

SHOW YOUR WORK!

From the
author of the
NEW YORK TIMES
BESTSELLER
**STEAL LIKE AN
ARTIST**

10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED

AUSTIN KLEON

SHOW YOUR WORK!

From the
author of the
NEW YORK TIMES
BESTSELLER
**STEAL LIKE AN
ARTIST**

10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED

AUSTIN KLEON

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

SHOW YOUR WORK!

10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED

AUSTIN KLEON

WORKMAN PUBLISHING COMPANY • NEW YORK

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

FOR MEGHAN



CONTENTS

[A New Way of Operating](#)

[1. You Don't Have to Be a Genius.](#)

[2. Think Process, Not Product.](#)

[3. Share Something Small Everyday.](#)

[4. Open Up Your Cabinet of Curiosities.](#)

[5. Tell Good Stories.](#)

[6. Teach What You Know.](#)

[7. Don't Turn Into Human Spam.](#)

[8. Learn to Take a Punch.](#)

[9. Sell Out.](#)

[10. Stick Around.](#)

[Thank You](#)

[Notes & Illustration Credits](#)

[About the Author](#)

"FOR ARTISTS, THE GREAT
PROBLEM TO SOLVE IS HOW TO
GET ONESELF NOTICED."

—HONORÉ DE BALZAC

"PARA LOS ARTISTAS, EL GRAN PROBLEMA A RESOLVER
ES CÓMO HACERSE NOTAR."

A NEW WAY OF OPERATING

"Creativity is not a talent. It is a way of operating."

—John Cleese

Cuando tengo el privilegio de hablar con mis lectores, las preguntas más comunes que me hacen son sobre autopromoción. ¿Cómo doy a conocer mi trabajo? ¿Cómo me hago notar? ¿Cómo encuentro audiencia? ¿Cómo lo hiciste?

Odio hablar de autopromoción. El comediante Steve Martin esquivaba estas preguntas con el famoso consejo: "Sé tan bueno que no puedan ignorarte". Si solo te concentras en ser realmente bueno, dice Martin, la gente vendrá a ti. Estoy de acuerdo: Tú

En realidad no encuentras una audiencia para tu trabajo; ellos te encuentran a ti. Pero no basta con ser bueno. Para que te encuentren, tienes que ser fácil de encontrar. Creo que hay una manera fácil de dar a conocer tu trabajo y hacerlo fácil de descubrir mientras te concentras en ser realmente bueno en lo que haces

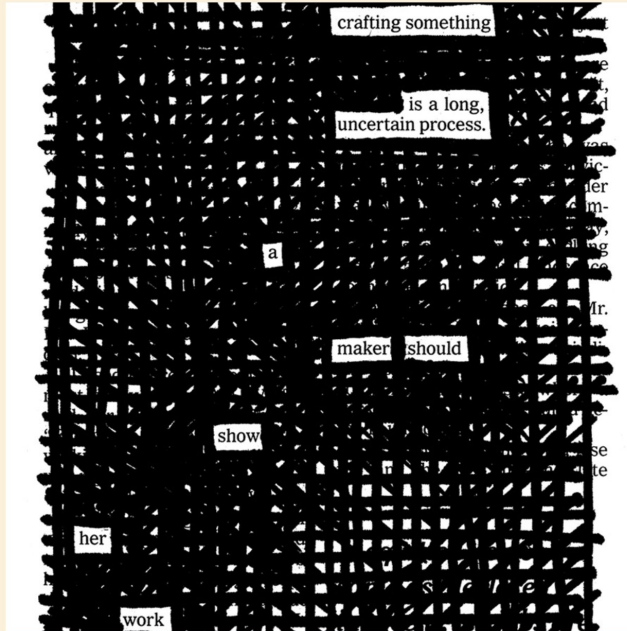
la parte / Casi todas las personas a las que admiro y de las que intento robar hoy en día, independientemente de su profesión, han incorporado el compartir a su rutina. Estas personas no se juntan en cócteles; están demasiado ocupadas para eso. Trabajan arduamente en sus estudios, laboratorios o cubículos, pero en lugar de mantener un secreto absoluto y acaparar su trabajo, son abiertos sobre lo que están haciendo y publican constantemente fragmentos de su trabajo, sus ideas y lo que están aprendiendo en línea. En lugar de perder el tiempo "haciendo contactos", aprovechan la red. Al compartir generosamente sus ideas y sus conocimientos, a menudo ganan una audiencia que luego pueden aprovechar cuando la necesitan: para compañerismo, retroalimentación o patrocinio

Quería crear una especie de manual para principiantes sobre esta forma de operar, así que esto es lo que se me ocurrió: un libro para personas que odian la idea misma de la autopromoción. Una alternativa, por así decirlo, a la autopromoción. Voy a intentar enseñarte a pensar en tu trabajo como un proceso interminable, cómo compartir tu proceso de una manera que atraiga a personas que podrían estar interesadas en lo que haces y cómo lidiar con los altibajos de exponerte a ti mismo y a tu trabajo al mundo. Si Roba como un artista era un libro sobre robar la influencia de otras personas, este libro trata sobre cómo influir en otros dejándote robar.

Imagina que tu próximo jefe no tuviera que leer tu currículum porque ya lee tu blog. Imagina ser estudiante y conseguir tu primer trabajo basado en un proyecto escolar que publicaste en línea. Imagina perder tu trabajo pero tener una red social de personas familiarizadas con tu trabajo y listas para ayudarte a encontrar uno nuevo. Imagina convertir un proyecto secundario o un pasatiempo en tu profesión porque tienes seguidores que podrían apoyarte

O imagina algo más sencillo e igual de satisfactorio: dedicar la mayor parte de tu tiempo, energía y atención a practicar un oficio, aprender un oficio o dirigir un negocio, y al mismo tiempo permitir la posibilidad de que tu trabajo atraiga a un grupo de personas que compartan tus intereses.

Todo lo que tienes que hacer es mostrar tu trabajo



① YOU DON'T HAVE
TO BE A GENIUS.

FIND A
SCENIUS.

"Give what you have. To someone, it may be better than you dare to think."

—Henry Wadsworth Longfellow

"Da lo que tienes. Para alguien, puede ser mejor de lo que te atreves a pensar."

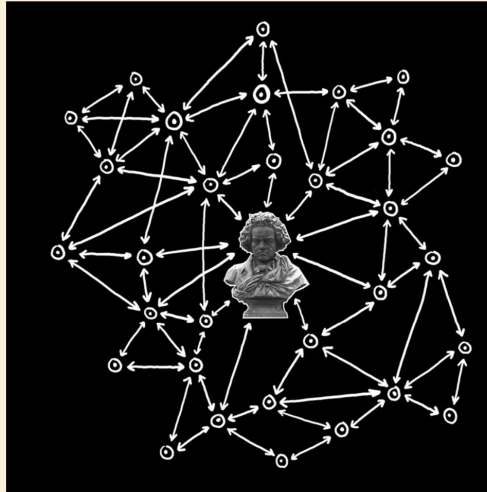
Hay muchos mitos destructivos sobre la creatividad, pero uno de los más peligrosos es el mito del "genio solitario": un individuo con talentos sobrehumanos aparece de la nada en ciertos puntos de la historia, libre de influencias o precedentes, con una conexión directa con Dios o la Musa. Cuando llega la inspiración, cae como un rayo, se le enciende una bombilla en la cabeza y luego pasa el resto de su tiempo trabajando duro en su estudio, dando forma a esta idea en una obra maestra terminada que lanza al mundo con gran fanfarria. Si crees en el mito del genio solitario, la creatividad es un acto antisocial, realizado solo por unas pocas grandes figuras, en su mayoría hombres muertos con nombres como Mozart, Einstein o Picasso. El resto de nosotros nos quedamos parados y boquiabiertos ante sus logros

Hay una forma más saludable de pensar en la creatividad, a la que el músico Brian Eno se refiere como "scenius". Bajo este modelo, las grandes ideas a menudo surgen de un grupo de individuos creativos (artistas, curadores, pensadores, teóricos y otros creadores de tendencias) que conforman una "ecología del talento". Si miramos de cerca la historia, muchas de las personas que consideramos genios solitarios en realidad formaban parte de "toda una escena de personas que se apoyaban mutuamente, miraban el trabajo de los demás, se copiaban unos a otros, robaban ideas y contribuían con ideas". Scenius no resta mérito a los logros de esos grandes individuos; simplemente reconoce que el buen trabajo no se crea en el vacío, y que la creatividad siempre es, en cierto sentido, una colaboración, el resultado de una mente conectada con otras mentes

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



Lo que me encanta de la idea de scenius es que hace espacio en la historia de la creatividad para el resto de nosotros: las personas que no nos consideramos genios. Ser una parte valiosa de un scenius no se trata necesariamente de lo inteligente o talentoso que seas, sino de lo que tienes para aportar: las ideas que compartes, la calidad de las conexiones que estableces y las conversaciones que inicias. Si nos olvidamos del genio y pensamos más en cómo podemos nutrir y contribuir a un scenius, podemos ajustar nuestras propias expectativas y las expectativas de los mundos que queremos que nos acepten. Podemos dejar de preguntar qué pueden hacer los demás por nosotros y empezar a preguntarnos qué podemos hacer nosotros por los demás



Vivimos en una época en la que es más fácil que nunca unirse a un escenario. Internet es básicamente un montón de escenarios conectados entre sí, separados de la geografía física. Blogs, redes sociales, grupos de correo electrónico, foros de discusión, foros: todo es lo mismo: escenarios virtuales donde la gente va a pasar el rato y hablar de las cosas que le importan. No hay portero, ni guardián, ni barreras para entrar en estos escenarios: no tienes que ser rico, ni famoso, ni tener un currículum elegante ni un título de una escuela cara. En línea, todos, el artista y el curador, el maestro y el aprendiz, el experto y el aficionado, tienen la capacidad de aportar algo

BE AN
AMATEUR.

"Eso es todo lo que somos: aficionados. No vivimos lo suficiente para ser otra cosa."

"That's all any of us are: amateurs. We don't live long enough to be anything else."

—Charlie Chaplin

A todos nos aterroriza que nos revelen como aficionados, pero de hecho, hoy en día es el aficionado (el entusiasta que persigue su trabajo con un espíritu de amor, en francés, la palabra significa «amante»), independientemente del potencial de fama, dinero o carrera, quien a menudo tiene ventaja sobre el profesional. Como tienen poco que perder, los aficionados están dispuestos a probar cualquier cosa y compartir los resultados. Se arriesgan, experimentan y siguen sus caprichos. A veces, en el proceso de hacer las cosas de forma poco profesional, hacen nuevos descubrimientos. «En la mente del principiante, hay muchas posibilidades», dijo el monje zen Shunryu Suzuki. «En la mente del experto, hay pocas».

Los aficionados no tienen miedo de cometer errores ni de parecer ridículos en público. Están enamorados, así que no dudan en hacer trabajos que otros consideran tontos o simplemente estúpidos. «El acto creativo más estúpido posible sigue siendo un acto creativo», escribe Clay Shirky en su libro *Cognitive Surplus*. «En el espectro del trabajo creativo, la diferencia entre lo mediocre y lo bueno es enorme. Sin embargo, la mediocridad sigue estando en el espectro; se puede pasar de lo mediocre a lo bueno poco a poco. La verdadera brecha está entre no hacer nada y hacer algo». Los aficionados saben que aportar algo es mejor que no aportar nada

Los aficionados pueden carecer de formación formal, pero todos son aprendices de por vida y se esfuerzan por aprender abiertamente, para que otros puedan aprender de sus fracasos y éxitos. El escritor David Foster Wallace dijo que pensaba que la buena no ficción era una oportunidad para "observar a alguien razonablemente brillante, pero también razonablemente promedio, prestar mucha más atención y pensar con mucha más profundidad sobre todo tipo de cosas diferentes de lo que la mayoría de nosotros tenemos la oportunidad de hacer en nuestra vida diaria". Los aficionados encajan en el mismo perfil: son simplemente personas normales que se obsesionan con algo y pasan mucho tiempo pensando en ello en voz alta.

Look
the pros are struggling,"
put an amateur
in

get
out of your
league

defy
perfection

love
something more

A veces, los aficionados tienen más que enseñarnos que los expertos. "A menudo sucede que dos escolares pueden resolver dificultades en su trabajo el uno para el otro mejor que el maestro", escribió el autor C. S. Lewis. "El compañero puede ayudar más que el maestro porque sabe menos. La dificultad que queremos que explique es una que ha encontrado recientemente. El experto la encontró hace tanto tiempo que la ha olvidado." Ver a los aficionados trabajar también puede inspirarnos a intentar el trabajo nosotros mismos. "Vi a los Sex Pistols", dijo el líder de New Order, Bernard Sumner. "Eran terribles... Quería levantarme y ser terrible con ellos." El entusiasmo puro es contagioso

El mundo está cambiando a un ritmo tan rápido que nos está convirtiendo a todos en aficionados. Incluso para los profesionales, la mejor manera de prosperar es conservar el espíritu de aficionado y aceptar la incertidumbre y lo desconocido. Cuando le preguntaron al líder de Radiohead, Thom Yorke, cuál creía que era su mayor fortaleza, respondió: «Que no sé lo que estoy haciendo». Como uno de sus héroes, Tom Waits, siempre que Yorke siente que su composición se está volviendo demasiado cómoda o rancia, coge un instrumento que no sabe tocar e intenta escribir con él. Este es otro rasgo de los aficionados: usan cualquier herramienta que tengan a su alcance para intentar plasmar sus ideas en el mundo. «Soy un artista, hombre», dijo John Lennon. «Dame una tuba y te sacaré algo a cambio».

La mejor manera de comenzar a compartir tu trabajo es pensar en lo que quieres aprender y comprometerte a aprenderlo delante de otros. Encuentra un escenario, presta atención a lo que otros comparten y luego empieza a tomar nota de lo que no comparten. Estate atento a los vacíos que puedas llenar con tus propios esfuerzos, sin importar lo malos que sean al principio. No te preocupes, por ahora, por cómo ganarás dinero o una carrera con ello. Olvídate de ser un experto o un profesional, y lleva tu amateurismo (tu corazón, tu amor) a flor de piel. Comparte lo que amas, y las personas que aman las mismas cosas te encontrarán.

YOU CAN'T FIND
YOUR VOICE IF
YOU DON'T USE IT.

"Find your voice, shout it from the rooftops, and keep doing it until the people that are looking for you find you."

— Dan Harmon

"Encuentra tu voz, grítala a los cuatro vientos y sigue haciéndolo hasta que la gente que te busca te encuentre."

Siempre nos dicen que hay que encontrar la propia voz. De joven, nunca supe realmente qué significaba. Me preocupaba mucho la voz, preguntándome si tenía la mía propia. Pero ahora me doy cuenta de que la única manera de encontrarla es usarla. Es innata, está en ti. Habla de las cosas que amas. Tu voz te seguirá.

Cuando el difunto crítico de cine Roger Ebert se sometió a varias cirugías intensivas para tratar su cáncer, perdió la capacidad de hablar. Perdió la voz, física y permanentemente. Aquí estaba un hombre que se ganaba la vida hablando en televisión y ahora no podía decir ni una palabra. Para comunicarse con sus amigos y familiares, tenía que escribir las respuestas en un bloc de papel o escribir en su Mac y que la extraña voz de la computadora las leyera en voz alta a través de los altavoces de su portátil.

Aislado de las conversaciones cotidianas, se dedicó a tuitear, publicar en Facebook y escribir en su blog rogerebert.com. Publicaba a toda velocidad, escribiendo miles y miles de palabras sobre todo lo que se le ocurría: su infancia en Urbana, Illinois, su pasión por el Steak 'n Shake, sus conversaciones con actores famosos, sus reflexiones sobre su inevitable muerte. Cientos y cientos de personas respondían a sus publicaciones, y él les respondía. Bloguear se convirtió en su principal medio de comunicación con el mundo. «En la web, mi verdadera voz encuentra expresión», escribió.



Ebert sabía que su tiempo en este planeta era corto y quería compartir todo lo que pudiera en el tiempo que le quedaba. «El Sr. Ebert escribe como si fuera una cuestión de vida o muerte», escribió la periodista Janet Maslin, «porque lo es». Ebert blogueaba porque tenía que bloguear, porque era una cuestión de ser escuchado o no. Una cuestión de existir o no existir

Suena un poco extremo, pero hoy en día, si tu trabajo no está en línea, no existe. Todos tenemos la oportunidad de usar nuestras voces, de expresar nuestra opinión, pero muchos de nosotros la estamos desperdiciando. Si quieres que la gente sepa lo que haces y las cosas que te importan, tienes que compartirlo.

A large, white rectangular box containing the text "READ OBITUARIES." written in a bold, black, handwritten-style font. The word "READ" is on the top line and "OBITUARIES." is on the bottom line. The letters are thick and slightly irregular, giving it a personal, hand-drawn feel. The box is centered on a light beige background.

READ
OBITUARIES.

