

# Ponte Creativo



Questlove

QUESTLOVE  
PONTE CREATIVO

Traducción de Juan Trejo

Título original: *Creative Quest*

© Ahmir Khalib Thompson, 2018

© por la traducción, Juan Trejo, 2019

Corrección de estilo a cargo de Rosa Iglesias Madrigal

© Editorial Planeta, S. A., 2019

temas de hoy, un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.

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

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

Primera edición: abril de 2019

ISBN: 978-84-9998-735-4

Depósito legal: 978-84-9998-735-4

Composición: Realización Planeta

Impresión y encuadernación: Egedsa

*Printed in Spain* - Impreso en España

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 éste 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](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

# ÍNDICE GENERAL

Introducción	11
La chispa	17
Mentores y aprendices	53
Empecemos	83
La red	107
Reduce, reutiliza, recicla	145
Ejercer de curador como remedio	189
La partida	221
El mercado	247
Éxitos y fracasos	265
Sin fin	299
Epílogo	305
Agradecimientos	307
Apuntes sobre la cubierta	309
Índice onomástico	313
Biografía	319

# LA CHISPA

## *La colección de discos*

Cuando era niño mi padre tenía la colección de discos. Supongo que, técnicamente, era *una* colección de discos, pero para mí era LA colección. Tenía muchos discos de estilos muy diferentes. Tenía música soul, por descontado, porque había sido cantante doo-wop y líder de un grupo muy popular a mediados de los años cincuenta, y el soul —como mínimo el delicado soul de mediados de los años setenta, antes de que apareciese la música disco— era el descendiente más directo del doo-wop. Lo que ahora denominamos *rock de yate* o *rock suave* con armonías vocales al estilo Kenny Loggins o Christopher Cross era su género favorito, porque le daba la impresión de que transmitía vibraciones parecidas al doo-wop. Pero le gustaba el rock tocado en estadios y el jazz y también algo el reggae; le gustaba un poco de todo.

Lo que pasaba con los discos era que no daban la impresión de ser ideas cerradas. Eran ideas que podías abrir e ideas que podías utilizar. Y eso era lo que hacía mi padre. Ponía discos en casa. Los recuerdos son tan vívidos. Me sentía en casa estando en Filadelfia:

tenía tres años. Habitualmente después de cenar y antes de irnos a la cama, disponíamos de una ventana de unas dos horas en las que mi madre y mi padre se relajaban y escuchaban música; colocaban seis discos en el tocadiscos, en el cargador, y dejaban que sonasen. Eso implicaba que escuchaba todas las caras A de los LP. Una noche, el primer disco de la pila era «Stevie Wonder Presents: Syreeta», el segundo álbum de Syreeta Wright, la talentosa letrista y vocalista casada con Stevie en aquella época. El segundo tema de ese disco era *Spinnin' and Spinnin*, que plantea la teoría de que una relación amorosa puede ser como un tiovivo: ilusiona pero también desconcierta. La parte central del tema recuerda un poco al circo, suena casi a music hall, y no deja de acelerar. Cuando acabó de sonar, escuché un fuerte chasquido en la cocina. Fui a ver qué pasaba y vi que un ratón había quedado atrapado en una ratonera, estaba atrapado por el cuello, aunque todavía estaba vivo y chillaba. Desde ese día los roedores son para mí un trauma.

Ese recuerdo le ofreció a la canción un ancla emocional. Pero también recuerdo haber pensado en ella analíticamente; me obsesioné con el resto de elementos del disco. Me preocupaba en particular el murmullo del sintetizador final que sonaba justo en el momento en el que el cuello del ratón quedó atrapado en la trampa. Echando la vista atrás, puedo apreciar con claridad que Stevie y Syreeta habían sufrido una sobredosis de Beatles, especialmente del «Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band». (Syreeta había incluido una versión de *She's Leaving Home* en su primer disco, aparecido dos años antes.) Valerse de The Beatles y del pop británico blanco a modo de piedra de toque le aportó libertad a Stevie: como músico negro no quedó confinado en los ejercicios funk o en el típico compás cuatro por cuatro de la música electrónica. Le permitió crear algunas de sus mejores piezas, que casualmente son algunas de las mejores piezas jamás compuestas. En aquel momento, sin embargo, yo tenía tres años. Todavía no era capaz de colocar mis emociones a un lado y mi capacidad de análisis al otro.

Todo me llegaba de golpe. Aquel sintetizador final sonó como un toque de difuntos para el ratón, y eso daba miedo. Nunca me he librado de esa sensación.

Empecé a pensar de ese modo en relación con todos los discos que había en casa. Poco importaba que fuese Al Green cantando *Call Me* o Pilot tocando *Magic*. Todas las canciones significaban algo más de lo que parecía. Atrapaban el tiempo (en el sentido de que eran grabaciones o sesiones de grabación), pero también atrapaban otro tipo de tiempo (en el sentido de que recordaba con mucha intensidad dónde me encontraba cuando las había escuchado). Esa sensación ha perdurado a lo largo de mi vida: en mi primer accidente de coche estaba sonando *Ironic* de Alanis Morissette. Patiné sobre el hielo durante una cita con una chica que estudiaba en Rutgers; conducía con cuidado, intentando esquivar un choque múltiple con cinco vehículos involucrados, y cuando me giré para echar un vistazo, el coche volteó directamente hacia ellos. Esa canción estará para siempre asociada a accidentes de coche. «*Spinnin' and spinnin'.*»

Aquellos discos supusieron una de las más importantes iniciaciones a la hora de generar ideas y desear convertirlas en productos creativos. También escuchaba música a través de otras fuentes. Escuchaba música en la radio. Escuchaba música cuando la banda de mis padres se subía al escenario a tocar. Escuchaba música cuando practicaba con la batería. Pero los discos lo tenían todo. Eran música en el aire, pero también estaban aquellos discos negros dando vueltas, con la etiqueta en el centro, y tenían una foto en la funda, y luego estaban los textos. Eran algo físico en mis manos, podía notar su peso, podía tapar con ellos la luz del sol. Eran la materialización de una idea, y eso era importante. Después de pasar toda una vida grabando discos, ahora me encuentro a la sombra del árbol que conforma el proceso al completo, el producto al completo. Pero creo que en aquel entonces ya tenía la semilla.

