

# VISUAL DOING

## HOJA DE RUTA



- 2.1 Prepara tu narración visual
- 2.2 Metáforas
- 2.3 Composición y coherencia
- 2.4 Jerarquía visual
- 2.5 Marcos y conectores
- 2.6 Elocuencia visual
- 2.7 Cómo crear una narración visual



Cómo se estructura este libro  
*Visual thinking* y *visual doing*  
Tu cómo, nuestro porqué  
¿Por qué trabajar en modo visual?  
Materiales



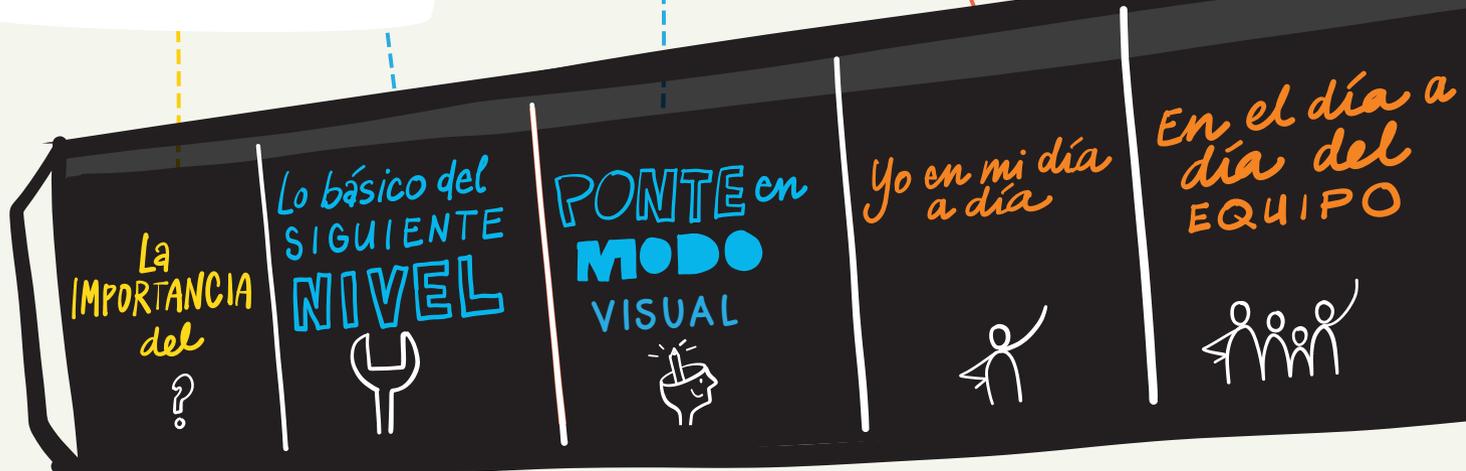
- 3.1. Tipografía
- 3.2. Dibujos deconstruidos
- 3.3. Personas y acciones
- 3.4. Combinar iconos
- 3.5. Vocabulario visual
- 3.6. Inspiración para dibujar



- 4.1. Cómo presentarte
- 4.2. Yo en el panorama general
- 4.3. Toma de notas visual
- 4.4. Conversaciones sinceras
- 4.5. Organizarte en modo visual
- 4.6. Resolución visual de problemas



- 5.1. Genera coraje creativo
- 5.2. *Brainstorming* visual
- 5.3. Recopila y estructura las aportaciones
- 5.4. Selecciona y elimina
- 5.5. Rendimiento del equipo
- 5.6. Póster de la visión del equipo
- 5.7. Hoja de ruta
- 5.8. Personas arquetípicas actuales y futuras





- 6.1. Cambiar de actitud
- 6.2. Hacer planes
- 6.3. Comprender la estrategia
- 6.4. Cambiar una organización



