
LA MUSA Y EL DISEÑADOR GRÁFICO: UN SER PROCRASTICAZ ¿MITO O REALIDAD?

SUESCUN VALERO, Ingrid Lissette

Ingeniera Industrial, Licenciada en Diseño Gráfico, M.Sc en Gerencia Empresarial, participante del Doctorado en Ciencias Organizacionales de la Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela. Profesora Agregado, Jefa del Departamento de Diseño Gráfico, Coord. Grupo de Actividades Interdisciplinarias Aplicadas (GAIA). Escuela de Artes Visuales y Diseño Gráfico. Facultad de Arte. ULA.
E-mail: suescuningrid81@gmail.com.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3267-2528>

Recibido: 11-04-2023

Revisado: 24-05-2023

Aceptado: 31-05-2023

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo dar a conocer la importancia que tiene la procrastinación en el Diseño Gráfico. Se presenta una visión desde la revisión documental sobre la procrastinación y su relación con el ámbito artístico, desde la capacidad creadora en analogía con las Musas de la mitología griega, describiéndose la incidencia que posee la procrastinación en la resolución de problemas y su afectación en el desempeño profesional del diseñador; el cual, se caracteriza por trabajar a contra reloj y bajo presión, en el devenir común del “hacer”, que sustenta la identidad de quien crea, aunado a la seguridad, autoeficacia y adaptabilidad ante los distintos entornos dentro de la sociedad, donde la inspiración viene dada por el autoconocimiento de sí mismo con respecto a la realización de actividades que el tiempo abraza realmente en un corto plazo, atribuyendo a la Musa parte de la inspiración acertada y positiva del imaginario, desde los distintos campos de acción del Diseño Gráfico.

Palabras Clave: diseño gráfico, procrastinación.

THE MUSE AND THE GRAPHIC DESIGNER: A PROCRASTINATOR ¿MYTH OR REALITY?

ABSTRACT

This objective of this article is to make known the importance of procrastination in graphic design. A vision is presented from the documentary review on procrastination and its relationship with the artistic field, from the creative capacity in analogy with the Muses of Greek mythology, describing the incidence that procrastination has in problem solving and its affectation in the professional performance of the designer; which is characterized by working against the clock and under pressure, is the common becoming of “doing”, that sustains the identity of those who create, coupled with security, self-efficacy and adaptability to different environments within society, where inspiration comes from self-knowledge of oneself with respect to carrying out activities that time really embraces in a short time, attributing to the Muse part of the correct and positive inspiration of the imaginary, from the different fields of action of graphic design.

Keywords: graphic design, procrastination

**"La inspiración existe,
pero tiene que encontrarte trabajando"**
Pablo Picasso

1. INTRODUCTION

La procrastinación como cultura de aprendizaje, tiene su incidencia en la dimensión espacio-tiempo que juegan un papel importante en el rol del diseñador gráfico en la sociedad; en la cual, el diseñador crea productos con el fin de comunicar visualmente y ostenta ante “hacer”, al jugar con el tiempo en cuanto al cumplimiento de actividades y creación de productos gráficos. Este profesional, se destaca por ser procrastinador, pues la mayoría son de ritmo circadiano búho o nocturnos, y tienden a dejar la resolución de sus proyectos sobre la fecha prevista. El diseñador prefiere trabajar en solitario a la luz de la luna y ésta capacidad es determinante en su profesión, pues la mayoría logra canalizar el trabajo a presión junto a la creatividad, incidiendo de forma positiva en la autoeficacia y trascendencia del diseñador dentro de su entorno.

En tal sentido, es importante que el diseñador tenga consciencia del riesgo que implica ser procrastinador y debe tener la capacidad para accionar hacia la procrastinación efectiva o la procrastinación, aprender a gerenciar el uso correcto del tiempo ante proyectos inmediatos que permitan desarrollar otras capacidades fortaleciéndose incluso, desde la academia a partir de la asignación de actividades disruptivas que pongan a prueba, la capacidad de resolución de problemas a corto plazo.

