

## BLOQUEO CREATIVO EN DISEÑO PUBLICITARIO

### **Autor/es:**

Docente: Lic. Iver Ródrigo Romero Frias

Estudiante: Mercado Alvarez Jemima Magela

### **Filiación:**

Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca

Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat, Carrera de Arte y Diseño Gráfico

### **Resumen**

El artículo "Bloqueo Creativo en diseño" aborda los desafíos que enfrentan los creativos publicitarios al experimentar bloqueos creativos, destacando la importancia de comprender y superar este obstáculo para mantener la productividad y la innovación. Se identifican diversas causas del bloqueo, como el estrés, la frustración, el perfeccionismo, la falta de motivación y la comparación con otros, que afectan negativamente la capacidad creativa. El estudio también explora estrategias efectivas para superar estos bloqueos, incluyendo la creación de rutinas creativas, la colaboración, la experimentación y la toma de pausas. La investigación concluye que comprender las causas del bloqueo creativo y aplicar métodos proactivos es esencial para mantener un flujo constante de ideas y garantizar el éxito en el ámbito publicitario.

## Bloqueo Creativo en diseño publicitario

Escribe aquí tu texto Escribe aquí tu texto.

### Contexto y Relevancia del Bloqueo Creativo

El bloqueo creativo es un desafío bien conocido en el mundo del diseño publicitario, donde la capacidad de generar ideas frescas es crucial para el éxito de las campañas. En un entorno competitivo y con altas expectativas, los creativos a menudo se encuentran estancados, lo que puede afectar tanto su rendimiento como su bienestar. La creatividad, que es esencial para desarrollar campañas efectivas, puede verse bloqueada por factores como el estrés, la presión por resultados perfectos y la falta de motivación. Este tipo de bloqueo no solo impide la generación de ideas innovadoras, sino que también puede afectar negativamente la moral del equipo y la efectividad de las campañas. Entender el contexto y las causas del bloqueo creativo es clave para encontrar estrategias que ayuden a los creativos a superar estos obstáculos y mantener un flujo continuo de innovación.

### Problema de Investigación

Esta investigación busca comprender cómo superar el bloqueo creativo en el ámbito publicitario, un problema que afecta a muchos profesionales del sector. Según Kleon (2019), la creatividad necesita tanto conexión con otros como momentos de desconexión para reflexionar y crear. Este enfoque subraya la importancia de equilibrar la interacción social con tiempo personal para fomentar la creatividad. El objetivo principal de este estudio es explorar cómo los equipos creativos en agencias publicitarias manejan y superan el bloqueo creativo. La investigación pretende identificar las soluciones prácticas que se utilizan en las agencias para estimular la creatividad y superar el estancamiento. Para ello, se revisará la literatura existente y se realizarán entrevistas con profesionales del sector. Se abordarán preguntas específicas sobre las causas del bloqueo, cómo se manifiesta y cuáles son las estrategias más efectivas para mantener un flujo creativo constante.

La búsqueda de la creatividad, según Kleon (2019), implica tanto conexiones (estar conectado con otros para inspirarse y compartir el trabajo) como momentos de desconexión. Es necesario apartarse lo suficiente del mundo para reflexionar, practicar y crear algo que valga la pena compartir con los demás.

Esta perspectiva plantea la importancia de ciertos elementos en nuestra capacidad creativa y cómo estos pueden desembocar en un bloqueo creativo. De este planteamiento surge el objetivo general de este estudio: comprender cómo superar un bloqueo creativo en el ámbito publicitario, específicamente analizando cómo los miembros del departamento creativo de una agencia publicitaria enfrentan y resuelven situaciones de estancamiento y bloqueo creativo.

En resumen, el propósito principal de esta investigación es identificar las soluciones, ya sean procedimientos, técnicas, dinámicas u otras estrategias, que se utilizan en el día a día de las agencias creativas para fomentar la creatividad (Panadés Gil, 2021a).