7



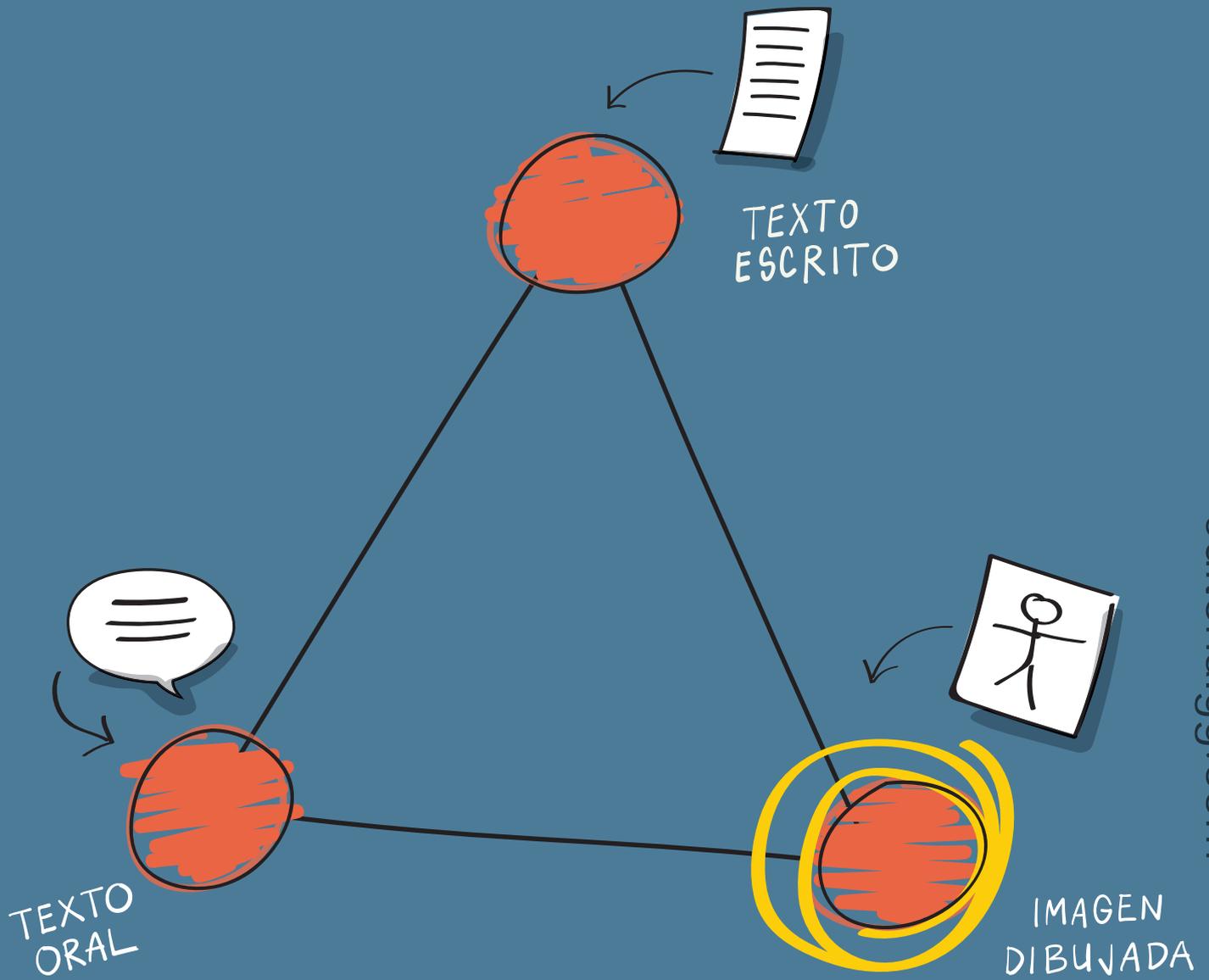
- 7.1. Consejos
- 7.2. Acerca de la autora
- 7.3. Con la inestimable contribución de
- 7.4. Cómo se hizo este libro



# ÍNDICE

<b>1. LA IMPORTANCIA DEL VISUAL DOING</b>	<b>11</b>
Cómo se estructura este libro   <i>Visual thinking</i> y <i>visual doing</i>   Tu cómo, nuestro porqué   ¿Por qué trabajar en modo visual?   Materiales	
<b>2. LO BÁSICO DEL NIVEL AVANZADO</b>	<b>19</b>
2.1 Prepara tu narración visual	20
Lo primero es lo primero   Clasifica el contenido   Busca la estructura subyacente	
2.2 Metáforas	25
El poder de la metáfora   Cómo encontrar tu metáfora   Metáforas para inspirarte	
2.3 Composición y coherencia	36
Composición   Coherencia	
2.4 Jerarquía visual	40
Foco de atención   Igual que hablar o escribir   Guía básica de la jerarquía   Verificación de la jerarquía	
2.5 Marcos y conectores	46
2.6 Elocuencia visual	48
Cómo expresarte	
2.7 Cómo crear una narración visual	50
En resumen	
<b>3. PONTE EN MODO VISUAL</b>	<b>53</b>
3.1 Tipografía	54
Títulos   Subtítulos   Tipos de contenidos	
3.2 Dibujos deconstruidos	57
Si sabes escribir, sabes dibujar   Descomponer el tema   Saca tus cuentas	
3.3 Personas y acciones	61
Expresiones faciales   Posturas   Personas arquetípicas y profesiones   Interacciones y su historia	
3.4 Combinar iconos	66
3.5 Vocabulario visual	70
Iconos temáticos   ¡Acción!   Scrum y Agile   Ideas, innovación   Buscar un propósito   Educación, aprendizaje   Resistencia   Internet de las cosas   Tomar decisiones   Puesta en práctica   Varios   Dinámicas de grupo   Partes implicadas	
3.6 Inspiración para dibujar	78