"Recordar que moriré pronto es la herramienta más importante que he encontrado para ayudarme a tomar las grandes decisiones en la vida. Porque casi todo (todas las expectativas externas, todo el orgullo, todo el miedo a la vergüenza o al fracaso) simplemente se desvanece ante la muerte, dejando solo lo que es realmente importante. Recordar que vas a morir es la mejor manera que conozco de evitar la trampa de pensar que tienes algo que perder. Ya estás desnudo." -Steve Jobs

Si todo esto suena aterrador o como mucho trabajo, considera esto: Un día estarás muerto. La mayoría de nosotros preferimos ignorar este hecho tan básico de la vida, pero pensar en nuestro inevitable final tiene una forma de poner todo en perspectiva.

Todos hemos leído historias de experiencias cercanas a la muerte que cambiaron la vida de las personas. Cuando George Lucas era adolescente, casi muere en un accidente automovilístico. Decidió que «cada día ahora es un día más», se dedicó al cine y luego dirigió Star Wars. Wayne Coyne, cantante principal de The Flaming Lips, tenía 16 años cuando fue asaltado mientras trabajaba en un Long John Silver's. «Me di cuenta de que iba a morir», dice. «Y cuando eso entra en tu mente... me cambió por completo... Pensé: no voy a sentarme aquí a esperar a que las cosas sucedan, voy a hacer que sucedan, y si la gente piensa que soy un idiota, no me importa».

Tim Kreider, en su libro No aprendemos nada, dice que ser apuñalado en la garganta fue lo mejor que le pudo pasar. Durante un año entero, fue feliz y la vida era buena. «Uno quisiera pensar que casi ser asesinado sería una experiencia que cambiaría la vida permanentemente», escribe Kreider, pero «la iluminación no duró». Finalmente, volvió al «ajetreado trabajo de vivir». El escritor George Saunders, hablando de su propia experiencia cercana a la muerte, dijo: «Durante tres o cuatro días después de eso, fue el mundo más hermoso. Haber vuelto a él, ¿sabes? Y pensé, si pudieras caminar así todo el tiempo, realmente tener la conciencia de que realmente va a terminar. Ese es el truco».

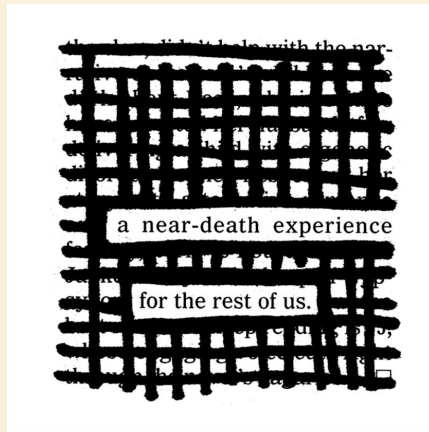
Desafortunadamente, soy un cobarde. Por mucho que me gustaría la euforia existencial que conlleva, realmente no quiero una experiencia cercana a la muerte. Quiero mantenerme a salvo y alejarme de la muerte tanto como pueda. Ciertamente no quiero burlarme de ella, cortejarla ni invitarla a acercarse más de lo necesario. Pero de alguna manera quiero recordar que viene por mí.

Es por esta razón que leo los obituarios todas las mañanas. Los obituarios son como experiencias cercanas a la muerte para los cobardes. Leyendo

Para mí, es una forma de pensar en la muerte y, al mismo tiempo, mantenerla a distancia.

Los obituarios no tratan realmente sobre la muerte; tratan sobre la vida. «La suma de cada obituario es lo heroicas y nobles que son las personas», escribe la artista Maira Kalman. Leer sobre personas que han muerto ahora e hicieron cosas con sus vidas me hace querer levantarme y hacer algo decente con la mía. Pensar en la muerte cada mañana me hace querer vivir

Inténtalo: empieza a leer los obituarios cada mañana. Inspírate en las personas que se las ingeniararon para salir adelante en la vida antes que tú; todos empezaron como aficionados y llegaron adonde iban arreglándoselas con lo que se les daba y teniendo las agallas de arriesgarse. Sigue su ejemplo



② THINK PROCESS,
NOT PRODUCT.

TAKE PEOPLE BEHIND THE SCENES.

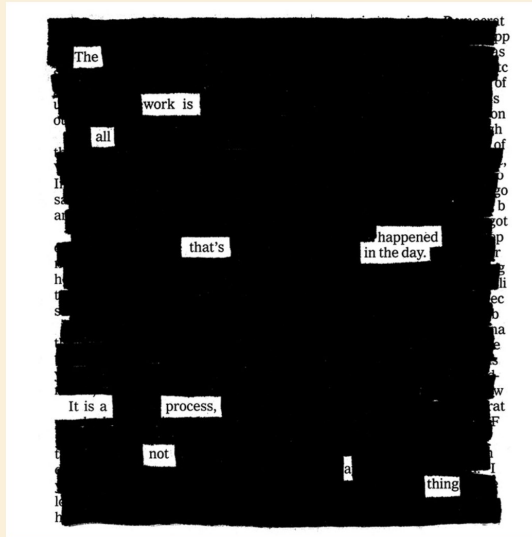
"Mucha gente está tan acostumbrada a ver solo el resultado del trabajo. Nunca ven el lado del trabajo por el que se pasa para producir el resultado."

-Michael Jackson

Cuando una pintora habla de su «trabajo», podría estar hablando de dos cosas diferentes: está la obra de arte, la pieza terminada, enmarcada y colgada en la pared de una galería, y está la obra de arte, todo lo que sucede día a día entre bastidores en su estudio: buscar inspiración, tener una idea, aplicar óleo a un lienzo, etc. Está «pintar», el sustantivo, y está «pintar-ing», el verbo. Como en todo tipo de trabajo, existe una distinción entre el proceso de la pintora y los productos de su proceso.

Tradicionalmente, la artista ha sido entrenada para considerar su proceso creativo como algo que debe guardarse para sí misma. Esta forma de pensar es articulada por David Bayles y Ted Orland en su libro, *Art and Fear*: «Para todos los espectadores menos para ti, lo que importa es el producto: la obra de arte terminada. Para ti, y solo para ti, lo que importa es el proceso: la experiencia de dar forma

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



Todo esto tenía sentido en una era predigital, cuando la única forma en que un artista podía conectar con el público era a través de una exposición en una galería o un artículo en alguna revista de arte de lujo. Pero hoy, al aprovechar internet y las redes sociales, un artista puede compartir lo que quiera, cuando quiera, casi sin coste alguno. Puede decidir exactamente cuánto o qué tan poco de su trabajo y de sí mismo compartirá, y puede ser tan abierto sobre su proceso como quiera: puede compartir sus bocetos y trabajos en progreso, publicar fotos de su estudio o escribir en su blog sobre sus influencias, inspiración y herramientas. Al compartir su proceso diario, lo que realmente le importa, puede formar un vínculo único con su público

Para muchos artistas, en particular aquellos que crecieron en la era predigital, este tipo de apertura y la vulnerabilidad potencial que conlleva compartir el propio proceso es una idea aterradora. Aquí está el autor Edgar Allan Poe, escribiendo en 1846: «La mayoría de los escritores, especialmente los poetas, prefieren que se entienda que componen por una especie de fino frenesí, una intuición extática, y se estremecerían al dejar que el público eche un vistazo entre bastidores».



Pero los seres humanos están interesados en otros seres humanos y en lo que otros seres humanos hacen. "La gente realmente quiere ver cómo se hace la salchicha". Así lo expresaron los diseñadores Dan Provost y Tom Gerhardt en su libro sobre emprendimiento, *It Will Be Exhilarating*. "Al exponer las cosas de forma constante, puedes formar una relación con tus clientes. Les permite ver a la persona detrás de los productos". El público no solo quiere toparse con un gran trabajo, sino que también anhela ser creativo y formar parte del proceso creativo. Al dejar de lado nuestros egos y compartir nuestro proceso, permitimos la posibilidad de que las personas tengan una conexión continua con nosotros y nuestro trabajo, lo que nos ayuda a mover más de nuestro producto

BECOME A
DOCUMENTARIAN
OF WHAT YOU DO.

"Para que se produzca una conexión, tenemos que permitir que nos vean, que nos vean de verdad."

"In order for connection to happen, we have to allow ourselves to be seen—really seen."

—Brené Brown

En 2013, Internet se enamoró del astronauta Chris Hadfield, comandante de la Estación Espacial Internacional. Tres años antes, Hadfield y su familia estaban sentados alrededor de la mesa, tratando de encontrar maneras de generar interés en la Agencia Espacial Canadiense, que, como muchos programas espaciales, se enfrentaba a importantes recortes presupuestarios y necesitaba más apoyo público. "Papá quería una manera de ayudar a la gente a conectar con el lado real de la vida de un astronauta", dijo Evan, el hijo de Hadfield. "No solo el glamour y la ciencia, sino también las actividades cotidianas."

El comandante Hadfield quería mostrar su trabajo

Todo encajó cuando sus hijos le explicaron las redes sociales y le ayudaron a configurar Twitter y otras redes sociales. Durante su siguiente misión de cinco meses, mientras realizaba todas sus tareas astronáuticas habituales, tuiteó, respondió preguntas de sus seguidores, publicó fotos que había tomado de la Tierra, grabó música y filmó videos de YouTube de él mismo cortándose las uñas, cepillándose los dientes, durmiendo e incluso realizando mantenimiento en la estación espacial. Millones de personas lo devoraron, incluido mi agente, Ted, quien tuiteó: "Normalmente no vería un video en vivo de un par de chicos haciendo reparaciones de plomería, ¡pero ESTÁ EN EL ESPACIO!"

Ahora, seamos sinceros: no todos somos artistas o astronautas. Muchos de nosotros nos dedicamos a nuestro trabajo y sentimos que no tenemos nada que mostrar al final del día. Pero sea cual sea la naturaleza de tu trabajo, hay un arte en lo que haces, y hay personas que estarían interesadas en ese arte, si tan solo se lo presentaras de la manera correcta. De hecho, compartir tu proceso podría ser más valioso si los productos de tu trabajo no se comparten fácilmente, si todavía estás en la etapa de aprendizaje de tu trabajo, si no puedes simplemente crear un portafolio y darlo por terminado, o si tu proceso no necesariamente conduce a productos terminados tangibles.

¿Cómo puedes mostrar tu trabajo incluso cuando no tienes nada que mostrar? El primer paso es recoger los restos y residuos de tu proceso y darles forma en algún medio interesante que puedas compartir. Tienes que convertir lo invisible en algo que otras personas puedan ver. "Tienes que crear cosas", dijo el periodista David Carr cuando se le preguntó si tenía algún consejo.

para estudiantes. "A nadie le va a importar tu currículum; quieren ver lo que has hecho con tus propios dedos."

Conviértete en un documentalista de lo que haces. Comienza un diario de trabajo: Escribe tus pensamientos en un cuaderno o dílos en una grabadora de audio. Mantén un álbum de recortes. Toma muchas fotografías de tu trabajo en diferentes etapas de tu proceso. Graba videos de ti trabajando. No se trata de hacer arte, se trata simplemente de hacer un seguimiento de lo que sucede a tu alrededor. Aprovecha todas las herramientas baratas y fáciles a tu disposición en estos días, la mayoría de nosotros llevamos un estudio multimedia completamente funcional en nuestros teléfonos inteligentes

Ya sea que lo compartas o no, documentar y registrar tu proceso a medida que avanzas tiene sus propias recompensas: comenzarás a ver el trabajo que estás haciendo con mayor claridad y sentirás que estás progresando. Y cuando estés listo para compartir, tendrás un excedente de material para elegir.



③ SHARE SOMETHING
SMALL EVERY DAY.

SEND OUT A DAILY DISPATCH.

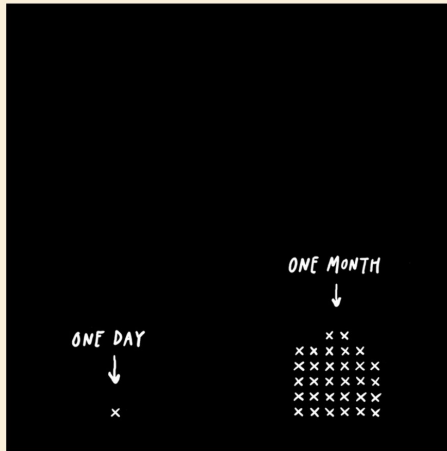
"Expón tu trabajo y a ti mismo todos los días y empezarás a conocer gente increíble."

-Bobby Solomon

El éxito de la noche a la mañana es un mito. Profundiza en casi todas las historias de éxito de la noche a la mañana y encontrarás aproximadamente una década de trabajo duro y perseverancia. Construir un conjunto sustancial de trabajos lleva mucho tiempo, toda una vida, en realidad, pero afortunadamente, no necesitas todo ese tiempo de una sola vez. Así que olvídate de las décadas, olvídate de los años y olvídate de los meses. Concéntrate en los días.

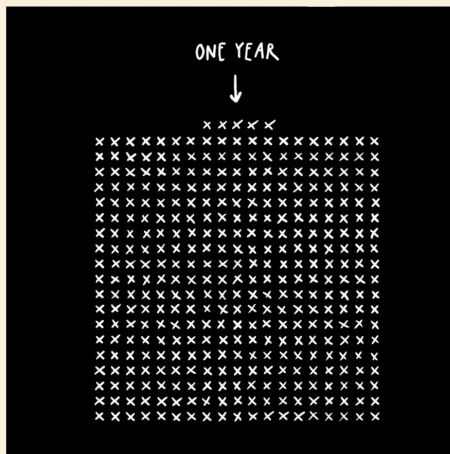
El día es la única unidad de tiempo que realmente logro comprender. Las estaciones cambian, las semanas son completamente artificiales, pero el día tiene un ritmo. Sale el sol, se pone. Puedo con eso.

Una vez al día, después de terminar tu jornada laboral, revisa tu documentación y busca un pequeño fragmento de tu proceso que puedas compartir. La etapa en la que te encuentres determinará cuál es ese fragmento. Si estás en las primeras etapas, comparte tus influencias y lo que te inspira. Si estás en plena ejecución de un proyecto, escribe sobre tus métodos o comparte trabajos en curso. Si acabas de terminar un proyecto, muestra el producto final, comparte fragmentos de la sala de montaje o escribe sobre lo que aprendiste. Si tienes muchos proyectos en marcha, puedes informar sobre su progreso; puedes contar historias sobre cómo interactúa la gente con tu trabajo.



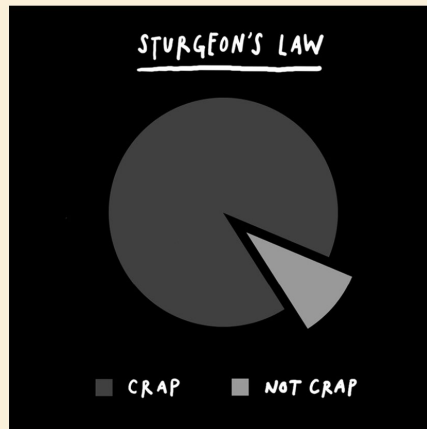
Un informe diario es incluso mejor que un currículum o un portafolio, porque muestra en qué estamos trabajando en este momento. Cuando el artista Ze Frank estaba entrevistando a candidatos para un puesto de trabajo, se quejó: "Cuando les pido que me muestren su trabajo, me muestran cosas de la escuela o de otro trabajo, pero me interesa más lo que hicieron el fin de semana pasado". Un buen informe diario es como conseguir todos los extras del DVD antes de que salga una película: puedes ver escenas eliminadas y escuchar los comentarios del director mientras se hace la película

La forma en que compartes no importa. Tu publicación diaria puede ser cualquier cosa que quieras: una publicación de blog, un correo electrónico, un tuit, un video de YouTube o algún otro pequeño contenido multimedia. No existe un plan único para todos.



Las redes sociales son el lugar perfecto para compartir actualizaciones diarias. No te preocupes por estar en todas las plataformas; elige en función de lo que haces y las personas a las que intentas llegar. Los cineastas pasan el rato en YouTube o Vimeo. Los empresarios, por alguna extraña razón, adoran LinkedIn. Los escritores adoran Twitter. A los artistas visuales les suele gustar Tumblr, Instagram o Facebook. El panorama cambia constantemente y siempre aparecen y desaparecen nuevas plataformas

No tengas miedo de ser uno de los primeros en adoptar: súbete a una nueva plataforma y ve si hay algo interesante que puedas hacer con ella. Si no le encuentras un buen uso a una plataforma, no dudes en abandonarla. Usa tu creatividad. El crítico de cine Tommy Edison, ciego de nacimiento, toma fotos de su vida diaria y las publica en Instagram bajo el nombre de @blindfilmcritic. ¡Más de 30,000 personas lo siguen!