Además, a partir de la definición del objetivo general emergen objetivos específicos y preguntas de investigación derivadas de estos, los cuales se abordarán a través de la revisión de la literatura existente y la realización de entrevistas estructuradas y semiestructuradas con catorce profesionales del sector creativo publicitario.

### **Objetivos de la Revisión:**

Evaluar el estado actual del conocimiento y sintetizar la literatura existente sobre el tema, identificando las principales teorías, enfoques y hallazgos relevantes.

### **Pregunta de Investigación:**

¿Cuáles son las causas, manifestaciones y estrategias de intervención del bloqueo creativo según la literatura existente?

En cuanto a la metodología. La revisión bibliográfica se centró en el bloqueo creativo en el diseño, analizando y sintetizando la literatura existente para proporcionar una visión actualizada sobre sus causas, manifestaciones y estrategias de intervención. Esta investigación se clasificó como una revisión bibliográfica destinada a evaluar y resumir los estudios relevantes en el campo.

### **Resultados**

En este segmento se presentan los hallazgos de la investigación a través de la respuesta a las diversas interrogantes planteadas, tanto de las causas como de las técnicas para superar el bloqueo creativo.

## Causas del bloqueo creativo

### Bloqueos emocionales

#### Estrés y Ansiedad

El estrés y la ansiedad son elementos clave que pueden bloquear la creatividad. La presión por cumplir con plazos estrictos y altas expectativas genera tensión, dificultando el pensamiento creativo. La literatura sugiere que el estrés interfiere con la concentración y la generación de ideas, creando un ciclo de frustración y bloqueo (Dallas, 2023).

#### Perfeccionismo

El perfeccionismo puede conducir a la parálisis creativa al buscar resultados impecables, lo cual puede obstaculizar la generación de ideas debido al temor a cometer errores (Dallas, 2023).

El perfeccionismo actúa como un obstáculo considerable para la creatividad. Quienes persiguen resultados perfectos tienden a sentirse insatisfechos con sus ideas iniciales, lo que puede llevar a la procrastinación y a evitar proyectos creativos. Este temor a no alcanzar un estándar ideal puede restringir la generación de ideas y ocasionar un bloqueo (Deividart, 2020).

#### Falta de Motivación

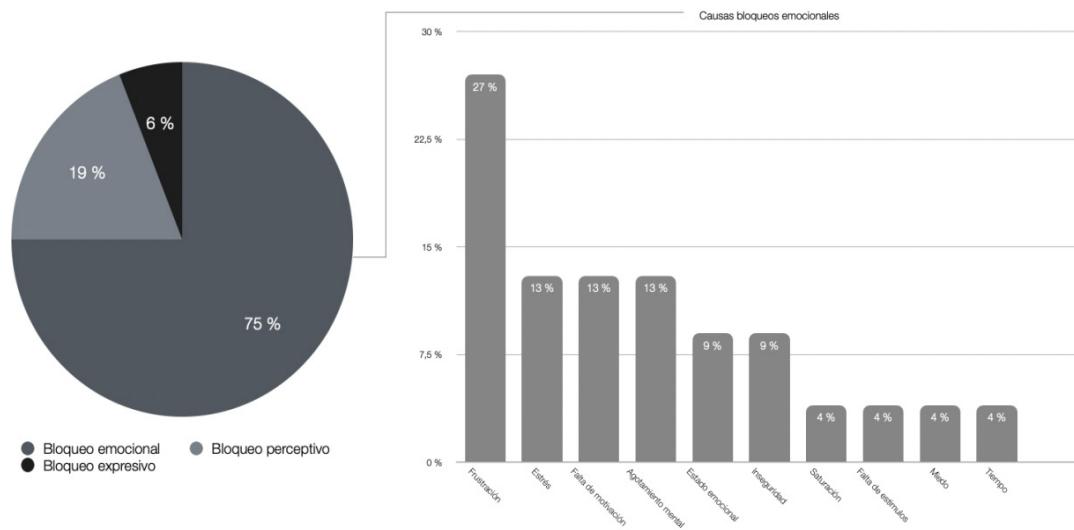
La falta de interés o motivación hacia un proyecto específico puede ser otra razón para el bloqueo creativo. Cuando los diseñadores no se sienten comprometidos con su trabajo, es más probable que tengan dificultades para generar ideas. La motivación es fundamental para la creatividad, y su ausencia puede disminuir la producción creativa (Deividart, 2020) (Dallas, 2023).