2-. El Diseñador Gráfico: Un Ser procrastinador

La procrastinación consiste en la tendencia generalizada a aplazar el inicio y/o finalización de tareas planificadas para ser realizadas en un tiempo determinado (Díaz-Morales, 2018), diferir o aplazar (RAE, 2022) como definición del término; conducta que se ha catalogado por diversos autores de manera constante como negativa. Ahora bien, en oposición a esa única visión nefasta de la procrastinación, Ostoich, (2020), señala desde una mirada humanística en su tesis doctoral “El ser humano hipermoderno entre la dimensión espacio-tiempo y la

felicidad”, a la procrastinación desde otro enfoque, dejando la posibilidad del manejo o gestión adecuada del tiempo con una perspectiva de autoeficacia señalando que actualmente el ser humano está destinado a la perfección, a trascender y transformarse desde su esencia, donde el Ser existe, consiste y coexiste como sustancia, en la construcción social del tiempo en un contexto hipermoderno.

En tal sentido, (Ostoich, 2020), propone la procrastinación como una cultura de aprendizaje que contribuye al desarrollo del Ser en el espacio-tiempo y como vía para su trascendencia y la felicidad dentro del cual, la autoeficacia forma parte del constructo, referido a postergar tareas para mañana bajo la sinceración propia del “poder hacer” de forma correcta y diligente a través de la autorregulación. La procrastinación en consecuencia, es la sustitución o postergación de tareas, reemplazando unas por otras de forma organizada, estructurada y eficaz con el ánimo de producir el efecto deseado o cumplimiento de las metas propuestas (Ostoich,2020:139).

Desde la visión (Ostoich, 2020), se concibe la procrastinación como “la creencia de poder dejar para mañana y ser eficaz”; por ello, se desarrolla este apartado a fin de dar a conocer como el diseñador puede ser un procrastinador eficaz. Los procrastinadores están generalmente mal vistos, pero en algunas ocasiones procrastinar puede ser productivo y todo dependerá del enfoque o las consecuencias que pueda traer dicha acción en el entorno en el que se desenvuelva el sujeto considerado procrastinador (Ostoich, 2018:171).

(Perry, 2012) por su parte, en su texto la procrastinación eficiente señala que, la procrastinación estructurada, es una estrategia asombrosa que convierte a los procrastinadores en seres humanos efectivos, respetados y admirados por todo lo que logran hacer y por el buen uso que hacen del tiempo. Según Perry, todos los procrastinadores posponen cosas que tienen que hacer. Es el arte de conseguir que este rasgo negativo trabaje en tu favor.

A partir de este constructo, podemos observar al diseñador gráfico desde un ambiente proactivo, sinérgico y diligente con sus actividades; como ser procrastinador, con un propósito de vida claro como se muestra en el *Ikigai*, referido a la razón de ser, la confianza en sí mismo y la capacidad para el buen manejo del tiempo; el cual, son imprescindibles para ser procrastinador de forma positiva y en consecuencia, estar preparado para cumplir la función social que tiene el diseñador haciendo lo que más le gusta: diseñar para los ojos como lo dice Joan Costa y comunicar visualmente, función propia del Diseño Gráfico como disciplina.

Ahora bien, en esta era hipermoderna, el diseñador gráfico debe tener claro su propósito de vida como lo señala *Ikigai*, pues su trascendencia está supeditada a la pasión del “hacer”; la misión de propiciar o generar cambios en su entorno, realizar actividades por vocación y poder ejercer la profesión como cultura de aprendizaje conducente a la felicidad plena del Ser, donde el reconocimiento de la procrastinación en el diseñador, fortalecerá la identidad, autoeficacia, seguridad, control y autorregulación en sí mismo, que se refleja en su aporte positivo hacia la sociedad.