Hemos recorrido un largo camino desde entonces y, en cierto

sentido, hemos retrocedido. Los discos ya no tienen cubiertas grandes. Ya no tienen textos introductorios como los de antes. Ya no tienen etiqueta en el centro. Y la mayoría de la música que consumimos no tiene un soporte físico. Está en la nube y de ahí baja hasta nuestro bolsillo, sin que llegemos a tenerla nunca en las manos. Pero sí puedes darle vueltas en tu cabeza. Las canciones siguen siendo ideas. Cuando las escucho todavía rememoro aquellos momentos en los que sostenía la cubierta del disco en mis manos y pensaba en la mente que había sacado aquel tema de la nada y le había dado existencia. En aquel entonces no entendía el proceso, y no estoy seguro tampoco de entenderlo ahora.

### *Subir*

Al hablar de creatividad solemos utilizar metáforas. En primer lugar, es complicado ser preciso: he leído montones de libros sobre el proceso creativo a lo largo de estos años y, por lo general, lo primero que intentan responder siempre es la pregunta sobre qué es lo que hace que una persona sea creativa. Si te topas con una persona en la acera, ¿cómo puedes llegar a saber si es o no una persona creativa? No esperamos que esa persona, de repente, rebusque en su bolsa, saque un lienzo y pinte un cuadro al óleo, así pues ¿cómo podemos saberlo? ¿Dependerá de lo que diga o de lo que haga? ¿Encontraremos alguna pista en su lenguaje corporal o en su modo de mirar?

Voy a responder a esas preguntas diciendo que se trata de preguntas equivocadas. La cuestión no radica en si, en cuanto te vean, van a poder afirmar si eres creativo o no. Si eso es lo que te preocupa, ponte una boina. La clave radica en si eres o no capaz de conectar con tus impulsos creativos. La creatividad es fuego. Así lo hemos establecido. Pero yo voy a empezar por la chispa.

¿Qué es la chispa? Es el primer paso de cualquier acto creati-

vo. No hay fuego sin chispa. (Voy a resistirme al debate entre el *TeamSpringsteen* o el *TeamJoel* a estas alturas del libro.) Así que ahí es por donde quiero empezar: dentro de tu cabeza. ¿Cómo se tiene una idea? ¿Cómo te das cuenta de que se está formando en tu mente? ¿Y cómo puedes lograr que tu mente se convierta en una de esas mentes receptivas a las ideas?

Habrà gente que te dirà que existen estudios que demuestran que todo el mundo es creativo, al menos en cierto grado. Es más, hay estudios para casi cualquier cosa. Pero digamos que es cierto. Todo el mundo es creativo en cierto grado. Pero los grados son importantes, lo son en relación con el clima o con un delito. Recuerdo haber hablado de esto con alguien dedicado a los negocios. Fue en uno de mis salones culinarios: son reuniones que organizo en Nueva York, en Gehry, a las que invito a amigos chefs a crear nuevos platos para mí y para mis invitados, habitualmente músicos, artistas, humoristas o escritores. También acuden algunos empresarios, aunque no del estilo Wall Street; podríamos denominarlos empresarios del mundo cultural. (De hecho, algunos de esos empresarios han sido los responsables de algunas iniciativas muy interesantes, dado que tienden a aplicar la creatividad desde un ángulo diferente.) Esta persona en concreto trabajaba para una compañía de Internet. Cuando era joven le interesaba mucho la música. Tocaba el piano, pero en realidad no le habían dado nunca clase porque siempre había intentado componer sus propios temas. Le dije que muchos de los músicos que conocía habían pasado por un proceso similar. Habían rechazado verse sometidos a restricciones porque lo que querían era ampliar horizontes. Me dijo que muchos empresarios funcionaban justo del modo opuesto: aceptaban verse encasillados porque ampliar objetivos entrañaba un riesgo.

«¿La creatividad es importante en el mundo de los negocios?», le pregunté.

Era una pregunta que me había planteado personalmente

pero que nunca se la había hecho a nadie en particular, al menos no a nadie que se dedicase al mundo de los negocios. Eso ocurrió en los primeros meses de trabajo de este libro y me lo planteé como parte de mi investigación.

«Te responderé en dos palabras —me dijo—. Gordon Torr.»

«¿Cómo?» Pensé que se trataba de algún código. A lo mejor era algún término *cockney*. A lo mejor «Gordon Torr» significaba «Hasta la médula» o «Sin lugar a dudas».<sup>1</sup>

Resultó que Gordon Torr era el nombre de una persona. Torr, sudafricano, había sido un director creativo en los años ochenta y noventa. Había dirigido campañas, había dirigido compañías y también había escrito libros motivacionales y novelas. Por lo visto, estaba en contra de la idea de que todo el mundo fuese igual de creativo.

Creer que todo el mundo tiene la capacidad de ser tan creativo como la persona que tiene al lado es tan absurdo como creer que todo el mundo tiene la capacidad de ser tan inteligente como quien tiene al lado y, sin embargo, es algo universalmente aceptado como una pe-rogrullada. Por otra parte, es una creencia relativamente nueva, algo que ha arraigado desde hace treinta o cuarenta años; coincide hasta tal punto con la popularización de la idea de que la creatividad es un elemento esencial para el éxito tanto social como económico como para ser una mera coincidencia.

