



Ingrid Fetell Lee

Las formas
de la
alegría

El sorprendente poder de
los objetos cotidianos

PAIDÓS

INGRID FETELL LEE

LAS FORMAS DE LA ALEGRÍA

El sorprendente poder
de los objetos cotidianos

Traducción de Montserrat Asensio Fernández

PAIDÓS Divulgación

1.ª edición, abril de 2019

Título original: *Joyful*, de Ingrid Fetell Lee

© Ingrid Fetell Lee, 2018

© de la traducción, Montserrat Asensio Fernández, 2019

© de todas las ediciones en castellano:

Editorial Planeta, S. A., 2018

Avda. Diagonal, 662-664. 08034 Barcelona, España

Paidós es un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.

www.paidos.com

www.planetadelibros.com

Fragmento del poeta Rumi de la página 248

publicado con el permiso del propietario. © Coleman Banks

ISBN 978-84-493-3572-3

Fotocomposición: Pleca Digital, S. L. U.

Depósito legal: B. 6.101-2019

Impreso en España – Printed in Spain

El papel utilizado para la impresión de este libro

es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal). Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

SUMARIO

Introducción.....	13
1. ENERGÍA.....	21
2. ABUNDANCIA.....	47
3. LIBERTAD.....	73
4. ARMONÍA.....	99
5. JUEGO.....	125
6. SORPRESA.....	153
7. TRASCENDENCIA.....	175
8. MAGIA.....	199
9. CELEBRACIÓN.....	223
10. RENOVACIÓN.....	245
La caja de herramientas de la alegría.....	269
Agradecimientos.....	289
Notas.....	293



Capítulo 1

ENERGÍA



A finales de otoño del año 2000, una cuadrilla de pintores cubrió uno de los edificios históricos de Tirana, la capital de Albania, de vibrante pintura naranja. Un color a medio camino entre la mandarina y el Tang invadió la antigua fachada y se extendió indiscriminadamente sobre piedra y cemento. Solo se salvaron las ventanas. Habían empezado a pintar por la mañana y al mediodía ya se había congregado una multitud de transeúntes que miraban, asombrados, desde la acera. El tráfico rodado se detuvo. Desconcertados, algunos espectadores gritaban y otros reían, sin saber qué pensar ante ese llamativo color entre tanto gris.

Tanta conmoción podría haber llevado a pensar que todo se trataba de la trastada de un gamberro especialmente osado; sin embargo, lo cierto es que la iniciativa no era un acto de vandalismo grafitero y el artista que la había encargado tampoco era un vándalo callejero al uso: era el alcalde de la ciudad.

Edi Rama ganó el premio Alcalde del Mundo en 2004, por el extraordinario éxito que tuvo en su empeño de restaurar la capital de Albania tan solo cuatro años después de haber sido elegido. Si visitaras Tirana hoy, apenas verías ningún rastro de la ciudad sucia y peligrosa que Rama heredó cuando asumió el cargo. Fracturada por décadas de dictadura represiva, y asfixiada y sin recursos tras los diez años de caos que siguieron a la caída del gobierno comunista, a finales de la década de 1990 Tirana se había convertido en un paraíso para la corrupción y el crimen organizado.

Las esquinas estaban habitadas por carteristas y prostitutas y en las calles se acumulaban montones de basura. En palabras del propio Rama, «la ciudad estaba muerta. Era como una estación de paso en la que uno solo se detenía si esperaba algo».¹

Pintar los edificios fue el acto desesperado de un alcalde que se enfrentaba a unas arcas vacías y a una ciudadanía desmoralizada. Rama era artista profesional y esbozó personalmente los primeros diseños, para los que escogió colores vibrantes y dibujos llamativos que interrumpieran la desolación del paisaje urbano. El proyecto de Rama se extendió rápidamente por toda la ciudad y al edificio naranja le siguieron muchos otros, tanto públicos como privados.

Las primeras reacciones fueron ambivalentes: algunos ciudadanos se mostraron horrorizados; otros, curiosos, y otros, encantados. Sin embargo, poco después empezaron a pasar cosas raras. La gente dejó de ensuciar las calles y empezó a pagar impuestos. Los tenderos retiraron las rejas de metal de los escaparates. Afirmaban que sentían que las calles eran más seguras, a pesar de que la presencia policial no había aumentado. La gente volvió a reunirse en las cafeterías y hablaba de criar a los niños en una ciudad distinta.

Nada había cambiado a excepción de unas cuantas fachadas. Unas cuantas notas rojas, amarillas, turquesas y violetas. Y, sin embargo, ahora todo era distinto. La ciudad estaba viva, entusiasmada. Alegre.

La primera vez que oí hablar de lo sucedido en Tirana me pareció milagroso. No había habido grandes inversiones de capital ni proyectos de obra pública a gran escala. Era como si la ciudad hubiera vuelto a la vida gracias al poder de la alegría. Pero ¿cómo era posible que la alegría resucitara a toda una ciudad?

En esa época yo había empezado a investigar acerca de la alegría, por lo que me planteé una pregunta más básica aún: ¿qué es la alegría? Al principio, me costó responder, porque muchas personas tienen ideas muy distintas al respecto y ni siquiera los científicos coinciden siempre en sus definiciones. Sin embargo, en términos generales, cuando los psicólogos hablan de «alegría» se refieren a una «experiencia intensa y momentánea de emoción positiva» que se puede reconocer a partir de algunos signos clave: sonreír, reír y tener ganas de saltar.² La satisfacción se

acurruca en el sofá, y el que está contento se pierde en la meditación serena, pero la alegría salta a la comba, baila, se retuerce y se ríe a carcajadas. Es una emoción exuberante, una forma de felicidad de alta energía.

No resulta sorprendente, por lo tanto, que equiparemos la sensación de energía con la vitalidad, la vivacidad y la alegría. La energía anima la materia. Es la moneda de cambio de la vida y transforma la materia inerte en organismos que respiran y cuyos corazones laten con intensidad. Cuanta más energía tengamos, más podremos jugar, crear, amar, liderar, explorar, regocijarnos y relacionarnos con el mundo que nos rodea. Tirana había vuelto a la vida seguramente gracias a la alegría, por lo que era posible que esta cualidad energizante hubiera tenido algo que ver. Pero entonces ¿de dónde proviene esta energía alegre? ¿Y cómo podemos conseguir más?

Tendemos a pensar que la energía es algo que obtenemos a partir de lo que ingerimos, como la cafeína de un café capuchino o la glucosa de una magdalena glaseada. Sin embargo, cuando me detuve a reflexionar sobre ello, me di cuenta de que la energía nos rodea siempre. La mayoría de las veces fluye por nuestros hogares sin que ni siquiera nos demos cuenta de ello, pero estamos sumergidos constantemente en sus pozas y ondas invisibles: las partículas centelleantes que emanan de las bombillas, las ondas de sonido procedentes del equipo de música, la brisa que entra por nuestras ventanas y las corrientes de calor que irradian los radiadores. Es una energía que pasa tan desapercibida que es muy habitual que nos olvidemos de ella hasta que en un frío y seco día de invierno tocamos un pomo metálico y recibimos una descarga de electricidad estática.

Por supuesto, a diferencia de las plantas, no podemos absorber la energía que nos rodea, pero hay ocasiones en que la energía que nos rodea «afecta» a nuestra energía interna. ¿Cuántas veces, agotado tras una semana de trabajo intenso, has asistido a una fiesta insistiendo en que solo te quedarías para tomar una copa y luego te has animado al escuchar el ritmo de la música? ¿Te has dado cuenta de que levantarte de la cama te resulta mucho más fácil en una mañana soleada que cuando está nublado? Empecé a preguntarme por qué algunos entornos ejercen este efecto estimulante y cómo podríamos usar ese conocimiento para atraer más energía alegre a nuestras vidas.