Muchas redes sociales se basan simplemente en escribir en casillas. Lo que escribes en la casilla a menudo depende de la consigna. Facebook te pide que te des un capricho, con preguntas como "¿Cómo te sientes?" o "¿Qué tienes en mente?". Twitter no es mucho mejor: "¿Qué está pasando?". Me gusta el eslogan de dribbble.com: "¿En qué estás trabajando?". Cíñete a esa pregunta y estarás bien. No muestres tu almuerzo ni tu café con leche; muestra tu trabajo

No te preocupes de que todo lo que publiques sea perfecto. El escritor de ciencia ficción Theodore Sturgeon dijo una vez que el 90 por ciento de todo es basura. Lo mismo ocurre con nuestro propio trabajo. El problema es que no siempre sabemos qué es bueno y qué es malo. Por eso es importante mostrar las cosas a los demás y ver cómo reaccionan. "A veces no siempre sabes lo que tienes", dice el artista Wayne White. "Realmente se necesita un poco de química social para que se te note a veces".

No digas que no tienes suficiente tiempo. Todos estamos ocupados, pero todos tenemos 24 horas al día. La gente a menudo me pregunta: "¿Cómo encuentras tiempo para todo esto?" Y yo respondo: "Lo busco". Encuentras tiempo en el mismo lugar donde encuentras monedas: en los rincones. Lo encuentras en los huecos entre las cosas importantes: tu viaje al trabajo, tu hora de almuerzo, las pocas horas después de que tus hijos se acuestan. Puede que tengas que perderte un episodio de tu programa de televisión favorito, puede que tengas que perderte una hora de sueño, pero puedes encontrar el tiempo si lo buscas. Me gusta trabajar mientras el mundo duerme y compartir mientras el mundo trabaja.

Por supuesto, no dejes que compartir tu trabajo prevalezca sobre hacerlo realmente. Si te resulta difícil equilibrar

ambos, simplemente programa un temporizador de 30 minutos. Una vez que suene el temporizador, desconéctate de Internet y vuelve al trabajo

"Un día a la vez. Suena tan simple. En realidad es simple, pero no es fácil: Requiere un apoyo increíble y una estructuración meticulosa."

-Russell Brand

THE "SO WHAT?" TEST

"No te equivoques: Este no es tu diario. No lo estás dejando todo suelto. Estás seleccionando cada palabra."

-Dani Shapiro

**"Make no mistake: This is not your diary. You are not letting it all hang out.
You are picking and choosing every single word."**

—Dani Shapiro

Recuerda siempre que todo lo que publiques en Internet se ha vuelto público. «Internet es una fotocopiadora», escribe el autor Kevin Kelly. «Una vez que cualquier cosa que se pueda copiar entra en contacto con Internet, se copiará, y esas copias nunca salen». Idealmente, quieres que el trabajo que publiques en línea se copie y se difunda en todos los rincones de Internet, así que no publiques cosas en línea que no estés listo para que todo el mundo las vea. Como dice la publicista Lauren Cerand: «Publica como si todos los que puedan leerlo tuvieran el poder de despedirte».

Sé abierto, comparte el trabajo imperfecto e inacabado sobre el que quieras recibir comentarios, pero no compartas absolutamente todo. Hay una gran diferencia entre compartir y compartir demasiado.

El acto de compartir es un acto de generosidad: publicas algo porque crees que podría ser útil o entretenido para alguien al otro lado de la pantalla

Tuve una profesora en la universidad que nos devolvía los ensayos calificados, se acercaba a la pizarra y escribía con letras enormes: "¿Y QUÉ?". Tiró el trozo de tiza y dijo: "Pregúntate eso cada vez que entregues un escrito". Es una lección que nunca olvidé.

WHAT TO SHOW:

~~DOGS~~

~~SUNSETS~~

~~CATS~~

~~LUNCHES~~

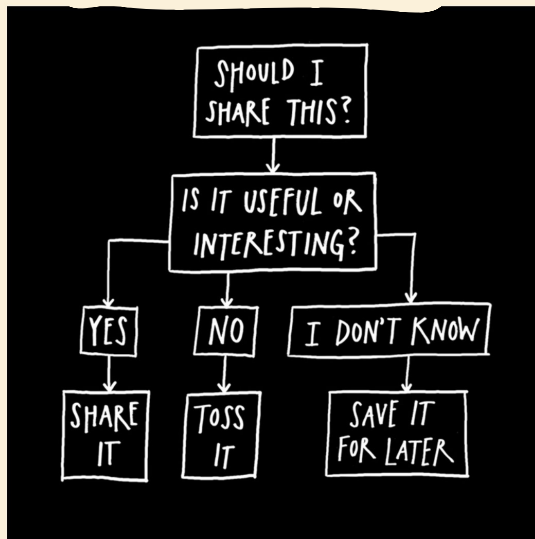
~~BABIES~~

~~LATTES~~

~~SELFIES~~

WORK

Asegúrate siempre de pasar todo lo que compartas con los demás por la prueba del "¿Y qué?". No lo pienses demasiado; simplemente sigue tu instinto. Si no estás seguro de si compartir algo, déjalo reposar durante 24 horas. Guárdalo en un cajón y sal por la puerta. Al día siguiente, sácalo y míralo con nuevos ojos. Pregúntate: "¿Es útil? ¿Es entretenido? ¿Es algo que me sentiría cómodo si mi jefe o mi madre vieran?". No hay nada de malo en guardar cosas para más tarde. El botón de guardar como borrador es como un profiláctico: puede que no te sientas tan bien en el momento, pero te alegrarás de haberlo usado por la mañana.



TURN YOUR FLOW INTO STOCK.

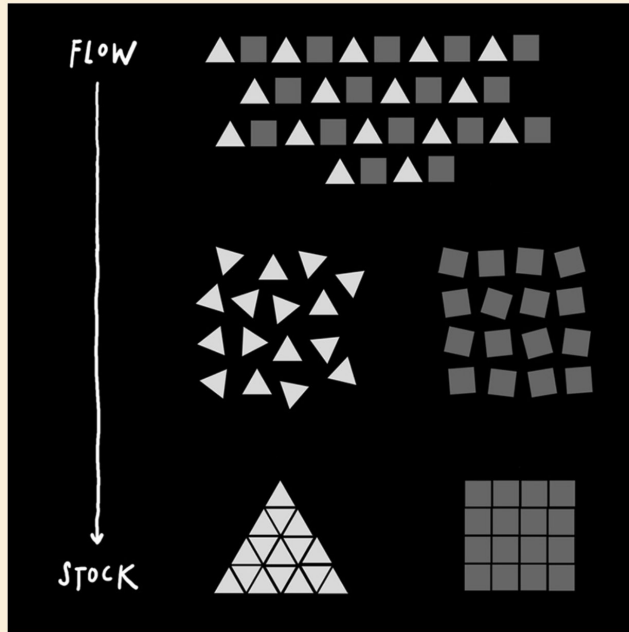
"Si trabajas en algo un poco todos los días, terminas con algo enorme."

-Kenneth Goldsmith

"If you work on something a little bit every day, you end up with something that is massive."

—Kenneth Goldsmith

"Stock y flujo" es un concepto económico que el escritor Robin Sloan ha adaptado como metáfora de los medios: "El flujo es el feed. Son las publicaciones y los tuits. Es el flujo de actualizaciones diarias y subdiarias que le recuerdan a la gente que existes. El stock es lo duradero. Es el contenido que produces que es tan interesante en dos meses (o dos años) como lo es hoy. Es lo que la gente descubre a través de las búsquedas. Es lo que se difunde lenta pero seguramente, creando seguidores con el tiempo." Sloan dice que la fórmula mágica es mantener tu flujo mientras trabajas en tu stock en segundo plano



En mi experiencia, tu stock se crea mejor recopilando, organizando y ampliando tu flujo. Las redes sociales funcionan de forma muy similar a los cuadernos públicos: son lugares donde pensamos en voz alta, dejamos que otras personas nos repitan y, con suerte, pensamos un poco más. Pero lo bueno de llevar cuadernos es que tienes que revisarlos para sacarles el máximo provecho. Tienes que repasar viejas ideas para ver qué has estado pensando. Una vez que hagas que compartir sea parte de tu rutina diaria, notarás que surgen temas y tendencias en lo que compartes. Encontrarás patrones en tu flujo

Cuando detectes estos patrones, puedes empezar a recopilar estos fragmentos y convertirlos en algo más grande y sustancial. Puedes convertir tu flujo en inventario. Por ejemplo, muchas de las ideas de este libro comenzaron como tuits, que luego se convirtieron en publicaciones de blog, que luego se convirtieron en capítulos de libros. Las cosas pequeñas, con el tiempo, pueden crecer.

BUILD A GOOD
(DOMAIN) NAME.

"Crear un espacio para ti en línea, un lugar donde puedas expresarte y compartir tu trabajo, sigue siendo una de las mejores inversiones que puedes hacer con tu tiempo."

-Andy Baio

Las redes sociales son geniales, pero van y vienen. (¿Recuerdas Myspace? ¿Friendster? ¿GeoCities?) Si realmente te interesa compartir tu trabajo y expresarte, nada mejor que tener tu propio espacio en línea, un lugar que controlas, un lugar que nadie te puede quitar, una sede mundial donde la gente siempre puede encontrarte

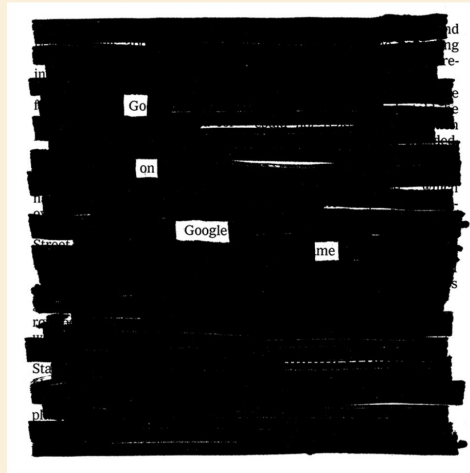
Hace más de 10 años, aposté por mi propio derecho a internet y compré el nombre de dominio austinkleon.com. Era un completo aficionado sin habilidades cuando comencé a construir mi sitio web: comenzó siendo básico y feo. Finalmente, descubrí cómo instalar un blog, y eso lo cambió todo. Un blog es la máquina ideal para convertir el flujo en material: una pequeña entrada de blog no es nada por sí sola, pero publica mil entradas de blog a lo largo de una década y se convierte en el trabajo de tu vida. Mi blog ha sido mi cuaderno de bocetos, mi estudio, mi galería, mi tienda y mi salón. Absolutamente todo lo bueno que ha sucedido en mi carrera se remonta a mi blog. Mis libros, mis exposiciones de arte, mis conferencias, algunas de mis mejores amistades, todo existe porque tengo mi propio pequeño espacio en internet

Así que, si algo sacas de este libro, que sea esto: Registra un nombre de dominio. Compra [www.\[inserta tu nombre aquí\].com](http://www.[inserta tu nombre aquí].com). Si tu nombre es común o no te gusta, crea un seudónimo o un alias y regístralo. Luego, compra alojamiento web y crea un sitio web. (Estas cosas suenan técnicas, pero en realidad no son unas cuantas búsquedas en Google y algunos libros de la biblioteca te mostrarán el camino). Si no tienes el tiempo o la inclinación para crear tu propio sitio, hay un pequeño ejército de diseñadores web listos para ayudarte. Tu sitio web no tiene que verse bonito; solo tiene que existir

No pienses en tu sitio web como una máquina de autopromoción, piénsalo como una máquina de autoinvención. En línea, puedes convertirte en la persona que realmente quieres ser. Llena tu sitio web con tu trabajo, tus ideas y las cosas que te importan. Con el paso de los años, te sentirás tentado a abandonarlo por la red social más nueva y brillante. No te rindas. No dejes que caiga en el descuido. Piensa en ello a largo plazo. Mantenlo, mantenlo y deja que cambie contigo con el tiempo.

Cuando era joven y estaba empezando, Patti Smith recibió este consejo de William Burroughs: "Construye un buen nombre. Mantén tu nombre limpio. No hagas concesiones. No te preocupes por ganar mucho dinero o tener éxito. Preocúpate por hacer un buen trabajo... y si puedes construir un buen nombre, con el tiempo ese nombre se convertirá en su propia moneda."

La belleza de tener tu propio territorio es que puedes hacer lo que quieras con él. Tu nombre de dominio es tu dominio. No tienes que hacer concesiones. Crea un buen nombre de dominio, manténlo limpio y, con el tiempo, se convertirá en su propia moneda. Ya sea que la gente aparezca o no, estás ahí, haciendo lo tuyo, listo cuando lo estén.



④ OPEN UP YOUR
CABINET OF
CURIOSITIES.

DON'T BE A
HOARDER.

El problema de acumular es que terminas viviendo de tus reservas. Con el tiempo, te vuelves obsoleto. Si regalas todo lo que tienes, te quedas sin nada. Esto te obliga a buscar, a ser consciente, a reponer... De alguna manera, cuanto más regalas, más recibes.
Paul arden

Si eras rico, educado y vivías en la Europa de los siglos XVI y XVII, estaba de moda tener un Wunderkammern, una «cámara de las maravillas» o un «gabinete de curiosidades» en tu casa: una habitación llena de objetos raros y extraordinarios que servían como una especie de muestra externa de tu sed de conocimiento del mundo. Dentro de un gabinete de curiosidades podías encontrar libros, esqueletos, joyas, conchas, arte, plantas, minerales, especímenes de taxidermia, piedras o cualquier otro artefacto exótico. Estas colecciones a menudo yuxtaponían maravillas tanto naturales como artificiales, revelando una especie de mezcla de obras de Dios y de seres humanos. Fueron los precursores de lo que hoy consideramos el museo moderno: un lugar dedicado al estudio de la historia, la naturaleza y las artes

Todos tenemos nuestras propias colecciones apreciadas. Pueden ser gabinetes físicos de curiosidades, por ejemplo, estanterías de la sala de estar llenas de nuestras novelas, discos y películas favoritas, o pueden ser más bien museos intangibles del corazón, nuestros cráneos llenos de recuerdos de lugares en los que hemos estado, personas que hemos conocido, experiencias que hemos acumulado. Todos llevamos con nosotros las cosas raras y maravillosas que hemos encontrado al hacer nuestro trabajo y vivir nuestras vidas. Estos álbumes de recortes mentales forman nuestros gustos, y nuestros gustos influyen en nuestro trabajo

SHOW YOUR WORK! 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



No hay una diferencia tan grande entre coleccionar y crear como podrías pensar. Muchos de los escritores que conozco ven el acto de leer y el acto de escribir como si existieran en extremos opuestos del mismo espectro: la lectura alimenta la escritura, que alimenta la lectura. "Básicamente soy un curador", dice el escritor y ex librero Jonathan Lethem. "Hacer libros siempre se ha sentido muy conectado con mi experiencia como vendedor de libros, la de querer atraer la atención de la gente hacia las cosas que me gustaban, darles nuevas formas a las cosas que me gustaban".

Nuestros gustos nos hacen lo que somos, pero también pueden ensombrecer nuestro propio trabajo. "Todos los que hacemos trabajo creativo nos involucramos en él porque tenemos buen gusto", dice la personalidad de la radio pública Ira Glass. "Pero existe esta brecha. Durante los primeros dos años que haces cosas, simplemente no son tan buenas. Intentan ser buenas, tienen potencial, pero no lo son. Pero tu gusto, lo que te llevó al juego, sigue siendo genial". Antes de que estemos listos para dar el salto de compartir nuestro propio trabajo con el mundo, podemos compartir nuestros gustos en el trabajo de otros

¿De dónde sacas tu inspiración? ¿Con qué tipo de cosas llenas tu cabeza? ¿Qué lees? ¿Te suscribes a algo? ¿Qué sitios visitas en internet? ¿Qué música escuchas? ¿Qué películas ves? ¿Miras arte? ¿Qué coleccionas? ¿Qué hay dentro de tu álbum de recortes? ¿Qué cuelgas en el tablero de corcho sobre tu escritorio? ¿Qué pegas en tu refrigerador? ¿Quién ha hecho un trabajo que admires? ¿De quién robas ideas? ¿Tienes algún héroe? ¿A quién sigues en línea? ¿A quiénes son los profesionales a los que admiras en tu campo?

Vale la pena compartir todas tus influencias porque dan pistas a la gente sobre quién eres y qué haces, a veces incluso más que tu propio trabajo.

"You're only as good as your record collection."

—DJ Spooky

"Eres tan bueno como tu colección de discos."

NO GUILTY
PLEASURES.

"I don't believe in guilty pleasures. If you f---ing like something, like it."

