

el arte del pensamiento creativo

Rod Judkins

90 cápsulas inspiradoras
basadas en las historias de
grandes pensadores de todos los
ámbitos y de todos los tiempos.

GG

www.editorialgg.com

el arte del pensamiento creativo

Rod Judkins

Traducción de Darío Giménez

www.editorialgg.com

GG

Título original: *The Art of Creative Thinking*, publicado en 2015 por Sceptre, un sello de Hodder & Stoughton, una empresa de Hachette UK.

Diseño y maquetación: Setanta
Revisión de estilo: Silvia Senz
Edición a cargo de María Serrano

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. Dirijase 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 ningún tipo de responsabilidad en caso de error u omisión.

© del texto: Rod Judkins, 2016
© de la edición castellana:
Editorial GG, SL, Barcelona, 2021
© de la traducción: Darío Giménez, 2020

Printed in Portugal

ISBN: 978-84-252-3318-0

Depósito legal: B. 12046-2021

Este libro se ha impreso sobre papel fabricado a partir de madera procedente de bosques y plantaciones gestionadas con altos estándares ambientales, garantizando una explotación de los recursos sostenible y beneficiosa para las personas. También para generar un menor impacto, hemos dejado de retractilar nuestros libros. Con estas medidas, queremos contribuir al fomento de una forma de vida sostenible y respetuosa con el medio ambiente.



Esta obra ha recibido una ayuda a la edición del Ministerio de Cultura y Deporte.

Editorial GG, SL
Via Laietana, 47 3.º 2.ª, 08003 Barcelona, España. Tel. (+34) 933 228 161
www.editorialgg.com

Para Zelda, Scarlet y Louis

www.editorialgg.com

www.editorialgg.com

Introducción

La primera vez que pisé una escuela de arte como alumno me sentí al instante como en casa... por primera vez en mi vida.

En el colegio se reprimía y se apisonaba la creatividad. Era una cosa que los profesores y la autoridad decididamente temían. La consideraban peligrosa, algo que no podían controlar. Apartaban a los alumnos de ella del mismo modo que los apartaban de las drogas, los atracos o los juegos de azar.

En la escuela de arte me encontré justo con lo opuesto. En aquel ambiente, los errores eran algo bueno. Allí podías probar y fracasar. No se ponía el acento en “hacerlo bien”. A mi alrededor, la gente experimentaba porque le daba la real gana y ya está, y hacían cosas que carecían de sentido..., o, mejor dicho, hacían cosas *porque* carecían de sentido. Se respiraba un aire de libertad y liberación, mientras que en todo el resto del mundo la gente se dedicaba a ser irreflexivamente razonable y hacía las cosas porque eran las que hacían todos los demás. Paradójicamente, el pensamiento creativo en la escuela de arte dio pie a logros más valiosos y útiles que los del enfoque lógico y sensato. Muchos años después, cuando volví a la educación artística como profesor universitario, constaté que el ambiente seguía siendo el mismo.

Desde que salí de la escuela de arte, hace tantos años ya, he ido compaginando roles diversos —de formador, artista, escritor, asesor y conferenciante— y me he convertido también en cazador-recolector de técnicas creativas. Tras acabar mis estudios en el Royal College of Art he exhibido mis pinturas en solitario en numerosas ocasiones. He expuesto en muchos países, así como en la Tate Britain, la Royal

Academy y la National Portrait Gallery. Llevo dando clase en el Central Saint Martins College of Art desde 1999 y, además, trabajo de consultor creativo con empresas y negocios de todo el mundo, para los que imparto talleres con los que resolver problemas profesionales mediante la creatividad. En esos talleres salen a la luz técnicas útiles para acceder a ideas originales y para ayudar a la gente y a las empresas a entablar una relación más directa con su propia creatividad.