EL PODER DEL COLOR

En cuanto empecé a estudiar la alegría, se me hizo evidente que los lugares y los objetos más vibrantes tienen un elemento común: colores brillantes y llamativos. Tanto si se trata de una hilera de casas pintadas en atrevidos tonos pastel como de un expositor repleto de rotuladores de colores en una papelería, los colores llamativos suscitan de manera inevitable una sensación de placer. Los colores brillantes adornan los festivales de todo el mundo y casi parece que, cuanto más intensos sean esos colores, más intensa será también la alegría. En China, llamativos dragones de colores dan la bienvenida al Año Nuevo, mientras que el carnaval de Brasil deslumbra con brillantes disfraces de plumas. Durante el festival Holi de la India, la población obvia las decoraciones y lanza puñados de colores puros en polvo, con los que crean un asombroso espectáculo de humo policromo que pinta a los sonrientes participantes de la cabeza a los pies.

Aunque no solemos pensar conscientemente acerca de la relación que hay entre ellos, es casi imposible separar el color de la emoción y nuestro lenguaje los confunde con regularidad. Nuestro estado de ánimo se oscurece o se ilumina. Cuando tenemos un mal día, decimos que lo vemos todo negro y, cuando las cosas nos van bien, decimos que la vida es de color de rosa. Podemos ver el lado oscuro o el lado luminoso de las cosas. El simbolismo de los distintos colores varía de una cultura a otra, pero parece que la luminosidad es una dimensión que se asocia universalmente a la alegría.³ Los niños perciben esta relación de manera intuitiva. En un estudio de los dibujos de niños en edad preescolar, los colores brillantes se asociaban a la felicidad y al entusiasmo, mientras que los colores oscuros, como el marrón o el negro, se usaban con frecuencia para denotar emociones negativas.⁴ Los adultos hacemos lo mismo. La diseñadora gráfica Orlagh O'Brien llevó a cabo en el Reino Unido e Irlanda un estudio en el que pedía a los participantes que emparejaran colores y emociones. La tira que muestra los colores elegidos para la alegría está repleta de tonalidades brillantes y animadas: los amarillos y naranjas que recuerdan al sol ocupan casi la mitad de la gráfica.⁵

Si los colores brillantes hacen que nos sintamos mejor, no debería sorprendernos que el ser humano invierta una gran cantidad de energía en obtener los tonos más vivos. Se sabe que la tribu aborigen australiana dieri llevaba a cabo un peregrinaje anual a pie para recoger pigmento ocre

(con tonalidades doradas y rojizas) en una mina en Bookartoo, en un viaje cuyo recorrido de ida y vuelta superaba los 950 kilómetros.⁶ Aunque había minas de ocre mucho más próximas, los dieri querían el ocre más vivo y brillante para sus pinturas corporales rituales. Los antiguos romanos apreciaban un tinte púrpura que obtenían, mediante un proceso apestoso, de las glándulas anales de un molusco.⁷ Durante el periodo colonial, los pigmentos más brillantes acostumbraban a convertirse en grandes secretos de estado, hasta el punto que, como mínimo, un botánico francés arriesgó su vida para sacar de contrabando de México una caja llena de cochinillas, un escarabajo del que se obtiene un pigmento rojo. El color sigue inspirando grandes viajes incluso en nuestros días. Cruzamos medio mundo para caminar por cañones de piedra roja o tendernos en playas de arena rosada y, otoño tras otoño, la población de Nueva Inglaterra y de Canadá se multiplica cuando los admiradores de los paisajes otoñales llenan los hoteles en busca de los colores de otoño más vivos y bellos del mundo.

En una explicación de sus experiencias con el consumo de mescalina, el escritor Aldous Huxley afirmó una vez que la percepción del color es superflua para el ser humano. «El sentido del color tan desarrollado de que disponen los seres humanos es un lujo biológico – escribió – y, aunque es inestimablemente precioso para nosotros en tanto que seres inteligentes y espirituales, resulta innecesario para nuestra supervivencia como animales».⁸ Y, sin embargo, nuestros ojos pueden distinguir entre colores sutilmente distintos: los científicos estiman que podemos distinguir hasta siete millones de tonalidades diferentes.⁹ Aunque no es un espectro tan amplio como el que pueden ver muchas aves, cuyos ojos pueden detectar tonos muy entrados en el espectro ultravioleta, es innegable que se trata de un abanico espectacular. ¿No sería razonable pensar que si tenemos acceso a tanta riqueza cromática es para algo más que para que nos sonrojemos de placer al pensarlo?

En realidad, nuestra visión a todo color no es una extravagancia, sino un sentido crucial que se relaciona directamente con nuestra supervivencia; en concreto, tiene que ver con nuestra necesidad de encontrar fuentes de energía. Nuestros antepasados lejanos eran animales nocturnos y, al igual que la mayoría de los mamíferos, apenas necesitaban la visión en color. Tenían la piel suave y la sangre caliente y buscaban comida al abrigo de la oscuridad, por lo que dependían más del olfato que de la vista. Sin embargo, hace unos veinticinco millones de años, un grupo de simios

nocturnos se aventuraron a salir a la luz del día y adoptaron el horario diurno que seguimos todavía hoy. En este nuevo nicho ecológico, la habilidad de ver en color se convirtió, súbitamente, en una ventaja muy útil. Mientras que los ojos de sus primos nocturnos solo tenían dos tipos de células cónicas receptoras del color, nuestros antepasados desarrollaron un tercer cono, sensible a la luz en el centro del espectro, que multiplicó radicalmente la cantidad de colores que podían ver. Este cono adicional ofrecía una emocionante variedad de tonalidades nuevas y, por ejemplo, la capacidad de distinguir entre el rojo y el verde. Ahora esta capacidad nos resulta muy útil a la hora de diferenciar entre la señal de «avance» o «deténgase» en los semáforos, pero supuso un beneficio inmediato mucho más importante para nuestros antepasados: los científicos creen que esta capacidad les permitió identificar frutas maduras ricas en azúcares y hojas jóvenes y nutritivas entre el denso follaje de las copas de los árboles que habitaban.¹⁰ (Las hojas jóvenes suelen tener tonalidades rojas porque contienen antocianinas, un pigmento rojizo que la clorofila aún no ha enmascarado.) La investigación sugiere que la visión en color ofreció tal ventaja que los cerebros de nuestros antepasados evolucionaron para reducir la capacidad de procesar olores en favor del aumento de la capacidad de gestionar información visual.¹¹ Lejos de ser un lujo, tal y como creía Huxley, la visión en color es tan vital para nuestra supervivencia que sacrificamos otros sentidos para poder desarrollarla más.