Es importante mencionar que, el diseñador puede tener consciencia de su agilidad en el uso del espacio-tiempo y puede adaptarse a los distintos entornos y a distintas culturas que permitan transformar conscientemente el ambiente que le rodea ya que, los campos de acción del diseñador gráfico son de índole social y el diseño ha mutado hacia lo fluido, flexible y reversible (López – León, 2020) donde su connotación transdisciplinar cada vez se amplía más en el horizonte.

En el ámbito del diseño gráfico, resulta interesante el manejo de las capacidades del diseñador como actor para la solución de problemas de forma eficiente y acertada, supeditadas a un entorno de presión y tiempo limitado ejecutado por sí mismo, un Ser que trasciende a ser autoeficaz y en consecuencia procrastinador. **El diseñador como "hacedor creativo" genera productos que cumplen con una función social específica** y de ahí la importancia del

Diseño Gráfico, de comunicar e informar de manera efectiva, entendiéndose el Diseño Gráfico como aquella actividad proyectual enmarcada en un contexto creativo y racional que cumple con las necesidades no solo del cliente sino del usuario *per se*.

(Grisolía, 2014) señala que, el Diseño Gráfico comunica intencionalmente a través de sus productos, en consecuencia, no es fortuito, es intencionado, lo cual implica un mínimo grado de planificación y anticipación valiéndose de herramientas y recursos del lenguaje visual al cual, (Suescun, 2022) añade que, el diseñador gráfico debe ser consciente de la responsabilidad que implica comunicar visualmente y la importancia que tiene la sistematización del proceso creativo como hecho racional, que contribuya a la obtención de resultados factibles e innovadores evidenciados en la calidad del producto final como consecuencia de la gestión adecuada del conocimiento, que a su vez fortalece la calidad del diseñador como sujeto.

En tal sentido, la procrastinación viene dada por el conocimiento del sujeto en un área específica, y buscar la resolución del problema de forma adecuada a fin, de dar cumplimiento a la fecha pactada y esto al realizarse en condiciones inusuales de factor espacio – tiempo, conducen a la autodisciplina y la disposición para ese “*just time*”; a fin de postergar el proceso creativo mas no, para diferirlo bajo el amparo de la irresponsabilidad.

Es importante mencionar que, si bien el diseño implica un mínimo de planificación y compromiso, las características del mismo están inmersas en lo temporal, debido a la existencia de métodos y a la generación de nativos digitales que ejercen esta disciplina con una impresionante capacidad de adaptación a la naturaleza de los distintos proyectos. Siendo la tecnología y la conectividad, las que contribuyen a generar otro tipo de dinámicas en el proceso creativo, la creatividad va de lo global a lo glocal, la desterritorialización del diseño ha representado una gran ventaja para quienes se desempeñan como *freelance* (López-León, 2020), siendo el diseñador su propio

jefe con respecto al manejo del espacio-tiempo, donde su agenda y compromiso obedecen a su capacidad para adaptarse a nuevos esquemas, tecnologías digitales y tiempos apegados a lo multicultural.

En tal sentido, la multidisciplinareidad del diseño, implica que el sujeto como actor estratégico del hacer creativo, conozca y perciba en sí mismo, sus capacidades para afrontar proyectos profesionales a través de la interacción con otras disciplinas, cuyo punto de convergencia es la procrastinación efectiva a fin de dar cabal cumplimiento a su agenda, pues no existe un método o proceso ideal de diseño aplicado a cada proyecto a desarrollar, donde la improvisación no necesariamente significa falta de preparación o de profesionalismo; al contrario, significa el abandono de prejuicios, incluso desde el proceso de diseño (López-León, 2020), pues se cuenta con un abanico de métodos al alcance de un equipo multidisciplinario dispuestos a trabajar de manera colaborativa, multidisciplinar, multimetódica y analítica en un contexto donde la conectividad rompe fronteras, jerarquías y espacios y la competitividad se vuelve más ceñida al conocimiento y las capacidades del diseñador.