Yo no lo hubiese dicho de ese modo si me lo hubieses preguntado unos pocos días antes. Lo que yo habría defendido es que todo el mundo es creativo, aunque no del mismo modo. Pero después de que ese amigo me dirigiese a Gordon Torr, empecé a ver las cosas desde su punto de vista, al menos durante un tiempo. Ser creativo tiene que ver con eso. No hay que aferrarse en exceso a tu

(1) En *cockney* se utilizan palabras que riman para sustituir a las palabras originales, de ahí que en inglés «Gordon Torr» le sugiera «To the core» o «Through the door». (N. del e.)

**Ser creativo tiene que ver con eso.  
No hay que aferrarse en exceso  
a tu propio criterio. De vez en cuando  
hay que mostrarse flexible.**

---

propio criterio. De vez en cuando hay que mostrarse flexible. Hay que permitir que las influencias inesperadas (como lo que me ocurrió con Torr) te hagan cambiar de idea. Siempre puedes retomar tus convicciones si son válidas. Está bien ejercer de turista adentrándose en los puntos de vista de los demás. Empecé a pensar en los ejemplos de creatividad empresarial con una mirada cínica. En una ocasión me encontré en Internet con una lista que proclamaba: «Maneras de ser creativo», y si bien en cualquier otra ocasión la habría pasado por alto, me detuve un rato a estudiarla y me dejó absolutamente frío. ¿Acaso intentaba la persona que la había escrito disolver el sentido del asunto al codificarlo de una manera tan burda y reduccionista?

Finalmente, acabé situándome en un punto intermedio respecto a lo que planteaba esa pregunta. Me dije que todo el mundo nace con alguna clase de impulso creativo, o como mínimo la mayoría de la gente. Se trata de una energía genuinamente humana. Los niños se cuentan cuentos sobre el mundo. Dibujan. Juegan sin restricciones con sus muñecos, haciendo que animales de peluche hablen entre sí. Pero este libro no es para niños. Es para adultos. Y respecto a los adultos, me da la impresión de que el impulso creativo —a pesar de manifestarse en la mayoría de los seres humanos— está distribuido de un modo desigual. Aun así, enfoqué dicha distribución de manera diferente gracias a Gordon Torr. No llegué a conocerlo personalmente. Es muy probable que sea buena persona. Pero yo no le veo la razón a lo de argumentar que algunas personas son más creativas que otras en ciertos aspectos esencia-

les. Lo que yo diría es que la creatividad está distribuida de manera desequilibrada en el interior de un mismo individuo. Opera de un modo diferente en las diferentes disciplinas. Opera de un modo diferente según el momento. Todos tenemos puntos ciegos y áreas creativas donde nos marchitamos, pero también hay aspectos en los que brillamos y áreas creativas en las que florecemos.

Como resultado, todo el mundo —pues todos somos creativos, al menos en algún sentido, si bien no de un modo tradicional— tiene que aprender cómo localizar sus ideas, cómo llevarlas a cabo, cómo sentirse respecto a ellas una vez lanzadas al mundo y cómo asimilar las reacciones de los demás al respecto. Una persona creativa puede no desear darle salida a sus ideas, lo que convierte la creatividad en algo simplemente teórico. Y según el mismo patrón, aquellas personas que definimos como no creativas pueden aprender a tener ideas y a convertirlas en alguna cosa, a pesar de que no broten de ellos de manera natural; en particular cuando se trata de algo que encaja con sus personalidades. Cuando eso ocurre, ¿qué sentido tiene llevar a cabo ninguna distinción?

Vamos a necesitar una definición de lo que es una persona creativa para seguir adelante. Aquí va el primer intento: una persona creativa es una persona que crea.

Empecemos por ahí. Esa es una de las lecciones fundamentales de la creatividad. No hay que preocuparse si una idea o una escena o una canción te llega en un principio bajo una forma simplista. Esa llegada parcial es una especie de embarazo. Las semillas saben muy bien cómo convertirse en otra cosa. Una persona creativa es una persona que crea. Dejemos esa semilla en la tierra durante un rato. Luego volveremos para echarle un vistazo.

Quiero dirigirme a todas las personas que crean. Quiero darle espacio a todo el mundo. Eso no quiere decir que todo el mundo vaya a extraer lo mismo de este libro. A algunas personas les resultará útil de arriba abajo (eso espero). A otras solo les interesarán algunos aspectos. Mi intención es que este libro sea una especie de

guía más que una serie de reglas y ejercicios específicos. Hay libros sobre creatividad que pretenden ser muy programáticos, en parte porque quieren convencerte de que encierran un secreto. Yo no pretendo tener ninguna clase de secreto. Mi intención es justo la contraria. Tengo mis historias, y las historias de otros —gente que conozco o gente que he conocido durante el proceso de escritura de este libro— y espero que todo el mundo aprenda de ellas. No quiero decirle a nadie qué es lo que tiene que hacer. Quiero decirles qué es lo que pueden hacer.

### *Einstein y Jiro*

Hemos definido, sin grandes pretensiones, a una persona creativa como alguien que crea. Pero ¿qué es la creatividad? Resulta prácticamente imposible trazar una definición que agrade a todo el mundo. Wikipedia es una fuente para todo. Dice: «La creatividad es un fenómeno mediante el que se forma algo nuevo con alguna clase de valor».