<b>4. YO EN MI DÍA A DÍA</b>	<b>81</b>
4.1 Cómo presentarte	82
Cómo retratarte	
4.2 Yo en el panorama general	84
4.3 Toma de notas visual	86
4.4. Conversaciones sinceras	90
4.5. Organizarte en modo visual	92
4.6. Resolución visual de problemas	94
Encuentra el problema   Resuelve el problema	
<b>5. EL DÍA A DÍA DEL EQUIPO</b>	<b>99</b>
5.1 Gestar coraje creativo	100
Nos ponemos a dibujar   Nueva idea de producto   Combinaciones insólitas   Treinta círculos   Pájaros garabateados   Dibujo abstracto	
5.2 <i>Brainstorming</i> visual	104
Cuestionar   <i>Card mapping</i>   <i>Brainstorming</i> silencioso   Plantillas para <i>brainstorming</i>   Estímulos visuales	
5.3 Recopilar y estructurar aportaciones	108
Parar-empezar-seguir   Dos lados   Matriz   Notas adhesivas	
5.4 Seleccionar y eliminar	111
El primer corte   Decide en qué centrarte   Seleccionar ideas	
5.5 Rendimiento del equipo	114
Valores centrales   Definición de excelente   Atrapasueños   Retrospectiva   Temperatura del equipo	
5.6 Póster de la visión del equipo	118
5.7 Hoja de ruta	120
5.8 Personas arquetípicas actuales y futuras	122
<b>6. EL DÍA A DÍA DE LA ORGANIZACIÓN</b>	<b>125</b>
6.1 Cambiar de actitud	126
6.2 Hacer planes	128
6.3 Comprender la estrategia	130
6.4 Cambiar una organización	132
<b>7. SIGUE DIBUJANDO Y HACIENDO</b>	<b>135</b>
7.1 Consejos	136
7.2 Acerca de la autora	138
Willemien Brand	
7.3 Con la inestimable contribución de	139
Hester Naaktgeboren   Georgette Pars   Inge de Fluiter   Laut Rosenbaum	
7.4 Cómo se hizo este libro	143



TRIÁNGULO de la  
COMUNICACIÓN EFICAZ

# 1. LA IMPORTANCIA DEL VISUAL DOING

**Resulta sumamente inspirador ver cómo se está extendiendo la comunidad de *visual thinkers* por todo el mundo. Este libro te guiará paso a paso por el camino que va de pensar en modo visual a HACER en modo visual.**

Pensar y hacer de manera visual fortalecen la comunicación a muchísimos niveles: lo que cuentas le llega a tu público de un modo más profundo. Permite la cocreación y aporta más energía a las reuniones. Pero, sobre todo, es mucho más divertido. Dibujar gráficos te ayuda a explicarte y a transmitir mensajes con claridad.

Dibujar, para mí, es un modo de vida. Me sale de manera natural plasmar visualmente los procesos para aclararlos y explicarlos; se ha convertido en mi motivación interna. Me encanta ayudar a otra gente a usar esta potente herramienta y contribuir a que se convierta en algo tan natural como hablar y escribir. Cuando sea. Donde sea.

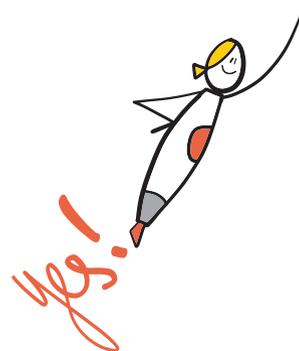
La gente disfruta al descubrir lo fácil que resulta usar dibujos en entornos de empresa. Y nosotros disfrutamos guiándolos por ese trayecto de descubrimiento. Este libro satisfará de manera muy sencilla tu deseo de comunicarte de manera visual. Las herramientas y los consejos que lo componen, sumamente útiles

y prácticos, te ayudarán a mejorar tus dibujos y a ampliar tus capacidades, y te permitirán contar tus propias **historias de manera visual.**

Ha sido un enorme placer escribir y dibujar este libro junto con mis muy estimados colaboradores Inge de Fluiter, intérprete de gráficos inspiradores y diseñadora de lienzos, y Laut Rosenbaum, estratega creativo y formador dibujo narrativo. Y también, cómo no, con mis motivadas y apasionadas colegas Hester Naaktgeboren y Georgette Pars, diseñadoras y *visual thinkers*.