Yo me esfuerzo con toda mi pasión en trasladar al mundo en general el espíritu de creatividad existente en el mundo del arte. No he escrito *El arte del pensamiento creativo* solo porque me apeteciera: lo he escrito porque era necesario. En los muchos años que llevo ayudando a mis alumnos, a empresas y negocios de sectores diversos y a personas de todas las esferas, desde científicos hasta oficinistas, he sido testigo de que pensar de manera creativa puede transformar la vida cotidiana. He demostrado que los principios de la improvisación del *jazz* pueden hacer que una oficina administrativa funcione con fluidez y sin contratiempos; he ayudado a un emprendedor cuya empresa de buceo se enfrentaba a la quiebra porque la zona se había infestado de tiburones (para resumirlo: convertimos aquello en su peculiar gancho comercial) y a una empresa a vender sus muebles de diseño promocionándolos como incómodos.

Este libro pretende dar un repaso a muchas técnicas útiles de pensamiento creativo, además de examinar los procesos mentales y los métodos de los que se sirve la gente creativa y que pueden usarse para ayudar a cualquiera. Pero también quiero compartir las historias de algunos de los obstáculos inevitables con los que se topan quienes aspiran a pensar de manera creativa y los métodos que emplean para sortearlos. Se trata de desafíos que tenemos que afrontar todos a diario en nuestra vida, sea cual sea nuestra carrera o especialización: la angustia de pensar que carecemos de talento especial; la falta de una pasión ardiente y resuelta; el afán de tener éxito en un campo que en realidad no se nos da bien; el ser incapaces de ganarnos la vida con lo que de verdad nos apasiona; cargarnos de un exceso de

responsabilidades y compromisos, o sentirnos demasiado jóvenes o demasiado viejos, demasiado ingenuos o demasiado hastiados.

Este libro no está pensado para leerlo de forma lineal. Cuando notes que tienes la creatividad baja o que necesitas inspiración, ábrelo por cualquier página al azar.

El arte del pensamiento creativo nació como tributo a aquello que todos podemos aprender en una escuela de arte, pero lo que confío poder enseñar es, ante todo, que pensar de manera creativa no es una actividad *profesional*, sino un método vivencial. La creatividad no tiene que ver con pintar un cuadro, escribir una novela o diseñar una casa, sino con crearse a uno mismo, con crear un futuro mejor y aprovechar las oportunidades que ahora mismo se nos escapan.

www.editorialgg.com

a ver qué pasa cuando haces que pase algo

El artista surrealista Salvador Dalí apareció en un concurso televisivo estadounidense titulado *What's My Line?*, en el que unos famosos con los ojos vendados interrogaban a un “invitado misterioso” para adivinar quién era, preguntándole por su ocupación. El panel de famosos fue planteando sus preguntas, pero la confusión se apoderó de ellos casi al instante, porque Dalí no dejaba de responder: “Sí” a casi todas sus preguntas. Le preguntaron si era escritor y respondió que sí. Era cierto: además de tres obras de no ficción, Dalí había escrito una novela, *Rostros ocultos*. Le preguntaron si era intérprete y dijo que sí: había actuado en varias ocasiones. Llegados a cierto punto, una de las componentes del panel, exasperada ya, exclamó: “¿¡Pero es que no hay nada que no haga este hombre!?”.

Toda mente creativa anhela dar forma al mundo que la rodea. En *What's My Line?*, Dalí podría haber dicho que era diseñador de mobiliario: creó muchas sillas, y su sofá Mae West con forma de labios se ha convertido en todo un clásico del diseño. Como cineasta fue partícipe de las rompedoras películas *Un perro andaluz* y *La edad de oro*. También fue la mente pensante de la etérea secuencia onírica de la película *Recuerda*, de Hitchcock, y del original corto de animación *Destino*, creado en colaboración con Walt Disney. Como diseñador de joyas, creó intrincados diseños de orfebrería que a menudo integraban partes móviles, como el *Corazón real*, hecho en oro con rubíes y diamantes incrustados y cuyo centro late como un corazón de verdad. Como arquitecto, proyectó edificios, de los que destacan su casa en Port Lligat y su extraordinario Teatro Museo de Figueres. Quería una casa, así que se hizo una. ¿Por qué encargarle a otro