La mayor preocupación de cualquier organismo, ya se trate de un paramecio unicelular o de una ballena azul de doscientas toneladas de peso, es encontrar la energía que necesita para llevar a cabo sus actividades: encontrar alimento, buscar cobijo, defenderse de los depredadores, reproducirse, criar a los hijos, jugar al tenis o bailar rumba. Y esto es especialmente cierto cuando hablamos de animales de gran tamaño y de sangre caliente, como el ser humano. En el plano microscópico, el mero hecho de mantenernos vivos supone un esfuerzo frenético. Nuestras células trabajan sin cesar: abren y cierran los cromosomas, envían telegramas en forma de hilos de ARN, amontonan aminoácidos para construir proteínas y se reparan y se copian a sí mismas. Para mantener encendido este horno metabólico, hemos desarrollado mecanismos que promueven una búsqueda casi constante de alimento: el hambre, que nos lleva a buscar comida, y la alegría, que nos recompensa cuando la encontramos. A lo largo de millones de generaciones de evolución, los colores brillantes han predi-

cho el alimento con tanta fiabilidad que hemos acabado por asociarlos a la alegría.¹²

El color es energía visible. Activa un circuito ancestral que se ilumina de placer ante la idea de encontrar algo dulce que comer. Ahora, en un mundo que contiene arcoíris de colores artificiales, seguimos sintiendo esa misma alegría, aunque el objeto ante el que nos encontramos carezca de cualquier cualidad nutritiva. Más en general, el color es un indicador de la riqueza del entorno. Es una señal inconsciente no solo de un sustento inmediato, sino de un entorno capaz de alimentarnos a largo plazo. En palabras del pintor alemán Johannes Itten: «El color es vida, pues un mundo sin color parece muerto».¹³ En lo más profundo del elemento estético de la energía encontramos una vitalidad que nos hace saber que nuestro entorno está vivo y nos puede ayudar a desarrollarnos.

Este conocimiento me permitió entender mejor la transformación mágica que había experimentado Tirana, en Albania. Los colores del alcalde Edi Rama ocuparon un lugar que parecía muerto y le infundieron vida nueva, para transmitir a sus habitantes que su hogar ya no era una «ciudad asquerosa»,¹⁴ como la había descrito uno de sus residentes, sino un lugar vivo con su propia vitalidad y su propia energía. Cuando entendí que nuestra relación con el color no evolucionó como un placer secundario, sino como un signifiante clave de la vida y de las condiciones que la sustentan, me di cuenta de que los colores suscitaron un cambio inconsciente en la relación que las personas mantenían con su entorno: de huir o luchar a quedarse y crecer. Cinco años después,¹⁵ el número de empresas en Tirana se había triplicado y la recaudación fiscal se había multiplicado por seis. El aumento de ingresos fiscales permitió desarrollar proyectos de obras públicas, derribar edificios que se habían construido ilegalmente en espacios públicos y plantar cuatro mil árboles. Los periodistas que visitaron la ciudad aproximadamente un año después de que se pintaran los primeros edificios observaron que las calles desoladas que habían sido paraísos para los delincuentes ahora vibraban de actividad, con personas sentadas en las cafeterías y paseando por los parques. El artista albanés Anri Sala describió cómo el cambio empezó a adquirir impulso por sí mismo: «Al principio, el color fue el cambio; ahora vemos cómo la ciudad cambia alrededor del color»,¹⁶ dijo. Los murales fueron como una hoguera encendida en el corazón de la ciudad y se convirtieron en el catalizador de una transformación que acabó siendo gigantesca en comparación con el impacto inicial de la pin-

tura. Tal como escribió uno de los habitantes de la ciudad: «Incluso los ciegos pueden dar fe de la profunda transformación de Tirana».¹⁷

Cuesta creer que el color pueda ejercer un impacto tan potente. Incluso Rama, que presenció la metamorfosis desde la primera fila, aún parece desconcertado aún cuando piensa en la escala de la transformación y son muchos los proyectos murales parecidos que se han menospreciado como meros «esfuerzos cosméticos» que malgastan fondos públicos. Creo que subestimamos el impacto del color porque lo entendemos como un instrumento decorativo, no como algo útil por sí mismo. En el mundo hecho por el hombre, el color se queda en la superficie, no es más que un barniz fino, el toque final. Esto se refleja en la misma raíz de la palabra «color», que procede del latín *celare* (ocultar). Sin embargo, en la naturaleza, el color penetra todo el grosor de los objetos: la cáscara de la mandarina es tan naranja como la pulpa y el oso pardo es rojo por dentro. En la naturaleza, el color «significa» algo: una etapa de crecimiento, una concentración de minerales, etcétera. Pensamos en el color como en algo que oculta lo que hay tras él, pero lo cierto es que respondemos ante el color como algo que revela. Edi Rama lo reconoce así cuando afirma que una «ciudad normal» puede llevar colores, como si fueran un vestido o un pintalabios, pero que en Tirana, donde se habían abandonado hasta los estándares más básicos de la vida ciudadana, los colores funcionan como si fueran «órganos».¹⁸ Aunque puedan parecer algo cosmético, llegan directamente al corazón de las cosas.

Poco después de descubrir lo que había sucedido en Tirana, conocí a alguien más próximo que también creía en el poder del color para infundir vida en lugares sombríos y en las personas que los habitaban. A principios de la década de 1990, Ruth Lande Shuman visitaba escuelas en East Harlem (Estados Unidos) cuando, de repente, se dio cuenta de que le recordaban a una institución absolutamente distinta. «Todas las escuelas parecían cárceles y eso era lo que se sentía al entrar en ellas», comentó durante una reflexión acerca del momento que la inspiró a tomar la decisión de lanzar Publicolor, una organización sin ánimo de lucro que transforma escuelas públicas de la ciudad de Nueva York pintándolas de colores vibrantes. Me hizo pensar en las escuelas públicas que yo misma había conocido: en las fachadas de cemento, en los pasillos sin ventanas bordeados por casillas

de color pardo y en los suelos de linóleo de color arena. «Tienen un aspecto tan hostil que no es extraño que los niños abandonen en masa. No es extraño que los profesores acaben quemados. Y no es extraño que los padres no vengan a las reuniones», aseguró Shuman, meneando la cabeza. (Aproximadamente el 24% de los estudiantes de la ciudad de Nueva York no terminan los cuatro cursos de educación secundaria en cuatro años, aunque cuando Shuman empezó a pintar las escuelas, la cifra superaba el 50%. Si hablamos de estudiantes negros e hispanos, una tercera parte de los mismos sigue abandonando antes de terminar.)

Shuman había trabajado para el Big Apple Circus y había visto la alegría que producía el mero hecho de entrar en un espacio multicolor. También había estudiado la teoría del color y, como Edi Rama, creía que este podía ejercer un efecto profundo sobre la conducta. La primera escuela que pintó estaba en la zona este de Nueva York, un barrio de Brooklyn donde casi la mitad de la población es pobre. Al principio tuvo que enfrentarse a la resistencia de los administradores de la escuela, que se rieron de los colores que había elegido. Sin embargo, ahora, veinte años después, Publicolor ha pintado más de cuatrocientas escuelas y centros cívicos, ha recibido premios de la Casa Blanca y del Ayuntamiento y cuenta a muchos directores de escuela y de instituto entre sus mayores fanes.

Las escuelas son sistemas complejos y aislar el efecto del color sobre los resultados académicos es muy difícil; sin embargo, las pruebas anecdóticas revelan que, tras las intervenciones de Publicolor, suceden cambios significativos. Los grafitis desaparecen casi por completo y los directores informan de una mejora en los registros de asistencia, tanto de los alumnos como de los propios profesores. Algunos directores afirman que también han percibido una mejora en las notas de los exámenes. Es posible que el cambio más sorprendente sea que tanto los profesores como los alumnos refieren que se sienten más seguros en una escuela pintada por Publicolor. Del mismo modo que los propietarios de establecimientos en Tirana retiraron las rejas de metal de los escaparates, los alumnos y los profesores afirman que los colores luminosos de las paredes hacen que la percepción de peligro disminuya. Es posible que la sensación de seguridad libere espacio mental para la enseñanza y el aprendizaje, lo que se traduce en alumnos más concentrados y en escuelas con mejores resultados.