Juntos hemos enriquecido y simplificado nuestro primer libro, *Visual Thinking*, para crear un manual práctico que te ayudará ahora a ir más allá y mejorar tu creatividad visual.

Willemien Brand, fundadora de Buro BRAND.



# CÓMO SE ESTRUCTURA ESTE LIBRO

Este libro es una secuela de *Visual Thinking* y, a la vez, un libro nuevo por derecho propio. En él presentamos nuevas habilidades, consejos y herramientas y te proponemos pasar de pensar en modo visual a HACER en modo visual.

El libro arranca con las destrezas básicas. El capítulo 2 es algo más teórico y te explica la composición, la jerarquía visual y las metáforas. ¡Indispensable leerlo! El capítulo 3 deja claro que puedes dibujar LO QUE QUIERAS. Te pone ejemplos para que puedas ir montándote tu biblioteca visual propia a base

de tipografía, montones de iconos, combinaciones de iconos y más cosas. Después de estos capítulos, empieza la segunda parte del libro, en la que los capítulos 4, 5 y 6 están dedicados, respectivamente, al *visual doing* aplicado:

- **A mí en tanto que individuo.**
- **A nosotros como equipo.**
- **A nosotros como empresa.**

En los dos primeros tratamos sobre formas visuales de trabajar que nos encantan, desde una conversación sincera hasta la creación de una hoja de ruta. En el tercero

ampliamos esas formas de trabajo visual. Exponemos casos en los que nuestros trabajos visuales han ayudado a empresas a transformar sus estructuras y sus comunicaciones. Y terminamos con unos cuantos consejos para asegurarnos de que sigas dibujando mucho tiempo después de haber acabado de leer este libro.



## VISUAL THINKING Y VISUAL DOING

Nuestro primer libro, *Visual Thinking*, giraba en torno a la habilidad para el dibujo, con el objetivo de que te dieras cuenta y te convencieras de que SÍ SABES dibujar.

Con él derribamos barreras, te brindamos ejemplos y consejos sencillos y eficaces, y conseguimos que empezases a adquirir la actitud de un *visual thinker*.

En este libro, *Visual Doing*, vamos un paso más allá. Ponemos el énfasis en tu trabajo individual, en entornos de equipo y de grupo y, a mayor escala, en organizaciones.

En el sumamente cambiante mundo actual de la empresa, la agilidad es vital. No hacemos más que oír términos como *scrum*, *lean-startup* y *design thinking*.

Pues el *visual thinking* es crucial en estas nuevas maneras de trabajar, y este libro puede ayudarte a dominarlo.

*Visual Doing*, cargado de ideas inspiradoras, reanuda la marcha donde se quedó el anterior, *Visual Thinking*.

# MALAS EXCUSAS PARA NO PASARSE AL VISUAL DOING



# TU CÓMO, NUESTRO PORQUÉ

**Cómo resolver problemas de manera visual**

CÓMO INCLUYO LOS PENSAMIENTOS Y LAS IDEAS DE TODO EL MUNDO

*Cómo me presento*

*Cómo tomo notas visuales*

**CÓMO POTENCIO UNA REUNIÓN MEDIANTE HERRAMIENTAS VISUALES**

**CÓMO PODEMOS GENERAR (MAS) PARTICIPACIÓN**

**CÓMO LLEGO A COMPRENDER LOS PROCESOS**

*Cómo hacemos para COCREAR VISUAMENTE*

**Cómo me organizo visualmente el trabajo**

**Cómo libero mi potencial CREATIVO**

**CÓMO EXPONGO NUESTRA VISION**

*Cómo hago para que la gente entienda la estrategia*



**CÓMO DOY MÁS IMPACTO A MIS CONVERSACIONES CARA A CARA**

La gente nos dice mucho que percibe el poder del *visual thinking* por todas partes, pero se preguntan: "¿Por dónde empiezo?". Este libro aborda todos esos "cómo" para responder a tus preguntas.