que la hiciese? También diseñó escenografía teatral, ropa, tejidos y frascos de perfume. El fabricante de caramelos Chupa Chups (que se siguen vendiendo hoy) le pidió a Dalí que le diseñase un nuevo logotipo. Él creó su emblema de la margarita y la rotulación que se siguen usando en la actualidad. Incluso sugirió que el logo quedase en la parte superior del envoltorio para que siempre estuviese completamente expuesto a la vista, un consejo que el fabricante siguió. Dalí podría haber pensado: “Soy un artista surrealista famoso y rico y me he ganado un lugar en la historia del arte”, pero no lo hizo, se lanzó a probar todo aquello que le parecía curioso o divertido. Carecía en su mente de reglas sobre lo que era importante o irrelevante. Dalí llegó incluso a crear una persona —a la que se suele llamar la Frankenstein de Dalí—, Amanda Lear. La conoció en un local nocturno en 1965, cuando ella se hacía llamar Peki d’Oslo. Dalí la rebautizó, la rehizo y difundió historias misteriosas acerca de ella, con lo que consiguió lanzarla al mercado musical y artístico, donde luego ella arrasó.

La escuela y la sociedad hacen que creamos que tenemos limitadas las capacidades y nos despojan de nuestra confianza creativa. Aunque nacemos dotados de una imaginación, intuición e inteligencia increíbles, a mucha gente se la adiestra para que no use esos poderes y, a resultas de ello, se van marchitando. Nuestros colegios, familiares y amigos proyectan sobre nosotros una visión limitada de nuestras capacidades. Cuando la persona creativa quiere algo, se lanza a probarlo. No todos los diseños, las películas y los experimentos en diversos medios que hizo Dalí le salieron bien, pero suficientes de ellos le funcionaron, y eso le granjeó cierto respeto.

Puedes aplicar un talento creativo a todo aquello que haces y enriquecer así todos los aspectos de tu vida. La creatividad no es un interruptor que se pueda apagar y encender; es una manera de ver el mundo que te rodea, de involucrarte en él y de reaccionar ante él. Los creativos son creativos cuando archivan documentos, cuando cocinan, cuando planifican horarios o cuando hacen las tareas de casa.

Intenta desarrollar una manera de pensar alternativa que pueda aplicarse a cualquier proyecto o reto que te propongas, por muy alejado que esté de tu zona de confort.

Creo que a cualquier actor que se precie le interesa demostrar toda la versatilidad de la que es capaz.

Daniel Radcliffe

¿Estás de acuerdo? Aventúrate a salir de tu zona de confort en el siguiente capítulo.

¿No estás de acuerdo? Descubre por qué la creatividad y la pulcritud no se llevan bien en la pág. 157.

sé siempre el eterno principiante

Tuve que crear una nueva serie de televisión. Nunca había hecho nada parecido. Yo era artista, pintor, y ahí me tenía que ver, delante de treinta profesionales de la tele que me miraban con impaciencia y expectación.

No tenía ni idea de en qué me estaba metiendo cuando acepté el trabajo. La cadena Dubai TV me había pedido que impartiese unos talleres creativos que había concebido para mis alumnos del Central Saint Martins. El CSM los había puesto a disposición del público general. La cadena de televisión me pagó el vuelo a Dubái y me cubrió de lujos: una habitación en el Dubai Hilton, una limusina con conductor, los gastos, el trabajo. Me sentí comprometido con ellos y me había preparado con esmero. No quería llegar hasta allí y descubrir que me había dejado alguna cosa importante.