Sospecho que es posible que haya otro factor en juego. Los colores brillantes tienen un efecto estimulante, son como un chute de cafeína

para los ojos, nos despiertan de la complacencia. El artista Fernand Léger explicó la historia de una fábrica recién renovada en Rotterdam. «La fábrica antigua era oscura y triste – explicó –. La nueva era brillante y multicolor. Transparente. Sin que se hubieran dado instrucciones al respecto, los trabajadores empezaron a vestirse de una forma más arreglada y pulcra... Sentían que algo importante había sucedido a su alrededor, en su interior».¹⁹ Las investigaciones que se han llevado a cabo acerca del color en el lugar de trabajo sugieren que las observaciones de Léger son escalables.²⁰ En un estudio sobre casi mil personas realizado en Suecia, Argentina, Arabia Saudí y el Reino Unido, las personas que trabajaban en oficinas luminosas y de colores vivos se mostraban más alertas que las que trabajaban en espacios más neutros. También se mostraban más interesadas, amistosas y seguras de sí mismas. Los colores anodinos de la mayoría de las escuelas y de los edificios de oficinas son poco estimulantes, lo que genera inquietud y dificultades para concentrarse.²¹ La vitalidad del color nos ayuda a reunir la energía que necesitamos para aprender, ser productivos y crecer.

Aunque Publicolor implica a los alumnos y a los administradores en el proceso de elegir los colores con los que se pintarán sus escuelas, a lo largo de los años la organización ha desarrollado una paleta propia caracterizada por amarillos, verdes y naranjas cítricos con notas de azul turquesa y rosa salmón. Es una paleta luminosa y saturada, alegre, pero me pregunté cómo sería aplicarla a gran escala. ¿Resultarían abrumadores esos colores tan vivos en un edificio grande?

Mi curiosidad hizo que una tarde de julio me encontrara armada con un rodillo y pintara de color azul Aruba una puerta del albergue Help de Brownsville (Brooklyn). En verano, Publicolor tiene un programa que, por la mañana, enseña matemáticas y lectoescritura a alumnos de secundaria. Por la tarde, esos mismos alumnos pintan espacios comunitarios en zonas desatendidas de la ciudad. Llegamos pronto por la tarde y vimos a Shuman correr de un lado a otro vestida con un mono manchado de pintura, comprobando los colores y el material y preguntando a los chicos cómo les iba el verano y qué tal el proyecto. Se sabía el nombre de todos ellos. Una vez reunidos, salimos al patio que había entre los cinco edificios del albergue y Shuman me presentó a la que sería mi guía durante la jornada: Kiyana, una chica de dieciséis años que vivía en la zona de Sunset Park, en Brooklyn. Empezamos a trabajar en la puerta de una de las unidades que daban al patio. Kiyana era una veterana de Publicolor, con cin-

co proyectos de pintura en su haber, por lo que dejé que ella se encargara del marco, más complicado, mientras yo me centraba en intentar aplicar una capa homogénea de pintura en la superficie de la puerta, sin que quedara demasiado espesa ni tuviera pegotes. Le pregunté cuál de los proyectos en los que había participado era su preferido y, tras reflexionar unos instantes, respondió sonriendo: «Sin duda alguna, mi escuela. De hecho, hizo que la escuela transmitiera sensaciones mucho más positivas. –La expresión “de hecho” revelaba su sorpresa–. Los colores hicieron que me sintiera mucho mejor allí».

No tuve que esforzarme mucho para hacerme una idea de la sensación que Kiyana acababa de describir, porque justo en ese momento el albergue estaba partido por la mitad en una representación perfecta del «antes y después». Los edificios del ala oeste estaban cubiertos de una paleta de amarillos y naranjas que emulaban el atardecer. La planta baja tenía el color más claro y era de un suave color dorado, mientras que la planta superior era del color de un albaricoque maduro. El verde azulado con el que estábamos pintando las puertas añadía un toque tropical al conjunto. Un color marrón masilla cubría de arriba abajo los edificios del ala este, que los chicos empezaban a pintar a partir de la semana siguiente. Yo me hallaba en medio y la diferencia resultaba asombrosa. Si miraba a mi derecha, me encontraba en un solar yermo, en un lugar lúgubre y de último recurso. Por el contrario, si miraba a mi izquierda, era como estar en un barrio residencial en Miami, de camino a la fiesta en casa de un amigo. Parecía que los colores cálidos irradiaban energía solar y, aunque quizás fuera solo cosa mía, también algo de optimismo.

ATREVERSE CON EL COLOR

Aunque son muy pocas las personas que dirían que el gris o el *beige* son sus colores preferidos, es muy habitual que decoremos nuestros hogares en tonos neutros y sosos. Me pregunté qué podría explicar la diferencia entre los colores que nos dan vida y los colores que nos rodean.

«Cromofobia» fue la respuesta que recibí inmediatamente cuando planteé esta misma pregunta a Peter Stamberg y Paul Aferiat, los arquitectos responsables del multicolor hotel Saguaro, en Palm Springs, que atribuye a sus colores eléctricos haberse convertido en el hotel más instagra-

meado del mundo en 2016. «Tenemos miedo al color», me explicó Stamberg. Era obvio que no se refería a sí mismo ni a Aferiat, que viven en un verdadero templo al color: un *loft* diáfano dividido no por paredes, sino por colores: paneles de amarillo, verde, azul y naranja. Ambos estaban sentados frente a mí, en un sofá violeta junto a un par de butacas bermellón y con una alfombra rosa bajo los pies. Una amplia colección de cristalería y de cerámica en una escala de tonos cálidos adornaba una mesa junto a la ventana y teñía de tonos ambarinos la luz que entraba por ella.

«Es por el miedo a elegir – añadió Aferiat –. Es el miedo a cometer un error y tener que vivir con ello.» Lo entendí al instante. Aunque en aquella época no sabía que eso tenía un nombre, antes era una cromófoba de manual, tan asustada del color que todo el espectro de mi apartamento se ceñía al blanco y al crema. El sofá era marfil y las estanterías de un blanco roto. La ropa de cama, las toallas y las cortinas eran de un blanco níveo. Tenía un gran panel de inspiración cubierto de lino crudo y, en un rincón del dormitorio, la ropa se apilaba sobre una silla tapizada con... sí, lo has adivinado, tela blanca. Cuando necesitaba un mueble nuevo, exploraba catálogos multicolores y admiraba sofás de terciopelo mostaza y sillas tapizadas a rayas rosas, pero, al final, siempre volvía a casa con el blanco de siempre.

Entonces, un día me mudé al apartamento de mis sueños: alargado, sin pasillo y con todas las habitaciones interconectadas, en la planta superior de un edificio de ladrillo y con immaculados suelos de madera, ventanas que daban a una zona ajardinada e incluso una pequeña claraboya en el baño. El único problema era que las paredes estaban pintadas de amarillo. Desde el primer momento en que vi el apartamento, empecé a fantasear con pintarlo de blanco. Sin embargo, sucedió algo raro. Cada vez que llegaba a casa, me parecía que el sol brillaba, incluso aunque fuera invierno. Si me iba de viaje, al volver me sentía llena de alegría. Siempre. Al final viví allí durante seis años y, tras la primera semana, nunca más volví a pensar en pintarlo.