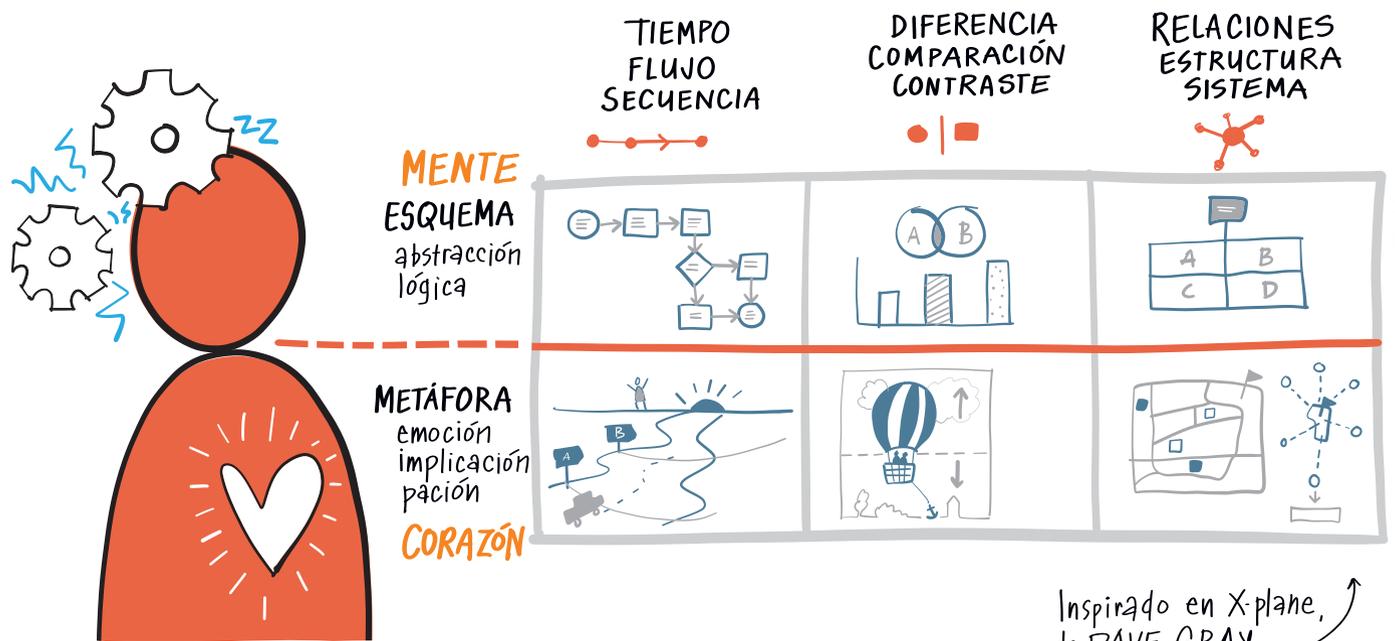
Nos apasiona hacer que las cosas sean fáciles y comprensibles para todo el mundo. Te guiaremos paso a paso por toda una serie de formas de trabajar visualmente mediante ejemplos y casos.

# ¿POR QUÉ TRABAJAR VISUALMENTE?

A diario procesamos una cantidad ingente de información visual. Publicidad, redes sociales, infografías, señalización: vivimos en una era de sobrecarga de información visual. En el trabajo usamos esa información visual sobre todo en forma de infografías, gráficos o presentaciones (en PowerPoint o programas similares).

Con el incremento de los estímulos (visuales) y la disminución de la capacidad de atención, cada vez tenemos que esforzarnos más no solo para comunicarnos, sino también para transmitir nuestro mensaje. Si quieres captar la atención de tu público, ya no basta con presentarles meros datos que apelen a su mente.

Hay que ir más allá: ¡tienes que apelar también a su corazón! Para ganarte el corazón y la mente de tu público, debes presentarle una información clara de un modo visual que rezume creatividad y hacerlo con visión y pasión. Una presentación apasionada con buenos gráficos conseguirá llegarle mucho más al público que cualquier informe de cien páginas.



Trabajar en modo visual puede ser la opción idónea por muchos motivos. Mira las siguientes páginas (amarillas) para hacerte una idea de algunos de esos motivos.