No creo que sea del todo cierto. ¿Tiene que tratarse de algo nuevo o puede ser simplemente algo nuevo para la persona que lo está haciendo en ese momento? Lo mismo puede decirse del sentido de valor. Según quién seas, el momento en el que te encuentres y dónde estés, el valor puede variar mucho.

Pero existe un problema incluso más importante. Esa definición se centra en la naturaleza impersonal de la creatividad. Se centra en cosas que se forman, más que en la persona que las crea. En lo que respecta a este libro, al menos en un principio, quiero pensar que la creatividad está —y al mismo tiempo no está— en la mente. ¿Cuáles son las costumbres y creencias que se desarrollan a su alrededor, que la incentivan, que la evitan? Según mi propia definición —la de la Questopedia—, la creatividad es la personalidad que permite que se forme algo nuevo con alguna clase de va-

**La creatividad es la personalidad  
que permite que se forme algo nuevo  
con alguna clase de valor.**

---

lor. Eso la libera de un poco de presión, ¿no es cierto? Debería hacerlo, como mínimo.

Desde mi punto de vista, la personalidad no es siempre un valor positivo. O mejor dicho: es positivo en la mayoría de ocasiones, cuando se le permite operar de manera creativa. De no ser así, puede convertirse en un rollazo. Desde mi punto de vista, crear cosas tiene que ver con encontrarle un lugar a los sentimientos que, de otro modo, interferirían en el día a día. Podrían ser sentimientos hostiles. Podrían ser sentimientos depresivos. En mi caso se trata de dos sentimientos habituales, y no quiero que semejantes sentimientos dominen mi día a día, de ahí que funcionen tan bien como motor para crear cosas.

Siendo niño, cuando me contaron que Einstein había pasado sus últimas décadas de vida en Nueva Jersey, me pareció algo muy extraño. Se me hacía difícil imaginarlo caminando al lado de otros habitantes arquetípicos de Jersey; me vino al pensamiento Tony Soprano, aunque por aquel entonces no existía. ¿Acudió Einstein, acompañado de alguien como Tony, a ver las obras de un edificio? ¿Caminó por las aceras de Atlantic City, rebuscando monedas en sus bolsillos con la esperanza de conseguir las suficientes como para ganar algo de pasta en el casino? Una vez, acompañé a mis padres desde Filadelfia a un concierto que tenían que dar en algún lugar del noreste. Tomamos la autopista I-95, que pasaba cerca de Princeton, en Nueva Jersey, y cuando vi uno de los carteles, recordé haber leído que Albert Einstein recorría las calles de Princeton estudiando las aceras en busca de colillas de cigarrillos. Cuando encontraba una, la recogía y vaciaba los restos de tabaco dentro de

su pipa. Eso no implica que fuese una persona tacaña. Bueno, tal vez lo fuese, pero no era ese el motivo por el que lo hacía. Su médico le había prohibido fumar, pero él se saltaba la prohibición. Estaba siendo ingenioso y también le estaba diciendo al mundo con ese gesto que no quería que le encasillasen. Si quería hacer algo, iba a hacerlo. Que alguien intentase detenerlo.

Las colillas de Einstein me recuerdan otro componente de la creatividad: hay que prestar atención. Hay que mirar al suelo. Posiblemente esto me haga sentir más culpable que otras prácticas creativas, en buena medida porque, para empezar, me pregunto si realmente soy una persona creativa. Tal vez simplemente sea un buen estudiante, rastreando las aceras en busca de los restos dejados por otras personas para recogerlos y rellenar con ellos mi pipa. No estoy seguro de eso. Pero siempre me he mostrado especialmente atento a las idas y venidas de los proyectos creativos de los demás; en particular, en lo que a música se refiere. Cuando era pequeño escuchaba las canciones y apreciaba cosas extrañas en su interior. También escuchaba lo evidente, por descontado. Tomemos un tema como *Somebody's Watching Me* grabada por Rockwell a principios de los años ochenta. Rockwell no era su nombre auténtico. Se puso ese nombre porque se movía bien. En realidad se llamaba Kennedy William Gordy y sus orígenes familiares eran bastante impresionantes. Era hijo de Berry Gordy, fundador de la Motown, y le habían puesto ese nombre en honor a dos personas que para su padre eran toda una inspiración: John F. Kennedy, que había sido asesinado seis meses antes de que Rockwell naciese, y William *Smokey* Robinson, que venía produciendo un éxito tras otro para el sello discográfico de su padre desde los años sesenta. A principios de los ochenta, Rockwell, gracias a la magia del nepotismo, consiguió un éxito considerable con *Somebody's Watching Me*, que era una espeluznante canción sobre la paranoia y el horror. El vídeo era inolvidable. Rockwell se topaba con sus temores en cada esquina y tenía que convencerse de que se los estaba ima-

ginando. Al final llegaba el cartero. Parecía un tipo amable. Pero al acercarse a la cámara podíamos apreciar que tenía una mano deforme, lo que venía a dar a entender que tal vez Rockwell no se había imaginado todas aquellas cosas. Ese era el gancho del vídeo: la revelación. El gancho de la canción eran los coros, con la alucinante voz de Michael Jackson. Eso supe apreciarlo. Era imposible no hacerlo. Pero yo escuchaba algo más: las notas de un teclado que yo estaba convencido de que era la semilla de la canción.

