

**SENTIDO DE LA INSPIRACIÓN PARA EL DISEÑADOR DE MODA
COLOMBIANO EN SU PROCESO CREATIVO. 2012**

MARGARITA MARÍA RÍOS MONTOYA

**Universidad Autónoma de Manizales
Facultad de Estudios Sociales y Empresariales
Maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones
2012**

**SENTIDO DE LA INSPIRACIÓN PARA EL DISEÑADOR DE MODA
COLOMBIANO EN SU PROCESO CREATIVO. 2012**

MARGARITA MARÍA RÍOS MONTOYA

Tesis para optar al título de Magíster en Creatividad e Innovación en las
Organizaciones

ASESOR: LUZ GUIOMAR MALDONADO PÉREZ

Licenciada en Filosofía

Magister en Filosofía

**Universidad Autónoma de Manizales
Facultad de Estudios Sociales y Empresariales
Maestría en Creatividad e Innovación en las Organizaciones
2012**

PÁGINA DE ACEPTACIÓN

JURADOS

Manizales. Noviembre de 2012

DEDICATORIA

Simplemente dedicada a los dos seres maravillosos que me dieron la vida.

En dos días diferentes pero cercanos, dos fechas muy dolorosas, partieron...

Y esta maestría se convirtió en la primera de mis metas sin su presencia y su bendición; pero una meta de la que ellos estarían muy orgullosos que yo lograra alcanzar.

Así que este trabajo es dedicado a mis padres, que ya no están pero fueron, son y serán mi inspiración.

AGRADECIMIENTOS

El agradecimiento más especial e inmenso a LUZ GUIOMAR MALDONADO PÉREZ, Coordinadora del Programa Diseños de Modas de la Universidad Autónoma de Manizales y Asesora de éste trabajo. Quien me indicó el camino para iniciar en el estudio de esta maestría, sin su valiosa orientación y sus aportes realizar este trabajo hubiese sido un proceso muy complejo. Y porque además de ser una mujer absolutamente inteligente, excelente jefe, extraordinaria asesora es la mejor persona que puede llegar a la vida de alguien y afortunadamente llegó a la mía.

A JOSÉ HOOVER VANEGAS GARCÍA, Coordinador del Departamento de Diseño y Artes, por prestarme sus libros y ensayos que fueron tan importantes en la construcción de este texto; por hacerme preguntas “corchadoras” y criticar constructivamente la mayoría de pasos y contenidos de este trabajo y por sus aportes, que enriquecieron la construcción de este texto.

Infinitamente agradecida con la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES; mi alma máter; porque me brindaron el apoyo que requería para iniciar esta etapa de mi vida.

A mis hermanos PATRICIA, SANDRA Y JAIR; porque siempre han creído en mí, porque mis primeros logros profesionales fueron gracias a ellos; por su cariño incondicional y porque siempre estuvieron pendientes, alentándome para que consiguiera alcanzar esta primera meta de nuestras nuevas vidas... gracias, gracias, gracias infinitas gracias.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	14
1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	21
1.3. OBJETIVOS.....	21
1.3.1. GENERAL.....	21
1.3.2. ESPECÍFICOS.....	22
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	23
2. REFERENTE TEÓRICO.....	25
2.1. ANTECEDENTES.....	25
2.2. MARCO TEÓRICO.....	29
2.2.1. CREATIVIDAD.....	29
2.2.2. PROCESO CREATIVO.....	33
2.2.3. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE SENTIDO.....	41
2.2.4. INSPIRACIÓN.....	45
2.2.5. DISEÑO DE MODA.....	57
3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	60
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	60

3.2.	FASES DE LA INVESTIGACIÓN	62
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	¡Error! Marcador no definido.
3.4.	SELECCIÓN Y/O ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS	63
3.5.	RECOLECCIÓN DE DATOS.....	64
4.	RESULTADOS OBTENIDOS.....	65
4.1.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	65
4.1.1.	Sentido Biográfico de la Inspiración en la moda.....	65
4.1.2.	Depósito Histórico del Sentido de la Inspiración en el Diseño de Moda	71
4.1.3.	Descripción del Proceso de Diseño de una Propuesta Indumentaria o Colección de Moda	80
4.1.4.	Análisis de Corpus de la Inspiración	88
4.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	105
4.2.1.	Relaciones entre el proceso creativo y el proceso de diseño de una colección de moda	105
4.2.2.	La inspiración como iluminación divina.	107
4.2.3.	La inspiración como tema.	110
4.2.4.	La inspiración como aparición de las ideas.	113
4.2.5.	Inspiración y Lo Dionisiaco	115
4.2.6.	La Inspiración Como Representación – Significación – Designación	115
4.2.7.	La Inspiración Como Valor Agregado.....	116
4.3.	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	117
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
5.1.	CONCLUSIONES.....	124

5.2. RECOMENDACIONES	130
REFERENCIAS.....	131
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	131
FUENTES DE INTERNET	135
ANEXOS	136
CUADRO 1. CORPUS TEXTUAL	136
CUADRO 2. CORPUS DE LOS DISEÑADORES.....	139
CUADRO 3. CATEGORÍA DE LA INSPIRACIÓN.....	144
CUADRO 4. CORPUS TEXTUAL ARTE.....	150
CUADRO 5. CORPUS DE LOS DISEÑADORES. ARTE	151

GLOSARIO

ALTA COSTURA: *“Expresión procedente del francés Haute couture. La alta costura es una marca legalmente protegida, regida por su sindicato, la Chambre Syndicale de la Haute Couture de París. Exige a los diseñadores que presenten dos colecciones al año en París y que confeccionen las prendas por encargo, con al menos una prueba por cliente. La alta costura se considera el sùmmum del diseño de prendas de vestir debido a la amplia variedad de habilidades técnicas que utiliza”.* (Atkinson, 2012)

BRIEF DE DISEÑO: Es un documento en el cual se consignan detalladamente la definición del problema y los lineamientos para el diseñar un producto. El brief contiene información sobre la empresa, el mercado, estrategias de comunicación, necesidades, objetivos, logros esperados, etc.

COLECCIÓN MODA: Se denomina colección de moda a un conjunto de propuestas indumentarias creadas por un diseñador de moda o una marca bajo criterios que se relacionan coherentemente y que están enmarcados en una temporada específica del año.

CONCEPTO: Es la idea general que sustenta, explica o resume las decisiones formales de una colección.

FAST FASHION: Traduce pronta moda, *“En la actualidad, el término moda fast fashion frecuentemente alude a la moda que se vende en los establecimientos*

de ropa de gran consumo; se percibe como una moda de usar y tirar, y se considera dañina para la sociedad y para el medio ambiente". (Atkinson, 2012)

MODA: Entendida en relación al vestido como un fenómeno sociocultural que se manifiesta en las características estéticas y formales del vestido en un momento específico en relación a los estilos de vida e influjos del contexto.

MOOD BOARD: El mood board consiste en un tablero en la cual se ubican imágenes, palabras, textos, etc. Que se obtienen en la recolección de información sobre un tema. Sobre esta tabla el diseñador coloca también información sobre su usuario, temporada, materiales textiles que relaciona con el tema, colores y demás los elementos que le ayudarán a la concepción de la colección.

OCASIÓN DE USO: Se refiere a las actividades realizadas por un individuo para las cuales se expresan maneras adecuadas de participación del vestuario.

PERFIL DE USUARIO: Es la definición – descripción de un individuo en tanto género, edad, estatus socio económico, personalidad; con la intención de perfilar productos indumentarios pertinentes para éste.

PRÊT A PÔRTER: *“Expresión francesa que se traduce como “listo para llevar”. Esta expresión alude únicamente a ropa lista para llevar diseñada por las casa de alta costura, generalmente producida por fabricantes externos según las medidas estándar de la casa de moda”. (Atkinson, 2012)*

TEMPORADA: Es la relación de las estaciones del año (clima) con los tipos de indumentaria pertinentes para el clima del momento. Se agrupan así: Otoño – Invierno y Primavera – Verano.

UNIVERSO DE VESTUARIO: Es cada una de las categorías que agrupa las diferentes tipologías de prendas de acuerdo a su afinidad y correlación tanto en los criterios de moda, como materiales, ocasiones de uso, entre otros.

RESUMEN

El diseño de moda se entiende como la acción de dar forma al vestido, configuración misma que en muchos casos es llamada inspiración por los diseñadores de moda, atribuyendo a éste un contenido polisémico que hace incomprensible el papel de la inspiración en la moda, pero aún así de uso constante; por lo cual se realiza este trabajo de investigación en búsqueda del sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano en su proceso creativo; mediante una investigación con aproximación cualitativa y con la aplicación del método hermenéutico que arrojó las diferentes categorías bajo las cuales ha sido concebida la inspiración por los diseñadores de moda; categorías que van más allá de ser un momento de iluminación divina, hasta el punto que puede perfectamente relacionarse las categorías arrojadas con las fases del proceso creativo de algunos autores referidos en este trabajo y con la teoría de la creatividad.

PALABRAS CLAVE

INSPIRACIÓN – PROCESO CREATIVO – DISEÑO DE MODA

ABSTRACT

Fashion design is understood as the act of giving shape to dress, same configuration in many cases is called inspiration for fashion designers, attributing to him a polysemic content makes incomprehensible the role of inspiration in fashion, but even so in constant use; which is done by this research study in search of the meaning of the inspiration for the Colombian fashion designer in the creative process; using a qualitative research approach and the application of hermeneutical method that threw different categories under which inspiration is designed by fashion designers; categories that go beyond being a moment of divine illumination, to the extent that the categories may well relate to the phases thrown the creative process of some authors referred to in this work and the theory of creativity.