—Dave Grohl

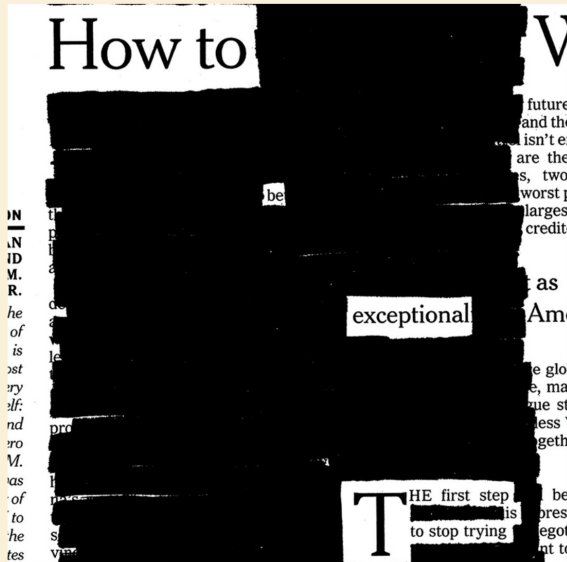
"No creo en los placeres culpables. Si te gusta algo, dale me gusta."

Hace unos veinte años, un recolector de basura de la ciudad de Nueva York llamado Nelson Molina comenzó a coleccionar pequeños trozos de arte y objetos únicos que encontraba desechados a lo largo de su ruta. Su colección, The Trash Museum, se encuentra en el segundo piso del garaje del Departamento de Saneamiento en la calle 99 Este, y ahora cuenta con más de mil pinturas, carteles, fotografías, instrumentos musicales, juguetes y otros objetos efímeros. No hay un gran principio unificador en la colección, solo lo que le gusta a Molina. Recibe propuestas de algunos de sus compañeros de trabajo, pero él dice qué va en la pared y qué no. "Les digo a los chicos: 'Traigan la obra y yo decidiré si puedo colgarla'". En algún momento, Molina pintó un letrero para el museo que dice "Tesoro en la basura" por Nelson Molina

"Bucear en la basura" es uno de los trabajos del artista: encontrar el tesoro en la basura de otras personas, escudriñar los escombros de nuestra cultura, prestar atención a las cosas que todos los demás ignoran e inspirarse en las cosas que la gente ha desechado por cualquier razón. Hace más de 400 años, Michel de Montaigne, en su ensayo "Sobre la experiencia", escribió: "En mi opinión, las cosas más ordinarias, las más comunes y familiares, si pudiéramos verlas bajo su verdadera luz, resultarían ser los milagros más grandiosos... y los ejemplos más maravillosos". Todo lo que se necesita para descubrir joyas ocultas es una mirada clara, una mente abierta y la voluntad de buscar inspiración en lugares a los que otras personas no están dispuestas o no pueden ir.



A todos nos encantan las cosas que otras personas piensan que son basura. Tienes que tener el coraje de seguir amando tu basura, porque lo que nos hace únicos es la diversidad y amplitud de nuestras influencias, las formas únicas en que mezclamos las partes de la cultura que otros han considerado "altas" y "bajas".



Cuando encuentres cosas que realmente disfrutes, no dejes que nadie más te haga sentir mal por ello. No te sientas culpable por el placer que obtienes de las cosas que disfrutas. Celébralas. Cuando compartas tus gustos y tus influencias, ten las agallas de apropiarte de todo. No cedas a la presión de autoeditarte demasiado. No seas el tipo aburrido de la tienda de discos que discute sobre quién es la banda de punk rock más "auténtica". No intentes ser moderno o genial. Ser abierto y honesto sobre lo que te gusta es la mejor manera de conectar con personas a las que también les gustan esas cosas.

"Do what you do best and link to the rest."

—Jeff Jarvis

"Haz lo que mejor sabes hacer y
conéctate con el resto."



CREDIT IS
ALWAYS DUE.

Si compartes el trabajo de otros, es tu deber asegurarte de que los creadores de ese trabajo reciban el crédito correspondiente. Dar crédito al trabajo en nuestra era de copiar y pegar, de reblogs y retuits, puede parecer un esfuerzo inútil, pero vale la pena y es lo correcto. Siempre debes compartir el trabajo de los demás como si fuera tuyo, tratándolo con respeto y cuidado

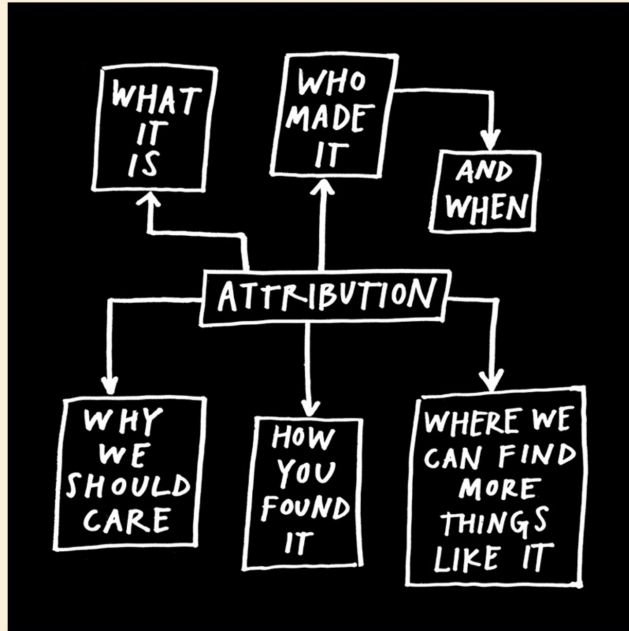
Cuando defendemos la importancia de acreditar nuestras fuentes, la mayoría de nosotros nos concentramos en la difícil situación del creador original de la obra. Pero eso es solo la mitad de la historia: si no se atribuye correctamente el trabajo que se comparte, no solo se le roba a la persona que lo hizo, sino también a todas las personas con las que se lo ha compartido. Sin atribución, no tienen forma de profundizar en el trabajo ni de encontrar más.

Entonces, ¿qué hace que una atribución sea excelente? La atribución consiste en proporcionar contexto para lo que se comparte: qué es el trabajo, quién lo hizo, cómo lo hizo, cuándo y dónde se hizo, por qué se comparte, por qué debería importarle a la gente y dónde se pueden ver más trabajos similares. La atribución consiste en poner pequeñas etiquetas de museo junto a las cosas que se comparten

Otra forma de atribución que a menudo descuidamos es dónde encontramos el trabajo que compartimos. Siempre es una buena práctica reconocer a las personas que te han ayudado a encontrar un buen trabajo y también dejar un rastro de migas de pan que las personas con las que compartes puedan seguir hasta las fuentes de tu inspiración. He conocido a tanta gente interesante en línea siguiendo enlaces "vía" y "H/T". Me habrían robado muchas de estas conexiones si no fuera por la generosidad y la meticulosa atribución de muchas de las personas que sigo.

En línea, la forma más importante de atribución es un hipervínculo que apunta al sitio web del creador de la obra. Esto envía a las personas que se encuentran con la obra de vuelta a la fuente original. La regla número uno de Internet: la gente es perezosa. Si no incluyes un enlace, nadie puede hacer clic en él. La atribución sin un enlace en línea roza lo inútil: el 99.9% de la gente no se va a molestar en buscar el nombre de alguien en Google

Todo esto plantea una pregunta: ¿Qué pasa si quieres compartir algo y no sabes de dónde viene ni quién lo hizo? La respuesta: No compartas cosas que no puedas acreditar correctamente. Encuentra el crédito correcto o no lo compartas



⑤ TELL GOOD
STORIES.

WORK DOESN'T
SPEAK FOR
ITSELF.

Cierra los ojos e imagina que eres un coleccionista adinerado que acaba de entrar en una galería de un museo de arte. En la pared frente a ti hay dos lienzos gigantescos, cada uno de más de 3 metros de altura. Ambas pinturas representan un puerto al atardecer. Desde el otro lado de la habitación, parecen idénticas: los mismos barcos, los mismos reflejos en el agua, el mismo sol en la misma fase de puesta. Entrás para mirarlás más de cerca. No encuentras una etiqueta ni una etiqueta de museo por ninguna parte. Te obsesionas con las pinturas, a las que apodas Pintura A y Pintura B. Pasas una hora yendo y viniendo de un lienzo a otro, comparando pinceladas. No puedes detectar una sola diferencia

Justo cuando vas a buscar a un guardia del museo o a alguien que pueda arrojar luz sobre estas misteriosas obras maestras gemelas, entra el conservador jefe del museo. Preguntas con entusiasmo sobre el origen de tus nuevas obsesiones. El conservador te dice que el Cuadro A fue pintado en el siglo XVII por un maestro holandés. "¿Y qué hay del Cuadro B?", preguntas. "Ah, sí, el Cuadro B", dice el conservador. "Es una falsificación. Fue copiada la semana pasada por un estudiante de posgrado de la escuela de arte local".

Mira las pinturas. ¿Qué lienzo se ve mejor ahora? ¿Cuál quieres llevarte a casa?

La falsificación de arte es un fenómeno extraño. «Podrías pensar que el placer que obtienes de una pintura depende de su color, su forma y su patrón», dice el profesor de psicología Paul Bloom. «Y si eso es correcto, no debería importar si es un original o una falsificación». Pero nuestros cerebros no funcionan de esa manera. «Cuando se les muestra un objeto, o se les da una comida, o se les muestra una cara, la evaluación que la gente hace de él (cuánto les gusta, lo valioso que es) se ve profundamente afectada por lo que les dices sobre él».

En su libro, *Significant Objects*, Joshua Glenn y Rob Walker relatan un experimento en el que se propusieron probar esta hipótesis: «Las historias son un impulsor tan poderoso del valor emocional que su efecto en el valor subjetivo de cualquier objeto dado puede medirse objetivamente». Primero, fueron a tiendas de segunda mano, mercados de pulgas y ventas de garaje y compraron un montón de objetos «insignificantes» por un promedio de 1,25 dólares cada uno. Luego, contrataron a un grupo de escritores, tanto famosos como no tan famosos, para inventar una historia «que atribuyera significado» a cada objeto. Finalmente, publicaron cada objeto en eBay, utilizando las historias inventadas como descripción del objeto y lo que habían pagado originalmente por el objeto como precio inicial de la subasta. Al final del experimento, habían vendido 128,74 dólares en baratijas por 3612,51 dólares.

«Para falsificar una fotografía, todo lo que tienes que hacer es cambiar el pie de foto. Para falsificar una pintura, cambia la atribución».

-Errol Morris

Las palabras importan. A los artistas les encanta repetir la frase trillada: "Mi trabajo habla por sí solo", pero la verdad es que nuestro trabajo no habla por sí solo. Los seres humanos quieren saber de dónde provienen las cosas, cómo se hicieron y quién las hizo. Las historias que cuentas sobre el trabajo que haces tienen un gran efecto en cómo se sienten las personas y qué entienden sobre tu trabajo, y cómo se sienten las personas y qué entienden sobre tu trabajo afecta cómo lo valoran


¿Por qué deberíamos describir las frustraciones y los puntos de inflexión en el laboratorio, o todas las horas de trabajo preliminar y las imágenes fallidas que preceden a los resultados finales?, pregunta la artista Rachel Sussman. Porque, dejando de lado las raras excepciones, nuestro público es humano, y los humanos quieren conectar. Las historias personales pueden hacer que lo complejo sea más tangible, generar asociaciones y ofrecer acceso a cosas que de otro modo podrían dejar a uno frío.



Tu trabajo no existe en el vacío. Te des cuenta o no, ya estás contando una historia sobre tu trabajo. Cada correo electrónico que envías, cada mensaje de texto, cada conversación, cada comentario de blog, cada tuit, cada foto, cada video: todos son fragmentos de una narrativa multimedia que estás construyendo constantemente. Si quieres ser más efectivo al compartirte a ti mismo y tu trabajo, necesitas convertirte en un mejor narrador. Necesitas saber qué es una buena historia y cómo contarla.

"'El gato se sentó en una alfombra' no es una historia. 'El gato se sentó en la alfombra del perro' es una historia."

-John le Carré

A graphic featuring the text "STRUCTURE IS EVERYTHING." in a bold, black, handwritten font. The text is centered on a white rectangular background, which is itself set against a larger light beige background. The letters are thick and slightly irregular, giving it a personal, hand-drawn feel. The word "STRUCTURE" is on the top line, "IS" is to the right of "STRUCTURE", and "EVERYTHING." is on the bottom line.

STRUCTURE IS
EVERYTHING.

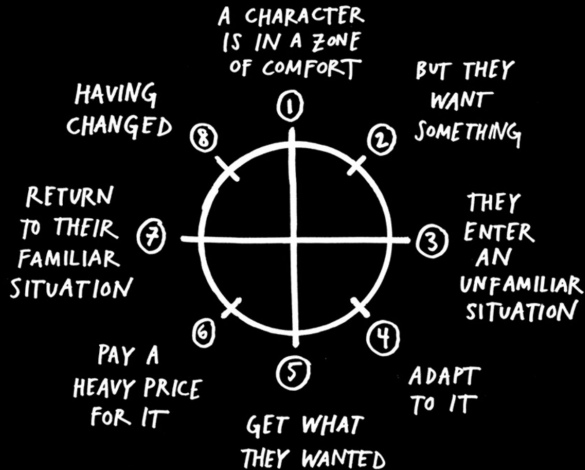
"En el primer acto, subes a tu héroe a un árbol. En el segundo acto, le tiras piedras. En el tercer acto, lo bajas."

-George Abbott

La parte más importante de una historia es su estructura. Una buena estructura narrativa es ordenada, sólida y lógica. Desafortunadamente, la mayor parte de la vida es desordenada, incierta e ilógica. Muchas de nuestras experiencias crudas no encajan perfectamente en un cuento de hadas tradicional ni en una trama de Hollywood. A veces tenemos que recortar y editar mucho para que nuestras vidas encajen en algo que se parezca a una historia. Si estudias la estructura de las historias, empiezas a ver cómo funcionan, y una vez que sabes cómo funcionan, puedes empezar a robar estructuras narrativas y rellenarlas con personajes, situaciones y escenarios de tu propia vida

La mayoría de las estructuras de las historias se remontan a mitos y cuentos de hadas. Emma Coats, exartista de guiones gráficos de Pixar, describió la estructura básica de un cuento de hadas como una especie de Mad Lib que puedes completar con tus propios elementos: "Había una vez una historia e intentaba llenar los espacios en blanco. Es sorprendente lo a menudo que funciona. Hasta que finalmente..." Elige tu favorito-

DAN HARMON'S STORY CIRCLE

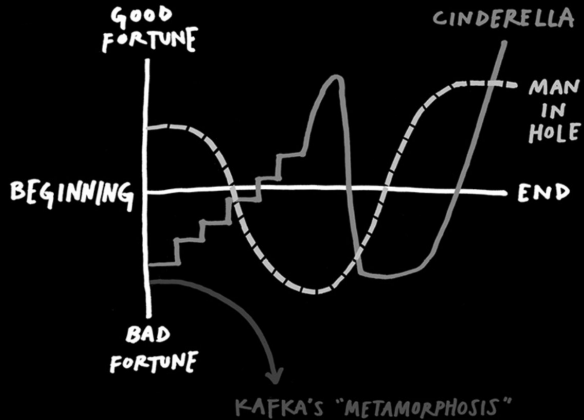


El filósofo Aristóteles dijo que una historia tenía un principio, un desarrollo y un final. El autor John Gardner dijo que la trama básica de casi todas las historias es esta: «Un personaje quiere algo, va tras ello a pesar de la oposición (quizás incluyendo sus propias dudas), y así llega a una victoria, una derrota o un empate». Me gusta la fórmula argumental de Gardner porque también es la forma de la mayoría de los trabajos creativos: tienes una gran idea, pasas por el duro trabajo de ejecutarla y luego la lanzas al mundo, llegando a una victoria, una derrota o un empate. A veces la idea tiene éxito, a veces fracasa y, la mayoría de las veces, no hace nada en absoluto. Esta sencilla fórmula se puede aplicar a casi cualquier tipo de proyecto laboral: está el problema inicial, el trabajo realizado para resolver el problema y la solución

Por supuesto, cuando estás en medio de una historia, como la mayoría de nosotros en la vida, no sabes si es una historia en absoluto, porque no sabes qué tan avanzado estás ni cómo va a terminar. Afortunadamente, hay una manera de contar historias abiertas, en la que reconocemos que estamos justo en medio de una historia y no sabemos cómo termina

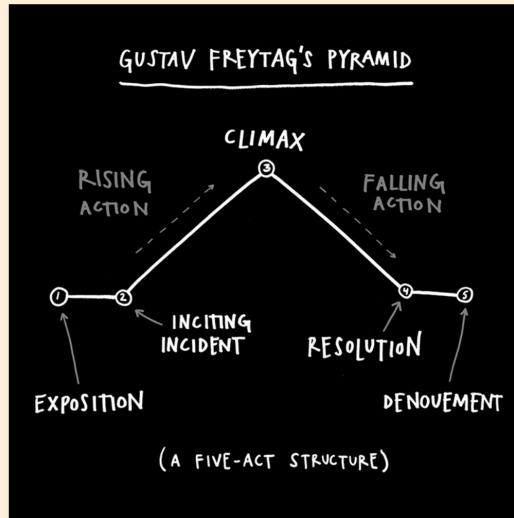
Cada presentación a un cliente, cada ensayo personal, cada carta de presentación, cada solicitud de recaudación de fondos: todas son presentaciones. Son historias con el final cortado. Una buena presentación se estructura en tres actos: el primer acto es el pasado, el segundo acto es el presente y el tercer acto es el futuro. El primer acto es dónde has estado: qué quieres, cómo llegaste a quererlo y qué has hecho hasta ahora para conseguirlo. El segundo acto es dónde te encuentras ahora en tu trabajo y cómo has trabajado duro y has utilizado la mayoría de tus recursos. El tercer acto es hacia dónde vas y cómo exactamente la persona a la que le estás presentando puede ayudarte a llegar allí. Como un libro de "Elige tu propia aventura", esta forma de historia convierte efectivamente a tu oyente en el héroe que decide cómo termina

KURT VONNEGUT'S STORY GRAPHS



Ya sea que estés contando una historia terminada o inacabada, siempre ten en cuenta a tu audiencia. Háblales directamente en un lenguaje sencillo. Valora su tiempo. Sé breve. Aprende a hablar. Aprende a escribir. Usa el corrector ortográfico. Nunca estás "manteniendo la realidad" con tu falta de corrección y puntuación, la estás manteniendo ininteligible.