Hay que prestar atención a las semillas. Volvemos aquí a las metáforas botánicas. Las grandes ideas crecen a partir de las pequeñas cosas. Los escritores suelen mostrar especial sensibilidad con las palabras. Los artistas son sensibles al color y a las líneas. Si quieres despertar tu creatividad presta atención a los actos creativos de los demás. Es más: intenta prestar atención al modo en que aquellas cosas que no habrías definido como actos creativos son ejemplos perfectos de creatividad. Eso me lleva de vuelta a Einstein y al modo en que su manera de fumar ilustra ciertos principios creativos, aunque también me lleva a Tokio. En 2016 publiqué un libro titulado *somethingtofoodabout* en el que hablaba de diez chefs y de los aspectos creativos de sus vidas. La génesis del libro no fue la comida sino una película, aunque una película sobre comida. Era *Jiro Dreams of Sushi*, el gran documental sobre el chef de sushi Jiro Ono. Cuando se estrenó la película, en 2012, Jiro estaba en mitad de la ochentena y, en términos generales, estaba considerado como el mejor chef de sushi del mundo. A mí me alucinó. Tenía tal capacidad y ponía tanto de sí mismo en lo que estaba haciendo, que era... hacer sushi. Había apreciado expresiones semejantes en el rostro de otras personas, pero por lo general eran personas que estaban grabando un disco, pintando o se encontraban sobre un escenario. ¿Acaso era posible que lo que estaba haciendo con pescado y arroz fuese un proceso similar, tal vez incluso exactamente el mismo? Vi la película varias veces. Y para mi cumpleaños, en 2013, viajé a Japón. Tenía previstas algunas actua-

ciones como DJ, pero el asunto principal del viaje era ir a ver a Jiro. Fui al barrio de Chuo, en el distrito de Ginza, llegué hasta la calle Cuatro y, finalmente, llegué al Edificio Tsukamoto Sogyo. Es un edificio de oficinas en el centro de Tokio. Hay carteles de neón. No daba la impresión de ser el lugar adecuado. Pero al meterme en el paso subterráneo del metro, en un lado, allí estaba el local de Jiro.

Mientras comía, pensaba en la comida como un acto creativo, y fue una buena idea, porque eso me permitió apreciar lo que Jiro estaba haciendo. No solo preparaba piezas de sushi, planeaba la comida. Cada plato podía tener sus propios gusto, textura, color y sabor distintivos, pero él siempre estaba componiendo. Era como un concierto de música clásica; o tal vez sería más adecuado decir como la actuación de un DJ. Sabía que nos tenía en su mano, a los comensales, durante un tiempo limitado y quería llevarnos por una experiencia que activase toda una serie de pensamientos y emociones. Unas cuantas piezas que te hacían elevarte, después otras pocas que te hacían llanear y finalmente otras te hacían descender para, justo después, elevarte de nuevo. Hasta ese momento no había entendido hasta qué punto un chef podía ser un artista creativo. Quiero decir que si hubiésemos estado hablando en una fiesta y me hubieses preguntado si los chefs eran artistas creativos habría asentido y habría dicho que, obviamente, lo eran. Sí, sí, artistas creativos. Pero en realidad no entendí que lo eran hasta que me senté en el Sukiyabashi de Jiro.

### *Ciencia extraña*

En el inicio del proceso de escritura de este libro descubrí un artículo en Internet. Se titulaba «*Why Weird People Are Often More Creative*» («Por qué la gente rara suele ser más creativa»). El artículo venía a decir que la mayor parte de la gente funciona filtrando buena parte de la información propia de su campo. Pero hay un

grupo de personas que no pueden o no lo hacen. Se permiten plantearse un espectro más amplio de ideas, incluso aquellas que no pueden aplicar en la situación en la que se encuentran. A ese tipo de rareza, la psicóloga de Harvard Shelley Carson la denomina «desinhibición cognitiva», y cree que se encuentra en el núcleo duro de cualquier clase de creatividad. Si nos pasamos el día descartando aquellos pensamientos que no encajan con lo que entendemos por aceptable, correcto o adecuado, no tendremos ideas que vayan más allá de las ideas de las que siempre disponemos.

Ese es el primer punto. Hay que estar dispuesto a desinhibirse cognitivamente hablando. No tienes por qué llevar puesto un vestido hecho de carne, sino que hay que intentar siempre inspirarse en algo sorprendente; o sorprenderse a uno mismo estando siempre inspirado. Hay infinidad de ejemplos. Cada uno de ellos es un acto de creación. Recuerdo una vez en casa de un amigo, sentado de noche en el jardín. Los pájaros y los grillos hacían ruidos. No sé gran cosa ni de pájaros ni de grillos. Pero quise inmiscuirme en su discusión. Imaginé que estaban hablando unos con otros siguiendo la letra de canciones que conocía. Uno de ellos cantaba *Changes* de David Bowie, pues producía un ruidito así: *ch-ch*. Otro de ellos hacía un ruido como de «z», así que me dije que tenía que ser *Rump Shaker*, debido al «zoom zoom zoom in the boom boom». Al cabo de un rato empecé a notar algo más, no el aspecto alfabético del sonido sino el hecho de que se producía en ráfagas. Uno de los animales (¿un pájaro?) cantaba formando tríadas y otro (¿un grillo?) lo hacía formando pares. Eso me dijo algo más: 3-2-3-2. Ahí había algo de ritmo. Da-da-da, da-da. Era *Louie Louie* de los Kingsmen, lo cual significaba también que era otra canción de David Bowie, *Blue Jean*. Recuerdo que ese tema me decepcionó porque era el que Bowie había compuesto después de *Let's Dance*. ¿Eso era todo? (Nota aparte: hacia el final del tema, mientras canta «*Somebody send me*», Bowie se pone más y más intenso, hasta el punto de que empecé a temer que vomitase.) Eso me hizo pensar

en la versión que The Jackson 5 hicieron de *Mama I Gotta Brand New Thing (Don't Say No)* y en cómo la guitarra de Dennis Coffey suena como si alguien estuviese diciendo «*pick it up*» («recógelo»), y entonces me di cuenta de que estaba pensando en eso porque se me había caído un vaso de papel. Y lo recogí. (Ese tema, por supuesto, es también un ejemplo del abuso que la Motown llegó a hacer de los abruptos y tenebrosos finales a base de sintetizador.) Nada de todo esto tiene una relevancia especial más allá de sugerir que hay patrones y vínculos en todas partes y que si intentas mantenerte en una de las vertientes creativas de la mente, deberías dejar a tu cerebro que encuentre el modo de llegar.