Me gustaría poder decir que ese fue el fin de mi cromofobia, pero, en realidad, lo que cambió mi relación con el color fue la facultad de diseño. Pasé muchas horas guardando y organizando papeles de colores, mezclando pinturas y estudiando cómo interactuaban las distintas tonalidades. Me di cuenta de que el mundo está lleno de colores que nadie me había enseñado a ver. Me había pasado la vida pensando que las sombras

son de color gris, pero ahora veía que tenían matices púrpuras. Pensaba en las manzanas como en frutas rojas, pero ahora me daba cuenta de lo distinto que es el rojo de la manzana en el alféizar de la ventana o en el mostrador. La alegría de esta nueva manera de ver el mundo me resultaba indescriptible.



Cromofobia

Pensamos en el color como en el objeto de estudio de los artistas, pero esta postura es relativamente nueva. El historiador John Stilgoe escribe que hasta principios del último siglo, las personas educadas estudiaban el cromatismo, o la interacción de la luz y el color en una escena.²² Aprendían a ver del mismo modo que aprendían a leer y a contar. No es sorprendente que, ahora, sin esa educación, nos sintamos algo perdidos cuando hablamos del color.

La diferencia entre los colores alegres y enérgicos y las tonalidades más oscuras tiene que ver con la pureza y la brillantez de los pigmentos. Los diseñadores usan los términos «saturación» y «claridad» para describir estas propiedades. La primera vez que oí hablar de ellas sentí que el mundo del color se abría ante mí, del mismo modo que aprender a sumar y a restar había desmitificado anteriormente el mundo de las matemáticas. Un color saturado es su versión más pura, son los colores que encontramos

en los juegos de construcción para niños. El azul más celeste y el amarillo más solar son colores potentes e intensos. Para desaturar los colores les añadimos gris y, así, obtenemos versiones más apagadas de los mismos: el verde primavera se vuelve oliva; el azul cerúleo se vuelve azul pizarra. El *beige* es un amarillo desaturado: ¡un amarillo al que le hemos arrebatado toda la alegría! El gris es el color desaturado por excelencia. Solo contiene blanco y negro. Los colores no saturados pueden ser útiles como parte de una gama de colores, pero si miras a tu alrededor y no ves más que grises, caquis y *beiges*, podemos afirmar que tu entorno es bastante soso. La claridad de un color tiene que ver con la cantidad de blanco o de negro que contiene. El blanco refleja la luz y el negro la absorbe; por lo tanto, añadir blanco hace que el color sea más claro y reflectante y añadir negro lo hace más oscuro y mate. El rosa claro y el azul celeste transmiten más energía que el granate y el azul marino, porque los primeros reflejan más luz y dan vida al espacio que ocupan. Los colores oscuros y desaturados absorben la luz y reducen la energía del espacio que ocupan.

A veces, hace falta algo de práctica para sentirse seguro con los colores. Por suerte, hay atajos que nos permiten encontrar combinaciones cromáticas alegres y entrenar los ojos para que vean y usen el color en toda su maravillosa profundidad. Una vez, Stamberg y Aferiat se encontraban bloqueados e incapaces de decidir de qué color pintar una casa que estaban diseñando, así que recurrieron a un buen amigo, el pintor David Hockney, que les aconsejó lo siguiente: «Haced lo que hago yo siempre que tengo un problema con los colores. Mirad a Matisse». La vibrante obra de Henri Matisse no solo los inspiró a elegir el azul adecuado, sino que los llevó a empezar a usar esta estrategia con los clientes. Cuando veían esos colores tan intensos que convivían pacíficamente sobre un lienzo, se sentían seguros de que funcionarían igualmente bien en sus hogares. Aunque la paleta brillante y luminosa de Matisse es una elección ideal cuando buscamos inspiración cromática, hay otros artistas a los que acudo con frecuencia, como Helen Frankenthaler, Sonia Delaunay, Pierre Bonnard y, por supuesto, David Hockney.

Si aún no te sientes lo suficientemente seguro, consuélate con la sabiduría del legendario diseñador de interiores David Hicks, que creía que la idea de que los colores chocan entre sí era una ficción ideada por las «mujeres gentiles» en la década de 1930. «Los colores no chocan – afirmaba –. Vibran.»

Otra persona que, con toda seguridad, no padece cromofobia es Ellen Bennett, la mujer de treinta años que fundó la fábrica de mandiles Hedley & Bennett en Los Ángeles. «Me encanta el color», dijo cuando me reuní con ella en una lluviosa tarde de septiembre; incluso alargó la primera *a* de «encanta» para expresar la profundidad de la emoción. «En mi casa, todo es Roy G. Biv» (el acrónimo de los colores del arcoíris en inglés). Entonces pasó a enumerar los elementos más destacados: estanterías de libros con códigos de colores, un dormitorio azul, una puerta de casa verde manzana y una encimera amarillo limón que Bennett regaló a su novio cuando solo llevaban tres meses juntos. Para Bennett – una personalidad exuberante y una autoproclamada «abrazadora» que me dio un buen achuchón y me plantó un beso en la mejilla a los segundos de conocerme –, la relación entre el color y la calidez es evidente. «Quiero hacer que los espacios resulten muy acogedores – me comentó –. Como si la estancia te abrazara.»²³

Bennett cree que su cultura encendió la pasión que siente por los colores vivos. Es de ascendencia mexicana por parte de madre y creció entre México y California. «En México, la vida era en tecnicolor. La casa de mi abuela es azul turquesa. Allí, todo es de colores, desde el maíz que crece junto a las carreteras hasta los mangos en las fruterías. Por el contrario, cuando vivía en Estados Unidos, todo era mucho más marrón. Arena marrón, escuelas marrones... todo marrón. Entonces, volvía a México y todo era amarillo, verde o rojo y cada casa era de un color distinto. Todo parecía estar vivo. Con mis ojos de niña, sentía que esa energía entraba dentro de mí y pensaba que la quería, quería esa energía en mi interior.»

Al escuchar las impresiones de Bennett acerca de sus dos mundos de la infancia, sentí un pinchazo de algo que solo puedo definir como envidia de color. Al igual que Bennett, había pasado tiempo en partes del mundo donde esta energía era natural y no requería esfuerzo alguno: el Sudeste Asiático, América Latina, el Caribe... Son lugares multicolores que exudan una calidez y una vitalidad ausentes en la mayoría de las ciudades estadounidenses modernas, donde la mayor concentración de color parece darse en los carteles y en los paneles publicitarios. «Hay una longitud de onda de vida superior», afirmó Bennett. El color hace que la alegría suba a la superficie. ¿Por qué hay culturas que reservan el color para los momentos de celebración, mientras que otras lo convierten en parte de la vida cotidiana?

Sería fácil concluir que se trata de una sencilla cuestión de preferencias: algunas culturas han desarrollado un apetito por el color, mientras que otras prefieren la vida en una escala de grises. Sin embargo, creo que, en realidad, la respuesta se halla en un profundo sesgo cultural de la sociedad occidental, que busca la sofisticación y huye de la alegría. John Wolfgang von Goethe expresó con elocuencia este sesgo cuando, en 1810, escribió que «las naciones salvajes, las personas sin educación y los niños sienten una gran predilección por los colores vívidos», pero que «las personas refinadas evitan los colores vivos en sus ropas y en los objetos que los rodean y parecen estar inclinadas a eliminarlos por completo de su presencia».²⁴ Aunque no nos demos cuenta de ello, la filosofía de Goethe permea nuestras vidas en Europa y en Estados Unidos. Rechazamos el color y la alegría como algo infantil y frívolo y preferimos los colores neutros, con los que nos construimos máscaras de frialdad y de madurez estética. El espectro cromático de la casa moderna está dictado por una brújula en la que la contención es el norte y la exuberancia, un capricho. El mensaje es claro: para merecer la aprobación de la sociedad, tenemos que vencer nuestra inclinación natural a la alegría y aprender a reprimirla.