A todo el mundo le encanta una buena historia, pero contar buenas historias no es fácil para todos. Es una habilidad que lleva toda una vida dominar. Así que estudia las grandes historias y luego busca algunas propias. Tus historias mejorarán cuanto más las cuentes.



TALK ABOUT
YOURSELF AT
PARTIES.

"You got to make your case." "Tienes que defender tu postura."

—*Kanye West*

Todos hemos estado allí. Estás en una fiesta, disfrutando de tu bebida, cuando un extraño se acerca, se presenta y te hace la temida pregunta: "Entonces, ¿a qué te dedicas?"

Si eres médico, profesor, abogado o fontanero, felicidades. Puedes proceder sin precaución. El resto de nosotros, vamos a tener que practicar nuestras respuestas.

Los artistas son los que peor lo pasan. Si respondes: "Soy escritor", por ejemplo, es muy probable que la siguiente pregunta sea: "Oh, ¿has publicado algo?", que en realidad es una forma velada de preguntar: "¿Ganas dinero con eso?"

La manera de superar la incomodidad en estas situaciones es dejar de tratarlas como interrogatorios y empezar a tratarlas como oportunidades para conectar con alguien al explicar con honestidad y humildad a qué te dedicas. Deberías ser capaz de explicar tu trabajo a un niño de jardín de infantes, a una persona mayor y a todos los que están en el medio. Por supuesto, siempre debes tener en cuenta a tu público: la forma en que explicas tu trabajo a tus amigos en el bar no es la forma en que se lo explicas a tu madre

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



El hecho de que intentes contar una buena historia sobre ti mismo no significa que estés inventando ficción. Cíñete a la no ficción. Di la verdad y dila con dignidad y respeto por ti mismo. Si eres estudiante, di que eres estudiante. Si trabajas durante el día, di que trabajas durante el día. (Durante años, dije: "De día soy diseñador web y de noche escribo poesía"). Si tienes un trabajo híbrido extraño, di algo como: "Soy un escritor que dibuja". (Robé esa biografía del caricaturista Saul Steinberg). Si estás desempleado, dilo y menciona qué tipo de trabajo estás buscando Si tienes trabajo, pero no te sientes bien con tu puesto, pregúntate por qué. Tal vez estés en el trabajo equivocado, o tal vez no estés haciendo el trabajo que se supone que deberías hacer. (Hubo muchos años en los que responder: "Soy escritor" se sentía mal, porque en realidad no estaba escribiendo). Recuerda lo que escribió el autor George Orwell: "Solo se puede confiar en la autobiografía cuando revela algo vergonzoso".

Ten empatía con tu audiencia. Anticipa miradas vacías. Prepárate para más preguntas. Responde con paciencia y cortesía.

Se aplican los mismos principios cuando empiezas a escribir tu biografía. Las biografías no son el lugar para practicar tu creatividad. A todos nos gusta pensar que somos más complejos que una explicación de dos frases, pero una explicación de dos frases suele ser lo que el mundo quiere de nosotros. Sé breve y conciso

Elimina todos los adjetivos de tu biografía. Si tomas fotos, no eres un "aspirante" a fotógrafo, ni tampoco un fotógrafo "increíble". Eres un fotógrafo. No te hagas el gracioso. No presumas. Solo expón los hechos.

Una cosa más: a menos que seas un ninja, un gurú o una estrella del rock, nunca uses ninguno de esos términos en tu biografía. Nunca.

"Digamos lo que digamos, siempre estamos hablando de nosotros mismos."

⑥ TEACH WHAT
YOU KNOW.

SHARE YOUR TRADE SECRETS.

"El impulso de guardar para ti mismo lo que has aprendido no solo es vergonzoso, sino también destructivo. Todo lo que no das libremente y en abundancia se pierde. Abres tu caja fuerte y encuentras cenizas." -Annie Dillard

El mundo de la barbacoa es notoriamente reservado y competitivo, por lo que fue un poco impactante para mí el invierno pasado estar detrás del legendario Franklin Barbecue aquí en Austin, Texas, viendo al maestro parrillero y mago de la barbacoa Aaron Franklin explicar cómo ahúma sus famosas costillas frente a un equipo de cámaras. Mi amiga Sara Robertson, productora de la estación local de PBS KLRU, me había invitado a ver una grabación de BBQ with Franklin, una serie de YouTube financiada colectivamente diseñada para llevar a los espectadores

a través de cada paso del proceso de una barbacoa. En la serie, Franklin explica cómo modificar un ahumador estándar, cómo seleccionar la madera adecuada, cómo encender un fuego, cómo seleccionar un corte de carne, a qué temperatura ahumar la carne y cómo cortar el producto terminado.

Empecé a comer en Franklin Barbecue en 2010, cuando se servía desde un remolque junto a la Interestatal 35. En solo tres años, Franklin se ha convertido en uno de los locales de barbacoa más famosos del mundo. (Bon Appétit lo llamó "la mejor barbacoa de Texas, si no de Estados Unidos"). Seis días a la semana, llueva o haga un sol de 38 grados, hay una fila que da la vuelta a la manzana. Y cada uno de esos días, se agota la carne. Si alguna vez pareciera que había un negocio que se guardaría sus secretos, sería este.



Cuando hablé con Aaron y su esposa, Stacy, durante un descanso en la filmación, me explicaron que la técnica de la barbacoa es en realidad muy simple, pero que lleva años y años dominarla. Hay una intuición que solo se adquiere a través de la repetición de la práctica. Aaron me dijo que entrena a todos sus empleados de la misma manera, pero cuando corta una pechuga, puede decirte exactamente quién la ahumó

Enseñar no significa competencia instantánea. El hecho de que conozcas la técnica del maestro no significa que puedas emularla de inmediato. Puedes ver los tutoriales de Franklin una y otra vez, pero ¿estás listo para empezar a pasar 22 horas al día ahumando carne que se agotará en dos horas? Probablemente no. Si eres como yo, pagarás los 13 dólares por libra con aún más gusto.

A los Franklin también les encanta la barbacoa y se esfuerzan por compartir sus conocimientos. La gente a menudo pasa con sus propios intentos de preparar brisket, y Aaron siempre es amable y paciente al responder a sus preguntas. No tienes la sensación de que nada de esto esté calculado, es simplemente su forma de operar: comenzaron como principiantes y, por lo tanto, sienten la obligación de transmitir lo que han aprendido

Por supuesto, muchos chefs y restauradores se han hecho ricos y famosos compartiendo sus recetas y técnicas. En su libro, *Rework*, Jason Fried y David Heinemeier Hansson animan a las empresas a emular a los chefs superando a la competencia. "¿Qué haces? ¿Cuáles son tus 'recetas'? ¿Cuál es tu 'libro de cocina'? ¿Qué puedes decirle al mundo sobre cómo operas que sea informativo, educativo y promocional?" Animan a las empresas a encontrar el equivalente a su propio programa de cocina.

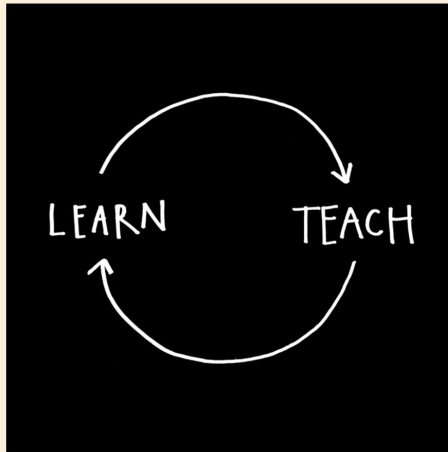
Piensa en lo que puedes compartir de tu proceso que informe a las personas a las que intentas llegar. ¿Has aprendido algún oficio? ¿Cuáles son tus técnicas? ¿Eres hábil en el uso de ciertas herramientas y materiales? ¿Qué tipo de conocimiento conlleva tu trabajo?

En el momento en que aprendas algo, enséñalo a otros. Comparte tu lista de lectura. Señala materiales de referencia útiles. Crea algunos tutoriales y publícalos en línea. Usa imágenes, palabras y videos. Guía a las personas paso a paso a través de parte de tu proceso. Como dice la bloguera Kathy Sierra: "Haz que las personas sean mejores en aquello en lo que quieren ser mejores".

Enseñar a las personas no resta valor a lo que haces, en realidad lo suma. Cuando le enseñas a alguien cómo hacer tu

trabajo, estás, en efecto, generando más interés en tu trabajo. La gente se siente más cerca de tu trabajo porque les estás dejando saber lo que sabes.

Lo mejor de todo es que cuando compartes tus conocimientos y tu trabajo con otros, recibes una educación a cambio. El autor Christopher Hitchens dijo que lo mejor de publicar un libro es que "te pone en contacto con personas cuyas opiniones deberías haber consultado antes de siquiera poner la pluma sobre el papel. Te escriben. Te llaman por teléfono. Vienen a los eventos de tu librería y te dan cosas para leer que ya deberías haber leído". Dijo que dar a conocer su trabajo al mundo era "una educación gratuita que dura toda la vida".



⑦ DON'T TURN INTO
HUMAN SPAM.

SHUT UP
AND LISTEN.

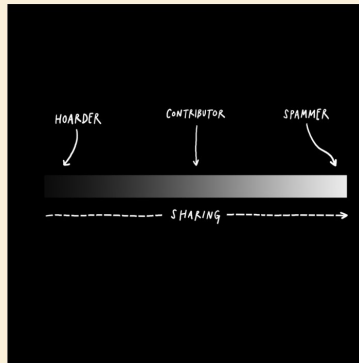
"Cuando las personas se dan cuenta de que las están escuchando, te dicen cosas."
-Richard Ford

SHOW YOUR WORK! 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

Cuando estaba en la universidad, siempre había un compañero en cada taller de escritura creativa que decía: "Me encanta escribir, pero no me gusta leer." Fue evidente de inmediato que prácticamente podías descartar a ese chico por completo. Como todo escritor sabe, si quieres ser escritor, primero tienes que ser lector

"La comunidad de escritores está llena de gente mediocre que quiere publicar en revistas aunque no leen las revistas en las que quieren que se publique", dice el escritor Dan Chaon. "Estas personas merecen los rechazos que sin duda recibirán, y nadie debería sentir lástima por ellos cuando se quejan de que no consiguen que nadie acepte sus historias."

A estas personas las llamo spam humano. Están en todas partes y existen en todas las profesiones. No quieren pagar sus cuotas, quieren su artículo aquí y ahora. No quieren escuchar tus ideas; quieren contarte las suyas. No quieren ir a exposiciones, pero te lanzan volantes en la acera y te gritan que vayas a las suyas. Deberías sentir lástima por estas personas y sus delirios. En algún momento, no recibieron el mensaje de que el mundo no nos debe nada a ninguno de nosotros.



Por supuesto, no tienes que ser nadie para ser spam humano; he visto a muchas personas interesantes y exitosas convertirse lentamente en eso. El mundo se vuelve todo sobre ellos y su trabajo. No pueden encontrar el tiempo para interesarse en nada más que no sean ellos mismos

No importa cuán famosos se vuelvan, los artistas vanguardistas de hoy no solo buscan fans o consumidores pasivos de su trabajo, sino que buscan posibles colaboradores o cómplices. Estos artistas reconocen que el buen trabajo no se crea en el vacío y que la experiencia del arte siempre es una calle de doble sentido, incompleta sin retroalimentación. Estos artistas pasan tiempo en línea y responden preguntas. Piden recomendaciones de lectura. Charlan con sus fans sobre las cosas que les encantan

El productor musical Adrian Younge estaba en Twitter un día y tuiteó: "¿Quién es mejor: The Dramatics o The Delfonics?". Mientras sus seguidores estallaban en un debate sobre los dos grupos de soul, un seguidor mencionó que el cantante principal de The Delfonics, William Hart, era amigo de su padre y que Hart era fan de la música de Younge. El seguidor sugirió que ambos deberían colaborar. "Para resumir", dice Younge, "un día después, estaba hablando por teléfono con William Hart y estuvimos hablando como dos horas... nos entendimos de una manera que fue simplemente cósmica". Younge luego produjo un nuevo disco con Hart, Adrian Younge Presents The Delfonics.

Esa historia es genial por dos razones. Una, es la única historia de un álbum que conozco cuya existencia se puede rastrear hasta un solo tuit. Dos, muestra lo que sucede cuando un músico interactúa con sus fans al nivel de un fanático

Si quieres fans, primero tienes que ser fan. Si quieres ser aceptado por una comunidad, primero tienes que ser un buen ciudadano de esa comunidad. Si solo señalas tus propias cosas en línea, lo estás haciendo mal. Tienes que ser un conector. El escritor Blake Butler llama a esto ser un nodo abierto. Si quieres recibir, tienes que dar. Si quieres que te noten, tienes que notar. Cállate y escucha de vez en cuando. Sé considerado. Sé considerado. No te conviertas en spam humano. Sé un nodo abierto.

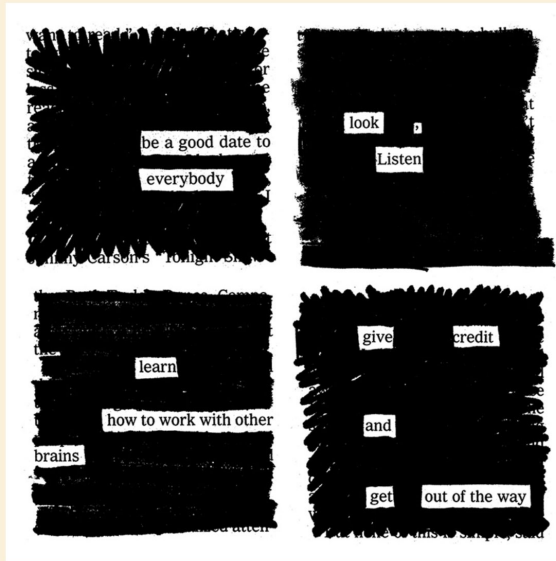
YOU WANT HEARTS, NOT EYEBALLS.

"Lo que quieres es seguir y ser seguido por seres humanos que se preocupan por los temas que te importan. Esto lo hacemos juntos. Esto se trata de corazones y mentes, no de ojos." -Jeffrey Zeldman

Deja de preocuparte por cuántas personas te siguen en línea y empieza a preocuparte por la calidad de las personas que te siguen. No pierdas el tiempo leyendo artículos sobre cómo conseguir más seguidores. No pierdas el tiempo siguiendo a personas en línea solo porque crees que te llevará a alguna parte. No hables con personas con las que no quieres hablar, y no hables de cosas de las que no quieres hablar.

Si quieres seguidores, sé alguien que valga la pena seguir. Barry Hannah le dijo a uno de sus estudiantes: "¿Has intentado hacerte

¿Una persona más interesante?" Esto parece algo muy cruel, a menos que pienses en la palabra interesante como lo hace el escritor Lawrence Weschler: para él, ser "interesante" es ser curioso y atento, y practicar "la proyección continua de interés". Para decirlo de forma más sencilla: si quieres ser interesante, tienes que estar interesado.



En realidad, es cierto que la vida se trata de "a quién conoces". Pero a quién conoces depende en gran medida de quién eres y qué haces, y las personas que conoces no pueden hacer nada por ti si no estás haciendo un buen trabajo. "Las conexiones no significan nada", dice el productor discográfico Steve Albini. "Nunca he tenido conexiones que no fueran una consecuencia natural de hacer cosas que ya hacía". Albini lamenta cuántas personas desperdician tiempo y energía tratando de hacer conexiones en lugar de ser buenos en lo que hacen, cuando "ser bueno en las cosas es lo único que te da influencia o conexiones".

Haz cosas que te gusten y habla de cosas que te gusten y atraerás a gente a la que le guste ese tipo de cosas. Es así de simple.