KEY WORKS

INSPIRATION - CREATIVE PROCESS – FASHION DESIGN

INTRODUCCIÓN

Para la elaboración de este trabajo, el cual se pregunta por el sentido de la inspiración en los diseñadores de moda colombianos, se realizó un recorrido histórico buscando encontrar los gérmenes del concepto y el desarrollo del mismo. Encontrando así que para los antiguos griegos las musas eran las encargadas de inspirar a su elegido a realizar su creación, esta idea de iluminación dada por la divinidad también se encuentra en la edad media, con la diferencia de que ya no son las musas las encargadas de iluminar o inspirar sino que ésta proviene de Dios, posteriormente se encuentra en la modernidad la idea de inspiración como una facultad creadora exclusiva de los artistas; la cual cambia hacia principio del siglo XX, momento en el cual se entiende la creación como creatividad; desde lo anterior se puede pensar cómo el acto de crear transitó desde épocas remotas, partiendo de una concepción mítica religiosa hasta convertirse, en el primer tercio del siglo XX, en creatividad, una cualidad, que además se considera está presente en todas las personas. Además, tras la revisión de algunas investigaciones que abordan el tema de la inspiración y la creatividad, se encontraron estudios como el de Manuel Sánchez Méndez (1996) para quien la inspiración es algo exógeno al ser humano mientras que la creatividad es algo endógeno al ser mismo, para el autor lo que el artista necesita para realizar su obra es creatividad y no inspiración, pues ésta no se encuentra dentro de él como sí lo está la creatividad. Por su parte Francisco Pérez Cortés (2004) Habla de inspiración creativa y de la creatividad sustentada, refiriendo que la primera es esa inexplicable aparición de la idea que conlleva a la creación y que la segunda es el resultado de una investigación previa que por su parte también conlleva a la creación. Desde la perspectiva de estos antecedentes tanto históricos como investigativos, encontramos que si bien inicialmente, el acto de crear se le atribuía a la inspiración y se entendía ésta en el orden de lo divino y celestial; con el transcurrir del tiempo se empezó a entender el acto de crear con relación a la creatividad y al ser entendido de esta manera éste ya no es fruto de la iluminación divina, entendida como la idea llegada de la nada, sino el fruto de una indagación previa que luego conduce a la generación

ideas. También en estos trabajos, se evidencia que la inspiración aparece, se indaga, se investiga desde la creatividad o con relación a la creatividad.

Por otra parte cuando se revisan investigaciones que hablan del proceso de creación de indumentaria se encuentra la investigación: DISEÑADORES Y TRIBUS. Una aproximación sociológica a la creatividad en el ámbito de la moda. (Bergua Amores, 2008) encontrando que en ésta se describen los procesos creativos de diseñadores de moda e indumentaria contrastada con la forma en la cual las tribus urbanas crean sus propias propuestas indumentarias identitarias; pero no hay referencia a la inspiración en este texto. Hasta lo indagado no se encontraron investigaciones que mostraran la relación o papel de la inspiración en la moda, o el diseño de moda específicamente, a pesar de considerarse al diseño como un acto creador y del frecuente uso del término inspiración en el ámbito de la moda.

El diseño de moda se entiende como la acción de dar forma al vestido, de crear o re-crear el vestido y para ello los diseñadores se valen de un proceso; sin embargo, cuando los diseñadores de moda se refieren a sus creaciones, hacen alusión a la inspiración de manera indistinta, dando a ésta un sentido polisémico desde el cual se puede entender el papel importante que la inspiración juega en el mundo de la moda, pero que genera una variedad de confusiones en las cuales la inspiración puede ser inferida como un tema, una temporada, un usuario, un mercado, entre otros elementos; que se constituyen más como constantes en el proceso de creación de una propuesta indumentaria, que como inspiración venida del soplo divino, el chispazo, o el resultado de una indagación previa.

Por otro lado, no encontramos, ni en los libros que nos hablan acerca del proceso creativo en el diseño de moda o en la teoría de la moda, claridad acerca del concepto de inspiración pese a su frecuente y constante uso; lo cual hace ver la necesidad de comprender el sentido de la inspiración para el diseñador de moda en su proceso creativo; lo cual nos conduce a realizar la siguiente pregunta como orientadora de este proceso investigativo: ¿Cuál es el sentido de la inspiración, para el diseñador de moda colombiano, en su proceso creativo?

Aparentemente, los diseñadores de moda colombianos, recurren a la inspiración para sustentar los resultados de su proceso creativo, haciendo uso a conveniencia de este concepto; pareciendo desconocer todo el proceso que antecede a la creación de una colección indumentaria. Por lo que podemos pensar que, se hace complejo debatir o aseverar la inspiración en este proceso, porque éste término no ha sido explicado en textos sobre moda o en textos sobre diseño. Entonces, se hace necesario también en primera instancia, describir el proceso creativo del diseñador de moda, describir la inspiración para el diseñador de moda y finalmente interpretar y comprender el sentido de la inspiración en el proceso creativo del diseño de moda.

Dado que éste no es un proceso sencillo, se hace insuficiente atribuirlo solo a la inspiración, entendida ésta como un “chispazo” o un acto de iluminación divina. Entonces, si hay un uso constante de este término en la moda se hace necesario comprender el sentido de éste para contribuir a entendimiento del proceso creativo del diseño de moda y así teorizar y aportar a la construcción de teoría sobre moda para beneficio académico, especialmente para programas de Diseño de Moda como el de la Universidad Autónoma de Manizales.

Es importante anotar que las investigaciones en moda se centran especialmente en la historia de la misma o en su carácter sociológico, descuidando otros aspectos importantes como los relacionados con el proceso creativo o conceptualizaciones importantes alrededor de la moda misma. En el tema de la moda los Diseñadores desconocen el planteamiento por fases del proceso creativo que hacen diferentes autores como Wallas y Guilford y acuden por eso la Inspiración; siendo éste un campo nuevo desde el cual se pueden hacer aportes de carácter teórico en tanto se podría proponer una nueva manera de entender el concepto de inspiración a la maestría en creatividad e innovación y desde la maestría hacia el escenario de la moda, en tanto en este campo se han realizado pocos trabajos que teoricen el proceso creativo del Diseñador de Modas.

Esta investigación cualitativa de corte hermenéutico, parte de la concepción de Gadamer para quien el método es determinado por el mismo objeto de estudio, que en este caso se constituye en los textos: entrevistas realizadas a diseñadores

de moda, artículos de revistas y textos (libros) que abordan el tema, es importante tener en cuenta por una parte la concepción amplia del concepto de texto y por otra que el texto es un interlocutor al cual se le puede preguntar acerca de algo y ello sucede cuando no existe claridad con respecto a ese algo que para nuestro caso es el tema de la inspiración. Al ser la inspiración en la moda un tema que se manifiesta con múltiples significados, se hace necesario comprender el sentido del mismo, el cual se logra a través de lo que Gadamer llama la fusión de horizontes. La información del trabajo se analizó a través del corpus como estrategia para la determinación de categorías; el corpus es una colección de textos sobre un tema que permite indagar unidades de sentido, a partir de la realización del corpus y tener las unidades de sentido emergieron las categorías de sentido de la inspiración para los diseñadores de moda en su proceso creativo.

Estas categorías emergentes fueron la inspiración como iluminación divina; la inspiración como representación, significación o designación del proceso de diseño; la inspiración como valor agregado del producto; la inspiración como tema y la inspiración como aparición de las ideas. Además se llevó a cabo la construcción del sentido biográfico de la inspiración, desde la mirada a los diseñadores más importantes en la cimentación de lo que hoy día es el diseño de moda y también se realizó la construcción del depósito histórico de sentido de la inspiración en la moda. Estas categorías sumados a la descripción del proceso creativo de los diseñadores de moda colombianos, permitieron develar el sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano, en su proceso creativo.

1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el año 2008, Isaac Mizrahi Diseñador de Modas Inglés, en una conferencia en Nueva York, decía: *“No sé de dónde viene la inspiración. En mi caso no viene de la investigación. La investigación no me inspira”*. El caso Mizrahi es similar al de muchos otros diseñadores; es así como nos encontramos con entrevistas a diseñadores en las cuales tocan el tema de la inspiración y la ponen en un primer plano en el proceso creativo pero no explican cómo sucede esta, ni cómo le llega; y la señalan como un momento aislado que nos muestra el desconocimiento de los elementos previos a la misma; esto lleva a entender que aunque los Diseñadores de Modas hablan de *inspiración*, algunos como el caso de Mizrahi, no tienen claridad acerca de la misma, por lo menos desde la perspectiva de la teoría relacionada con la creatividad.

“Montserrat Jimeno habla de su estado de autosuficiencia creativa en términos de caos y desorden. Dicho de otro modo, las idas y venidas de información, estímulos e ideas por su mente son percibidos como faltos de orden. Lo que quiere decir que, aunque hace que ese movimiento tenga lugar, no sabe cómo lo hace.” Especialmente el Diseñador de Modas en el ejercicio de su profesión se refiere constantemente al término *inspiración* como argumento del resultado de su proceso creativo y desde esa perspectiva podríamos entenderla como el equivalente a la fase de la Iluminación en el proceso creativo planteado por Wallas¹. Sin embargo si revisamos de manera más juiciosa el uso del término en

¹ En 1926, Graham Wallas habló de cuatro fases en el proceso creativo, tanto para el artista como para el científico: preparación, incubación, iluminación y verificación. (Landau, 1984).

el campo del diseño de modas vemos que éste no se plantea como un paso en un momento determinado, sino que aparece en distintos momentos y con diferentes interpretaciones usadas a conveniencia de quién habla de inspiración; lo anterior se evidencia en entrevistas y conferencias hechas a diseñadores de modas como Isaac Mizrahi.