Voy a intentar ofrecer otra definición de creatividad. No se trata de permitir que todo entre sino de evitar que todo se quede fuera. Aparecerán muchas definiciones. Anotémoslas. Hay un test al final. (No te preocupes, no es un verdadero test. Reservo esa clase de cosas para mis alumnos de la NYU. Compraste el libro. Estás leyéndolo. Eres responsable de lo que recuerdas y de lo que no.) ¿Conoces esos pósteres 3-D que dan la impresión de que no muestran nada pero que cuando empiezas a mirarlos se convierten en algo? La imagen 3-D oculta solo aparece cuando desenfocas los ojos del modo correcto. Es una metáfora del proceso. Ser creativo es una mezcla de desenfocar la mirada del modo correcto al tiempo que sigues enfocado en la imagen.

Es más que una metáfora. Es un estado físico. Piensa en todas las cosas que haces a lo largo del día. Para la mayoría de tareas el mejor escenario posible es que tu mente se encuentre alerta, afilada y brillante. Imagina que eres una persona diurna (como yo) o

---

**No se trata de permitir que  
todo entre sino de evitar que  
todo se quede fuera.**

una persona nocturna (tristemente también como yo) y programa todos tus trabajos según eso. Si tienes que despertarte a las cinco de la madrugada para poder responder a todos tus correos electrónicos sin tener la cabeza embotada, eso es lo que tienes que hacer. Si tienes que quedarte hasta tarde en la oficina para poder transcribir las notas de la reunión, eso es lo que tienes que hacer.

Pero cuando creas, la ecuación es un poco diferente. Recuerdo haber leído un estupendo artículo de *The Atlantic* hace ya unos años. Era estupendo porque resultaba absolutamente inesperado, y sin embargo me confirmó algo que venía sospechando desde hacía mucho tiempo: que crear requiere de un tipo de enfoque mental diferente al resto de labores. El artículo citaba un estudio de una profesora de psicología llamada Mareike Wieth, titular en el Albion College de Michigan. Diseñó un experimento con más de cuatrocientos estudiantes, los examinó a las ocho y media de la mañana y a las cuatro de la tarde. También les pasó una encuesta para determinar si preferían las mañanas o las tardes. A partir de esos datos intentó descubrir si el estado de alerta de los estudiantes afectaba a su rendimiento en el examen. Algunas de las preguntas eran analíticas, problemas lingüísticos. En esos casos, el momento del día y el nivel de sueño de los estudiantes no tenían efecto ninguno sobre su efectividad. La capacidad de análisis era sólida tanto si estaban cansados como si se sentían muy despiertos. Esto resultaba un tanto sorprendente, porque daba a entender que los estudiantes no tenían que estar en estado completo de alerta para resolver correctamente problemas matemáticos. Algo que no sonaba tan bien a los padres que se irritaban porque sus hijos no se iban a la cama a la hora que les tocaba... Aunque el resultado más interesante estaba relacionado con el otro tipo de preguntas: se exigía a los estudiantes que participasen en la resolución de problemas innovadores. El artículo las denominaba «preguntas basadas en la percepción». Para responderlas, los estudiantes tenían que ponerse en el lugar de otro, o bien cambiar de punto de vista respecto a algún juego de palabras, o bien di-

señar un puzle y resolverlo. En esos casos, el momento del día y el nivel de atención de los estudiantes afectaba a sus respuestas; pero no del modo en que podríamos pensar. No eran más efectivos en la resolución de problemas «basados en la percepción» cuando estaban más despiertos. Lo hacían mucho mejor cuando estaban menos alerta. Eso es cierto: la resolución de problemas creativos mejoraba en un veinte por ciento debido al cansancio. La profesora que había creado el estudio dedujo que el cansancio posibilitaba los pensamientos azarosos. (Un estudio parecido descubrió que con ligeros niveles de alcohol en sangre se conseguían los mismos resultados.)

Tómate un momento para asimilarlo. Las personas eran más creativas cuando no estaban completamente alerta. El estado tradicional de alerta es enemigo de lo que entendemos por creatividad. Recuerda: desinhibición cognitiva. Para mantenerse en contacto con la vertiente creativa de uno mismo y las ideas que allí se generan, tienes que observar a través de los pensamientos organizados y centrados y encontrar qué se oculta tras ellos. Es posible que no haya nada allí, o bien que encuentres algo brillante.

### *Es lo que no es*

En el otoño de 2016, justo cuando empezaba a trabajar en este libro, participé junto a Malcolm Gladwell en la charla inaugural de un congreso en la ciudad de Nueva York. No fue una charla muy extensa, no dispusimos de mucho tiempo sobre el escenario, pero antes de que empezase, en los camerinos, le hice una de mis preguntas favoritas. «¿Alguna vez te has quedado sin ideas?», le dije. Me miró sorprendido durante unos segundos. «¿A qué te refieres?», me preguntó. «Ya sabes —le aclaré—. Para los libros.» Meditó su respuesta. Me dijo que algunas de sus ideas no surgían con forma de libro y tenía que repensarlas más adelante, y cómo algunas de sus ideas resultaban ser partes, más adelante, de ideas de

mayor calado. Escuché lo que me dijo. Pero en realidad lo que le escuché decir fue:

No. No, no me quedo sin ideas. Hay un proceso secundario que me importa mucho más, como refinar una idea, perfeccionar la ejecución, conectar una idea con el público adecuado, aceptar la evaluación crítica de todo ello. Pero quedarme sin ideas... Nunca.