# EL IMPACTO

DE TRABAJAR DE  
MODO VISUAL



TE ABRE LA MENTE  
A DISTINTAS  
POSIBILIDADES



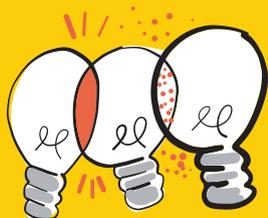
CONCURRENCIAS



ACLARA LOS  
PROCESOS



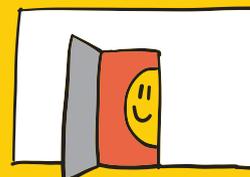
DESCUBRE  
OTROS  
RESULTADOS



NUEVAS  
IDEAS, MEJOR  
COMPRESIÓN

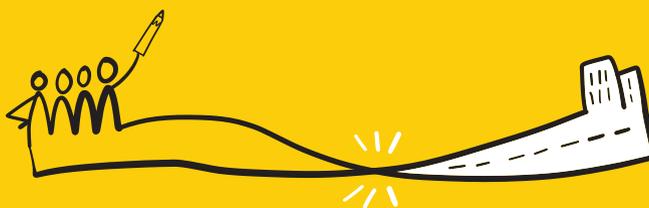


CREA EQUIPOS DE  
ALTO RENDIMIENTO



ACCESIBLE

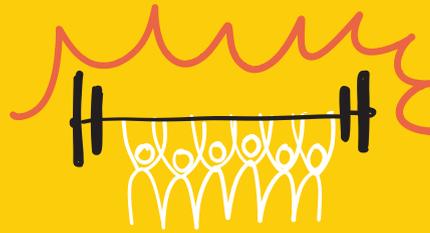
FÁCIL DE  
PROTOTIPAR



ACELERA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



INVITA A LA GENTE  
A CONVERSAR Y  
CRITICAR



CONSTRUIR JUNTOS



AGILIZA LA  
COMUNICACIÓN



COMPARTIR LA  
MISMA VISIÓN



LLEGA AL CORAZÓN



DINAMIZA



¡ES DIVERTIDO!



DIRECTO AL GRANO



FOMENTA COMPARTIR,  
CONTAR



PROPICIA  
EL  
CAMBIO



SIMPLIFICA

# MATERIALES



Vale, quieres ponerte a ello ya. Te has comprado el libro (o los libros) y te has cargado de buenas intenciones, pero ¿qué material necesitas para empezar con buen pie?

## Papel

- Indispensable: un gran rollo de papel kraft de toda la vida. Es genial para murales de estrategia, hojas de ruta y otras aventuras visuales.
- Hojas de papel grandes o de las que se usan en los rotafolios.
- Un buen de hojas A3, porque las A4 nos parecen demasiado pequeñas para que dibujes.
- Si vas a hacer mapeo de conceptos o *brainstorming*, también es indispensable tener notas adhesivas (post-its) o papeles pequeños en blanco.



**Consejo:** También puedes usar papel en rollo, papel de envolver o manteles de papel individuales. Sácale el máximo partido a tu material usando las dos caras del papel y las hojas de rotafolio. Además, el papel kraft lo puedes reaprovechar y usarlo para envolver regalos.

Se pueden encontrar notas adhesivas de muchos colores, formas y tamaños. Hasta las hay en negro (nos encanta combinarlas con tinta blanca). Pero cuidado con los colores —o combinaciones— demasiado intensos o vivos; y no te olvides de que hay que despegar los post-its por uno de los lados —y no por la parte inferior— para evitar que se abarquillen una vez pegados en la pared.

## Rotuladores para rotafolio

Nos encantan los de la marca Neuland: son recargables y no traspasan el papel. Nos gusta especialmente el Big One cuando el trabajo tiene que ser bien visible. También hemos descubierto hace poco un rotulador japonés de punta de pincel que nos chifla. No dejes de buscar hasta que des con el rotulador que más te guste y que mejor se adapte a ti.

## Rotuladores de pintura

Algunas marcas, como Molotov o Posca, tienen rotuladores acrílicos que son geniales para dibujar sobre papel kraft y otras superficies.

## Almacenaje

Es importante tener una buena caja o estuche donde guardar los rotuladores. ¿Dibujas con frecuencia? Cómprate un mandil o un cinturón de herramientas.