“La inspiración es un fenómeno exógeno no inherente al hombre y de procedencia exterior, y la creación es un fenómeno endógeno porque procede del interior del individuo y corresponde a una capacidad o habilidad propia del autor”. (Sánchez Méndez, 1996). De acuerdo con lo anterior la inspiración puede entenderse como un chispazo. Sin embargo, concebir la inspiración como un “chispazo” o un momento de “iluminación divina”, que además es externo al individuo es insuficiente para dar soporte a todo un proceso creativo; pues, desde la creatividad, la inspiración (iluminación) es un momento en el proceso creativo, entonces, la idea de chispazo o de una influencia externa al individuo no da cuenta de lo que se entiende por proceso creativo.

Como señalábamos anteriormente, los diseñadores de moda hablan de manera indefinida acerca de la inspiración haciendo de éste un concepto polisémico desde el cual se puede interpretar el papel confuso de ésta durante el proceso creativo, aspecto éste que veremos a continuación:

- Inspiración que habla del perfil de usuario de una marca o diseñador: *“La inspiración de esta colección es verdaderamente la mujer de ahora. La mujer moderna que es la que se va a poner estos vestidos”*, Carolina Herrera 2011.)
- Inspiración como tema: *“La inspiración a la hora de crear la moda proviene de diferentes ámbitos, como son la moda urbana, el cine, viajes, las distintas culturas, los medios de comunicación, academias de tendencias, ferias, exposiciones, historia de la moda y otras fuentes.”* (H&M, 2011)
- Inspiración que llega en cualquier momento, proviene de cualquier lugar, inesperada. (Bergua Amores, 2008)
- Inspiración referida desde lo que se está usando en las calles (coolhulting): *“Los tonos pasteles, el algodón y la seda, shorts, tops y minivestidos vienen de destinos exóticos y pulsán la Inspiración de cada creador”.* (Vogue, 2010)

Aún así, el Diseñador de moda recurre a la inspiración para justificar, argumentar o sustentar los resultados de su proceso creativo haciendo uso a conveniencia del concepto Inspiración; y de esta manera desconoce que, en el proceso de crear una colección es necesario tener en cuenta el mercado, el perfil de usuario, la ocasión de uso, las tendencias, el universo de vestuario y otros elementos que se complementan con el tema del cual provienen los conceptos; de manera poco clara en tanto no especifica cómo fue ese momento, o cómo tomó aspectos contextuales para “inspirarse” y aplicarlo entre otros.

En 1996, Manuel Sánchez Méndez planteó las diferencias entre Creación o Creatividad e Inspiración en la producción artística al mostrar la insuficiencia de la inspiración para la producción de una obra artística, pues al ser ésta exógena al ser humano hay que esperar que aparezca para lograr producir; de lo anterior surgen preguntas como: ¿Qué es eso que hay que esperar fuera del individuo? ¿Cómo puede algo que es producto del hombre tener origen fuera de él sin saber con claridad qué es lo que ha influido sobre él? Por el contrario ¿la creatividad al ser algo que corresponde al individuo mismo, en tanto se da en su interior, permite que se pueda crear en cualquier momento? Las preguntas anteriormente planteadas son cuestionamientos que surgen y conducen a señalar la necesidad de tener claridad con respecto al tema.

Depender para crear exclusivamente de la inspiración, desde su significado y etimología literal es un riesgo para la argumentación del profesional en diseño de modas (y más aún si estamos en el campo de formación de los mismos); puesto que este significado es etéreo, nebuloso, poético y hasta romántico y si se quiere hablar de una profesión que hace uso de teorías y métodos para el desarrollo creativo apegarse a un concepto desde la perspectiva anterior, tomada de manera literal, es realmente riesgoso en tanto le quita fundamento epistémico al desarrollo mismo de la profesión del diseño de modas. Desde los diferentes usos que los Diseñadores de Modas hacen del término se puede inferir que la referencia al concepto trasciende al carácter poético y etéreo del mismo; pero al mismo tiempo los variados usos se prestan para confusiones conceptuales que además no ayuda en el aspecto formativo del diseñador de modas cuando queremos hablar de proceso creativo; si bien la multiplicidad de sentidos no es un problema por sí mismo, si lo es cuando necesitamos establecer los mínimos de comunicación en una comunidad para la cual el aspecto de la inspiración se encuentra fuertemente

vinculado con el del proceso creativo; y que cuando trata de hablar sobre el mismo puede hacerlo de manera insuficiente al no tener claridad sobre aquello de lo que está hablando... *“La inspiración no es una ráfaga que entra violenta en la mente del diseñador, volviéndolo un ser casi divino, un sacerdote o un gurú. Es un proceso de creación de lenguajes, de un banco de datos del que, involuntariamente, se echa mano cuando el proyecto lo requiere.”* (Alvear B., 2006)

La inspiración no es suficiente para sustentar un proceso o un producto creativo; pero la apropiación del término en el mundo de la moda, con sus variados usos, muestra una necesidad de comprender su sentido. Si el proceso creativo implica unas fases y los diseñadores de moda solo hablan de inspiración, la claridad que se tenga con relación al concepto puede contribuir a comprender el proceso creativo desde el diseño de modas.

1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el sentido de la inspiración, para el Diseñador de Modas colombiano, en su proceso creativo?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL

Comprender el sentido de la inspiración para el diseñador de modas colombiano en su proceso creativo. 2012

1.3.2. ESPECÍFICOS

Describir el proceso creativo del Diseñador de Moda Colombiano.

Describir la inspiración para el diseñador de modas colombiano en la actualidad.

Interpretar la inspiración para el diseñador de modas colombiano en la actualidad.

Comprender el sentido de la inspiración para el diseñador de modas colombiano.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Como ya se decía anteriormente la inspiración no es suficiente para sustentar un proceso o un producto creativo; pero la apropiación del término en el mundo de la moda, con sus variados usos, muestra una necesidad de comprender el sentido de ésta. Si el proceso creativo implica unas fases y los diseñadores de moda solo hablan de inspiración tener claridad con el concepto puede contribuir a comprender el proceso creativo desde el diseño de modas.

Para la maestría en creatividad puede que el tema del proceso creativo esté claro desde autores como Wallas y Guilford; sin embargo, en el tema de la moda los Diseñadores desconocen el planteamiento de este proceso y acuden por eso la Inspiración, siendo este un campo nuevo desde el cual se pueden hacer aportes de carácter teórico en tanto se podría proponer una nueva manera de entender el concepto de inspiración a la maestría y desde la maestría hacia el campo de la moda, en tanto en este campo se han realizado pocos trabajos que teoricen el proceso creativo del Diseñador de Modas.

Para el programa Diseño de Modas de la UAM la viabilidad del proyecto se fundamenta se que es necesario investigar en moda para lograr la acreditación del mismo. Generalmente la investigación en moda se da en Historia o en su carácter sociológico y se descuidan otros aspectos relevantes de la misma como son los relacionados con los procesos creativos y con las conceptualizaciones que se hacen alrededor de la misma. Además en la formación de los futuros profesionales es importante que el programa tenga claridad y una postura clara con relación a aspectos teóricos y prácticos que, como el proceso creativo y por ende la inspiración, son fundamentales para formar profesionales que tengan claridad con relación a su quehacer.

El aporte de este trabajo se piensa principalmente en términos teóricos, en tanto busca la comprensión de un concepto que desde un área específica como el diseño de modas se presta a confusión; lo cual es relevante pensado desde el campo de la formación de profesionales Diseñadores de Modas en función de

claridad en el proceso meta cognitivo que implica explicar sus propuestas indumentarias de manera clara y argumentativa.

Por último, podemos señalar que, al revisar el Proyecto Educativo del Programa de Diseño de Modas de la Universidad Autónoma de Manizales, vemos que en el perfil de los estudiantes se dice que éstos “*Tienen las competencias investigativas para desarrollar conceptos y productos para las distintas áreas de la moda, como la producción, la promoción y la comunicación.*” Lo anterior se plantea como un elemento diferenciador para el Diseñador Modas UAM, al tener un perfil profesional que basa su proceso creativo en la investigación, sin mencionar la inspiración como parte de éste.

2. REFERENTE TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

En su investigación sobre inspiración y creatividad (Pérez Cortés, 2004) aborda el término inspiración y su relación con la creatividad; en ésta hace un recorrido histórico desde el origen de la inspiración en la civilización griega para quienes los creadores eran inspirados por las musas y desde esta perspectiva la inspiración se consideraba como un don divino. Las musas hijas Mnemosine y Zeus se encargaban de inspirar a los hombres y en ese sentido de llevar la memoria a la memoria de los hombres; Homero invoca a las musas para narrar la cólera de Aquiles y al lado de ello narra toda la guerra de Troya. Las musas inspiraban básicamente a los artistas y para los griegos los artistas eran imitadores en tanto creaban obras que representaban la naturaleza o algo ya existente en el mundo que a su vez era una representación de la idea pura existente más allá del mundo físico. Sin embargo, esta imitación tiene el toque de la divinidad y es otorgada por las hijas de Zeus sólo a algunos mortales y en ese sentido la imitación no es una copia vulgar sino una copia que tiene un trasfondo otorgado por la divinidad.