Habían alquilado una sala de conferencias en un hotel de cinco estrellas para que impartiese mi taller. Cuando me hicieron entrar allí para conocer al equipo de producción, el gerente se volvió hacia mí y me dijo: “Ah, por cierto, en lugar de los talleres, nos gustaría que nos ayudases a crear una teleserie ambientada en Dubái”. Aquello me cayó encima como un jarro de agua fría. Toda mi preparación se fue al garete.

Así que me quedé allí plantado ante el impaciente equipo de producción. La sala rebosaba esplendor y opulencia: mantelería bordada, sillas ornamentadas y pantallas de alta tecnología por doquier. Yo no podía estar más cohibido. Estaba acostumbrado a los estudios de artista, con manchurroneos de pintura por las paredes y suelos desnudos, a lugares donde uno podía equivocarse con total libertad. Les

solté una breve charla sobre mí; en realidad estaba ganando tiempo, tratando de dilucidar qué hacer. Sabía que no iba a poder producir nada creativo en aquella sala, por mucho que hubiesen invertido una fortuna en alquilarla. Iba a tener que alterarla. Para desazón del personal del hotel, les hice quitar de allí todas las mesas y sillas. No quería que la gente se sentase y se relajase. Una vez que estuvo la habitación vacía me encontré más a gusto. Ahora era como un lienzo en blanco para un pintor o un folio en blanco para un escritor. No obstante, eso molestó claramente a toda aquella gente.

A la cadena le costaba concebir una nueva teleserie porque sus ideas eran predecibles y sosas. Y querían que yo las revitalizase. Les dije que iba a ser más fácil descartar sus ideas y empezar de cero. Mejor pensar en ideas nuevas que perder el tiempo intentando rescatar ideas viejas. Eso también les molestó.

El equipo de guionistas, cámaras, personal de producción, técnicos de sonido, escenógrafos, diseñadores de vestuario y demás mantenía unas actitudes que no hacían sino asfixiar el pensamiento creativo: “Llevo años haciendo esto. Soy un experto. Me he formado para hacer esto como debe ser y sé exactamente lo que estoy haciendo”. Querían hacer las cosas del modo en que siempre las habían hecho. Me quedó claro que no iba a poder trabajar con ellos hasta que abriesen su mente a nuevos métodos.

Les cambié los papeles. Les pedí a los cámaras que escribiesen ideas de guion, a los de vestuario que escribiesen personajes, a los de sonido que pensasen en localizaciones, y así. Se pusieron furiosos.

Tuve que convencerlos de que hicieran la prueba. Al final, se abrieron un poco y accedieron a probar. El miedo al fracaso se desvaneció al librarse del peso de las expectativas. Ya no tenían que proteger su reputación, porque no estaban haciendo aquello para lo que se habían formado. Se pusieron a improvisar. A jugar. Fueron surgiendo ideas nuevas y originales. Se lo pasaron bien. Se liberaron. Escribimos unos cuantos guiones con personajes emocionantes, localizaciones insólitas y tramas argumentales innovadoras. Querían que los

actores se pusieran a ensayar sus papeles y empezar a rodar “como es debido”. Yo les señalé que eso era lo que solían hacer. En lugar de eso, rodamos un episodio rudimentario en el que ellos mismos interpretaron a los personajes. Fueron improvisando otras ideas insólitas e interesantes a medida que rodábamos.

Más adelante, cuando yo ya estaba de regreso en Inglaterra, acabaron de desarrollar aquellas ideas iniciales. La serie se emitió. Para Dubái, aquella fue una serie original y distinta. El proceso había determinado el resultado final.

Hay que sacarle todo el partido a la inexperiencia. El principiante aporta una perspectiva fresca. Los *amateurs* y los no profesionales están abiertos a ideas nuevas y dispuestos a probarlo todo. No saben cómo “se tienen que” hacer las cosas y todavía no se han atrincherado en ningún método determinado. Para ellos nada está “mal”, porque no saben qué es lo que está “bien”.