Por tanto, el diseñador como sujeto, se conoce a sí mismo, conoce sus capacidades y habilidades de tal magnitud, que puede gestionar de forma adecuada el tiempo, puede cumplir con sus entregas y responsabilidades a través de la autoeficacia, en el manejo de los procesos creativos conducentes a resultados óptimos, coherentes e implícitos en el espacio-tiempo definido.

3-. La autoeficacia en el Diseñador Gráfico como hacedor visual

Proviene del elemento compositivo auto (en sí mismo) y la palabra eficacia del latín “*eficacia*” (cualidad de hacer hacia afuera). Es la creencia en las propias capacidades para hacer frente a las diversas situaciones (Ostoich, 2022:157).

De esta forma, la autoeficacia es la

capacidad que posee el sujeto para el manejo adecuado de sus capacidades. En el caso del diseñador gráfico, éste conoce muy bien sus habilidades y cualidades para el desarrollo creativo de proyectos y posee el dominio de la gestión del *Just Time*, para organizar y ejecutar sus actividades en el devenir espacio-tiempo.

Bandura citado por (Ostoich, 2022) señala que, es necesaria la conexión entre el autoconocimiento y la visión de autoeficacia personal en el sujeto, pues la mirada centrada en el pensamiento crítico y autorreferente con premisas de calidad es necesaria para poder afianzar y fomentar esta capacidad en sí mismo. Dado que el diseñador como sujeto, conoce además su responsabilidad, es capaz de ir pensando y concibiendo la idea para luego proceder a la creación, al “hacer del hecho creativo.” En consecuencia, el diseñador tiene la capacidad de vislumbrar sus oportunidades y fortalezas que permitan superar las debilidades y amenazas propias y del entorno, que se sustentan en la capacidad de auto-regulación, auto-organización y auto-reflexión para el buen desempeño, a través de la motivación, persistencia, esfuerzo y resiliencia frente a las adversidades.

No obstante, es importante visualizar las características propias de la teoría de autoeficacia desde el diseñador gráfico. Entre ellas están: **el dinamismo**, evidente ante la fluctuación y necesidades no lineales de clientes y usuarios en los distintos campos del diseño gráfico; **lo multidimensional**, observable en la conexión o **feeling** entre el diseñador como actor estratégico y la temática del proyecto a realizar dentro de la comunicación visual; **lo específico**, en relación al desempeño, no solo desde cómo fluyen las cosas sino, al valor agregado del diseñador en cada proyecto, su correspondencia con el mismo y sobre todo, su satisfacción con lo diseñado y finalmente; **lo permeable**, donde cualquier cambio puede incidir en la autoeficacia de forma positiva o negativa ya que, se alinean a factores personales, conductuales y ambientales que terminan estableciendo una interrelación e interdependencia entre el accionar y los campos del diseño en cuestión.

4-. Mito o realidad: La musa como inspiración en el imaginario del diseñador gráfico

En el ámbito artístico, se suele realizar la analogía entre las musas de la mitología griega con respecto al poder que estas poseían para inspirar a poetas, artistas, cantantes y bailarines. Cuentan que la versión más aceptada con respecto a su origen es la de Hesíodo (SIGLO VII A.C), que atribuyó la concepción de las nueve diosas a la titania Mnemosine, la Memoria y a Zeus.

Cualquiera sea la leyenda del nacimiento de las Musas, ellas constituyen una de las más admirables concepciones que la imaginación humana logró inventar para representar en forma concreta, los poderes creadores de la mente ... Se cuenta que las Musas pasaban también gran parte del tiempo en el Olimpo, morada de los dioses, alegrando con sus cantos y danzas los banquetes de los inmortales ... se juntaban entonces a los coros humanos, haciéndolos más bellos y melodiosos. Pero, el lugar habitual de residencia de las Musas es el monte Parnaso, cercano a Delfos; la morada de Apolo (Civita, 1974:370).