## Rotuladores para pizarra blanca

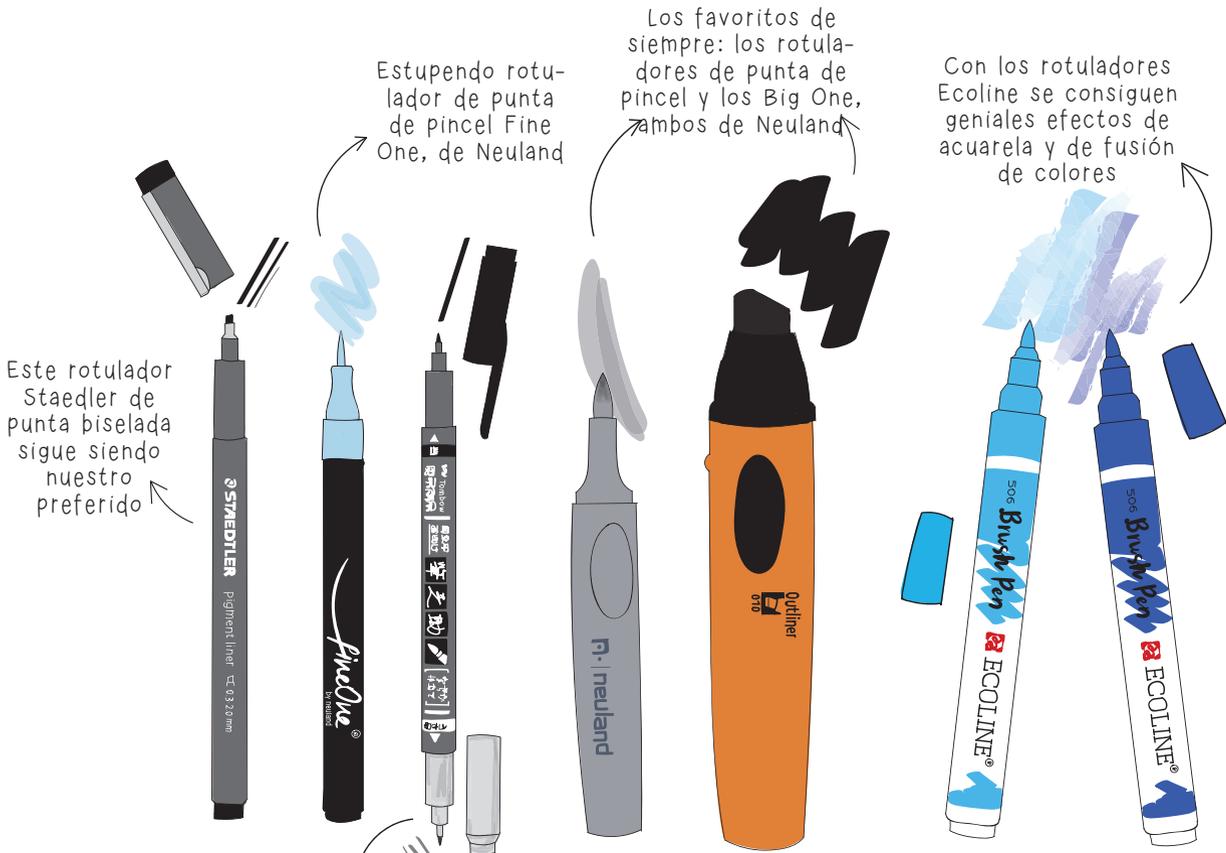
Los rotuladores para pizarra blanca están infravalorados. Empieza por deshacerte de los habituales de punta redonda y de colores básicos (verde, rojo y azul) y cómprate una buena gama de rotuladores de colores (por ejemplo, los corporativos de tu empresa) con punta biselada. La variación de trazos finos y gruesos aportará mayor impacto a tus dibujos.

## Digital

También puedes dibujar en formato digital, claro. Nos encantan el iPad y el Apple Pencil combinados con nuestras apps favoritas. Consulta nuestras recomendaciones en el capítulo 7.

Procura tener siempre provisión de todo esto para que el material nunca sea un impedimento en tu trayecto visual. Pero si te quedas corto de material, no dejes que eso te frene: si no tienes otra cosa a tu alcance, puedes dibujar incluso en la arena usando el dedo.





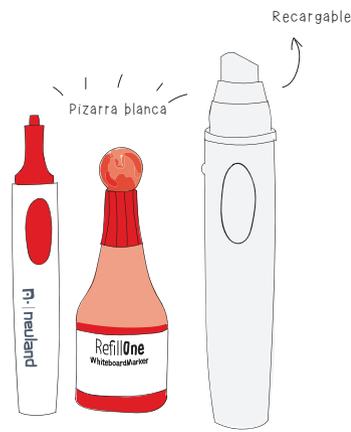
Este rotulador Staedler de punta biselada sigue siendo nuestro preferido

Estupendo rotulador de punta de pincel Fine One, de Neuland

Los favoritos de siempre: los rotuladores de punta de pincel y los Big One, ambos de Neuland

Con los rotuladores Ecoline se consiguen geniales efectos de acuarela y de fusión de colores

Los rotuladores Tombow negro y gris hay que tenerlos siempre a mano!