Este sesgo cultural nos ha llevado a un punto en el que muchos nos sentimos casi avergonzados por tener color en nuestras vidas. Hace poco conocí a una mujer que me dijo que le encanta el color, pero que solo se siente cómoda usándolo en la habitación de su hijo, no en el resto de la casa. Les dicen a las mujeres que a medida que envejecen han de llevar colores cada vez más sobrios, para que no parezca que se esfuerzan demasiado en parecer jóvenes. Esta forma de cromofobia es aún más insidiosa y no está impulsada por la falta de confianza, sino por la tiranía de la opinión pública. ¿Sería nuestro mundo mucho más colorido si no tuviéramos tanto miedo a parecer ridículos?

Las personas como Ellen Bennett me inspiran porque encuentran el modo de maridar los colores alegres con los negocios serios. Bennett se mudó a Ciudad de México cuando tenía dieciocho años y se pagó la escuela de cocina con los trabajos que pudo encontrar (por ejemplo, como presentadora de lotería en una televisión mexicana, donde anunciaba los resultados de los sorteos semanales). Años después regresó a Estados Unidos, decidida a conservar allí la vitalidad de su vida mexicana. Empezó a trabajar como ayudante de cocina en un restaurante y, aunque el trabajo le encantaba, había una parte del mismo que detestaba: el delantal. Cuan-

do empezó a quejarse de la prenda, descubrió que sus compañeros compartían la misma opinión. «Nos quedaba horrible y hacía que nos sintiéramos igualmente horribles con nosotros mismos», asegura. Un día, su jefe estaba a punto de pedir delantales nuevos para todo el personal y Bennett le suplicó que se los encargara a ella. No tenía patrón ni telas; ni siquiera tenía máquina de coser. Sin embargo, su empresa de delantales, Hedley & Bennett, acababa de nacer.

El delantal fue de lino amarillo y pronto siguieron otros colores. Bennett sabía que los delantales tenían que ser eficaces además de bonitos, por lo que fue implacable en ese sentido. «Es una prenda muy seria con un aspecto muy feliz y lúdico – afirma –. Hace que te sientas segura y orgullosa y te da sensación de dignidad. Es llamativo, pero también funcional y está muy bien hecho.» Que sean tan prácticos autoriza a los clientes a elegir una prenda de trabajo que tiene un aspecto desenfadado y divertido. Esta combinación ha sido todo un éxito y, ahora, Hedley & Bennett viste a más de cuatro mil restaurantes.

La ambición de Bennett va mucho más allá de los delantales. El verdadero propósito de su empresa es transformar el concepto de uniforme, para que deje de ser una prenda fea y barata que los trabajadores llevan por obligación y se convierta en una prenda que aporta orgullo y, sí, también alegría, al trabajo. Describió los delantales de un modo que no había oído jamás: «Es como una capa», dijo, evocando así asociaciones con superhéroes. Al oírlo, enarqué una ceja, pero cuanto más pienso en la metáfora, más sentido tiene para mí. Cuando Clark Kent se pone el traje azul y rojo de Krypton y se transforma en Superman, se convierte en alguien distinto, dotado de una energía y de una fuerza inimaginables cuando lleva la aburrida chaqueta de mezclilla. Lo que Bennett hace por April Bloomfield, David Chang e innumerables ayudantes de cocina, camareros y artesanos, es vestirlos y prepararlos física y emocionalmente para el trabajo que tienen que hacer.

Mi conversación con Bennett me llevó a pensar en otros tipos de ropa. Nos dicen que deberíamos vestirnos como si ya tuviéramos el trabajo que deseamos. ¿Y qué me dices de vestirnos como si ya sintiéramos la alegría que deseamos? Cuando empecé a investigar la estética de la alegría, comencé a experimentar con llevar colores vivos en situaciones que me hacían sentir mal. Me compré unas botas de agua de color amarillo taxi. Cuando la previsión del tiempo anunciaba un chaparrón, me las ponía

contenta, agarraba el paraguas (también amarillo) y salía a la calle para saltar en los charcos de camino al trabajo. Cuando estaba soltera y acudía a lo que me parecía una retahíla inacabable de incómodas citas a ciegas, empecé a comprar vestidos con estampados llamativos que me infundieran la energía necesaria para soportar las conversaciones insustanciales que me aguardaban. Más recientemente, me regalaron una camiseta de gimnasia de color verde lima. Ver ese color fluorescente a primera hora de la mañana me despierta el deseo de levantarme a hacer yoga. Ahora, a medida que la ropa de gimnasia se me va estropeando, intento sustituirla por prendas de colores intensos.



Vístete para sentir la alegría que deseas

De las personas que conozco, mi amiga Beth es la que se viste con más colores y, además de pensar en el efecto que llevar un color concreto ejercerá sobre ella misma, piensa también en el efecto que ejercerá sobre los demás. Mide casi un metro ochenta, por lo que es una mujer muy alta. También es muy inteligente y no teme decir lo que piensa. «Llevo toda la vida escuchando que intimidado o que doy miedo.» Llevar colores vivos fue una manera de hacerse más accesible a los demás y de cortocircuitar la tendencia a juzgarla con demasiada rapidez. Beth no tiene abrigos oscuros, todos los que tiene son de colores llamativos, por ejemplo, amarillos

o verdes. En los días más crudos del invierno, ve que la gente sonrío cuando pasa junto a ella. Es casi como si esa prenda de color fuera un pequeño regalo, un brillante punto de alegría entre un paisaje desolador.

Cuando Beth y yo trabajábamos juntas, uno de nuestros compañeros organizó un Día de vestirse como Beth. La gente apareció con pantalones rosas a topos, jerséis amarillos o vestidos azul turquesa y el resultado fue un espacio de trabajo tan multicolor que casi necesitamos gafas de sol. Fue uno de los mejores días que recuerdo. Toda la oficina cobró vida.

EL PLACER DE LA LUZ

¿Puede haber alegría en el mundo sin color? No lo supe con certeza hasta que topé con la narración que el doctor Oliver Sacks hizo de un viaje que realizó en 1994 a Pingelap, una isla donde muchos nativos padecen una enfermedad congénita crónica que les impide ver el color. Sacks llevó consigo a un científico noruego llamado Knut Nordby, que también sufre la acromatopsia (esto es, monocromatismo o ceguera al color) que aflige a muchos de los isleños. En un momento dado, el grupo de viajeros se encontró bajo un chaparrón que dejó tras de sí un arcoíris extraordinario. Sacks describió la impresión de Nordby del arcoíris como «un arco luminoso sobre el cielo»²⁵ y, entonces, pasó a explicar la alegre descripción que Nordby hizo de otros arcoíris que había visto hasta entonces: arcoíris dobles e incluso un arcoíris que trazaba un círculo completo. Al final, Sacks concluyó que el mundo visual de las personas que padecen acromatopsia es «más pobre en algunos aspectos, pero tan rico como el nuestro en muchos otros».

