Introducción
UN MAPA FÁCIL DE SEGUIR

Ahora más que en ningún momento de la historia,
la humanidad se enfrenta a una encrucijada.
Un camino lleva a la desesperación más absoluta.
El otro, a la extinción total.
Oremos para tener la sabiduría de elegir correctamente
Woody Allen

Cuando ellos me dijeron Canadá,
yo pensaba que sería algún lugar perdido en las montañas
Marilyn Monroe

¿Dónde estoy? Estoy en una cabina telefónica
en la esquina de Cruzar y No Cruzar
Desconocido

Mi hermano escribe editoriales para un periódico importante. Yo escribo publicidad para una importante agencia publicitaria. Ninguno de los dos comprende cómo el otro hace lo que hace.

"¿Cómo puedes escribir editoriales sobre 20 temas diferentes que interesen a tus lectores?", le pregunto. "¿Cómo consigues las ideas?"

"¿Cómo puedes escribir 20 anuncios diferentes sobre una naranja *Sunkist*?", me pregunta. "¿Cómo consigues las ideas?"

En realidad, es posible que ambos utilicemos, sin saberlo, las mismas técnicas. En definitiva, todos las personas que conozco que analizan y contrastan ideas coinciden conmigo en los procedimientos a seguir para conseguirlas.

En su libro A Technique for Producing Ideas, James Webb Young describe un método de cinco pasos para generar ideas.

En primer lugar, la mente tiene que “reunir su materia prima.” En el ámbito publicitario, esta materia prima incluye “conocimientos específicos sobre los productos y las personas, (y) conocimientos generales sobre la vida y los acontecimientos.”

En segundo lugar, la mente realiza el “proceso de masticar esos materiales”.

En tercer lugar, “se olvida de todo el asunto y aleja de su mente el problema; cuanto más lejos, mejor.”

En cuarto lugar, “la idea surgirá de la nada”.

En quinto lugar, usted “trae su pequeña idea recién nacida al mundo de la realidad” y comprueba cómo le va.

Helmholtz, filósofo alemán, decía que él utilizaba tres pasos para conseguir nuevos pensamientos.

El primero era la “*Preparación*”, el tiempo durante el cuál él investigaba el problema “en todas las direcciones” (segundo paso de Young).

El segundo era la “*Incubación*”, cuando no pensaba conscientemente en el problema (tercer paso de Young).

El tercero era la “*Iluminación*”, cuando las “ideas felices se presentan inesperadamente, sin esfuerzo, como una inspiración” (cuarto paso de Young).

Moshe F. Rubinstein, especialista en solución de problemas científicos de la Universidad de California, afirma que la solución de un problema implica cuatro fases diferentes:

- Fase 1: *Preparación*. Usted revisa los elementos del problema y estudia sus relaciones (pasos uno y dos de Young).
- Fase 2: *Incubación*. A menos que haya sido capaz de resolver el problema de inmediato, lo deja descansar. En esta fase, quizás se sienta frustrado porque no ha sido capaz de encontrar una respuesta y no ve la manera de encontrarla (tercer paso de Young).
- Fase 3: *Inspiración*. Usted siente una chispa de entusiasmo a medida que aparece de repente la solución o el posible camino a seguir (cuarto paso de Young).
- Fase 4: *Verificación*. Usted comprueba la solución para determinar si realmente funciona (quinto paso de Young).

En su libro *Predator of the Universe: The Human Mind*, Charles S. Wakefield dice que hay "una serie de etapas mentales (cinco) que identifican el acto creativo."

Primero, "la toma de conciencia del problema".

Segundo, "la definición del problema".

Tercero, "una saturación del problema y de la información sobre los hechos que le rodean" (pasos uno y dos de Young).

Cuarto, "el período de incubación y calma en la superficie" (tercer paso de Young).

Quinto, "la explosión, la idea mental, el salto súbito más allá de la lógica, más allá de los pasos habituales para las soluciones normales" (cuarto paso de Young).

Sin embargo, a pesar de que, en términos generales, todos ellos coinciden en los pasos que debe dar para generar una idea, ninguno aborda a fondo las condiciones en que debe encontrarse para poder dar esos pasos. Y si usted no está en condiciones, da igual que conozca los pasos; nunca generará las ideas que es capaz de conseguir.

Decirle a la mayoría de las personas que generen una idea es parecido a decirle a un niño de primero de primaria que determine el valor de x cuando $x + 1 = 2x + 4$, o decirle a alguien cuyas piernas son débiles cómo son los saltos de altura. De la misma manera que usted tiene que saber álgebra para poder resolver una ecuación, y tener unas piernas fuertes para poder realizar saltos de altura, usted tiene que condicionar su mente antes de poder generar una idea.

El primer capítulo de este libro intenta definir lo que es una idea. Los ocho siguientes le hablan de la manera de condicionar su mente. Puede leerlos en cualquier orden.

2. Diviértase.
3. Conviértase en alguien proclive a las ideas.
4. Fije su mente en las metas.
5. Recupere la ingenuidad y espontaneidad del niño.
6. Consiga más insumos.
7. Sáquele todo el jugo a su coraje.
8. Replantéese su línea de pensamiento.
9. Aprenda a combinar.

Por necesidad, yo hablo de estas cosas siguiendo una secuencia. Pero todas ellas deben suceder en su vida de manera simultánea, ya que condicionar su mente para generar ideas no es algo que usted pueda hacer y, a continuación, dejar de hacer. Es una actividad de por vida; un trabajo que nunca termina, una meta que nunca alcanza.

Los capítulos diez a catorce hablan de un procedimiento para generar ideas que *debe* seguir una secuencia.

Aunque utilizo palabras diferentes, normalmente coincido con Young (dos excepciones: yo añado un paso, la necesidad de definir el problema; y combino sus pasos tres y cuatro, porque a mí me parecen un solo paso, no dos).

Para algunos, mi último paso (y el de Young) no da la sensación de formar parte del proceso de conseguir una idea, pero sí que lo es, ya que una idea no es una idea hasta que sucede algo con ella.

10. Defina el problema.
11. Reúna la información.
12. Busque la idea.
13. Olvídese de ella.
14. Póngala en práctica

Sin embargo, antes de comenzar, tenemos que hacernos una pregunta. Y recibir una respuesta.