Para los romanos la creación se entendía como la habilidad de convertir una cosa en otra; crear implicaba un proceso de transformación. Ya en la edad media, la creación se daba de la nada y solo por iluminación divina; en la modernidad crear se consideró como una facultad exclusiva de los artistas; que posteriormente se extendió a la política, la tecnología y la cultura; es a partir del siglo XX que se entiende la creación como creatividad y que se considera que ésta está presente en todas las personas. Desde el estudio de Sánchez Méndez creatividad e inspiración son dos cosas diferentes que distan una de la otra. Manuel Sánchez Méndez en su investigación de 1996 "*Inspiración y creatividad en la producción artística*" plantea la obra de arte como la creación del artista, pudiendo ser ésta

fruto de la inspiración o de la creatividad. Y en este sentido contraponen estos dos conceptos al entender el primero como un elemento motivado por fenómenos exógenos, ajenos al artista; y el segundo como un elemento endógeno, que se produce al interior del artista.

De ésta contraposición plantea Sánchez Méndez (1996), que el artista no puede depender de la inspiración para crear, puesto que ésta puede o no suceder ya que es ajena a su voluntad. Así que el artista debe recurrir a la creatividad que está en su interior alimentado por conocimientos, afectado por lo que sucede en el entorno y que es interiorizada para ser expresada a través de la obra de arte.

Sánchez Méndez (1996) advierte la necesidad de recurrir a la creatividad tanto para la producción artística como para la enseñanza del arte, pues al estar ésta en el interior del individuo, es posible que se pueda crear en cualquier momento; dejando de lado la dependencia de la inspiración para crear, pues ésta puede no aparecer en el momento que el individuo la requiera.

Es decir Sánchez Méndez (1996), plantea que en el proceso de creación de una obra artística, se tiene a la inspiración (exógena) o se tiene a la creatividad (endógena) en un intento por resolver lo que sucede en el acto creativo de un artista o en la enseñanza del arte; aquí lo que vemos plantea el autor es a la creatividad y la inspiración como dos elementos totalmente opuestos que, para (Pérez Cortés), no deben entenderse manera separada como lo expresa en el párrafo siguiente: *“Alrededor del acto creativo se ha tejido una maraña de confusiones, que acaban convirtiéndolo en algo semejante a un milagro, un enigma indescifrable y un misterio inaccesible que finalmente no tiene por qué ser explicado. De la misma manera que crear se convirtió en otra época en un don o una gracia en seres de excepción, hoy día la creatividad es descrita (en el otro extremo del mismo error) como una facultad innata que está presente en todo ser humano y lo único que falta es desarrollarla.”* (Pérez Cortés, 2004)

Por su parte Rebeca Puche Navarro habla de mente creativa, la cual considera como la mente que se inspira, que crea súbitamente y sin fundamento y pone en

el lado opuesto una mente que investiga y cuyas creaciones son el resultado de estudios juiciosos y ordenados.

Se ve que, el estudio de la inspiración tiende a polarizar las opiniones incluso desde la teoría de la creatividad; mientras que para algunos autores están directamente opuestas para otros se reúnen dando paso a nuevas posibilidades mentales. En la mayoría de los estudios es difícil desligar la inspiración de dos características una la divina (origen en los dioses) y la otra el carácter súbito de la misma (de repente), además los estudios muestran que la inspiración se relaciona todo el tiempo con la creatividad, lo que no sucede en los estudios sobre moda.

En la investigación diseñadores y tribus de Bergua Amores, en la que trabaja el proceso creativo en una colección de moda, no aparece la inspiración; este trabajo señala que el proceso investigativo del diseñador de moda se configura como un proceso que consta de un saber-teórico y un saber-hacer (moda) que los lleva a las ideas (creación), los diseñadores no señalan en el saber- teórico la manera cómo se dan las ideas. El estudio diseñadores y tribus, describe la forma como ven los diseñadores de moda su proceso creativo; del cual tienen diferentes percepciones sobre el surgimiento de sus ideas, tales como: las ideas surgen del juego y la experimentación; *la idea siempre ha estado en la cabeza del diseñador; surge tras un período de incubación; surge en cualquier momento sin necesitarla y a veces la idea no llega.* (Bergua Amores, 2008) De esta manera, se puede entender que el diseñador de moda sabe que tiene ideas pero difícilmente entiende cómo se da el proceso por el cual éstas surgen. En ello no hay claridad. Aún así, el autor de la investigación refiere pasos o fases dentro de ese proceso que llevan a los diseñadores a la idea; estas fases descritas pueden fácilmente asociarse a las etapas del proceso creativo, pero en las descripciones que se hacen, en éste estudio, no hay referencia directa a la inspiración como parte del proceso creativo en los diseñadores de moda.

Para el diseñador de moda y para el mundo de la moda en general es común hablar de inspiración, pero no lo es hablar de un proceso creativo. El diseñador no reconoce la manera como ocurre o lo que ocurre en su cabeza cuando está

creando, sabe que algo pasa en su mente y a ésta ocurrencia de ideas la llama inspiración.

Así que aunque son pocos los antecedentes que se encuentran con relación al tema de la inspiración lo que éstos muestran es que la inspiración se puede entender como un elemento que posibilita la creación pero que está dotado de un carácter divino o súbito diferente a lo que ocurre con la creatividad que es el resultado de investigación e incubación previa; los autores no se ponen de acuerdo acerca de si la creatividad y la inspiración son lo mismo o son opuestas, pero se entiende que la relación entre ambas conllevan a la acción de crear; y desde la moda o la acción de crear moda las investigaciones no dan cuenta de la inspiración en este proceso. En las investigaciones que abordan el tema de la moda no se menciona la inspiración o la relación de ésta con el proceso de crear moda.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. CREATIVIDAD

Creatividad es un término relativamente joven, aparentemente su primera aparición fue en “*el año 1875 cuando A.W. Ward alude en uno de sus libros a la "creatividad poética" de Shakespeare*” (Vázquez Gestal, 2000.) su uso se hace constante desde la primera mitad del siglo XX en la psicología; antes de la existencia de éste se hablaba solo de creación, desde los griegos hasta el siglo XIX se hablaba de creación o actividades creadoras, pero al analizar las mismas se descubre alrededor de la creación una serie de aspectos particulares que conllevan a la apropiación del término *creatividad*; pero es hasta el año 1961 cuando aparece según (Vázquez Gestal, 2000.), en el Webster’s Third Dictionary, una primera definición la creatividad como: “*habilidad para crear*”, definición que se queda corta para describir todo lo que la creatividad recoge.

Entre los elementos más importantes de la creatividad se encuentra el conocimiento, pues éste es el insumo principal de la misma; entendiendo conocimiento como la sumatoria del aprendizaje, las vivencias y las experiencias entre otros recogidos en el transcurso de la vida por el individuo los cuales se configuran en los aspectos en los que se basa o surge cualquier creación.

La creatividad se evidencia en la materialización, en tanto no haya materialización de una idea no se puede hablar de creatividad, pero además tampoco se puede decir que todo lo creado es creatividad, para identificar algo creativo se puede recurrir a los indicadores de la creatividad como los propuestos por Torrance: fluidez, flexibilidad, elaboración, autoestima, adaptabilidad, recursividad, divergencia, novedad, originalidad.

Al hacer una revisión desde distintos teóricos acerca de la noción de creatividad, se encuentra que ésta es entendida de diversas maneras por diferentes autores, se habla de la creatividad como conducta humana (Guilford 1.950 – Runko y

Sakamoto 1.999), como un Sistema (Taylor 1975) o como una capacidad (Mayers, Venturini, Monreal, 1997) cuyo elemento principal es la creación.

La creatividad como conducta humana

La creatividad es entendida como conducta humana por ser propia y exclusiva de los seres humanos; además se considera que la creatividad se encuentra en todas las personas y aunque en algunas sea más evidente que en otras ésta puede desarrollarse a partir de la realización de ejercicios o entrenamiento.

Según Runko y Sakamoto, (citados por Carlos Monreal en su libro ¿Qué es la creatividad?) *“La creatividad se encuentra entre las más complejas **conductas humanas**. Parece estar influida por una amplia serie de experiencias evolutivas, sociales y educativas, y se manifiesta de maneras diferentes en una diversidad de campos”* Desde esta concepción se puede centrar la atención en la palabra conducta, la cual puede ser entendida como *“el conjunto de actos y comportamientos, exteriores de un ser humano que por esta característica exterior resultan visibles y plausibles de ser observados (Definición ABC, s.f)”*, desde esta perspectiva, la creatividad en tanto conducta, requiere ser manifestación, ser una expresión del individuo así su punto de partida se dé en la interioridad del sujeto.

La creatividad entendida como conducta también se encuentra en Guilford (1.950) citado por (Moreal, 2000) para quien *“la personalidad creativa se define, pues, según la combinación de rasgos característicos de las personas creativas. La creatividad aparece en una **conducta** creativa que incluye actividades tales como la invención, la elaboración, la organización, la composición, la planificación. Los individuos que dan pruebas manifiestas de esos tipos de comportamiento son considerados como creativos”*. Guilford hace énfasis en elementos conocidos o reconocidos como indicadores de creatividad con los cuales se puede hacer identificación de la misma y en este caso pueden considerarse como las características propias en una persona creativa, que por poseer éstas y hacer uso

de ellas manifiesta un comportamiento o conducta hacia la creación. Pero no hay que quedarse solo en la idea de creación por creación; Howard Gardner (1995) define que una persona creativa *“es una persona que resuelve problemas con regularidad, elabora productos o define cuestiones nuevas en un campo de un modo que al principio es considerado nuevo, pero que al final llega a ser aceptado en un contexto cultural concreto”*. Gardner se centra en la conducta creativa de una persona y señala como indicadores de la creatividad lo novedad y la aceptación. Howard Gardner define la creatividad como una conducta propia del ser humano, superando la intensión primaria de la creatividad ligada a la creación artística, acentuándola en el nivel de solución de problemas, como es entendida en la actualidad; dicho así la creatividad es una conducta propia del ser humano hacia la solución de problemas de manera novedosa, materializada y aceptada.