#### Comparación con Otros

Compararse con el trabajo de otros puede afectar negativamente la autoconfianza de los creativos, generando sentimientos de inferioridad y desánimo. Esta comparación puede crear un bloqueo emocional que impide el surgimiento de ideas originales (Deividart, 2020).

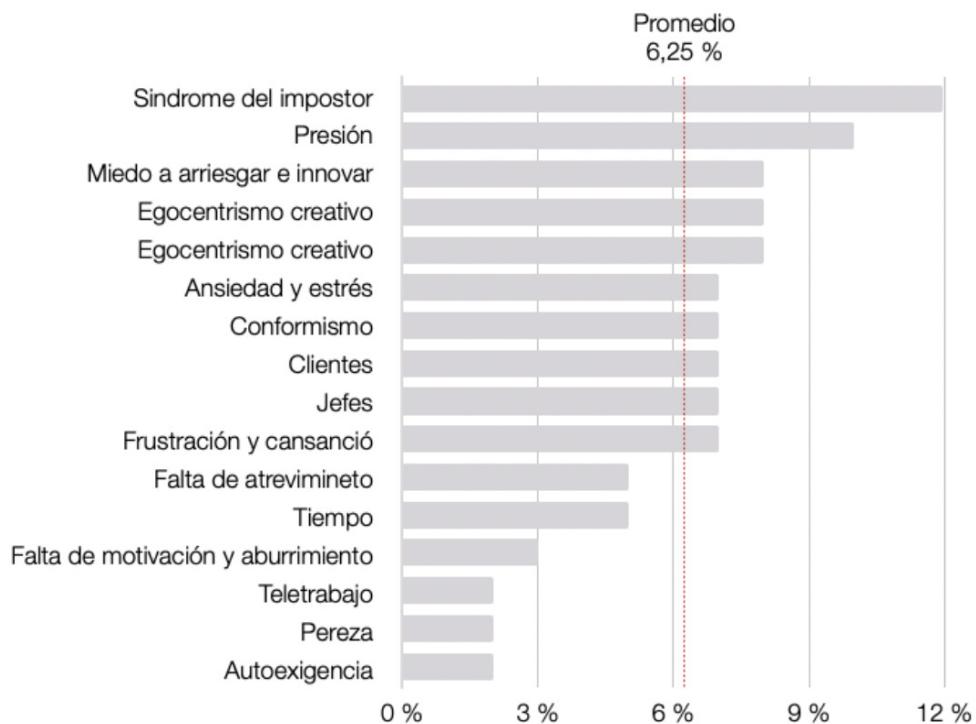
**Figura 1**

*Bloqueos creativos predominantes en el sector de la creatividad publicitaria.*



*Fuente: Panadés Gil (2021b).*

En la figura 1 se aprecia que el bloqueo emocional es el principal problema entre los creativos del sector (75%), siendo la frustración la causa más común (27%). La frustración surge porque la creatividad publicitaria depende de muchos factores externos, lo que hace que el proceso sea largo y repetitivo. El estrés (13%) también es una causa significativa, especialmente relacionado con los plazos de entrega, aunque algunos creativos lo encuentran estimulante. El agotamiento mental (13%) ocurre por la repetitividad del trabajo, mientras que la falta de motivación (13%) se da cuando los creativos sienten que no pueden avanzar o que han perdido su creatividad.