Es importante evitar convertirse en un experto, un especialista o una autoridad. Los expertos no hacen más que remitirse a su experiencia pasada. Lo que les haya funcionado en el pasado, eso es lo que repetirán. Transforman el conocimiento en un ritual repetitivo. Su experiencia se convierte en una camisa de fuerza. Además, los expertos aducen tener muchos años de experiencia, pero lo que tienen en realidad es un solo año de experiencia repetido muchas veces. Consideran los nuevos métodos una amenaza para su experiencia y se esmeran por erradicarlos.

Para aportarte aire fresco o aportárselo a tu empresa, dedica un día a trabajar en algo que te parezca valioso pero que no sea lo que “deberías” estar haciendo. Cambiar de tareas genera un ambiente que alienta la innovación. No dejes de buscar nuevos modos de hacer las mismas cosas y no repitas aquello que ya sabes. No hagas las cosas de la manera habitual, hazlas de manera inusual.

Lo que sé hacer es seguro que ya lo he hecho, de ahí que tengo que hacer siempre lo que no sé hacer.

Eduardo Chillida

¿Te inspira? Descubre al arquitecto autodidacta de la pág. 76.

¿No te inspira? Imita a tus ídolos en la pág. 175.

échale la culpa a Miguel Ángel

El culto al genio creativo surgió con la primera superestrella de las artes, Miguel Ángel. En 1550, el que fue su biógrafo y gurú de relaciones públicas, Vasari, promocionó el concepto de “Miguel Ángel el Divino”. Su talento era un don de Dios, según Vasari, que afirmaba que Dios solo otorgaba semejante destreza a unos pocos privilegiados, los elegidos. Aquel concepto propició una actitud elitista y desmotivadora hacia la creatividad.

Lo que Vasari olvidó mencionar fue que Miguel Ángel se sustentaba en una legión de ayudantes. En los archivos constan centenares de facturas de sus muy cualificados ayudantes; una docena de ellos estuvieron trabajando de continuo en el techo de la Capilla Sixtina, por ejemplo, lo que explica la magnitud en escala de semejante hazaña y el hecho de que esa tarea pudiera parecer físicamente imposible. Para mí, eso no le resta importancia a ese logro. Su papel era parecido al de un director de cine, como un Francis Ford Coppola en el mundo actual, alguien que lleva a cabo un proyecto ingente dirigiendo a un equipo técnico para cumplir su visión. Un logro increíble, pero no sobrehumano. Si bien la trilogía de *El padrino* fue la visión de Coppola y este consiguió unas interpretaciones increíbles de Marlon Brando y del resto del reparto, no sería justo atribuirle al director cosas como el diseño de vestuario, la escritura del guion, la iluminación, la edición y las demás tareas relacionadas con la creación de una película.

Miguel Ángel, que sin duda alguna es uno de los grandes genios que ha dado el mundo, más que un don divino lo que tenía era un talento que alimentaba con intensidad. Criado entre trabajadores de

cantera, a los seis años ya era capaz de cincelar y cortar bloques de piedra. A los doce llevaba ya a sus espaldas miles de horas de tallado de la piedra. A los catorce entró de aprendiz en el estudio de un artista. Ese grado de formación especializada resulta hoy imposible. De hecho, es hasta ilegal.

Los maestros de antaño son una gran fuente de inspiración, pero no podemos intentar siempre imitar su grado de habilidad. Debemos descubrir nuestros propios puntos fuertes. Cuando imparto talleres sobre creatividad para empresas, trato de que todo el mundo participe: los contables, los administrativos, los técnicos, todos los que estén por allí, no solo los “creativos”. Al final de las sesiones, los “no creativos” se sorprenden de lo creativos que son. Les han hecho creer que carecen de esa capacidad y, por consiguiente, les falta confianza. El pensamiento creativo es como un músculo que hay que fortalecer mediante el ejercicio. Muchas veces propongo ejercicios que duran cinco o diez minutos, algo así como las series de ejercicios breves que hacen los deportistas para ponerse en forma.