No seas raro. No seas imbécil. No hagas perder el tiempo a la gente. No preguntes demasiado. Y nunca jamás le pidas a la gente que te siga. "¿Me sigues de vuelta?" es la pregunta más triste de Internet.

THE VAMPIRE TEST

"Lo que sea que te emocione, hazlo. Lo que sea que te agote, deja de hacerlo."
-Derek Sivers

Hay una historia divertida en la biografía de John Richardson, Una vida de Picasso. Pablo Picasso era conocido por absorber toda la energía de las personas que conocía. Su nieta Marina afirmaba que exprimía a la gente como si fuera uno de sus tubos de pintura al óleo. Te lo pasabas genial pasando el día con Picasso, y luego volvías a casa nervioso y exhausto, y Picasso volvía a su estudio y pintaba toda la noche, usando la energía que te había absorbido

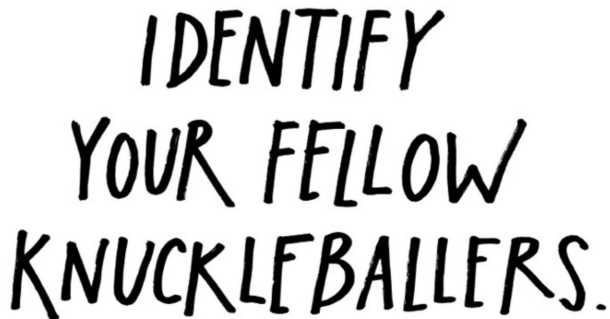
La mayoría de la gente tolera esto porque pueden pasar el rato con Picasso todo el día, pero no Constantin Brancusi, el escultor nacido en Rumanía. Brancusi provenía de los Cárpatos y reconocía a un vampiro cuando lo veía. No iba a permitir que Picasso exprimiera su energía ni los frutos de su energía, así que se negó a tener nada que ver con él.



Brancusi practicó lo que yo llamo La Prueba del Vampiro. Es una forma sencilla de saber a quién debes dejar entrar y salir de tu vida. Si, después de salir con alguien, te sientes agotado y agotado, esa persona es un vampiro. Si, después de salir con alguien, todavía te sientes lleno de energía, esa persona no es un vampiro. Por supuesto, La Prueba del Vampiro funciona en muchas cosas de nuestras vidas, no solo en las personas; puedes aplicarla a trabajos, pasatiempos, lugares, etc.

Los vampiros no se pueden curar. Si te encuentras en presencia de un vampiro, sé como Brancusi y destiérallo de tu vida para siempre

"Parte del acto de crear consiste en descubrir a los de tu especie. Están en todas partes. Pero no los busques en los lugares equivocados."
-Henry Miller

A white rectangular box containing the text "IDENTIFY YOUR FELLOW KNUCKLEBALLERS." in a bold, black, handwritten-style font. The text is arranged in three lines: "IDENTIFY" on the top line, "YOUR FELLOW" on the middle line, and "KNUCKLEBALLERS." on the bottom line. The font is casual and expressive, with varying line thickness and some slanted letters.

IDENTIFY
YOUR FELLOW
KNUCKLEBALLERS.

Recientemente me fascinó el lanzador de béisbol R. A. Dickey. El lanzamiento de Dickey es la bola de nudillos, un lanzamiento lento y torpe que es muy difícil de lanzar con algún tipo de consistencia. Cuando un lanzador lanza una bola de nudillos, suelta la pelota con el menor giro posible. La corriente de aire se mueve contra las costuras de la pelota y hace que se mueva de forma muy extraña. Una vez que se lanza una buena bola de nudillos, es igualmente impredecible para el bateador, el receptor y el lanzador que la lanzó. (Suena mucho al proceso creativo, ¿verdad?)

Los lanzadores de nudillos son básicamente los patitos feos del béisbol. Debido a que hay tan pocos, en realidad forman una especie de hermandad, y a menudo se reúnen y comparten consejos entre ellos. Dickey escribe sobre lo poco común que es esto en sus memorias, *Wherever I Wind Up*: «No hay ninguna posibilidad de que un lanzador contrario, no importa lo agradable que sea, me invite a ver cómo agarra y lanza su bola rápida o slider de dedos separados. Esos son secretos de estado». Sin embargo, con sus compañeros nudillos, las cosas son diferentes: «Los nudillos no guardan secretos. Es como si tuviéramos una misión mayor más allá de nuestra propia fortuna. Y esa misión es transmitirla, mantener vivo el lanzamiento».

A medida que te expongas a ti mismo y a tu trabajo, te encontrarás con tus compañeros lanzadores de nudillos. Estos son tus verdaderos compañeros: las personas que comparten tus obsesiones, las personas que comparten una misión similar a la tuya, las personas con las que compartes un respeto mutuo. Solo habrá un puñado de ellos, pero son muy, muy importantes. Haz lo que puedas para nutrir tus relaciones con estas personas. Canta sus alabanzas al universo. Invítalos a colaborar. Muéstrales su trabajo antes de mostrárselo a nadie más. Llámalos por teléfono y comparte tus secretos. Mantenlos lo más cerca posible.



SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...
"Se trata de prestar atención. La atención es vitalidad. Te conecta con los demás."
-Susan Sontag

"It's all about paying attention. Attention is vitality. It connects you with others."
—Susan Sontag

MEET UP IN
MEATSPACE.

"Tú y yo estaremos presentes por mucho más tiempo que Twitter, y nada sustituye al cara a cara."
-Rob Delaney

Me asusta un poco la cantidad de mis personas favoritas en el mundo que llegaron a mi vida como unos y ceros

Me encanta reunirme con mis amigos en línea "IRL". (IRL = en la vida real). Nunca hay conversaciones triviales; sabemos todo el uno del otro y lo que hace cada uno. Podemos simplemente tomar una cerveza o algún otro elemento social y hablar de grandes ideas. En algunas ocasiones, he preguntado a la gente qué creen que es lo mejor de estar en línea, y señalan alrededor de la mesa y dicen: "Lo que estamos haciendo aquí".

Me encanta el fenómeno de las "reuniones": una comunidad en línea que organiza una fiesta en un bar o restaurante e invita a todos a asistir a un lugar y hora determinados. Hay muchos eventos de este tipo en Austin, y estoy seguro de que también hay muchos en tu ciudad. (Si no hay ninguno, ¡organiza uno!) Son mucho menos estresantes que las formas tradicionales de networking porque ya conoces a muchas de las personas que asisten y has visto su trabajo

Por supuesto, una reunión no tiene por qué estar compuesta por un grupo enorme de personas. Si has sido amigo de alguien en línea durante un tiempo y viven en la misma ciudad, pregúntale si quiere tomar un café. Si quieres ir a lo grande, ofrécete a invitarle a comer. Si estás de viaje, avísale a tus amigos en línea que estarás en la ciudad. Me gusta pedirles a mis amigos artistas que me lleven a sus museos de arte favoritos y a mis amigos escritores que me lleven a su librería favorita. Si nos cansamos de hablar entre nosotros, podemos curiosear, y si nos cansamos de curiosear, podemos tomar un café en la cafetería.

Conocer gente en línea es genial, pero convertirlos en amigos en la vida real es aún mejor.

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



⑧ LEARN TO
TAKE A PUNCH.

LET 'EM TAKE
THEIR BEST SHOT.

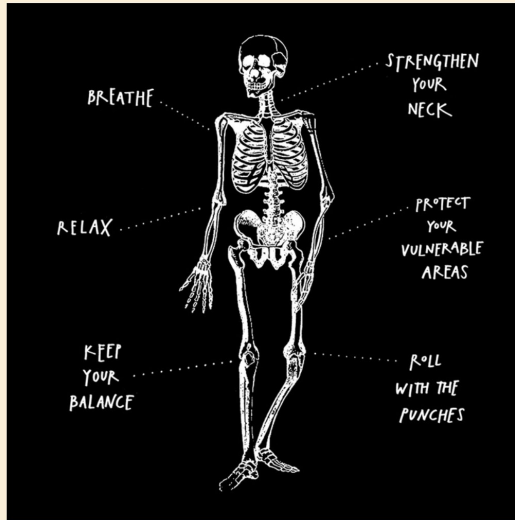
"No me voy a rendir. Cada vez que pienses que estoy en un lugar, voy a aparecer en otro. Vengo odiado. Haz tu mejor esfuerzo."
-Cyndi Lauper

El diseñador Mike Monteiro dice que la habilidad más valiosa que adquirió en la escuela de arte fue aprender a recibir un golpe. Él y sus compañeros de clase eran absolutamente brutales durante las críticas. "Básicamente estábamos tratando de ver si podíamos hacer que los demás abandonaran la escuela." Esas críticas crueles le enseñaron a no tomar las críticas como algo personal.

Cuando expones tu trabajo al mundo, tienes que estar preparado para lo bueno, lo malo y lo feo. Cuanta más gente venga

Cuanto más cubras tu trabajo, más críticas enfrentarás. Aquí te explicamos cómo recibir los golpes:

Relájate y respira. El problema con las personas imaginativas es que somos buenos imaginando lo peor que nos podría pasar. El miedo a menudo es solo la imaginación tomando un giro equivocado. Las malas críticas no son el fin del mundo. Que yo sepa, nadie ha muerto por una mala crítica. Respira hondo y acepta lo que venga. (Considera practicar la meditación; a mí me funciona).



Fortalece tu cuello. La manera de poder recibir un golpe es practicar mucho recibir muchos golpes. Esfuérzate mucho. Deja que la gente lo intente lo mejor que pueda. Luego, esfuérzate aún más y sigue intentándolo. Cuantas más críticas recibas, más te darás cuenta de que no pueden hacerte daño

Acepta los golpes. Sigue adelante. Cada crítica es una oportunidad para un nuevo trabajo. No puedes controlar qué tipo de crítica recibes, pero sí puedes controlar cómo reaccionas. A veces, cuando la gente odia algo de tu trabajo, es divertido llevar ese elemento aún más lejos. Hacer algo que odiarían aún más. Que ciertas personas odien tu trabajo es una insignia de honor.

Protege tus áreas vulnerables. Si tienes un trabajo que es demasiado sensible o demasiado cercano a ti como para ser expuesto a críticas, mantenlo oculto. Pero recuerda lo que dice el escritor Colin Marshall: «Evitar compulsivamente la vergüenza es una forma de suicidio». Si pasas tu vida evitando la vulnerabilidad, tú y tu trabajo nunca conectarán realmente con otras personas.

Mantén el equilibrio. Tienes que recordar que tu trabajo es algo que haces, no quién eres. Esto es especialmente difícil de aceptar para los artistas, ya que gran parte de lo que hacen es personal. Mantente cerca de tu familia, amigos y las personas que te quieren por lo que eres, no solo por tu trabajo

El truco es no preocuparse por lo que TODOS piensen de ti, sino por lo que la gente CORRECTA piense de ti.

-Brian Michael Bendis

DON'T FEED
THE TROLLS.

El primer paso para evaluar la retroalimentación es determinar de quién proviene. Quieres retroalimentación de personas que se preocupan por ti y por lo que haces. Ten mucho cuidado con la retroalimentación de cualquiera que esté fuera de ese círculo.

Un troll es una persona que no está interesada en mejorar tu trabajo, solo en provocarte con un discurso odioso, agresivo o molesto. No ganarás nada interactuando con estas personas. No las alimentes y, por lo general, se irán

Los trolls pueden surgir de la nada y aparecer en lugares inesperados. Justo después de que naciera mi hijo, esta mujer (presumiblemente una seguidora, si no una fan) entró en Twitter y me envió media docena de tuits sobre cómo sabía que mi libro *Roba como un artista* fue escrito por alguien sin hijos, y ya verás, señor. Luego procedió a citar pasajes del libro, seguidos de pequeñas exclamaciones como: "¡Ja! ¡Intenta eso cuando estés despierto a las tres de la mañana con un bebé llorando!"

Llevo mucho tiempo en Internet. Recibo muchos correos electrónicos de personas que, por lo que sé, son tristes, horribles o completamente locas. Tengo un cortafuegos mental bastante bueno que filtra lo que dejo que me afecte.

Esta mujer me afectó

Porque, por supuesto, el peor troll es el que vive en tu cabeza. Es la voz que te dice que no eres lo suficientemente bueno, que apestas y que nunca llegarás a nada. Es la voz que me dijo que nunca volvería a escribir una buena palabra después de convertirme en padre. Una cosa es tener al troll en tu cerebro, y otra cosa es que un extraño te sostenga un megáfono y lo deje gritar.

¿Tienes un problema de trolls? Usa el botón de bloqueo en las redes sociales. Elimina los comentarios desagradables. A mi esposa le gusta decir: "Si alguien defecara en tu sala de estar, no lo dejarías ahí, ¿verdad?". Los comentarios desagradables son lo mismo: deben recogerse y tirarse a la basura

En algún momento, podrías considerar desactivar los comentarios por completo. Tener un formulario para comentarios es lo mismo que invitar a comentar. "Nunca hay un espacio debajo de las pinturas en una galería donde alguien escriba su opinión", dice la caricaturista Natalie Dee. "Cuando llegas al final de un libro, no tienes que ver lo que los demás pensaron de él". Deja que las personas te contacten directamente o deja que copien tu trabajo en sus propios espacios y hablen de ello todo lo que quieran

comments

ideas.

⑨ SELL OUT.

EVEN THE
RENAISSANCE
HAD TO BE FUNDED.

"Agotado... No me gusta mucho esa palabra. Todos somos emprendedores. A mí no me importa si tienes una mueblería o lo que sea; el mejor cartel que puedes poner es que estás agotado."

-Bill Withers

La gente necesita comer y pagar el alquiler. "Un aficionado es un artista que se mantiene con trabajos externos que le permiten pintar", dijo el artista Ben Shahn. "Un profesional es alguien cuya esposa trabaja para que él pueda pintar." Ya sea que un artista gane dinero con su trabajo o no, el dinero tiene que venir de alguna parte, ya sea un trabajo fijo, un cónyuge adinerado, un fondo fiduciario, una beca de arte o un mecenas

Todos tenemos que superar nuestro romanticismo de "artista hambriento" y la idea de que tocar dinero corrompe inherentemente la creatividad. Algunos de nuestros artefactos culturales más significativos y preciados se crearon por dinero. Miguel Ángel pintó el techo de la Capilla Sixtina porque el Papa se lo encargó. Mario Puzo escribió El Padrino para ganar dinero: tenía 45 años, estaba cansado de ser artista y debía 20.000 dólares a varios familiares, bancos, corredores de apuestas y estafadores. Paul McCartney ha dicho que él y John Lennon solían sentarse antes de una sesión de composición de los Beatles y decir: "Ahora, escribamos una piscina".



Todos dicen que quieren que los artistas ganen dinero, y cuando lo hacen, todos los odian por ello. La palabra "vendido" la pronuncian las partes más amargas y pequeñas de nosotros mismos. No seas uno de esos fanáticos horribles que deja de escuchar a su banda favorita solo porque tiene un sencillo exitoso. No descartes a tus amigos porque hayan tenido un poco de éxito. No tengas celos cuando a la gente que te gusta le vaya bien; celebra su victoria como si fuera la tuya.

PASS AROUND
THE HAT.

"Me encantaría venderlo por completo. Es solo que nadie ha estado dispuesto a comprar."

-John Waters

Cuando una audiencia comienza a reunirse para el trabajo que estás publicando libremente, puede que eventualmente quieras dar el salto y convertirlos en mecenas. La forma más fácil de hacerlo es simplemente pedir donaciones: coloca un pequeño bote virtual para propinas o un botón de donar ahora en tu sitio web. Estos enlaces funcionan bien con un poco de texto humano, como "¿Te gusta esto? Invítame a un café". Esta es una transacción muy simple, que es el equivalente a que una banda pase un sombrero durante un concierto: si a la gente le gusta lo que haces, te darán unos cuantos dólares

Si tienes un trabajo que quieres intentar y que requiere capital inicial, plataformas como Kickstarter e Indiegogo facilitan la ejecución de campañas de recaudación de fondos con recompensas escalonadas para los donantes. Es importante tener en cuenta que estas plataformas funcionan mejor cuando ya has reunido a un grupo de personas interesadas en lo que haces. La música Amanda Palmer ha tenido un gran éxito convirtiendo a su público en mecenas: después de mostrar su trabajo, compartir su música libremente y cultivar relaciones con sus fans, les pidió 100.000 dólares para que la ayudaran a grabar su próximo álbum. Le dieron más de un millón de dólares

Ciertamente, el crowdfunding tiene algunas condiciones: cuando las personas se convierten en mecenas, sienten, no del todo equivocadamente, que deberían tener voz y voto en cómo se utiliza su dinero. Es en parte por esta razón que mi modelo de negocio sigue siendo bastante anticuado: hago algo y lo vendo por dinero. En lugar de tener un botón de donar ahora en mi sitio web, tengo botones de comprar ahora y de contratarme. Pero aunque opero más como un vendedor tradicional, utilizo algunas de las mismas tácticas que los crowdfunders: intento ser abierto sobre mi proceso, conectar con mi público y pedirles que me apoyen comprando las cosas que vendo.