La creatividad como sistema

Para Taylor (1.975) *“Los procesos de creatividad consisten en un sistema que implica a una persona que da forma o diseña su ambiente transformando problemas básicos en salidas fructíferas facilitadas por un ambiente estimulantes”* Acudiendo a la creatividad como propia de los seres humanos, la refiere como un proceso que busca dar soluciones pertinentes y valiosas a los problemas, puestos en contexto; soluciones que surgen de la integración de diferentes aspectos que conforman o se asocian a la creatividad, de ahí que la entienda como sistema.

En esta idea de sistema también aparece Mihály Csiksentmihályi (1995) quien refiere la creatividad como la *“fusión de tres elementos: campo (lugar o disciplina donde ocurre), dominio (experticia), persona quien realiza el acto creativo) que en estado de conciencia permite resolver problemas de manera relevante y divergente.”* Csiksentmihályi, habla claramente de los aspectos que dan a entender la creatividad como un sistema, que, dichos en otras palabras serían contexto (lugar), conocimiento (dominio) y persona. Dicho así la creatividad es una conducta propia del ser humano, que se manifiesta como sistema al integrar

el conocimiento y el contexto para dar soluciones a los problemas que pueden ser materializadas, de manera novedosa, pertinente y divergente.

La creatividad como capacidad

Para Carlos Alonso Monreal (1997) la creatividad “es la **capacidad** de utilizar la información y los conocimientos de forma nueva, y de encontrar soluciones divergentes para los problemas”. Para Mayers, citado por Monreal, es la “Capacidad para producir nuevas y valiosas ideas” y para Venturini, citado por Monreal, es la “Capacidad humana para modificar la visión que tiene de su entorno a partir de la conexión de su yo esencial.”

Entonces, al entender que la capacidad implica conocer la disponibilidad de recursos y/o aptitudes para el logro de un determinado fin; podría decirse que la creatividad, entendida como una capacidad, hace referencia al recurso o aptitud de un individuo para dar soluciones eficaces a problemas planteados en los cuales el recurso es el conocimiento y la información, la aptitud es la conducta humana, la predisposición de la persona para proponer con ese recurso soluciones divergentes a los problemas o ideas valiosas y nuevas, siendo éste el fin. Dicho así, la creatividad es tanto conducta y capacidad propias del ser humano, que se manifiesta como sistema que integra el conocimiento y la información (insumos), la aptitud misma del ser humano, y el contexto para dar soluciones a los problemas de manera novedosa, valiosa, pertinente, divergente y verificable en la materialización.

2.2.2. PROCESO CREATIVO

La creatividad como actividad mental se refiere directamente al proceso creativo, sobre el cual Gordon (1.961), citado por Carlos Monreal, en su libro *Qué es la Creatividad?*, dice: *“el proceso creativo consiste en la actividad mental en situaciones de definición de problemas o solución de problemas cuyo producto son las invenciones artísticas o técnicas, acentuando así tanto la formulación como la solución de problemas como partes del proceso creativo”* para Gordon la creatividad está sujeta al proceso creativo, en el cual es tan importante para la solución de los problemas como la formulación del mismo. Un problema mal definido no puede conducir a una solución pertinente para el mismo.

El proceso creativo es el trasegar hacia el desenlace de un problema en una idea, de carácter creativo, básicamente el proceso creativo puede entenderse como el *“Desarrollo del camino que sigue la persona que crea antes de alcanzar su producto final”* (Cerde Gutiérrez, 2000) o dicho en otras palabras por *Joachim Sikora (1.979)* como el *“Camino exacto para llegar a la solución”*. Entendiendo que ese camino tiene una serie de estaciones reconocidas por diferentes autores como las fases o etapas del proceso creativo.

Graham Wallas (1.926), citado por Monreal, fue el primero en hablar de las fases del proceso creativo, determinando que éste ocurre en cuatro momentos a los cuales denominó Preparación. Incubación. Iluminación. Verificación.

Inicialmente se asociaron estas fases como el proceso creativo de los artistas, de allí que *“Catherine Patrick estudió y analizó a poetas (1935) y Pintores (1937) con el fin de comprobar y establecer esas fases de Wallas y ver si se daban en todos los individuos creativos. Y sí que se podían seguir las distintas fases, aunque aparecían estrechamente ligadas entre sí. También Eindoven y Vinacke (1952) llegaron en sus investigaciones con pintores a las susodichas cuatro fases, aunque completándolas con distintos factores intermedios, en la*

creencia de que se trataba de un proceso dinámico continuo, que no se puede aprehender por completo en fases perfectamente delimitadas. Al igual que Wallas, estos autores encontraron que artistas y científicos realizan el mismo proceso, estando la diferencia únicamente en el ataque al problema.” (Landau, 1984)

De este modo los investigadores comprobaron la existencia de las mismas fases en el proceso creativo tanto de artistas como de científicos; advirtiendo que las fases del proceso creativo no tienen un tiempo determinado de duración. El modelo de G.Wallas fue único hasta 1.959 cuando Arthur Koestler propuso un modelo de 3 fases y luego en 1.960, Alex Osborn, propuso otro modelo de 6 etapas para el proceso creativo. Otros autores también han concluido que el proceso creativo se da en fases y proponen sus propios modelos con 6, 7, 8 ó más fases.

Mirando de cerca esta multiplicidad de modelos que proponen para el proceso creativo, se puede decir que las etapas resultantes en modelos diferentes al de Wallas son etapas intermedias entre las propuestas por Gaham Wallas, pues en todas las otras propuestas de modelos de proceso creativo son constantes las fases de Wallas (preparación, incubación, iluminación, verificación). Algunas de las nuevas etapas pueden ser consideradas como intermedias a las de Wallas, así como otras más que ser etapas diferentes corresponden a las mismas de Wallas pero con nombres diferentes; se encuentra como constante en todas estas nuevas formas de presentar las fases del proceso creativo las fases del modelo propuesto por G.Wallas.

A continuación se presenta un cuadro que compara diferentes modelos de proceso creativo de diversos autores, en una línea de tiempo ascendente, en el cual se evidencian los diferentes nombres que cada etapa recibe y como las de Wallas son constantes en la mayoría de modelos.

GRAHAM WALLAS 1926	ARTHUR KOESTLER 1959	ALEX OSBORNE 1960	WEBB YOUNG 1972	JOACHIM SIKORA 1979	ROGER VON OECH 1987	GEORGE GAMEZ 1998
Preparación	Fase Lógica	Fase Orientación	Recogida Material	Percepción del problema	Motivación	Nacimiento de una idea
Incubación	Fase Intuitiva	Fase Preparación	Elaboración mental	Formulación del problema	Búsqueda	Preparación
Iluminación	Fase Crítica	Análisis	Incubación en la mente	Hallazgo de ideas	Manipulación	Exploración: Primeros actos
Verificación		Incubación	Alumbramiento de la idea	Valoración de ideas (evaluación)	Incubación	La lucha: estrategia
		Síntesis	Configuración y desarrollo	Realización de ideas	Iluminación	Incubación
		Evaluación			Evaluación	Iluminación o hallazgo
					Acción	Verificación
						Celebración

Cuadro No 1.

En este cuadro se muestra en fondo azul la fase de la preparación de Wallas y en los otros modelos se evidencia en el mismo color las fases equivalentes a ésta. Lo mismo ocurre con la fase de incubación que se señala en verde, la fase de iluminación en amarillo y la de verificación en violeta. Con el color correspondiente se señala la fase semejante a la de G.Wallas en los modelos de fases de los otros autores citados en el presente trabajo.

En “El arte del pensamiento” Graham Wallas (1.926), citado por Carlos Monreal en su libro ¿Qué es la Creatividad? habló del proceso creativo, presentando un modelo que distingue cuatro fases, las cuales denominó preparación, incubación, iluminación y verificación. Estas fases ocurren secuencialmente y no existe un límite de tiempo en la transición de una a otra. Aunque la ocurrencia es secuencial, no es necesariamente lineal, es decir estando en una fase se puede regresar a una anterior y continuar nuevamente a la siguiente.

La etapa de preparación es el momento de la recolección de información y el aprovechamiento de los conocimientos que la persona posee en función de la búsqueda de una solución al problema. La incubación se define como una etapa de pensamiento que da paso a la iluminación, momento en el cual se encuentran las ideas que dan solución al problema, seguida por la etapa de elaboración y verificación en la cual la idea es evaluada y materializada.

Arthur Koestler (1959) propone un nuevo modelo para el proceso creativo en el cual agrupa en tres fases las propuestas por Wallas: Fase Lógica, Fase Intuitiva y Fase Crítica.

En la fase lógica se formula el problema, se recoge información relacionada con el éste y al mismo tiempo se da inicio a la búsqueda de ideas para solucionar el problema. Esta fase es semejante a la fase que Wallas denomina Preparación.