Para Homero (SIGLO IX A.C.) las invoca para que lo ayuden a crear sus poemas, la *Iliada* y la *Odisea*. Se dirige a todas en conjunto como si fuesen una sola, en oposición a Hesíodo que las individualiza en nueve personajes.

(Civita, 1974) en su texto sobre mitología, menciona a Píndaro (548-446? A.C.), quien señalaba a modo personal, que para él la Musa tiene el mismo significado que el arte; mientras Safo (SIGLO VI A.C.), concibe a la Musa como inspiradora del poeta, capaz de convertirlo en inmortal y alejarlo de los apetitos puramente materiales, considerándola la fuente del orden, de todo lo fino y de todo lo culto. Platón por su parte, (427-347 A.C.) concuerda con Hesíodo en cuanto el poeta es movido por una energía interior que solo puede tener un origen divino: La Musa.

Por otra parte, el concepto de imaginario fue adjudicado al griego Cornelius Castoriadis, quien sostiene que, todo producto es creación incesante y determinada por formas, figuras o imágenes que corresponden a un valoración histórica y social (Riffo, 2016), recordando que el diseñador gráfico posee un rol social y comunica hacia su entorno; en consecuencia, su creación contiene un significado e incidencia en un imaginario social determinado.

Bajo esta premisa, **suele asociarse al imaginario del diseñador con la Musa; por su capacidad creativa de productos gráficos, que no poseen valor meramente estético; por el contrario, el diseñador debe ajustar su imaginario hacia las necesidades exigidas por el cliente o usuario, hacia un producto o servicio que sucumbe a la sombra de la Musa como pretexto, para postergar la realización de actividades conducentes al inicio o fin de un proyecto determinado; dentro del cual, el diseñador conoce sus capacidades y es autoconsciente de su responsabilidad en el cumplimiento de la entrega del mismo.**

Si bien, la Musa abarca la parte artística para evocar el impulso creativo con fines estéticos, en el campo del diseño: es un mito; debido a que, el diseño no es solo artístico, posee una connotación estética-funcional con un fin determinado, donde las emociones y sensaciones no son transmitidas con ese producto gráfico totalmente; incluso, se piensa en el otro, en el usuario. Por lo tanto, cuando se habla de inspiración basada en la Musa es un mito en este campo, pues no se abarca la posibilidad meramente artística, ya que, visto desde el Arte y de algunos artistas, es una realidad directamente proporcional a lo creado, la obra posee una connotación de sentimientos y experiencias que solo el artista recrea en el momento adecuado sin tapujos, sin presión de tiempo ni ajuste, en un espacio determinado. La obra de arte es producto de la inspiración y esta deviene de acuerdo a la personalidad de cada artista cuyo fin último, es establecer una conexión emocional con quien la crea.

Finalmente, es importante mencionar que, el diseñador puede jugar con su imaginario, es el bufón de su espacio – tiempo, un ser

procrasticaz que conecta la inspiración con la mitología como forma de procrastinar, a sabiendas de que puede resolverlo cuando el mismo así lo desee.

5. REFLEXIONES FINALES

El diseño gráfico es una disciplina conducente a la multidisciplinareidad. Se vuelve multidisciplinar “en el momento en que se promueve la colaboración, esto significa también una apertura a otras disciplinas distintas al diseño” (López-León, 2020: 82). Esta visión, abre la posibilidad del ejercicio del diseño en una hipermodernidad que fortalece ser procrasticaz, pues el autoconocimiento es necesario para poder ejercer la práctica del diseño desde lo glocal, sin límites territoriales y donde el diseñador *freelance*, se adentra en una dinámica diferente por factor tiempo, espacio y competencia.

