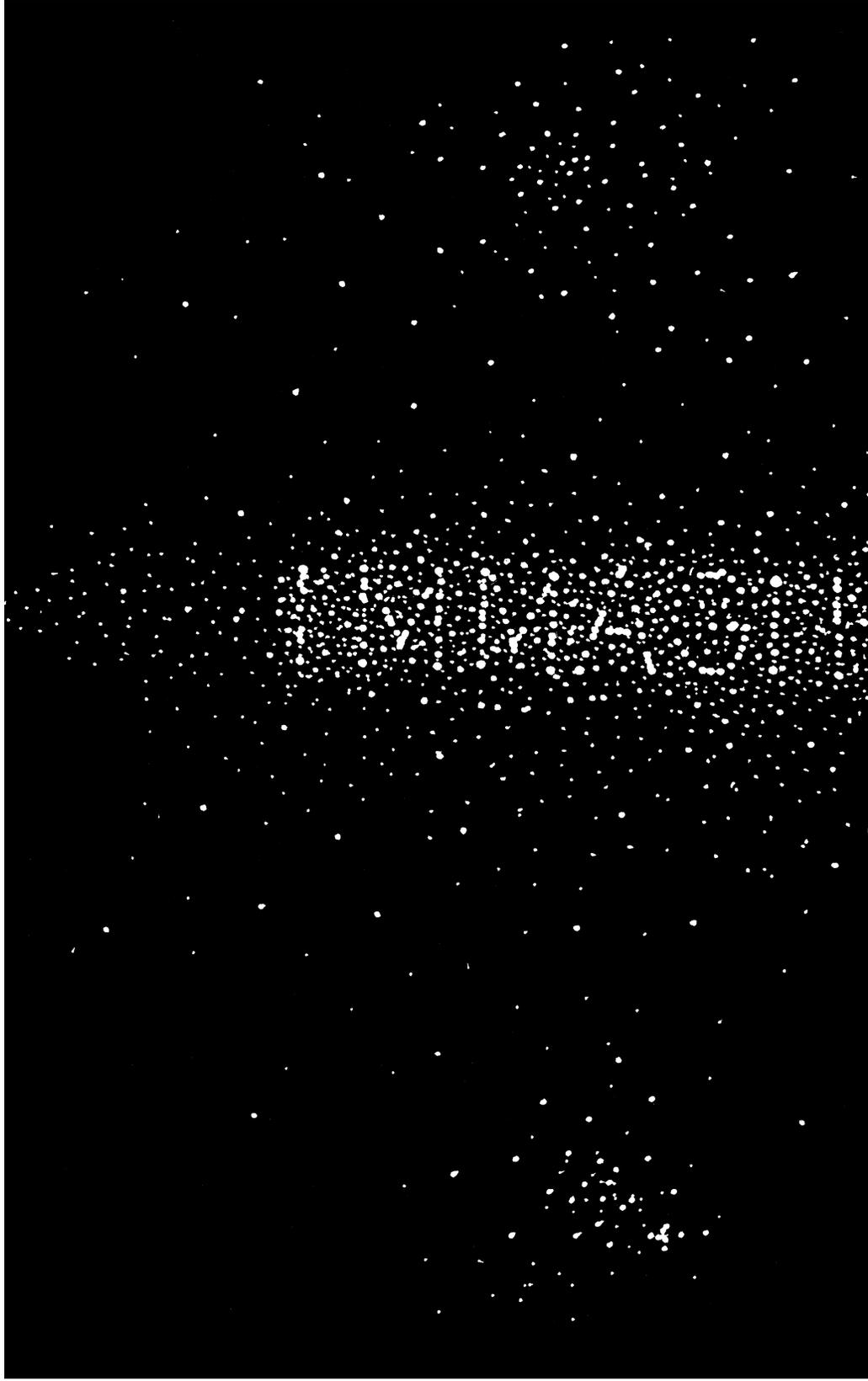
www.ggjii.com — www.ggjii.com.mx

Todo lo que antes no existía y que es exclusivamente práctico (carece de una vertiente estética).

CREAT

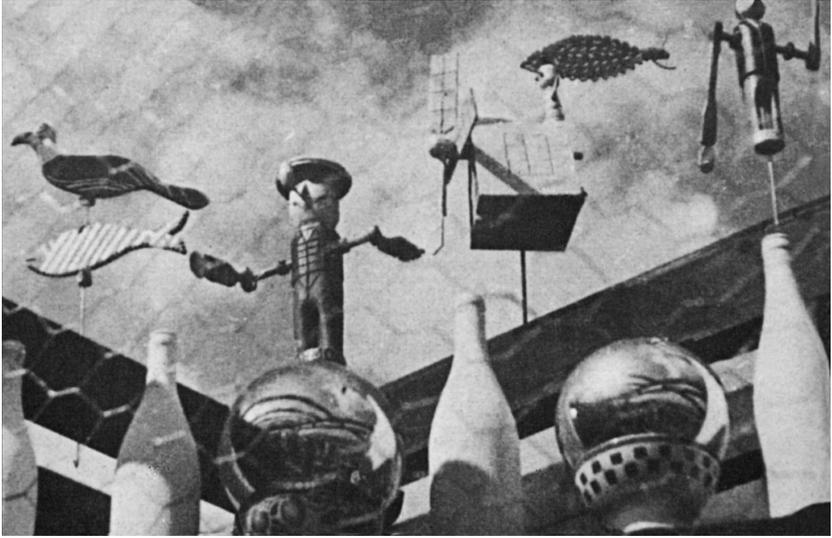
IVIX'

Todo lo que antes no existía y que es realizable de una manera esencial y global.



www.ggilli.com — www.ggilli.com.mx

La fantasía, la invención y la creatividad piensan,
la imaginación ve.