En la fase Intuitiva el problema cobra forma en el pensamiento, los datos se incuban y se da una “*maduración*” de la información, esta fase es mental para llegar a la ocurrencia de las ideas o soluciones. Según la descripción de esta fase intuitiva, Koestler reunió en este paso, las etapas de incubación e iluminación del modelo de Wallas.

En la fase Crítica se analiza la validez y viabilidad de la solución, realizando modificaciones de ser necesarias; ésta es equivalente a la etapa de verificación de Wallas.

Para el año 1960 Alex Osborn propuso su propio modelo de fases del proceso creativo conformado por 6 etapas definidas así: 1. Fase de orientación, 2. Fase de preparación, 3. Análisis, 4. Incubación, 5. Síntesis, 6. Evaluación.

La fase de preparación de Osborn, como la de Wallas, continúa siendo el momento que se recoge información, en este caso Osborn dice es la recolección de material específico para el problema que se esté tratando resolver. El momento 3, es el análisis, se ordena la información y se clasifica lo que sirve desechando aquello que no sirve. Luego se continúa con la fase de incubación, momento para el pensamiento, la reflexión. El quinto paso denominado síntesis es el equivalente a la iluminación, es el momento en el cual aparecen las ideas y finalmente la evaluación, el momento de comprobar la eficiencia de la solución.

Osborn propone una fase de orientación como un paso previo a la de preparación y la etapa de Análisis como un paso intermedio entre la preparación y la incubación propuestas por Wallas.

En Webb (1.972) aparece una etapa inicial llamada recogida de material, en la que se manifiesta la recolección de información y el conocimiento adquirido durante toda la vida; para este autor la preparación no se da solo en el momento en el cual el problema aparece, sino que la preparación se da durante toda la vida, es una fase que nunca concluye.

De este modo y como se evidencia en el cuadro anterior, aunque los autores deciden darle nombres diferentes a las etapas que identifican el proceso creativo, en las descripciones que se hacen sobre ellas se evidencian las semejanzas que todas tienen con el modelo de Graham Wallas; por este motivo este proyecto en su trabajo de proceso creativo se centrará desde el modelo de éste autor

2.2.1.1. Fases del proceso creativo

A continuación se realiza una aproximación a las fases del proceso creativo y se revisan las fases de preparación, incubación, iluminación y verificación.

Preparación

La preparación es el paso en el cual se percibe el problema y se inicia la indagación para obtener información sobre el problema y que pueda servir para su solución. Aquí se recoge información y se hace uso de los conocimientos que la persona posee. Es un paso en el cual se estimula la indagación, la investigación y la búsqueda. Según (Cerdeja Gutiérrez, 2000) la *preparación* “*Define el problema, necesidad o deseo, recaba la información para satisfacer la necesidad o resolver el problema*” En este paso se clarifica un problema o una situación que requiere una solución, aquí se conoce la situación y se obtiene información, esta fase puede ser entendida como la fase de “*entrada*”. Para Sikora esta etapa se denomina percepción del problema pues en esta aparece “*la necesidad de alcanzar un objetivo o meta, sin saber cómo.*” (Sikora, 1979) El problema aquí es el equivalente a una tarea que requiere enfrentarse a obstáculos o barreras. La tarea surge de la motivación que puede ser dada por factores interiores o influencias externas; al sensibilizar la percepción, la situación problemática es reconocida.

Es importante destacar que si bien se plantea como una fase de recolección de información en torno al problema; la preparación es una etapa que recoge información, experiencias y conocimientos en todo momento, incluso antes de la aparición de un problema; porque prepararse es adquirir el conocimiento que es considerado como la materia prima de la creatividad. Desde esta perspectiva se puede decir que la preparación es una fase de nunca acabar, pero que se evidencia a plenitud en el momento que se da forma a un problema y se reconoce qué se tiene y qué hace falta para dar solución al mismo.

Incubación

El segundo paso es el de la incubación la cual se entiende como la “*búsqueda e investigación donde el inconsciente influye de modo destacado. Tiempo de trabajo inconsciente sobre el problema. Relajación de la conciencia. Operación de*

procesos subliminales” (Cerde Gutiérrez, 2000). Este es el momento en el cual el problema es clarificado, inconscientemente, y de esta manera es como se entiende. Sin la información obtenida en la primera etapa de preparación no puede clarificarse el problema. Éste es totalmente un proceso mental, un tiempo de espera en el cual el cerebro trabaja en la solución al problema, organiza la información. Por ser esta una etapa inconsciente, se puede creer que existe un bloqueo mental, que no se tienen ideas, pero la mente está trabajando.

La incubación se da en un período de tiempo indefinido, es el tiempo de interiorizar la información que se activó durante el paso de preparación. Esta fase es también entendida como el “*modo procesamiento*”. En esta etapa la información que se obtiene en la fase de preparación se conjuga en el cerebro, en procesos inconscientes que darán paso a la generación de ideas, conocida como la fase de la iluminación.

Iluminación

Si se entendiera la fase de incubación como una etapa de oscuridad entonces el momento de la aparición de las ideas es la fase de la luz, de allí que se denomine iluminación. Aquí de repente, sin saber cuándo la(s) idea(s) aparece(n).

La iluminación se entiende como la “*Súbita visión de lo que es la solución al problema. Atisbo de la solución que requiere elaboración y verificación*” (Cerde Gutiérrez, 2000). Esta fase es el momento en el que ocurren las ideas, las respuestas. Podría entenderse aquí que este es el momento que es llamado por muchos Inspiración. Sikora la llama hallazgo de ideas, para él “*las ideas son ecos de la reestructuración de informaciones*”, “*Idea, concepción mental de una posible solución al problema*” (Sikora, 1979). Las ideas son la manifestación del ordenamiento de los conocimientos que se realiza durante la incubación. Es decir la información se conecta claramente y se convierte en idea para la solución al problema. Este es el momento del *Eureka*. Es relevante tener claro que no solo puede ser una idea, pueden ser varias ideas, y que éstas no necesariamente

ocurren en el mismo instante. Lo más importante para llegar a esta etapa es interiorizar y ejercitar el pensamiento.

Verificación

La cuarta fase es la verificación, que hace referencia a *“todas aquellas actividades que satisfacen las necesidades que se plantean y definir los criterios en la preparación del escenario que permitirá resolver los problemas”* (Cerdeja Gutiérrez, 2000)

En esta fase, entonces se evalúan las ideas que surgen en la etapa de iluminación para mirar la aplicación o factibilidad de la solución hallada teniendo en cuenta que la creatividad va más allá de la generación de soluciones o ideas en tanto debe llegar hasta la materialización de las mismas; entonces, se entiende que el proceso creativo para ser tal no termina en el paso de la iluminación, éste tiene continuación en una cuarta fase conocida como verificación, que, como su nombre lo indica implica la comprobación de la solución en la práctica; se analiza la solución o soluciones y se hacen correcciones de ser necesario

2.2.3. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE SENTIDO

Sobre qué se pregunta cuando se pregunta por el sentido de algo implica preguntarse acerca de: ¿Qué se quiere saber cuando surge la pregunta por el sentido? Es bastante habitual escuchar hablar del sentido de la vida, o del sentido común o hacer uso de la expresión “en ese sentido”. Pero, y sin apellidar, ¿Qué es el sentido?

Este trabajo se pregunta por el sentido de algo, específicamente por el sentido de la inspiración para los diseñadores de moda. De alguna manera, en un principio se piensa que al entender la pregunta por el sentido se está queriendo encontrar el significado de ese algo. Ocurre que cuando un *algo* tiene uno y tan solo un significado no requiere hallarse su sentido, pero todo aquello que obedece a dos o más significados requiere ser interpretado para hallar su sentido, según (Ricoeur, 1969) en su libro *Hermenéutica y Estructuralismo* “*hay interpretación allí donde existe sentido múltiple, y es en la interpretación que la pluralidad de sentidos se hace manifiesta.*” Desde esta perspectiva se entiende el sentido como el o los significados del algo que está siendo interpretado, se entiende como el significado oculto o trasfondo de algo, como la intención verdadera tras la percepción aparente.

La referencia al sentido tiene que ver con un *algo* que no está explícito, que parece oculto o que podría requerir ser descubierto. Siendo así que se puede hablar de encontrar sentido como la interpretación de un *algo* cuyo significado tiene un trasfondo; y el sentido es el encuentro de ese trasfondo y su relación con la acción o el significado visible. La búsqueda del sentido, la pregunta por el mismo, es una actividad humana que lo conduce a comprender el mundo las distintas manifestaciones dadas en el mundo, así el hombre se hace intérprete de aquello que, por ejemplo, la obra de arte no revela.

Con el concepto de sentido encontramos manifiesta una dificultad, buscamos o nos preguntamos por el sentido de algo, pero sentido también se dice de manera polisémica. Hablamos del sentido de la obra de arte, del sentido común, del

sentido moral, del sentido de la vida, del sentido y los sentidos, las crisis de sentido y los sinsentidos. Encontramos variadas apreciaciones y enfoques que pueden desviar la atención del tema principal, pero que al mismo tiempo es importante revisar, por lo menos algunas de estas formas, para tratar de entramar un sentido del *sentido*.