Es posible que podamos encontrar alegría en ausencia del color, pero conseguirlo en ausencia de luz sería mucho más difícil. Debemos todas las imágenes que nos producen alegría, desde un amanecer al rostro de un bebé, a la luz que nos llega a los ojos reflejada de nuestro entorno.²⁶ La luz es la fuente de energía del color. Más que eso: es una forma pura de energía que genera alegría por sí misma. La luz del sol regula los ritmos circadianos que componen el reloj de veinticuatro horas que determina nuestro nivel de energía. La luz del sol también estimula la producción de vitamina D en la piel, modula el sistema inmunitario e influye en los niveles de serotonina, un neurotransmisor que contribuye a la regulación

emocional. Muchas personas que viven en latitudes elevadas sufren de una depresión invernal llamada trastorno afectivo emocional como consecuencia de la escasez de luz solar. La luz y el estado de ánimo son compañeros de viaje en una misma órbita: si apagamos la luz, apagamos la alegría.

En todo el mundo, evitamos las esquinas oscuras y buscamos lugares llenos de luz, anhelamos apartamentos con mucha luz natural y nos vamos de vacaciones a lugares soleados y tropicales. En *Un lenguaje de patrones*, una compilación fundamental de observaciones del uso que las personas hacen del espacio, el arquitecto Christopher Alexander y sus colegas explican que el factor independiente más importante de cualquier edificio es el siguiente: «Las personas usan el espacio abierto si hace sol y no lo usan si no lo hace, excepto en los climas desérticos».²⁷ En un estudio sobre una calle residencial de Berkeley (California), Alexander descubrió que las personas que residían en el lado norte de la calle no usaban sus patios, sino que se sentaban en las pequeñas zonas de césped que había junto a la acera, mientras que los patios, más amplios, se llenaban de trastos. Los patios y los parques umbríos crean zonas muertas, mientras que los espacios orientados al sur garantizan que «el edificio y sus jardines serán lugares felices, llenos de actividad y risas». Lo mismo sucede cuando estamos bajo techo. Como el sol se desplaza de este a oeste por la mitad sur del cielo, las casas cuyas estancias más importantes están orientadas al sur tienden a ser alegres y acogedoras. Por el contrario, las casas cuyas estancias principales están orientadas al norte suelen ser oscuras y tristes, por lo que sus habitantes tienden a evitar las zonas comunes y se concentran en las salas más luminosas, en los extremos de la casa. (En el hemisferio sur, el sol pasa por la parte norte del cielo, por lo que hay que invertir los puntos cardinales que acabo de mencionar.)

La alegría que encontramos en una habitación soleada encuentra su reflejo en las medidas tangibles de bienestar. La investigación demuestra una y otra vez que una mayor exposición a la luz del sol reduce la tensión arterial y mejora el estado de ánimo, el estado de alerta y la productividad. Los trabajadores que se sientan cerca de ventanas refieren niveles de energía superiores y tienden a ser más activos físicamente, tanto en el trabajo como fuera del mismo.²⁸ En un estudio sobre escuelas de primaria,²⁹ los alumnos de las aulas con más luz natural avanzaron durante un curso hasta un 26% más rápido en lectoescritura y un 20% más rápido en

matemáticas. Los pacientes ingresados en hospitales recibían el alta antes si habían estado en habitaciones más soleadas y también habían necesitado menos analgésicos que los que habían permanecido en habitaciones con menos luz natural.³⁰

La luz natural es la mejor, pero cuando no está disponible, la luz artificial de amplio espectro puede proporcionar beneficios similares. Hace años que los científicos saben que el trastorno afectivo estacional se puede aliviar pasando hasta una hora diaria frente a una caja luminosa que irradia 2500 lux de luz blanca, pero la investigación más reciente demuestra que la fototerapia podría ser efectiva también en el tratamiento de la depresión no estacional.³¹ En un metaanálisis de veinte estudios, los investigadores llegaron a la sorprendente conclusión de que la fototerapia puede tener una eficacia comparable a la de los antidepresivos en el tratamiento de la depresión. Y entre los pacientes de alzhéimer ingresados en instalaciones asistenciales, la luz intensa redujo tanto la depresión como el deterioro cognitivo.³² Sin embargo, como la luz no es un remedio tan lucrativo como los medicamentos, la investigación sobre estos tratamientos ha sido mucho menor.³³

Lo más irónico es que hace siglos que se conocen los efectos beneficiosos que la luz tiene sobre la salud. «Poned a la pálida planta marchita y al ser humano al sol – escribió la famosa enfermera británica Florence Nightingale – y, si no están demasiado dañados, tanto la una como el otro recuperarán la salud y la fuerza.»³⁴ En 1860, Nightingale explicó que sus pacientes se giraban de forma natural hacia la luz, incluso aunque se quejaran del dolor que les producía apoyarse sobre el lado herido. «¿Por qué te apoyas en ese lado, entonces?», les preguntaba. «Ellos no sabían por qué, pero nosotros sí. Es porque es el lado que da a la ventana.»

Estas historias me hacen pensar que, a pesar de que la tecnología ha hecho avanzar la salud y el bienestar de formas inconmensurables, también nos ha arrebatado la sabiduría que existía cuando nuestra relación con el entorno no estaba mediada por tantos dispositivos y controles. En lugar de encender una hoguera o abrir una ventana, giramos el botón del termostato. En lugar de tomar una planta medicinal, nos tomamos una pastilla. Hemos ganado en comodidad y en eficacia, pero perdido en abstracción: los cambios en nuestro cuerpo ya no parecen estar conectados con el mundo que nos rodea, lo que da lugar a la ilusión de que somos independientes del entorno y de que este no nos afecta. Por lo tanto, cons-

truimos entornos que carecen de elementos esenciales para nuestro bienestar, como la luz y el color.

La luminosidad es importante, pero generar una luz alegre y energizante es mucho más que una cuestión de lúmenes. Cuando le pregunté al diseñador de iluminación Rick Shaver qué es una luz alegre, empezó por decirme qué no lo es. Me describió una oficina que había visitado hacía poco y me dijo que, a pesar de que los techos estaban cubiertos de hileras simétricas de fluorescentes, la sensación era que el espacio estaba bajo un «cielo nublado». Las oficinas se diseñan de modo que la iluminación sea uniforme y haya luz suficiente para leer se esté donde se esté. Sin embargo, esa luz plana y simétrica genera una energía apagada. Según Shaver, que ha diseñado los planos de iluminación del Museo Getty y de innumerables viviendas privadas, lo que crea «un ambiente alegre son precisamente los rayos de sol que atraviesan las nubes».

Los estudios afirman que las personas suelen preferir las iluminaciones variables a las uniformes.³⁵ Los picos y valles de luz atraen la mirada hacia puntos de interés en un espacio, pero, aún más importante, también hacen que nos agrupemos. Tal como destaca Alexander en *Un lenguaje de patrones*, como sentimos una atracción inconsciente por la luz, los lugares más luminosos son los que congregan a la gente y se convierten en centros joviales de actividad en un espacio. Si un espacio parece muerto, una manera muy potente de remediarlo es crear puntos de luz focales en los lugares donde queramos que la gente se agrupe. Un sofá junto a la chimenea, una butaca junto a la ventana, una mesa de comedor bañada en la cálida luz de una lámpara de techo: estos lugares siempre están vivos, porque, al igual que a las mariposas nocturnas, la luz nos resulta irresistible.

PINTAR LA LUZ

Cuando me reuní con los arquitectos amantes del color Stamberg y Aferiat, me enseñaron las imágenes de una casa en la playa que habían diseñado en Long Island para una pareja que, de repente y tras años de vivir en apartamentos fundamentalmente monocromáticos, había decidido que quería color en su hogar. Los arquitectos empezaron con paredes de un blanco níveo y con muchos patrones blancos y negros con los que sabían que la pareja se sentiría cómoda. Entonces añadieron una puerta

principal amarilla, a conjunto con la vara de oro que brotaba sobre la arena de la playa y cerca de la casa. Desde el exterior, la puerta es un faro alegre que hace que dé la impresión de que la casa sonrío a los transeúntes. Desde dentro, el efecto es totalmente distinto. La puerta actúa como su propia fuente de luz. Las paredes blancas llevan el color amarillo al corazón de la casa. Literalmente, la puerta brilla.