**Ejemplo de fantasía popular:
peces y pájaros que se mueven con el viento.**

Las constantes

¿Quién no ha visto la palabra PINTURA escrita con distintos colores en una tienda de pintura? El letrero puede estar hecho con colores difuminados, como los del arco iris, o con cada letra de un color distinto. En realidad, para este tipo de tiendas bastaría con un rótulo hecho solo con colores: todos los colores del arco iris, todos los colores de la paleta o del muestrario. Un rótulo así quedaría muy bien para una tienda de colores de Italia, India, China, México o cualquier otro país del planeta. Como es la imagen que tiene en mente un individuo cuando busca una tienda de colores, no es preciso que se escriba también la palabra que la designa.

Este ejemplo nos sirve para hacer la siguiente pregunta: ¿cómo es que cuando la gente de países tan distintos se plantea cómo diseñar el rótulo de su tienda de colores decide hacerlo con colores? Unos escribirán todo con colores, otros escribirán con colores solo el nombre, otros finalmente pintarán el fondo de color y la palabra en blanco o en negro. Pero aquí descubrimos una misma constante: a la hora de resolver este problema, la mayor parte de la gente tiende a pensar y a actuar de la misma manera.

Esto puede deberse a que la gente piensa que se trata de una idea universalmente comprensible, lo cual es cierto, o que ha tenido una idea genial al reproducir con distintos colores la palabra del rótulo, lo cual también es, sin duda, una idea coherente. El hecho es que muchos propietarios de tiendas de colores mandan hacer sus rótulos así, pues la idea nace de una simple relación entre el producto y el mensaje destinado al público. Se trata de un problema de pura coherencia. De la misma manera, una tienda de bicicletas suele mostrar en su rótulo una rueda de bicicleta; un taller de neumáticos, un neumático; una óptica, unas gafas (grandes), etc.

El mecanismo por el que uno decide solucionar el problema del rótulo es el mismo. Es una constante. ¿Es posible estudiar las constantes de la fantasía, de la invención, de la creatividad?, ¿es posible tratar de comprender cómo “nace” una idea?

En este libro intentaré enumerar y analizar aquellas que considero las constantes más elementales —los casos más sencillos— de este fe-

nómeno. Sé muy bien que no hay manera de abordar completamente el problema de cómo funcionan la fantasía, la invención y la creatividad, pero también sé que se puede intentar hacer un tipo de investigación que abra el camino para un estudio más amplio y —me gustaría decir también— más completo, y que la gente entienda cómo puede llegar a ser creativa.

El mundo artístico —el de la creatividad y de la fantasía— siempre se ha mantenido como en secreto; nunca debe revelarse (si es que pudiera saberse realmente) cómo nace una idea o cómo se construye una obra de arte. Al gran público solo se le muestran los productos ya terminados, lo cual deja interrogantes por todas partes. Muchos artistas románticos de las vanguardias contemporáneas afirman que hay que mantener al pueblo al margen de estos problemas, que el arte es un misterio inexplicable, que no se debe explicar nunca nada, pues de lo contrario el arte se vendría abajo.

Yo creo, en cambio, que la gente quiere comprender, y por eso me he decidido a ofrecer explicaciones, y espero que otros más competentes que yo sigan este modesto intento de esclarecer unos fenómenos que interesan a todos, para lograr así un mayor desarrollo de la creatividad y, por tanto, también, de la personalidad.

Iniciar una exploración de este tipo significa remontar todo el proceso hasta las facultades que permiten el conocimiento y memorizan los datos. Así, intentaremos explicar cómo opera la mente frente al mundo externo (y también interno) del individuo, para después pasar a analizar todo lo demás.

El pensamiento piensa y la imaginación ve

La inteligencia le sirve al individuo para explorar el mundo exterior mediante manipulaciones y operaciones lógicas, y así poder comprender las cosas y los fenómenos que lo rodean.

Cuando la vista, el oído, el tacto y todos los demás receptores sensoriales entran en acción simultáneamente, la inteligencia trata de coordinar cada tipo de sensación para darse plena cuenta de lo que sucede. Todo lo que se ha comprendido queda fijado después en la memoria, en sus tres sectores principales; es decir, en el de corta duración, en el de larga duración o en el de las funciones genéticas. En el sector de corta duración, recordamos todo lo que nos sirve en este momento pero que después dejará de servirnos; por ejemplo, mañana a las ocho tengo que estar en la estación. Este pensamiento se recuerda hasta el momento de subir al tren, y después se olvida. En el segundo sector, conservamos todos los conocimientos que nos sirven para vivir mejor: para hacer cosas, para comunicar, para hacer planes; es decir, todo lo que nos sirve ahora y nos servirá siempre. Y en el sector genético se encuentran todos los datos que se transmiten de individuo a individuo, de padres a hijos. Además, y como complemento para la memoria, están las enciclopedias, las listas y las enumeraciones, los archivos, etc. También sirven de ayuda a la memoria los gráficos, los diagramas, los esquemas, etc.

La memoria de un niño contiene pocos datos; la de un adulto, muchos.