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



Cuidado con vender las cosas que amas: Cuando se les pide a las personas que saquen sus billeteras, descubres cuánto valoran realmente lo que haces. Mi amigo John T. Unger cuenta esta fantástica historia de sus días como poeta callejero. Hacía una lectura de poesía y después un tipo se le acercaba y le decía: "¡Tu poema cambió mi vida, hombre!". Y John decía: "Oh, gracias. ¿Quieres comprar un libro? Son cinco dólares". Y el tipo tomaba el libro, se lo devolvía a John y decía: "No, está bien". A lo que John respondía: "Caray, ¿cuánto vale tu vida?"

Ya sea que pidas donaciones, financie colectivamente o vendas tus productos o servicios, pedir dinero a cambio de tu trabajo es algo que solo debes hacer cuando estés seguro de que estás publicando un trabajo que crees que realmente vale la pena. No tengas miedo de cobrar por tu trabajo, pero ponle un precio que consideres justo

KEEP A
MAILING LIST.

Incluso si no tienes nada que vender en este momento, siempre debes recopilar direcciones de correo electrónico de personas que se encuentren con tu trabajo y quieran mantenerse en contacto. ¿Por qué el correo electrónico? Notarás un patrón con la tecnología: a menudo, las tecnologías más aburridas y utilitarias son las que perduran más tiempo. El correo electrónico tiene décadas y décadas de antigüedad, pero no está ni cerca de estar muerto. Aunque casi todo el mundo lo odia, todos tienen una dirección de correo electrónico. Y a diferencia de los canales RSS y de las redes sociales, si le envías un correo electrónico a alguien, llegará a su bandeja de entrada y llamará su atención. Puede que no lo abra, pero definitivamente tendrá que tomarse la molestia de eliminarlo

Conozco gente que dirige negocios multimillonarios gracias a sus listas de correo. El modelo es muy simple: regalan cosas geniales en sus sitios web, recopilan correos electrónicos y, cuando tienen algo extraordinario que compartir o vender, envían un correo electrónico. Te sorprendería lo bien que funciona el modelo.

Mantén tu propia lista o crea una cuenta con una empresa de boletines informativos por correo electrónico como MailChimp y coloca un pequeño widget de registro en cada página de tu sitio web. Escribe un pequeño texto para animar a la gente a registrarse. Sé claro sobre lo que pueden esperar, si enviarás actualizaciones diarias, mensuales o poco frecuentes. Nunca agregues la dirección de correo electrónico de alguien a tu lista de correo sin su permiso

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



Las personas que se registren en tu lista serán algunos de tus mayores seguidores, solo por el simple hecho de que se registraron con la posibilidad de ser spameados por ti. No traiciones su confianza ni tientes a la suerte. Crea tu lista y trátala con respeto. Te será útil.

MAKE MORE WORK
FOR YOURSELF.

"No hacemos películas para ganar dinero, ganamos dinero para hacer más películas."
-Walt Disney

Algunas personas horribles usan el término "vendido" para incluir a cualquier artista que se atreva a tener cualquier ambición. Dirán que eres un vendido si intentas triunfar fuera de tu ciudad natal. Dicen que eres un vendido si compras mejor equipo. Dirán que eres un vendido si intentas algo nuevo

"Hay un momento en la vida en que uno se preocupa por venderse y no venderse", escribe el autor Dave Eggers.
"Afortunadamente,

Para algunos, todo esto pasa." Lo que realmente importa, dice Eggers, es hacer un buen trabajo y aprovechar cada oportunidad que se te presente. "Me gusta mucho decir que sí. Me gustan las cosas nuevas, los proyectos, los planes, reunir a la gente y hacer algo, probar algo, incluso cuando es cursi o estúpido." Las personas que gritan "¡Vendido!" están gritando "¡No!". Son las personas que no quieren que las cosas cambien nunca

Sin embargo, una vida de creatividad se trata de cambiar: avanzar, arriesgarse, explorar nuevas fronteras. "El verdadero riesgo está en no cambiar", dijo el saxofonista John Coltrane. "Tengo que sentir que busco algo. Si gano dinero, bien. Pero prefiero esforzarme. Es el esfuerzo, hombre, eso es lo que quiero."

Sé ambicioso. Mantente ocupado. Piensa en grande. Amplía tu público. No te limites en nombre de "mantenerlo real" o "no venderte". Prueba cosas nuevas. Si se presenta una oportunidad que te permita hacer más del tipo de trabajo que quieres hacer, di que sí. Si se presenta una oportunidad que significaría más dinero, pero menos del tipo de trabajo que quieres hacer, di que no.

"No hay miseria en el arte. Todo arte se trata de decir que sí, y todo arte se trata de su propia creación."
-John Currin

**PAY IT
FORWARD.**

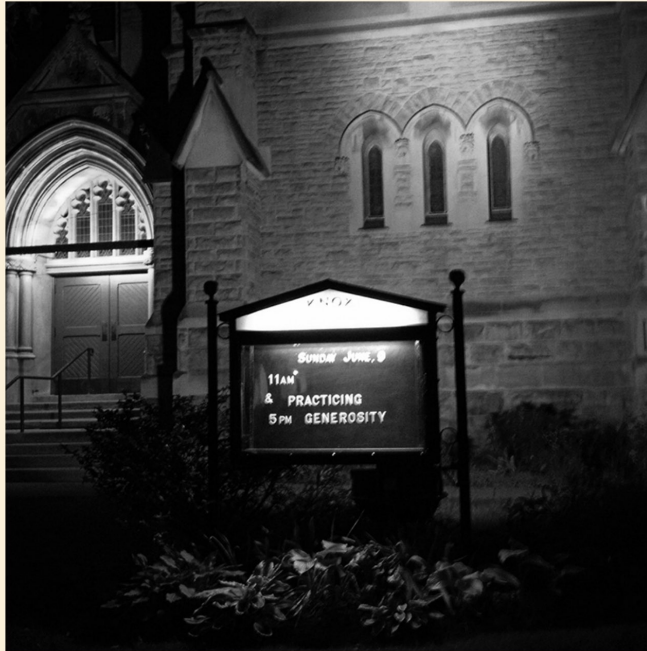
Cuando tienes éxito, es importante usar cualquier dinero, influencia o plataforma que hayas adquirido para ayudar en el trabajo de las personas que te han ayudado a llegar a donde estás. Elogia a tus maestros, tus mentores, tus héroes, tus influencias, tus compañeros y tus fans. Dales la oportunidad de compartir su propio trabajo. Ofreceles oportunidades

Hay una salvedad en todo esto: como ser humano, tienes una cantidad finita de tiempo y atención. En algún momento, tienes que pasar de decir mucho "sí" a decir mucho "no". "El mayor problema del éxito es que el mundo conspira para impedir que hagas lo que haces, porque tienes éxito", escribe el autor Neil Gaiman. "Hubo un día en que miré hacia arriba y me di cuenta de que me había convertido en alguien que respondía correos electrónicos profesionalmente y que escribía como pasatiempo. Empecé a responder menos correos electrónicos y me sentí aliviado al descubrir que escribía mucho más."

Ahora me encuentro en la extraña situación de recibir muchos más correos electrónicos de los que podría responder y aun así hacer todo lo que necesito. La forma en que supero mi culpa por no responder correos electrónicos es manteniendo un horario de oficina. Una vez al mes, estoy disponible para que cualquiera pueda preguntarme cualquier cosa en mi sitio web, e intento dar respuestas reflexivas que luego publico para que cualquiera pueda verlas

Solo tienes que ser tan generoso como puedas, pero lo suficientemente egoísta para hacer tu trabajo

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



"Sobre todo, reconoce que si has tenido éxito, también has tenido suerte, y con la suerte viene la obligación. Tienes una deuda, y no solo con tus dioses. Tienes una deuda con los desafortunados."

-Michael Lewis

⑩ STICK AROUND.

DON'T QUIT YOUR SHOW.

Toda carrera está llena de altibajos, y al igual que con las historias, cuando estás en medio de vivir tu vida y tu carrera, no sabes si estás arriba o abajo ni qué está a punto de suceder. "Si quieres un final feliz", escribió el actor Orson Welles, "eso depende, por supuesto, de dónde termines tu historia". El autor F. Scott Fitzgerald escribió: "No hay segundos actos en la vida estadounidense", pero si miras a tu alrededor, te darás cuenta de que no solo hay segundos actos, sino que hay terceros, cuartos e incluso quintos. (Si lees los obituarios todas las mañanas, a estas alturas ya lo sabes).

Life and career

Las personas que consiguen lo que buscan suelen ser las que se quedan el tiempo suficiente. Es muy importante no renunciar prematuramente. El comediante Dave Chappelle estaba haciendo un concierto de stand-up en Dallas no hace mucho y comenzó a bromear sobre abandonar su lucrativo contrato con Comedy Central para su programa, Chappelle's Show. Dijo que le pidieron que fuera a una clase de secundaria y diera algunos consejos. "Supongo que, hagas lo que hagas, no abandones tu programa", dijo. "La vida es muy dura sin un programa, chicos".

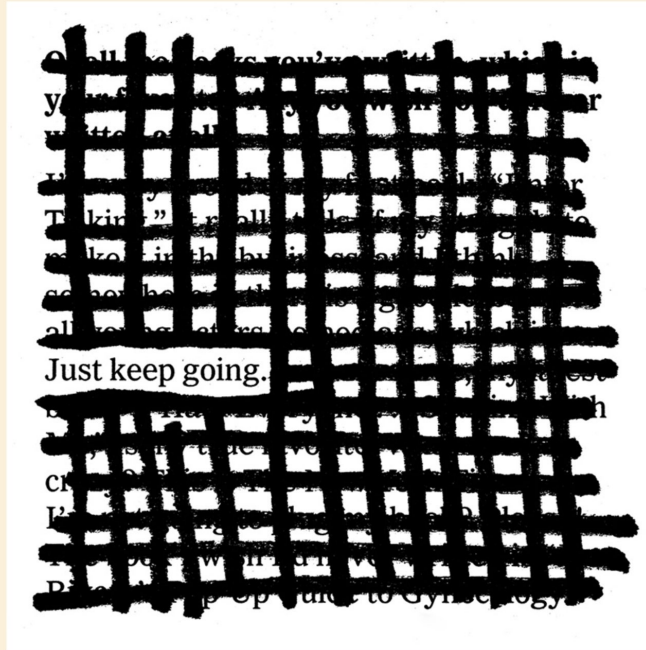
"En nuestro negocio no se renuncia", dice la comediante Joan Rivers. "Te aferras a la escalera. Cuando te corten las manos, agárrate con el codo. Cuando te corten los brazos, agárrate con los dientes. No renuncias porque no sabes de dónde vendrá el próximo trabajo".

"El trabajo nunca se termina, solo se abandona".

-Paul Valéry

No puedes planear nada; solo puedes dedicarte a tu trabajo, como escribió Isak Dinesen, «todos los días, sin esperanza ni desesperación». No puedes contar con el éxito; solo puedes dejar abierta la posibilidad de que ocurra y estar listo para subirte y dejarte llevar cuando venga por ti.

Una vez, mi compañero de trabajo John Croslin y yo regresamos de nuestra hora de almuerzo y el estacionamiento de nuestro edificio estaba completamente lleno. Dimos vueltas por el sofocante estacionamiento con algunos otros autos durante lo que pareció una eternidad, y justo cuando estábamos a punto de rendirnos, se liberó un lugar y John se detuvo. Al apagar el auto, dijo: «Tienes que jugar hasta la novena entrada, hombre». Un buen consejo tanto para el estacionamiento como para la vida en general.



CHAIN-SMOKE.

Hace unos años, había un reality show en Bravo llamado Work of Art, donde cada semana los artistas competían entre sí por dinero y la oportunidad de conseguir una exposición en un museo. Si ganabas el desafío de la semana, se te otorgaba inmunidad para la siguiente ronda y podías respirar un poco más tranquilo durante la semana siguiente. El presentador decía algo como: "Felicidades, Austin. Has creado una obra de arte. Tienes inmunidad para el próximo desafío".

¡Ojalá la vida fuera como un reality show! Como todo autor sabe, tu último libro no va a escribir el próximo por ti. Un proyecto exitoso o fallido no es garantía de otro éxito o fracaso. Ya sea que hayas ganado a lo grande o hayas perdido a lo grande, todavía tienes que enfrentarte a la pregunta "¿Qué sigue?"

Si observas a los artistas que han logrado carreras de por vida, detectas el mismo patrón: todos han sido capaces de perseverar, independientemente del éxito o el fracaso. El director Woody Allen ha promediado una película al año durante más de 40 años porque nunca se toma tiempo libre: el día que termina de editar una película es el día que comienza a escribir el guion de la siguiente. Bob Pollard, el cantante y compositor de Guided by Voices, dice que nunca sufre un bloqueo de escritor porque nunca deja de escribir. El autor Ernest Hemingway se detenía a mitad de una oración al final de su jornada laboral para saber por dónde empezar por la mañana. La cantautora Joni Mitchell dice que cualquier cosa que considere el punto débil de su último proyecto le inspira para el siguiente.

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



Suma todo esto y obtendrás una forma de trabajar que yo llamo fumar un cigarrillo tras otro. Evitas estancarte en tu carrera al no perder nunca el impulso. Así es como se hace: En lugar de tomar un descanso entre proyectos, esperar comentarios y preocuparse por lo que sigue, usa el final de un proyecto para impulsar el siguiente. Simplemente haz el trabajo que tienes delante y, cuando lo termines, pregúntate qué te perdiste, qué podrías haber hecho mejor o qué no pudiste hacer, y salta directamente al siguiente proyecto

"Trabajamos porque es una reacción en cadena, cada tema lleva al siguiente."
-Charles Eames



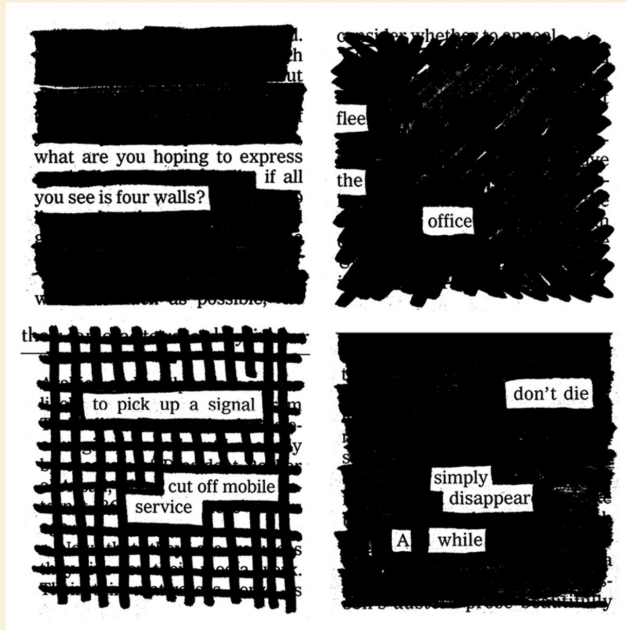
GO AWAY
SO YOU CAN
COME BACK.

"En el momento en que dejas de querer algo, lo consigues."
-Andy Warhol

Fumar un cigarrillo tras otro es una excelente manera de seguir adelante, pero en algún momento, podrías agotarte y necesitar buscar a alguien compatible. El mejor momento para encontrar uno es mientras te tomas un año sabático

El diseñador Stefan Sagmeister confía plenamente en el poder del año sabático: cada siete años, cierra su estudio y se toma un año libre. Su forma de pensar es que dedicamos los primeros 25 años de nuestras vidas aproximadamente al aprendizaje, los siguientes 40 al trabajo y los últimos 15 a la jubilación, así que ¿por qué no tomarnos 5 años libres de la jubilación y usarlos para dividir los años de trabajo? Dice que el año sabático ha resultado ser invaluable para su trabajo: «Todo lo que diseñamos en los siete años posteriores al primer año sabático tuvo sus raíces en el pensamiento realizado durante ese año sabático».

Yo también he experimentado este fenómeno: pasé mis dos primeros años después de la universidad trabajando en un trabajo de medio tiempo no exigente en la biblioteca, sin hacer nada más que leer, escribir y dibujar. Diría que he pasado los años transcurridos desde entonces ejecutando muchas de las ideas quiero ue tuve durante ese período. Ahora estoy llegando a mi punto álgido de los siete años, y me encuentro necesitando otro período para recargar energías e inspirarme de nuevo



Por supuesto, un año sabático no es algo que se pueda lograr sin ninguna preparación. Sagmeister dice que su primer año sabático le tomó dos años de planificación y presupuesto, y sus clientes fueron advertidos con un año completo de anticipación. Y la realidad es que la mayoría de nosotros simplemente no tenemos la flexibilidad en nuestras vidas para poder alejarnos de nuestro trabajo por un año completo. Afortunadamente, todos podemos tomar años sabáticos prácticos: descansos diarios, semanales o mensuales en los que nos alejamos de nuestro trabajo por completo. La escritora Gina Trapani ha señalado tres lugares principales para desconectar nuestros cerebros y tomar un descanso de nuestras vidas conectadas:

Viaje al trabajo. Un tren o vagón de metro en movimiento es el momento perfecto para escribir, garabatear, leer o simplemente mirar por la ventana. (Si viajas en coche, los audiolibros son una excelente manera de desconectar de forma segura). Viajamos dos veces al día y separamos muy bien nuestra vida laboral de nuestra vida familiar.