Pensamos en el color como en un atributo, pero en realidad es un suceso: es un baile constante entre la luz y la materia. Cuando un rayo de luz incide sobre un objeto (por ejemplo, un jarrón de cristal multicolor), bombardea, literalmente, la superficie del mismo con diminutas partículas energéticas llamadas fotones. El objeto absorbe parte de la energía de los fotones, que calienta el cristal imperceptiblemente. El resto de los fotones son repelidos y salen despedidos hacia la atmósfera, y después aterrizan en nuestras retinas y crean la sensación de color. La tonalidad específica tiene que ver precisamente con la energía de los fotones. Las longitudes de onda cortas y de alta energía nos parecen azules, mientras que las largas y de baja energía nos parecen rojas. Los pigmentos más luminosos, como los que se encuentran en los pétalos y las hojas de las flores y en muchos pigmentos naturales, tienden a tener una estructura molecular más «excitable».³⁶ Los electrones se alteran con muy poca luz, por lo que los colores resultan muy intensos a nuestros ojos.

En última instancia, el objetivo del elemento estético de la energía es aumentar la actividad de esas pequeñas partículas vibratorias en el espacio. No se trata solo de la luz y no se trata solo del color, sino de la alquimia entre los dos. Los colores vivos animan la luz que brilla sobre ellos, la reflejan hacia el espacio que los rodea y magnifican su efecto. Por eso es tan potente la puerta amarilla de la casa que diseñaron Stamberg y Aferiat. Recoge la luz invisible y la vuelve dorada. El amarillo es especialmente efectivo como elemento iluminador, porque es la tonalidad más clara en su estado puro y tiene una luminosidad y una calidez inherentes. Publicolor usa colores con matices amarillos por ese mismo motivo. Las pinturas brillantes y cálidas inundan de luz los espacios y combaten la monotonía de los paisajes urbanos. «Pintamos luz», afirma la fundadora Ruth Lande Shuman y despierta así mi curiosidad sobre lo que sucedería si pintásemos con colores brillantes los callejones oscuros, los pasos subterráneos y otras esquinas siniestras de nuestras ciudades.

Si quieres un espacio más luminoso y con más energía, tanto si se

trata de tu casa como de cualquier otro lugar, los expertos coinciden en que el mejor primer paso es aclarar las superficies más grandes: paredes, suelos, armarios y mostradores. Aunque las paredes oscuras puedan parecer sofisticadas, como absorben luz reducirán la cantidad total de luz que rebota por la estancia. Muchos de los diseñadores con los que he hablado prefieren empezar con un lienzo de paredes blancas e introducir el color mediante los muebles y los objetos decorativos. Pero incluso cuando eso no es posible, usar toques de color luminoso puede ser una estrategia atractiva para cromófobos (hablo por experiencia) y, además, es sorprendentemente efectiva. Hilary Dalke, diseñadora y experta en color que trabaja con el Servicio Nacional de Salud (NHS) del Reino Unido, me dijo que usa esa estrategia con regularidad. Un hospital del sur de Inglaterra le pidió que rediseñara las habitaciones sin trasladar a ninguno de los pacientes que las ocupaban: cambió las mantas neutras de las camas por otras de un fucsia intenso e hizo fotografías del antes y el después de la habitación. La luz que ahora reflejaba la ropa de cama era tan intensa que, de repente, toda la habitación parecía mucho más cálida. Y a un precio muy reducido.

Los mejores pigmentos para crear luz son los colores fluorescentes,³⁷ porque absorben fotones de las longitudes de onda de gran energía que están en el rango ultravioleta invisible y los reflejan en longitudes de onda visibles a nuestros ojos, por eso parecen más brillantes que los colores normales: es casi como si relucieran. Los colores fluorescentes que encontramos en las pelotas de tenis y en los conos de tráfico cubren las superficies con una energía intensamente alegre. Pero úsalos con precaución: ¡con muy poco llegarás muy lejos!

Aunque quizás seamos conscientes de cómo el color afecta a la luz en un espacio, en muy raras ocasiones nos damos cuenta de lo contrario: de cómo la luz afecta al color. Hay un buen motivo para ello, según el diseñador de iluminación Richard Shaver: todas las bombillas incandescentes de antes emitían luz del mismo color. «Cuando enroscabas la bombilla que habías comprado en el supermercado – dice Shaver –, sabías que siempre iba a quemar a una temperatura de color de veintisiete grados Kelvin, que es cálida y favorecedora para la piel». A medida que los fabricantes desarrollaron tecnologías nuevas y energéticamente más eficientes, como los LED y los fluorescentes, de un día para otro las bombillas dejaron de ser meras bombillas, pero nadie nos lo explicó a quienes las comprába-

mos. «La gente no sabe que debería comprar tres mil grados Kelvin, o lo que llamamos luz cálida, por lo que se van a casa con cuatro mil o cinco mil grados Kelvin, que es luz fría.» Aunque esta información aparece en las cajas, la mayoría de las personas no saben interpretarla. Como resultado, Shaver acostumbra a ver a personas que viven, infelices, bajo un rompecabezas de luces de distintos colores.

El color de la luz varía porque, a diferencia del sol, que emite longitudes de onda que abarcan todo el espectro visible, las luces artificiales solo pueden reproducir parte de ese espectro. Todos hemos tenido la experiencia de estar en un probador mal iluminado o ver nuestro reflejo en el espejo de un lavabo del aeropuerto y pensar «¡Uf! ¿En serio se me ve tan cansado?». Esto sucede porque la luz carece de las longitudes de onda que los ojos necesitan para ver bien el color. Cuesta mucho sentirse animado y lleno de energía cuando uno mismo y todos los que nos rodean tienen la tez amarillenta y aspecto de estar agotados y cuando los colores vivos adoptan tonalidades enfermizas. Por lo tanto, el consejo de Shaver es que nos fijemos en el índice de reproducción cromática (IRC) de las bombillas. Las bombillas incandescentes tienen una puntuación de 100, lo que alimenta la demanda de las mismas a pesar de que ya están prohibidas en muchos países. Las bombillas LED más modernas se han desarrollado de modo que puedan emitir la misma luz cálida y vibrante que las antiguas bombillas desarrolladas por Edison. Elegir bombillas con un IRC próximo a 100 hará que tanto tú como los espacios que habitas tengáis un aspecto luminoso y vibrante.

Durante la mayor parte de mi vida, he interpretado las elecciones que hacía en relación con el color a través de la lente de lo que decían acerca de mí. ¿Tendría el valor de calzarme unos zapatos rojos? ¿Me tomarían en serio los clientes si me presentaba a una reunión de trabajo con un vestido rosa? Quizás ese sea el motivo por el que casi siempre acababa con muebles blancos y ropa negra. Mi investigación acerca de este elemento estético del color me liberó de elegir colores a partir de lo que otros pudieran pensar y ahora los elijo basándome en cómo me hacen sentir.

Fijarme en el color y en la luz ha cambiado el mundo que me rodea. Los colores brillantes en los paisajes urbanos, que encuentro en los carteles, en los carriles bici, en los escaparates y en los grafitis, se han convertido en regalos para mí: son pequeñas infusiones de calidez y de vida. La energía te da la fuerza para construir tu propio hogar, tu propio sol.