Consejo: Si escribes con rotulador blanco sobre cinta adhesiva kraft, puedes hacer unas etiquetas geniales.

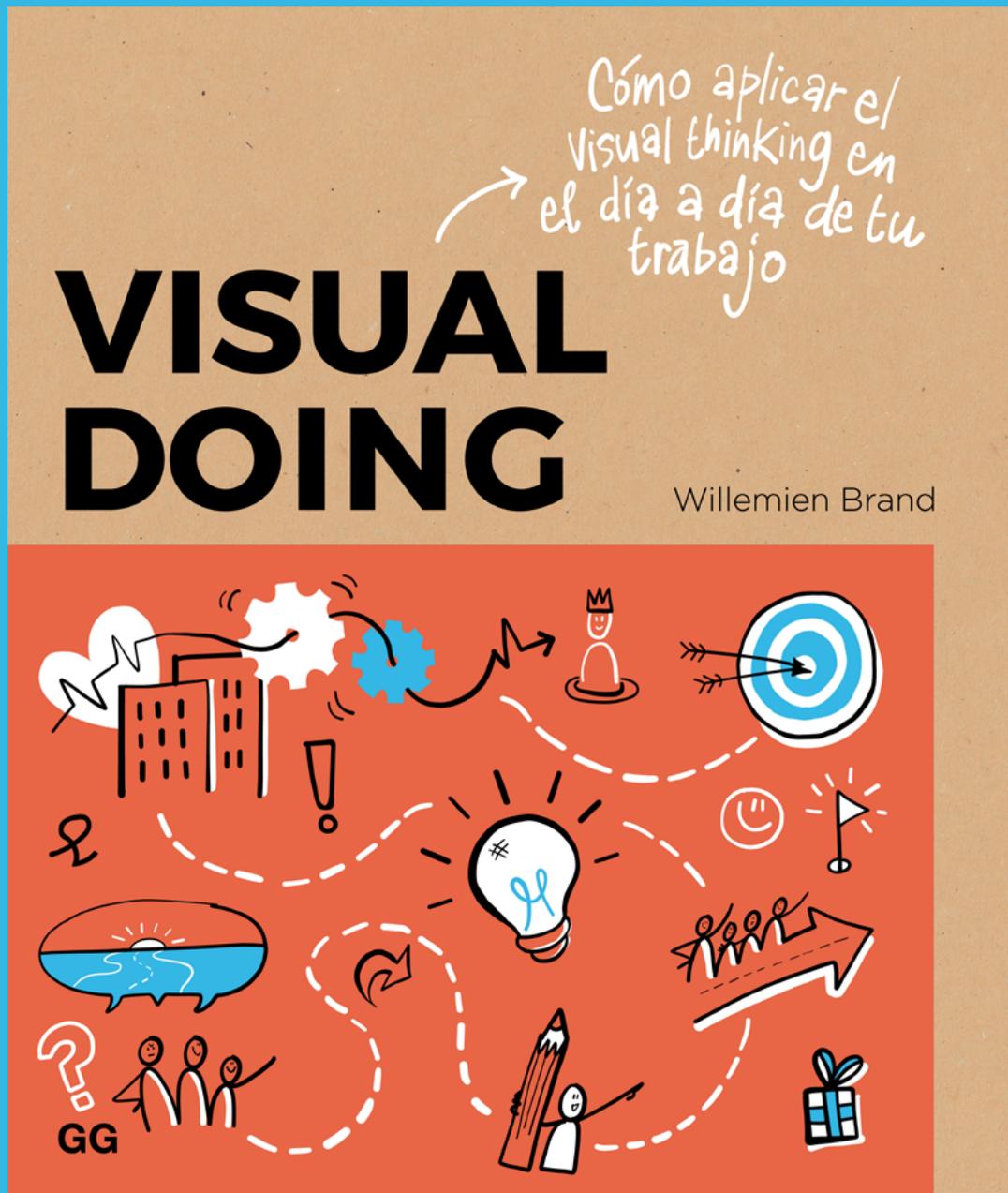
Consejo: Puedes comprar los Big One de Neuland vacíos y rellenarlos con tinta para pizarra blanca. Dejan unos trazos fantásticos.



Dos marcas estupendas, que quedan geniales sobre papel kraft

**GG**

Encuentra este libro en tu librería habitual  
o en la página [web de la editorial](http://editorialgg.com)



Visual doing  
**Willemien Brand**

[editorialgg.com](http://editorialgg.com)