El sentido de la obra de arte puede ser el descubrimiento del qué y el por qué de ésta, puede develar la motivación del artista para su creación y las interpretaciones que pueden hacer los observadores sobre la obra; desde esa perspectiva el sentido puede ser visto en una doble vía, se necesita indagar sobre su sentido cuando tiene más de un significado, aunque este doble o múltiple significado no sea intencional, pues, la obra de arte puede cobrar tantos sentidos como intérpretes la observen; esa doble vía, en este caso es la del autor y la del intérprete. “el artista lanza su obra de la misma manera como un hombre ha lanzado la primera palabra, sin saber si esta palabra será otra cosa que un grito, si podrá desprenderse del flujo de vida individual donde nace y presentar, ya sea a esta misma vida en su porvenir, ya sea a las mónadas que coexisten con ella, ya sea a la comunidad abierta de las mónadas futuras, la existencia independiente de un sentido identificable.” (Merleau-Ponty, 1948) Aquí aparece la perspectiva del intérprete, siendo éste quien define el impacto de aquella obra que ha sido lanzada al mundo, el artista no sabe lo que puede suceder con ella luego de entregarla al mundo, sólo la incertidumbre lo acompaña en ese momento. Entonces podría ser que el sentido debe develar el motivo o motivación del artista al tiempo que el descubrimiento se revela desde la subjetividad de quien interpreta y entonces, quizás, lo que se devela no es el motivo del artista sino lo que motiva en el intérprete; como dice Maurice Ponty “Me doy cuenta de que la cosa, después, de todo no necesita de mí para existir” pareciera que subsiste un sentido que no sería específico para una obra de arte, que es la existencia de la misma; existencia que sólo puede, en primer lugar se dar o constatar por el autor de la misma; pero que en segundo lugar necesita ser determinada por la aceptación o rechazo del público al que ella llega y más aún por el sentido que el intérprete encuentra en ella, es aquí el sentido lo que permitiría que la obra por sí misma, exista. Esta es una postura; por otro lado se podría decir que el sentido de la obra de arte está en la comprensión del intérprete acerca del significado profundo de la misma en tanto obra de arte y no desde el autor de la misma, aquí no interesan las motivaciones intrínsecas del autor, interesa la obra lo que ella dice y el sentido se

da en el encuentro entre el intérprete y la obra de arte sola sin el abrigo de su autor.

Podemos decir por ahora que desde la obra de arte el sentido puede ser entendido como develar la motivación e intencionalidad del artista desde los ojos del observador; veamos ahora qué pasa con las otras formas del decir acerca del sentido como son el sentido de la vida, el sentido común, el sentido de un hecho, entre otros sentidos. ¿Al preguntar por el sentido de la vida, podría entenderse que se refiere a la razón de ser o de vivir?, el motivo o la motivación por la cual se continúa y se acepta vivir desde la perspectiva de la consumación de la vida misma; y todo desde la mirada de un solo ser (quien vive). El sentido de la vida, sería pues, la razón por la cual se acepta una existencia finita. Entonces aquí el sentido, es la *razón de ser*, el *motivo* por el cual se acepta una condición, la de seres mortales; sin embargo, esto es algo más complejo, no es tan fácil la aceptación de una condición de seres mortales y entonces se fija un sentido más allá del sentido mismo que se ha determinado el cual se manifiesta fijo y esperanzado en un más allá, sea éste de la índole que sea, al fin y al cabo es mejor seguir sufriendo eternamente la tortura del infierno que desaparecer a la manera de las sirenas como espumas en el océano. Encontramos entonces, un sentido de la vida al que puede llamarse sentido religioso, que no es más que el rechazo a la mortalidad y terrenalidad y la espera futura de la eternidad en un espacio no espacio pleno de bienaventuranzas o terribles castigos, pero al fin y al cabo eternidad. Pero más allá de ese sentido religioso y de la idea de la prolongación de la vida en un espacio no espacio, está también el sentido no religioso pero que también atiende a la no aceptación de la mortalidad y se suma a la pretensión de la prolongación de la existencia después de la muerte; ya no en un espacio de carácter celestial, sino aún en el plano terrenal, lo que denominan (Berger & Luckmann, 1996) como las vidas ejemplares que abonan a lo que estos autores llaman el *sentido biográfico o biografía de sentido*; que apunta a llevar una vida meritoria que será recordada y renombrada cuando la existencia terrenal concluya.

Otro sentido que surge es el sentido común; que posiblemente se refiere a los acuerdos culturales a los que se llega en comunidad o en sociedad, "*una sociedad es absolutamente inconcebible sin valores comunes e interpretaciones*

compartidas de la realidad" (Berger & Luckmann, 1996). De un lugar a otro, o de una cultura a otra, aparecen valores y costumbres que dotan de coherencia las actividades o acciones de la convivencia. Las religiones, en especial, demarcan muchas ideas del sentido común, entonces, se refiere éste a aquello que es natural a todos; en tal caso, puede ser también aquello que da sustento a lo que, en sociedad, goza de aparente obviedad. Denominada esta pretensión de sentido común, por (Berger & Luckmann, 1996) como el "*depósito histórico de sentido, el cual consiste en el sistema de valores que una sociedad conforma a través del tiempo y con el cual se valida el comportamiento de los individuos en esa sociedad*".

El sentido, cualquiera sea su apellido, aparece unido a la idea de conciencia, y ello es así, si se parte de la tesis de que tener conciencia de algo es aceptar y acatar su existencia, así como dirigir la mirada, la atención hacia ese algo y al hacerlo lo que se está haciendo es darle existencia a ese algo, "*El sentido no es más que una forma algo más compleja de conciencia: no existe en forma independiente. Tiene siempre un punto de referencia.*" (Berger & Luckmann, 1996) De manera que, si se habla de que haya un sentido, o sea de la existencia de sentido, es necesario que se tenga en cuenta la existencia de la conciencia; pues ésta es, testigo o vigía del argumento silencioso que podría ser el sentido. La conciencia evidencia la presencia del algo así como de su antagónico; por ejemplo, para tener conciencia de la vida hay que tener conciencia de la muerte; de este modo la conciencia permite mirar desde afuera, el algo mirado, y conducir al encuentro del sentido.

Para fines de encontrar el sentido de la inspiración para el diseñador de moda en su proceso creativo, el sentido será mirado desde la hermenéutica como lo plantea Paul Ricoeur (1975) pues la inspiración en la moda plantea diferentes acepciones o multiplicidad de significados, y desde esa perspectiva se hace necesario entender los significados de éste. Logrando la comprensión de estos significados desde dos categorías de sentido el depósito histórico de sentido y el sentido biográfico propuestas por (Berger & Luckmann, 1996), de la inspiración en la moda.

2.2.4. INSPIRACIÓN

La palabra inspiración proviene del latín *inspiratîo-ônis*, y del griego ἐμπνευση. Entendida desde el latín *inspiratîo-ônis* se subdivide en el prefijo IN que significa hacia adentro; el verbo SPIRARE que significa respirar y el sufijo TIO (ción) que indica acción y efecto. Entendiendo así en un sentido estricto que inspiración es la acción y efecto (tio) de introducir (in) aire (spirare) específicamente en los pulmones. (Diccionario etimológico). Desde esta perspectiva se entiende una clase de inspiración de carácter humano y animal, pues son estos quienes realizan la acción y efecto de introducir aire en sus pulmones.

Desde el griego ἐμπνευση palabra proviene de la raíz εμπνευ, que significa *soplar, insuflar; soplar sobre; soplar en, hinchar; alentar, vivir; inspirar, infundir; respirar.* (Pabón S. de Urbina, 1.967)

Por otro lado desde la teología se entiende otra clase de inspiración de carácter divino, al atribuir la proveniencia de la misma del griego *theopneutos*; *Theos* indica Dios y *Pneo* significa soplar, respirar, producir un soplo; lo que lleva a entender la inspiración como el soplo de Dios. Específicamente en la religión se entiende la Inspiración como *“la influencia del Espíritu Santo sobre los hombres escogidos por Dios para manifestar su voluntad”, “Acto divino, donde Dios capacita al hombre que ha recibido la revelación para comunicarla al pueblo.”* Como ocurrió con la escritura de la Biblia. (Medina, 2008)

De aquí que el Diccionario de la Real Academia Española otorgue varias acepciones al término inspiración. Una de ellas indica que Inspiración es la *“acción de inspirar (introducir aire en los pulmones)”*. Y otra acepción indica que Inspiración es *“ilustración o movimiento sobrenatural que Dios comunica a la criatura”*. Esta definición además de la parte religiosa también es coherente con el mito griego de las musas, las nueve hijas de Zeus y Mnemósine. Inicialmente se habló de tres musas: Aedea, el canto, la voz; Meletea: la meditación y Mnemea: la memoria. Voz, meditación y memoria fueron condiciones del arte poético en el culto religioso (Pabón S. de Urbina, 1.967) de estas originarias tres musas Platón

hacia el año 401 a.c. las convierte en nueve, y las convierte en mediadoras entre los Dioses y el creador, especialmente intelectuales, dado que para los griegos otras expresiones creadoras eran simple habilidades técnicas de bajo nivel. Estas nueve musas de Platón son Calíope: Elocuencia – Poesía. Clío: Historia. Erato: arte lírico de la elegía. Euterpe: Música. Melpómene: La Tragedia. Polimnia: La Retórica. Talía: Comedia. TERPSÍCORE: La danza. Urania: Astronomía y astrología. “*Contrariamente a una creencia difundida, no hay ningún tipo de correlación entre las artes tradicionales y las Musas.*” (Webmitologia.com) Aquí se hace evidente el sentido etimológico griego, inspiración como soplar o insuflar, pues se entiende que las musas soplaban a sus elegidos para que éstos crearan; además también se decía que al ser hijas de Mnemosina, diosa de la memoria; aquellos que creaban acudían a todo aquello que tenían en su memoria.