¿Cuántas veces habrás oído eso de “no soy capaz de dibujar ni aunque me maten” o lo de “tengo un oído fatal”? El concepto de talento innato merma la confianza. Mucha gente no llega a desarrollar su talento porque se les ha hecho creer que no han nacido con la dosis necesaria para ser profesionales.

Muchas veces se confunde el “talento” con la “habilidad innata”, pero también hay mucha gente que confunde sencillamente “talento” con “habilidad”. En la actualidad, una mente creativa no busca demostrar pericia técnica o maestría, sino que se centra más en comunicar ideas y conceptos por cualquier medio que se le antoje adecuado. Aporta más interés que un ingeniero construya un cohete a base de piedras, que un artista pinte con sangre o que un arpista toque música con cuerdas de tender la ropa. Nuestra tarea es desarrollar nuestro potencial creativo, adopte la forma que adopte y pensemos o no que hemos nacido con él.

**No todo el mundo tiene la misma
clase de talento, así que uno descubre
cuál es el suyo y trabaja con él.**

Frank Gehry

¿Te convence? Descubre lo que tienen que decir los
Beatles sobre talento y esfuerzo en la pág. 30.

¿No te convence? Veamos si Picasso es capaz
de convencerte en la pág. 177.

sé el medio de tu medio

¿Se desintegró el transbordador espacial Columbia al reintegrarse a la atmósfera terrestre y mató al instante a sus siete tripulantes por culpa de una diapositiva de PowerPoint mal diseñada? Durante el lanzamiento, unos días antes, una pieza de la espuma aislante había colisionado con el ala del transbordador. Mientras el Columbia seguía orbitando la Tierra, los ingenieros de la NASA les presentaron a sus superiores los resultados de la investigación. La pieza de espuma era miles de veces mayor que cualquier otra cosa que hubiesen usado en sus pruebas y tal vez hubiese causado una rotura seria. Por desgracia, aquella advertencia la presentaron en PowerPoint. Sus superiores salieron de la reunión convencidos de que todo iba bien.

Una presentación que impresione visualmente cuenta una historia, atrapa al público y dota de significado a la información, además de hacerla amena y embellecerla. La magnitud del problema al que se enfrentaba la NASA pasó inadvertida. Quedó enterrada en una diapositiva abarrotada de listas con topos. Edward Tufte, profesor de la Universidad de Yale que investiga sobre la presentación de información visual, profundizó en el incidente y demostró que el PowerPoint, por su propio diseño, no contribuía al buen raciocinio. Criticó el formato: unas ideas complejas apretujadas en forma de listas con topos distorsionan la información. Si se hubiera presentado en otro medio, casi con toda probabilidad podría haberse evitado el desastre. Un consejo independiente llegó a la misma conclusión tras leer el análisis de Tufte y afirmó que “no cuesta entender que un alto directivo pudiera leer esa diapositiva de PowerPoint y pasar por alto que se refería a una situación que ponía vidas en peligro”.

Tu entorno de trabajo, ya se trate de un supermercado, una oficina, un estudio o una obra de construcción, te persuade para que trabajes y pienses de determinada manera. Cuanto más consciente seas de ello y cuanto más comprendas tu medio, más partido podrás sacarle. Una reunión sobre finanzas no tiene que ver con las finanzas, sino con las reuniones: su formato, sus políticas internas, sus jerarquías y la manera con la que se gestionan y dirigen las cosas. La decisión más habitual que se toma en una reunión es la de celebrar otra reunión. Y esa no es en realidad una decisión.