**Figura 2***Los principales enemigos de la creatividad*

Fuente: Panadés Gil (2021b).

Según Panadés Gil (2021b) En respuesta a la pregunta de esta investigación, se identificaron varios obstáculos que los creativos enfrentan con mayor frecuencia, basados en sus experiencias y valoraciones personales. Según los datos recogidos, el obstáculo más mencionado, con un 12% de coincidencia, es el síndrome del impostor. Le siguen la presión, el miedo a arriesgarse e innovar, y el egocentrismo creativo, cada uno con un 9% de coincidencia. Otros factores como la ansiedad y el estrés, el conformismo, las exigencias de clientes y jefes, así como la frustración y el cansancio mental, fueron citados por un 7% de los encuestados, completando la lista de los principales obstáculos para la creatividad.

Es importante destacar también otros factores que, aunque no alcanzaron un alto nivel de coincidencia, fueron mencionados por los creativos entrevistados. Entre ellos se encuentran la falta de atrevimiento y el manejo del tiempo, ambos con un 5%; la falta de motivación o el aburrimiento, y la carencia de referencias creativas, cada uno con un 4%; así como las dificultades asociadas al entorno de teletrabajo, la pereza, y la autoexigencia, mencionados por un 2% de los participantes.

## Saturación Mental

La sobrecarga de trabajo y la falta de descanso pueden llevar al agotamiento mental, limitando la capacidad de innovar. Tener demasiadas tareas puede causar confusión y desmotivación, lo que agrava el bloqueo creativo.

## Bloqueos perceptivos

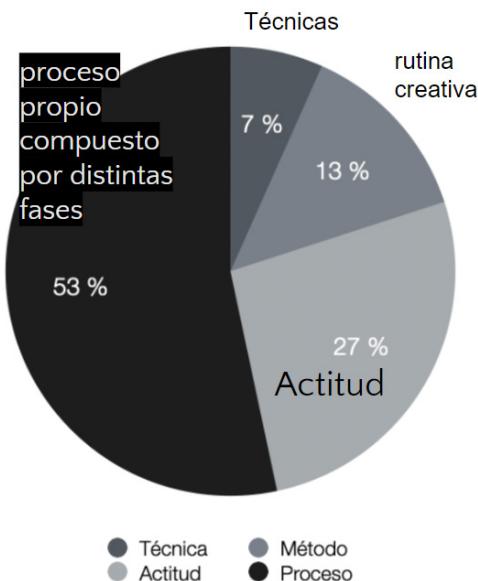
Los obstáculos perceptivos constituyen barreras que impiden a los individuos resolver un problema al dificultar la percepción clara del mismo o de la información necesaria para abordarlo (Adams, 1986, p.27). Según Valqui (2009), estos obstáculos son provocados por la visión y la manera en la que se percibe el entorno, creando una barrera restrictiva que limita la creatividad. Así, es evidente que la capacidad creativa está condicionada por factores como los “medios de comunicación a los que se accede, la ciudad en la que se habita, los lugares que se visitan, las amistades y el trabajo, entre otros” (Julián et al., 2010, p.169).

## Falta de información

Un elemento que también es clave para que se tenga el bloqueo creativo es la falta de información, la incertidumbre es principalmente generada por la escasa información proporcionada por el cliente o la insuficiente investigación realizada. El diseñar sin una base sólida de los requerimientos y atributos finales pueden generar bloqueo creativo.

## Estrategias de Intervención

Existen numerosas técnicas, de las cuales se aprecia en la Figura 2, el proceso propio tiene el 53%, la actitud el 27%, método, rutina creativa el 13% y Técnicas el 7%. De esta manera se identifica que no se tratan de técnicas creativas clásicas de manual, sino que consisten en técnicas más naturales en relación con intentar cambiar el estado mental y salir de las clásicas percepciones concebidas.