La charla con Malcolm también me recordó los puntos de tensión de cualquier sistema creativo. De nuevo: las personas creativas siempre tienen ideas. Ese no es el asunto. El asunto radica en aprender cómo atrapar dichas ideas sin verte atrapado por ellas, cómo mostrarlas sin quedar demasiado expuesto, cómo avanzar hacia delante pero que no te asuste moverte hacia los lados o hacia atrás. Muchos libros sobre creatividad hablan sobre todo del viaje. Eso está bien. Me gusta la idea de un viaje, aunque *Journey* nunca me interesó demasiado; *Who's Crying Now* es bastante indiscutible. Pero también he trabajado y trabajo en la parte comercial de las artes y eso significa que dicho viaje tiene un objetivo final en el mercado.

Este libro, en ese sentido, es diferente a otros libros sobre creatividad. Doy por hecho que lo que haces acabará llegando a algún sitio, ya sea frente a los ojos o los oídos de los demás. No tiene por qué tratarse de una tienda tradicional de discos. Pero acabará en algún lugar. Otros libros que he leído afirman que el artista creativo tiene que descartar cualquier expectativa al empezar, que tiene que empezar practicando escritura automática o dejando que la mente vague por cualquier rincón o idea. Eso puede funcionar bien durante un rato, pero estoy en contra de las implicaciones a mayor escala de esa teoría. No atiende lo suficiente a la disciplina o la dirección. Todo el mundo necesita objetivos. Espero que este libro ayude a esbozar algunos de esos objetivos de un modo que resulte productivo y también los ratifique.

Una de las estrategias más importantes es la afirmación negativa. Mi difunto mánager, Rich, solía hablar de un concepto de Maimónides conocido como teología negativa, mediante la cual llegas a conocer a Dios únicamente a través de todo aquello que puedes decir que no es Dios. En su momento, esa idea no arraigó en mí, pero ahora que soy mayor tiene algo más de sentido (además, cuando murió volví a repasar sus correos electrónicos buscando momentos de sabiduría que me hubiese pasado por alto). Dedícale a las ideas la misma clase de respeto. Crea un espacio negativo alrededor de tu idea. Si estás en disposición de pintar un retrato, haz una lista de todas las cosas que no quieres que sea: demasiado realista, por ejemplo, o que tenga colores muy brillantes. A veces resulta complicado llegar al corazón de una idea, así que lo que se puede hacer es descartar todo aquello que no sea el corazón. Eso también ayuda a centrar tus objetivos artísticos. De vuelta en 2013, me hicieron una entrevista conjunta con David Byrne en el Skirball Center de la New York University y hablamos acerca de todos los diferentes niveles de creación. En nuestra conversación, él se hizo eco de esta idea: no imagines en qué quieres convertirte, imagina aquello en lo que no quieres convertirte. Ayuda a reforzar las partes de tu identidad creativa de las que no puedes prescindir y que es posible que estén ahí solo porque alguien te dijo que tenían que estar ahí. Imaginar qué es en lo que no quieres convertirte es un proceso de perfeccionamiento necesario.

También es algo en lo que pienso todo el tiempo últimamente. Una de las cuestiones que me preocupan es el modo en que mi propio trabajo creativo se ha expandido. No solo lidero The Roots

---

**No imagines en qué quieres convertirte,  
imagina aquello en lo que no  
quieres convertirte.**

(junto con Tariq Trotter) y trabajo en «The Tonight Show», produzco discos, doy clases en la universidad, ejerzo de DJ, escribo libros, diseño objetos y tengo mi propio programa de radio y emisora en Pandora. No digo esto para presumir ni tampoco por falsa modestia. Nada de eso: lo digo porque me preocupa un poco que todas esas responsabilidades trabajen en contra del perfeccionamiento del que David Byrne me habló. Hoy en día, en ciertas ocasiones, pienso que no sé si tengo un auténtico objetivo creativo, más allá del objetivo de continuar con todos esos proyectos. A pesar de que tengo dieciséis trabajos diferentes, a veces me siento como si no tuviese trabajo ninguno. Cuando me acuerdo de lo que me recomendó David Byrne siento de nuevo el impulso de definirme, aunque solo me dura unos segundos. Lo interesante del proceso, cuando me comprometo con algo, es lo clarificador que puede resultar, pues separa el trabajo (ocupaciones, responsabilidades, obligaciones) de la identidad artística (quién soy realmente cuando reduzco cualquier cosa a su esencia). Y lo cierto es que lo que hago, aquello que soy en tanto que artista, son cosas bastante específicas; cosas que, obviamente, no encajan en la matriz generalizada del arte popular contemporáneo. Nunca nadie va a otorgar un premio al Batería Breakbeat del Año o al Mejor DJ Melódico Feng Shui Rítmico que Basa la Mayoría de lo que Hace en la Música Soul y el Hip-Hop pero también Incorpora Cualquier Otra Clase de Género que le Viene a la Mente. La razón por la cual sé que poseo una arcana habilidad bastante concreta es que rara vez siento que alguien la entienda por completo. El otro día estaba en una fiesta, primero ejerciendo de DJ y después de invitado, y hacia el final de la noche me acerqué a un productor musical que conozco y respeto. Empezamos a hablar sobre mi selección de DJ y de cuánto le sorprendía el modo en que yo permitía que unas canciones hablasen con otras y el modo en que lo construía todo como si se tratase de una obra arquitectónica. Yo también me sentí sorprendido, me recordó lo infrecuente que era para mí escuchar un