El diseñador como sujeto cognoscente puede atreverse a manejarse en la línea del tiempo y fijar prioridades en sus actividades de acuerdo a la habilidad que posea para las mismas, pues el diseño es multimetodico y no siempre se posee la misma fórmula para la acción, pero sí para el manejo de herramientas que garantizarán de forma acertada y efectiva la resolución del problema al proyecto planteado; en el cual, la Musa se convierte en un mito para alegar que su realidad es distinta a la de muchos, por la sencilla razón de que posee la capacidad y pensamiento crítico para la resolución de forma autoeficiente. Por lo tanto, el diseñador como ser procrasticaz ante un entorno dinámico, de sinergia positiva y proactividad, trasciende como sujeto en sus distintos campos de acción, desde lo interdisciplinar como sujeto hasta lo transdisciplinar de la disciplina del diseño gráfico, donde la autoeficacia se hace presente como parte de la interrelación entre lo personal, conductual y ambiental del accionar de su profesión y sus campos.

6. REFERENCIAS

- Canal Redredveo (18 de febrero del 2021). Disertación Doctoral Grettel Ostoich Dávila [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=mfGz-cBMWm8>
- Civita, V. (1974). *Mitología*. Abril Cultural.
- Díaz-Morales, J. (2019). Procrastinación: Una Revisión de su Medida y sus Correlatos. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica*, 2(51),43-60. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459661106005>
- Grisolía, C. (2014). *La Ciudad visual revisitada: una taxonomía del diseño gráfico urbano. Caso de estudio: Barcelona, España*. [Tesis Doctoral, Universidad Pompeu Fabra Cataluña] <http://www.tdx.cat/handle/10803/279393>
- Ikigai: Descubre tu propósito de vida. https://drive.google.com/file/d/1QnI7Bacjg0lom3gMa89bNfzU_9h1CldU/view
- López-León, R. (2020). Diseño líquido: los procesos creativos en tiempos de cambio. *Dixit*, (33), 74-88. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912020000200074&script=sci_abstract&tlng=en
- Ostoich, G. (2019). Manejo del tiempo por el procrastinador en las organizaciones públicas occidentales posmodernas: Caso de estudio: Inspectoría de Trabajo del estado Mérida.

Revista Sapienza Organizacional, 6 (11), 166 - 199.

- Ostoich, G (2022). *El ser humano hipermoderno entre la dimensión espacio-tiempo y la felicidad: Una Vía a la procrastinación como cultura de aprendizaje* [Tesis de Doctorado, Universidad de Los Andes] <https://www.slideshare.net/GrettelOstoich1/tesis-doctoral-grettel-ostoichel-ser-humano-entre-la-dimension-del-espaciotiempo-y-la-felicidad-una-via-hacia-la-procrastinacionpdf>
- Perry, J (2012). *La procrastinación eficiente*. Ediciones Urano, S.A. <https://drive.google.com/file/d/136YIVz9UF4NR5FR6fi73brghf08WUAFP/view>
- Riffo, I. (2016). Una reflexión para la comprensión de los imaginarios sociales. *Comunicación*, 7(1), 63-76. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682016000100006&lng=es&tlng=es
- Real Academia Española (2022). Procrastinar. <https://dle.rae.es/procrastinar>
- Sajjad, M. Irfan, M., Oranzab, Humayon, A., Khan, R. (2019). Felicidad y globalización: un estudio en perspectiva global sobre el emprendimiento. *Religación. Revista De Ciencias Sociales y Humanidades*. 4 (20), 36-42.
- Suescun, I (2022). Calidad en el proceso creativo del Diseño Gráfico: visión epistémica desde la academia. *Revista Tecnología & Diseño*, 17(2022). <https://revistatd.azc.uam.mx/index.php/rtd/article/view/138/235>
- Valdés de León, G. (2010). *Tierra de nadie: Una molesta introducción al estudio del diseño*. Facultad de Diseño y Comunicación. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. www.palermo.edu.