Ejercicio. Usar nuestro cuerpo relaja nuestra mente, y cuando nuestra mente se relaja, se abre a nuevos pensamientos. Súbete a la cinta de correr y deja volar tu mente. Si eres como yo y odias el ejercicio, consigue un perro; los perros no te dejarán escaparte sin hacer ejercicio un día.

Naturaleza. Ve a un parque. Haz una caminata. Cultiva tu jardín. Sal al aire libre. Desconéctate de todo lo electrónico.

Es muy importante separar tu trabajo del resto de tu vida. Como me dijo mi esposa: "Si nunca vas a trabajar, nunca podrás salir del trabajo".

"Cada dos o tres años, me tomo un descanso. De esa manera, siempre soy la chica nueva del burdel."

-Robert Mitchum



~~START OVER.~~
BEGIN AGAIN.

"Cada vez que Picasso aprendía a hacer algo, lo abandonaba."
-Milton Glaser

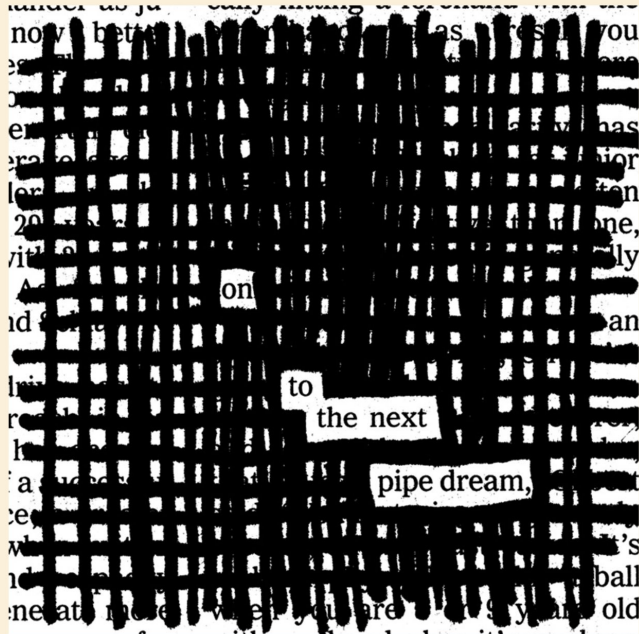
Cuando sientes que has aprendido todo lo que hay que aprender de lo que estás haciendo, es hora de cambiar de rumbo y encontrar algo nuevo que aprender para poder avanzar. No puedes contentarte con la maestría; tienes que esforzarte para volver a ser un estudiante. "Cualquiera que no se avergüence de quién era el año pasado probablemente no esté aprendiendo lo suficiente", escribe el autor Alain de Botton

El comediante Louis C.K. trabajó en la misma hora de material durante 15 años, hasta que descubrió que su héroe, George Carlin, desechaba su material cada año y empezaba desde cero. C.K. tenía miedo de intentarlo, pero una vez que lo hizo, lo liberó. "Cuando terminas de contar chistes sobre aviones y perros, y los desechas, ¿qué te queda? Solo puedes indagar más profundo. Empiezas a hablar de tus sentimientos y de quién eres. Y luego haces esos chistes y se acaban. Tienes que indagar más profundo". Cuando te deshaces de material viejo, te esfuerzas más y creas algo mejor. Cuando desechas trabajo viejo, lo que realmente estás haciendo es hacer espacio para trabajo nuevo

Tienes que tener el coraje de deshacerte del trabajo y repensar las cosas por completo. "Necesito derribar todo lo que he hecho y reconstruir desde cero", dijo el director Steven Soderbergh sobre su próximo retiro de la realización de películas. "No porque lo haya descubierto todo, simplemente he descubierto lo que no puedo descubrir y necesito derribarlo y empezar de nuevo."

La cuestión es que nunca se empieza de nuevo. No se pierde todo el trabajo anterior. Incluso si intentas dejarlo de lado, las lecciones que has aprendido de él se filtrarán en lo que hagas después

Así que no lo consideres como empezar de nuevo. Piensa en ello como empezar de nuevo. Regresa al capítulo uno, ¡literalmente!, y conviértete en un aficionado. Busca algo nuevo que aprender y, cuando lo encuentres, dedícate a aprenderlo abiertamente. Documenta tu progreso y compártelo a medida que avanzas para que otros puedan aprender contigo. Muestra tu trabajo y, cuando aparezcan las personas adecuadas, préstales mucha atención, porque tendrán mucho que mostrarte.



WHAT NOW?

¿Y AHORA QUÉ?

Conéctate y publica en qué estás trabajando ahora mismo con la etiqueta #showyourwork.

Planifica una noche de "¡Muestra tu trabajo!" con colegas o amigos. Usa este libro como guía: comparte trabajos en progreso y tus curiosidades, cuenta historias y enséñate unos a otros.

Regala una copia de este libro a alguien que necesite leerlo.

“BOOKS ARE MADE OUT OF BOOKS.” — CORMAC MCCARTHY

- Brian Eno, *A Year With Swollen Appendices*
- Steven Johnson, *Where Good Ideas Come From*
- David Byrne, *How Music Works*
- Mike Monteiro, *Design Is a Job*
- Kio Stark, *Don't Go Back to School*
- Ian Svenonius, *Supernatural Strategies for Making a Rock 'n' Roll Group*
- Sidney Lumet, *Making Movies*
- P.T. Barnum, *The Art of Money Getting*

"LOS LIBROS ESTÁN HECHOS DE LIBROS." - CORMAC MCCARTHY

Brian Eno, Un año con apéndices hinchados

Steven Johnson, De dónde vienen las buenas ideas

David Byrne, Cómo funciona la música

Mike Monteiro, El diseño es un trabajo

Kio Stark, No vuelvas a la escuela

Ian Svenonius, Estrategias sobrenaturales para crear un grupo de rock 'n' roll

Sidney Lumet, Hacer películas

P.T. Barnum, El arte de conseguir dinero

Y.M.M.V.
(*YOUR MILEAGE MAY VARY!)

Some advice can be a vice.

Feel free to take what you can use, and leave the rest.

There are no rules.

I show my work at: www.austinkleon.com

BEHIND THE SCENES



Show Your Work!: 10 Ways to Share Your Creativity and Get Discovered (Austin Kleon) (English Edition)

Austin Kleon

Calificación general

Haga una reseña de este libro en Amazon.



Recomendar este libro

¿Te ha gustado el libro? Recomiéndaselo a un amigo

Recomendar

Seguir al autor



Austin Kleon

+ Seguir

Más de Austin Kleon

BEHIND THE SCENES

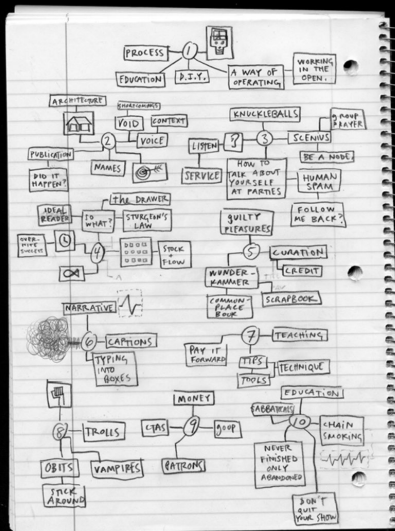
"Outtakes" from the process of making this book...

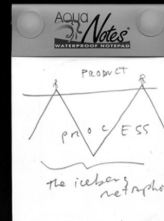
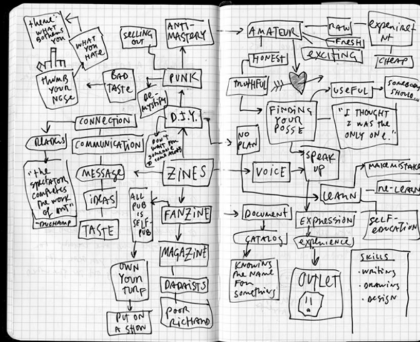
OUR OBITUARIES
ARE WRITTEN
BEFORE WE'RE DEAD.

BIG ART GETS
SMALL, SMALL
ART GETS
BIG.

INVENT ANOTHER
YOU—THEN YOU
CAN BLAME HIM.

FIRST, BE USEFUL,
THEN NECESSARY.





YOU FIND YOUR
VOICE BY
JOINING THE CHOIR.



FORGET THE BIG IDEA
LOTS OF LITTLE IDEAS.

"I'VE NEVER PLANNED
ANYTHING. I HAVEN'T
HAD ANY CAREER AT ALL.
I ONLY HAVE A LIFE."
- WERNER HERZOG

① PUBLIC
FILING
CABINET.

HIDE +
SEEK

THE BEST THING TO DO IS
CLICK PUBLISH AND WALK AWAY.
CLOSE THE LAPTOP AND GO BACK
TO WORK. IN THE MORNING, YOU
CAN RETURN, LIKE A ^{HUNTER}~~TRAPPER~~
CHECKING HIS TRAPS, TO SEE IF
ANYBODY HAS TAKEN THE BAIT.

THE DRAWER

HUMANS DREAM OF TIME-TRAVEL
WHEN IT'S ACTUALLY AT OUR FINGER-
TIPS.

A DRAWER IS A KIND OF TIME
MACHINE. WHEN YOU'VE FINISHED
A PIECE OF WORK, YOU DON'T
KNOW RIGHT AWAY IF IT'S ANY
GOOD, BECAUSE YOU'RE TOO CLOSE TO
IT. ^{IT'S TOO FAMILIAR} YOU MUST BECOME AN EDITOR,
WHEN YOU'RE STILL THE CREATOR.

YOU MUST, SOMEHOW ESTRANGE
YOURSELF FROM WHAT YOU'VE MADE.
THE EASIEST WAY TO DO THIS IS
TO PUT IT AWAY AND FORGET ABOUT IT.

HOW TO TALK ABOUT YOURSELF AT PARTIES

"JUST BE YOURSELF" IS TERRIFIC
ADVICE IF, UNLIKE ME, YOU
HAPPEN TO BE NATURALLY GIFTED
AND PLEASANT TO BE AROUND.

COURTESY OF ALEXA IS EASY, BUT SHARPENING
YOUR OWN MEANS IS HARD.

LOOK AT THE NUMBERS,

BUT BE BRAVE ENOUGH TO
IGNORE THEM. ^{IT'S OKAY TO LET} ~~FORGET~~ RESPONSES

TO YOUR WORK ~~AND~~ PUSH ^{IT} ~~YOUR~~ IN
DIFFERENT DIRECTIONS, BUT IT HELPS
ALWAYS KEEP AN EYE ON YOUR
TO ~~FORGET~~ AN INTERNAL COMPASS, SO
YOU DON'T GET LOST IN THE WOODS.

THE GULF

THERE'S A PERIOD OF TIME,
ACCORDING TO JONATHAN
LETHEM. ~~AT~~ A PLACE AFTER
YOU'VE FINISHED SOMETHING
AND BEFORE YOU'VE PUBLISHED
IT, IN WHICH IT NO LONGER
BELONGS TO YOU, BUT IT
DOESN'T BELONG TO THE AUDIENCE
YET, EITHER. HE CALLS THIS
"THE GULF." IT'S AN UNSETTLING
PLACE.

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

WHAT IF WE GIVE IT AWAY?

EVERY LITTLE PIECE OF
YOURSELF ONLINE IS A POTENTIAL
RABBIT HOLE FOR SOMEONE
TO STUMBLE DOWN....

HARRIX?

→ MOST ART WE LOVE ~~ONLINE~~
HAS THE EXACT QUALITIES
WE'RE AFRAID OF RECREATING
IN OUR OWN WORK:
~~IMPERSONAL, VULNERABLE~~
IT'S IMPERSONAL, VULNERABLE,
POTENTIALLY REPRODUCIBLE,
EASILY COPIED, ETC.

NO ONE CURRENTLY LIKES THIS.

spent most of the year

me

the

Internet

YOUR DUMBEST IDEA COULD BE
THE ONE THAT TAKES OFF:

MANY OF THE MOST POPULAR THINGS
I'VE POSTED ONLINE STARTED AS
STUPID IDEAS.

~~THIS IS THE ONE THING ABOUT
THE DRAWING - SOMETIMES YOU
EDIT TOO MUCH - SOMETHING
B/C YOU'RE AFRAID OF IT BEING
WORTHLESS TO LOOK STUPID...~~

NOT-KNOWING IS THE ENGINE
THAT CREATIVITY RUNS ON.
SOME OF MY BEST IDEAS AT THE
BEGINNING, I LITERALLY CAN'T
TELL IF THEY'RE SLIGHT OR PROFOUND.

SEP 2012

THANK YOU

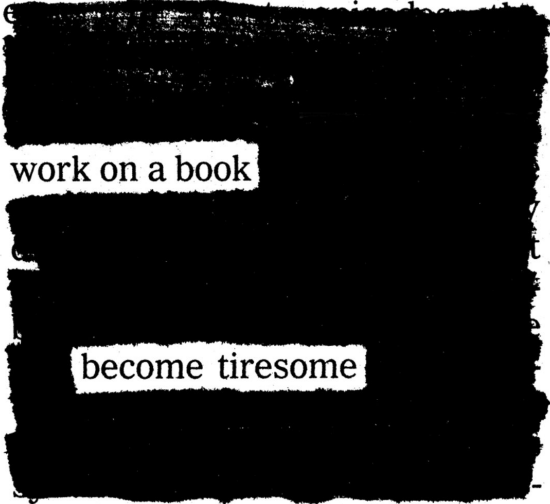
.....

.....

▲ ◆

.....

— — —

A large, dark, textured rectangular area, possibly representing a book cover or a piece of paper, with two white rectangular labels. The top label contains the text "work on a book" and the bottom label contains the text "become tiresome".

work on a book

become tiresome

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

NOTES & ILLUSTRATION CREDITS

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...



ABOUT THE AUTHOR



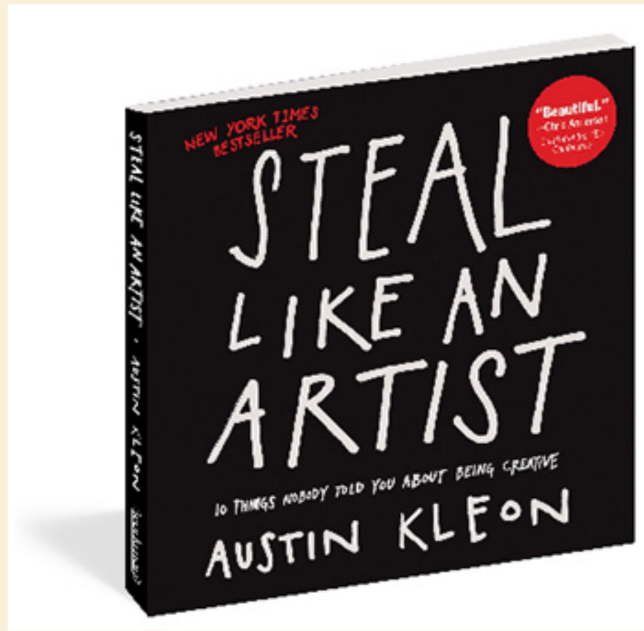
BLUE LILY PHOTOGRAPHY

Austin Kleon is a writer who draws. He is the author of the national bestseller [*Steal Like an Artist*](#) and the redacted poetry collection *Newspaper Blackout*. He speaks frequently about creativity in the digital age for SXSW, TEDx, *The Economist*, and more, and his work has been featured in *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, and on NPR and PBS. He lives in Austin, Texas, and online at austinkleon.com.

SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

UNLOCK YOUR CREATIVITY





SHOW YOUR WORK!: 10 WAYS TO SHARE YOUR CREATIVITY AND GET DISCOVERED (A...

Click [here](#) to buy *Steal Like an Artist*.

Copyright © 2014 by Austin Kleon

All rights reserved. No portion of this book may be reproduced—mechanically, electronically, or by any other means, including photocopying—without written permission of the publisher.

Published simultaneously in Canada by Thomas Allen & Son Limited.

Library of Congress Cataloging-in-Publication Data is available.

eISBN 978-0-7611-8136-1

Workman books are available at special discounts when purchased in bulk for premiums and sales promotions as well as for fund-raising or educational use. Special editions or book excerpts can also be created to specification. For details, contact the Special Sales Director at the address below, or send an email to specialmarkets@workman.com.

Workman Publishing Co., Inc.
225 Varick Street
New York, NY 10014-4381
workman.com

Workman is a registered trademark of Workman Publishing Co., Inc.