**Figura 3***Recursos más utilizados para salir de un bloqueo*

### Cultivar Hábitos Creativos

Incorporar actividades creativas en tu rutina diaria puede ser un antídoto eficaz contra el bloqueo creativo. Como señala (Csikszentmihalyi, 1998), establecer hábitos sólidos no solo refuerza la disciplina, sino que también mantiene un flujo constante de ideas frescas.

### Técnicas de Relajación

Incluir técnicas de relajación como la meditación o ejercicios de respiración en tu día a día puede ser fundamental para reducir el estrés y la ansiedad que a menudo bloquean la creatividad. Requena Ocaña (2020) destacan que la práctica de la atención plena permite a la mente relajarse y abrirse a nuevas ideas, facilitando así el proceso creativo.

### Fomentar la Colaboración y el Brainstorming

Colaborar con otros y participar en sesiones de *brainstorming* puede ser un catalizador para nuevas ideas. La colaboración permite el intercambio de perspectivas y enfoques diversos, lo que a menudo desencadena un desbloqueo creativo.

## Experimentación

Explorar nuevas técnicas, estilos o medios puede revitalizar tu creatividad. Probar diferentes enfoques es una forma poderosa de liberar la mente y generar ideas innovadoras. Runco (Salinas, 2008) sugiere que la experimentación es esencial para fomentar la creatividad y superar bloqueos.

## Tomar Pausas

A veces, lo más productivo que puedes hacer es dar un paso atrás. Alejarte temporalmente de tu trabajo y dedicar tiempo a actividades recreativas puede proporcionar la perspectiva necesaria para que las ideas vuelvan a fluir. La investigación respalda que tomar pausas regulares es beneficioso para la creatividad, permitiendo que la mente se recargue y regenere.

## Discusión y conclusiones

El bloqueo creativo es una experiencia que muchos enfrentan, y puede ser provocado por factores como el estrés, el perfeccionismo o la falta de inspiración. Cuando esto ocurre, puede afectar tanto la productividad como la confianza en uno mismo. Sin embargo, hay diversas maneras de superar este obstáculo. Crear rutinas diarias, colaborar con colegas, explorar nuevas técnicas y tomarse un descanso son métodos efectivos para reavivar la creatividad. Comprender qué desencadena y cómo se manifiesta el bloqueo creativo es clave para abordarlo de manera proactiva y mantener el flujo creativo en movimiento.

## Referencias Bibliográficas

Csikszentmihalyi, M. (1998). Implications of a Systems Perspective for the Study of Creativity. En R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 313-336). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807916.018>

Dallas, Á. (2023, noviembre 6). *Supera el bloqueo creativo con 5 herramientas divertidas.* <https://close.marketing/blog/marketing-online/bloqueo-creativo/>

Deividart. (2020, enero 4). *En qué consiste el bloqueo creativo y las causas que lo generan.* Deividart- Blog de diseño gráfico y diseño/desarrollo web. <https://www.deividart.com/blog/bloqueo-creativo/>

Panadés Gil, J. (2021a). *Cómo superar un bloqueo creativo: Una perspectiva publicitaria*. <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/23334>

Panadés Gil, J. (2021b). *Cómo superar un bloqueo creativo: Una perspectiva publicitaria*. [https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/23334/PanadesGilJudit\\_Treball.pdf?sequence=1](https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/23334/PanadesGilJudit_Treball.pdf?sequence=1)

Requena Ocaña, J. F. (2020). *Respiración creativa: Fomento de la creatividad mediante técnicas de relajación y meditación*. <http://crea.ujaen.es/jspui/handle/10953.1/15250>

Salinas, P. A. (2008). *Desarrollo de habilidades de innovación y creatividad en estudiantes universitarios de ingenierías. Doctorado en Innovación y Tecnología Educativas*. <http://hdl.handle.net/11285/572482>