comentario sobre lo que hago de alguien que es capaz de prestar atención y que sabe lo suficiente como para comentármelo. Fue un momento de validación y me ayudó a retomar el tema David Byrne: ¿Qué eres en tanto que artista y qué no? Mientras hablaba con el productor musical, mientras me sentía protegido por la empática audiencia que conformaba una única persona, fui capaz de admitir ante mí mismo que no era exactamente un compositor de música pop ni un instrumentista virtuoso ni una legendaria estrella televisiva ni un brillante profesor. Una vez que aclaré todo eso, la esencia de lo que hacía —batería breakbeat, DJ melódico feng shui— se convirtió en algo de lo que podía enorgullecerme, más que algo por lo que tener que pedir disculpas. Tener claro qué es lo que no eres antes de decidir qué eres te permite mantenerte firme en tu propia categoría.

### *Hacer cosas en el mundo y rehacer el mundo*

Cuando haces cosas, sean las que sean, sin importar hasta qué punto tu impulso es amplio o específico, inmediatamente te sitúan en una parte diferente de la experiencia humana. Ni mejor ni peor —a pesar de que yo, obviamente, pienso que de algún modo es mejor—, pero sí diferente. Tanto tu mente como tu alma cambian después de crear algo. Así pues, ¿adónde te lleva eso? ¿Qué te aporta? A nivel esencial, ¿qué le aporta a tu sangre y a tu mente?

Laurie Anderson acudió en una ocasión a uno de mis salones culinarios. Fue un tremendo honor tenerla allí. En aquella época, acababa de publicar «Heart of a Dog», un álbum básicamente recitado que versaba sobre la muerte: hablaba de la muerte de su perra, Lolabelle, pero también de la muerte de su madre, Mary Louise, y de quien fue su pareja durante muchos años, Lou Reed. El álbum era extraño, conmovedor y cortante y todas las cosas que cualquiera podría esperar de ella. Me intimidaba un poco hablar con ella,

## **Tener claro qué es lo que no eres antes de decidir qué eres te permite mantenerte firme en tu propia categoría.**

---

en parte por lo que he dicho y en parte por *O Superman*. No hay muchos temas new wave o art rock que hayan sido más influyentes en la comunidad hip-hop. Logró tanto con un fantasmagórico ritmo repetitivo y una única voz. El álbum «The Heart of a Dog» era la banda sonora de una película con el mismo título que había realizado la cadena de televisión franco-alemana Arte. Ella ya había trabajado anteriormente con ellos. La cadena emitía un programa desde 2002, titulado «Why Are You Creative?» («¿Por qué eres creativo?»), en el que el director alemán Hermann Vaske preguntaba a centenares de artistas, músicos, actores y más sobre su creatividad. Es una gran fuente de información y regresaré a ella a lo largo de este libro. Me gusta el segmento dedicado a Laurie, emitido en 2002 aunque grabado probablemente cinco años antes o más. Empieza con la habitual pregunta de Vaske: «¿Por qué eres creativa?».

Laurie se toma su tiempo. «¿Como algo opuesto a, por ejemplo, tumbarse en la playa y limitarse a nadar o cosas por el estilo? Eso puede ser creativo. Me gusta fingir que estoy siendo creativa cuando me tumbo en la playa.

»¿Por qué? Porque me hace reír. Me hace sentir que puedo cambiar cosas. Casi cada día significa algo diferente porque soy lo que denomináis una artista multimedia. Algunos días hago música. Otros días trabajo con animatronics o arreglando ordenadores. Ese es uno de los grandes nuevos trabajos que he emprendido como artista. No sé realmente qué significa. El arte que más me interesa es el que redefine y tú te quedas en plan: “¿Esto es arte? No lo tengo claro”. Me gusta cuando no queda claro si se trata de arte, de política o de otra cosa. Probablemente en lo que confío es en

reír, más que cualquier otra cosa de las que pasan por mi mente. Si realmente me río sé que hay algo ahí que es tanto físico como mental.»

Y entonces se echa a reír, como para demostrarlo.

Lo que más me interesó fue la otra parte de la respuesta. Ella hace cosas porque eso le hace sentir que puede cambiar cosas. Vivimos en un mundo en el que luchamos constantemente desde nuestra insignificancia, en el que las cosas pasan a nuestro alrededor o nos pasan a nosotros. Ser creativo, en cualquiera de sus formas, es la prueba de que podemos dejar una huella en nuestro entorno, de que podemos dejar una marca en el tiempo. Incluso su ampliación de la definición de arte hacia la política o «cualquier otra cosa» sigue manteniéndose fiel a esa idea de creatividad. Cuando hacemos algo, hacemos algo diferente.

La definición de Laurie es una de las mejores y más amplias definiciones de creatividad que he escuchado nunca. Su respuesta despertó en mí toda una serie de pensamientos, y uno de los primeros estaba relacionado con el tema del público. ¿A quién me refiero exactamente cuando digo que dirijo a alguien mi creatividad? ¿Es lo mismo que decir que soy un artista que tiene en cuenta a su público? De ser así, ¿qué artistas están incluidos en esa categoría? ¿Cuáles quedan excluidos? Si no se trata de lo mismo, ¿qué diferencias hay entre creatividad y arte? ¿Se trata de una cuestión relativa al talento? ¿Se trata de motivación? ¿Se trata de las posibles recompensas, de lo rápidas que llegan o de lo consistentes que son?



**Ser creativo, en cualquiera de sus formas,  
es la prueba de que podemos dejar una  
huella en nuestro entorno, de que  
podemos dejar una marca en el tiempo.**