Los artistas fueron los primeros en indagar en esta idea, en concreto los surrealistas. Las pinturas de René Magritte eran cuadros que iban sobre cuadros. Sus ideas surrealistas han ejercido una profunda influencia en nuestra manera de entender de qué manera el medio transforma el mensaje. En lugar de crear una obra artística sobre algo que había observado, su trabajo reflexionaba sobre qué era un cuadro y cuál era el verdadero efecto que causaba en el espectador. Le pedía a su público que cuestionase la ilusión que se le presentaba.

En la pintura de Magritte *La traición de las imágenes* aparece una pipa bajo la cual una inscripción reza “Esto no es una pipa”. A primera vista esto nos parece una contradicción, pero en realidad es cierto: eso no es una pipa, sino la imagen de una pipa. Magritte señalaba así que un cuadro es una ilusión. Intentaba entender el lenguaje de la pintura, cómo funcionaba y cómo transmitía ideas, así como cuestionar las percepciones preconicionadas que del arte tiene el espectador. Un cuadro de flores no va sobre flores, va sobre el medio pictórico: las tradiciones, la historia, el marco, la galería y las expectativas que tiene quien lo contempla.

Los artistas como Magritte comprendían su medio y transmitían una información que era poesía visual. Eso la hacía más memorable y fácil de entender, a diferencia de la información de los carteles, la televisión, los periódicos e internet con la que se nos bombardea hoy. Nos ahogamos en ella. Nos aturden con presentaciones en PowerPoint plagadas de listados con topes que nos atosigan. Esas listas son asesinas.

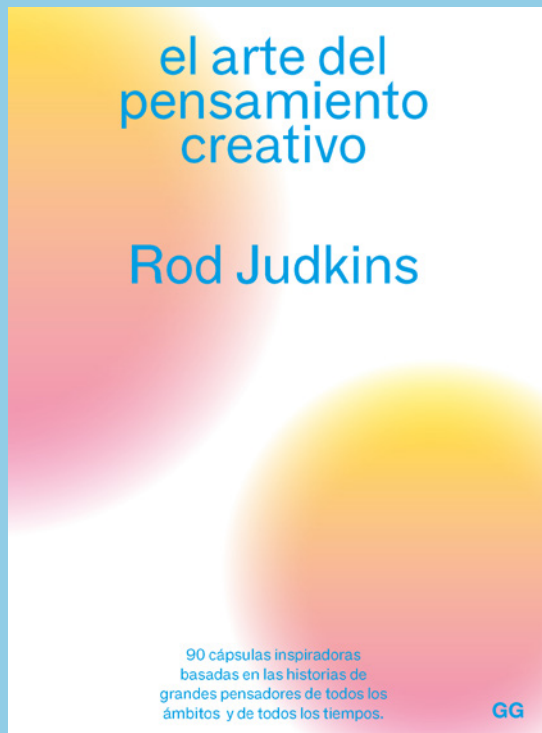
La mayoría de la gente la componen consumidores pasivos que nunca analizan su medio ni su entorno. En el cine, el público se deja llevar por la ilusión y disfruta del espectáculo. Para quien piensa de forma creativa, el entretenimiento radica en deconstruir ese espectáculo y analizar cómo podría haberse estructurado la película de un modo distinto. ¿Y si se intercambiasen la última escena y la primera? ¿Y si se intercambiasen los papeles el personaje protagonista y el secundario? ¿Y si se convirtiese en una película muda? Imaginar cómo podrían alterarse los elementos agudiza el pensamiento creativo. Para prosperar en cualquier esfera de actividad necesitas adquirir una comprensión profunda de esa esfera.

**Los nuevos medios no son puentes
entre el hombre y la naturaleza:
son la naturaleza.**

Marshall McLuhan

**¿No te va ser el medio de tu medio? Pues sé tu
objeto de estudio, de dentro afuera, en la pág. 59.**

**Encuentra este libro en tu
librería habitual o en editorialgg.com**



<https://editorialgg.com/el-arte-del-pensamiento-creativo-libro.html>

GG