Desligando el término de los significados relacionados con la respiración; en el uso que se hace de la Inspiración María Moliner (1992) que es una “*acción de comunicar Dios a una criatura un impulso sobrenatural.*” Uso coherente con el origen teológico y mitológico del término. También en los usos se indica que es un “*estado propicio a la creación artística o cualquier creación del espíritu*” se asume también como “*influencia*” (Moliner, 1992)

Más en los usos que se hacen del término que en el origen o significado del mismo puede empezar a entenderse la ocurrencia de una transferencia de la inspiración de esa acción divina que propicia en la persona un estado creador inexplicable. De aquí que por lo general los artistas y escritores pudieran referir el origen de sus obras simplemente a la inspiración. Pues al no entender aún de dónde provienen las ideas se puede invocar a un algo llamado inspiración. Relacionando constantemente la inspiración con la creación inexplicable, ese momento en el cual ocurren las ideas, llegan y hacen que el artista cree.

Por otra parte Nietzsche nos señala en el Origen de la Tragedia, su interpretación de la tradición helénica en dos aspectos lo apolíneo y lo dionisiaco “*Los griegos, que en sus dioses dicen y a la vez callan la doctrina secreta de su visión del mundo, erigieron dos divinidades, Apolo y Dionisio, como doble fuente de su arte.*”

En la esfera del arte estos nombres representan antítesis estilísticas que caminan una junto a la otra, casi siempre luchando entre sí, y que sólo una vez aparecen fundidas, en el instante del florecimiento de la “voluntad” helénica, formando la obra de arte de la tragedia ática. En dos estados, en efecto, alcanza el ser humano la delicia de la existencia, en el sueño y en la embriaguez.” (Nietzsche, 1872). Dos estados encontrados, que evidencian una conciencia alterada o inconsciencia añorada, (Dionisio el éxtasis - Apolo la calma) como caminos diferentes que conducen a la promulgación de las artes y la música en Grecia y que en su fusión son la inspiración de la producción griega. Lo Apolíneo en mención al dios APOLO; dios del sueño, de la luz (sol) y el arte. En esta fuerza creadora se busca plasmar *“la belleza serena del mundo”* encontrada en el despojo del caos que el vivir mismo conlleva, dejando el espíritu, el alma, en un estado de infinita tranquilidad que se halla con o en el sueño, en el cual se presenta una realidad paralela que evidencia los deseos; refiriendo lo apolíneo a la forma, la apariencia, la claridad, la razón, lo onírico. Siendo lo apolíneo la creación que surge en el mundo de los sueños y se vuelve forma en el plano real, develando en la serenidad del alma en el sueño: la belleza. Lo apolíneo da origen al arte figurativo, centrado en la forma y la apariencia de las cosas que pretende develar la *“tranquila serenidad de la apariencia bella”*.

Por otra parte, del dios Dionisio, dios del vino y el éxtasis, desprende Nietzsche, lo dionisiaco que se manifiesta en la embriaguez *“la explosión de de la vitalidad salvaje”*, la libertad artística, el abandono del cuerpo al encuentro de la naturaleza. *“La experiencia dionisiaca, (la de la inspiración es una estilización del entusiasmo dionisiaco) es la forma inmediata de comunión con las fuerzas divinas, que son anteriores a los dioses; es el afán de participar regresando a lo que asiste y predomina, pero no son ya los inmortales, no es el Dios de la tradición, sino el poder creador que ya no es ciego, comparable al lógos de Heráclito”*. (Pastor Osswald, 2008) En Dionisio está la invitación al arrebató, especialmente a través de la danza, que lleva al “yo” al abandono del cuerpo hasta llegar al transe que trasfiere al encuentro con la esencia del mundo. Lo dionisiaco refiere la embriaguez, la libertad, el olvido del ser, el contacto consigo mismo y la naturaleza, trasciende la forma para encontrar la esencia.

En lo apolíneo el hombre es el artista que presenta al mundo una obra encontrada en lo onírico, una obra del mundo de las ideas y por tanto ideal, materializada para contemplación de los hombres; la forma y la apariencia de la misma que

transmiten la belleza del plano astral, del mundo de los sueños, de la idealización; mientras que en la creación dionisiaca se presenta al ser humano como obra de arte y no como artista, es el mismo hombre en trance y contacto consigo mismo quien hace de su propio cuerpo la obra de arte a ser contemplada, contemplación que no es a la forma sino a la esencia que se encuentra en el éxtasis de la vida.

En la amalgama de lo apolíneo y lo dionisiaco encuentra la obra forma y esencia; surgiendo aquí la tragedia griega.

Para Nietzsche la tragedia griega se origina tanto en lo apolíneo como lo dionisiaco, el éxtasis y la calma, pero la inspiración la encuentra en Dionisio, en el éxtasis de la vida se permite Nietzsche describir la inspiración de la siguiente manera *“¿Tiene alguien, a finales del siglo XIX, un concepto claro de lo que los poetas de épocas poderosas denominaron Inspiración? En caso contrario, voy a describirlo: Si se conserva un mínimo residuo de superstición, resultaría difícil rechazar de hecho la idea de ser mera encarnación, mero instrumento sonoro, mero médium de fuerzas poderosísimas. El concepto de revelación, en el sentido de que de repente, con indecible seguridad y finura, se deja ver, se deja oír algo, algo que le conmueve y trastorna a uno en lo más hondo, describe sencillamente la realidad de los hechos. Se oye, no se busca; se toma, no se pregunta quién es el que da; como un rayo reluce un pensamiento, con necesidad, sin vacilación en la forma yo no he tenido jamás que elegir. Un éxtasis cuya enorme tensión se desata a veces en un torrente de lágrimas, un éxtasis en el cual unas veces el paso se precipita involuntariamente y tras se torna lento; un completo estar-fuera-de-sí, con la clarísima consciencia de un sinnúmero de delicados temores y estremecimientos que llegan hasta los dedos de los pies; un abismo de felicidad, en que lo más doloroso y sombrío no actúa como antítesis, sino como algo condicionado, exigido, como un color necesario en medio de tal sobreabundancia de luz, un instinto de relaciones rítmicas, que abarca amplios espacios de formas - la longitud, la necesidad de un ritmo amplio son casi la medida de la violencia de la inspiración, una especie de contrapeso a su presión y a su tensión... Todo acontece de manera sumamente involuntaria, pero como en una tormenta de sentimiento de libertad, de incondicionalidad, de poder, de divinidad... (...) Esta es mi experiencia de la inspiración; no tengo duda de que es preciso remontarse milenios atrás para encontrar a alguien que tenga derecho a decir «es también la mía».- (Nietzsche, 1981, EH: 97, Ecce Homo, la obra de 1888 citado por (Pastor Osswald, 2008) Así develó Nietzsche la inspiración desde lo dionisiaco, superando*

lo que podría considerarse una fusión perfecta entre la tranquilidad y el éxtasis; él despeja esta fusión que da origen a la tragedia griega; y tal se introdujera en el despojo del cuerpo en busca de la esencia, parece que se empotra en el trance mismo de lo dionisiaco para lograr hallar una definición propia de inspiración, lo que la inspiración significa para el creador. Sin negar la aparición repentina del impulso creador, entiende esta concepción más como una manera simple de describir ese actuar sublime cuya procedencia no debe ocupar al artista, porque según describe, no interesa el origen sino el resultado, para qué tratar de entender de dónde proviene esa revelación, cuando lo que interesa es la revelación misma; divina, mística, misteriosa, desconocida, repentina, violenta, arrebatada, móvil, lo que ella representa es el hallazgo de un momento sublime que se vuelve creación tras haberse apoderado del cuerpo a través del yo, tras llevar al yo a una experimentación excepcional de las emociones en un transe que Nietzsche relaciona con lo dionisiaco; definiendo en el abandono del cuerpo el éxtasis, la embriaguez; embriaguez que no necesariamente debe ser producida por el vino, embriaguez que puede ser producida por la emoción o el sentimiento que se apodera ser desconectándolo de su propio cuerpo; que bajo ninguna circunstancia es un acto de calma o sosiego, por el contrario lo describe más como un acto violento, tormentoso, de agitación, porque así es como llega la inspiración violentamente obligando al creador a crear. La inspiración llega del abandono del yo en el arrebatado, que se manifiesta en la necesidad creadora o en la creación misma; manifestación de lo verdadero, de la esencia.

2.2.4.1. La inspiración en el arte y la literatura

Dice el Diccionario de la Real Academia Española que la inspiración es el *“efecto de sentir el escritor, el orador o el artista el singular y eficaz estímulo que le hace producir espontáneamente y como sin esfuerzo”*

Desde esta perspectiva se entiende la inspiración como un sentir exclusivo de aquellas personas que transitan en el mundo de las artes y la literatura, la cual describe el momento en el cual están creando, el momento en el cual aparece la

idea para su obra; pero esta además se describe como algo que simplemente aparece... el ¡Eureka!, la idea llega de manera natural e inexplicable.

También para Nietzsche, como lo vimos anteriormente, la inspiración estaba ligada a la producción artística, como lo describe en el origen de la tragedia. Es la creación griega: arte y música, develado en los escritos. Producción de escultores, pintores, músicos y poetas.

Parece ser que hay un algo que requieren los artistas ya sea una musa, un soplo divino, un hallazgo repentino, un sueño, un deseo, un frenesí, pero en todo caso un “algo”, que suele tornarse como algo inexplicable o desconocido y que los llevaba a crear. Pero no cualquier tipo de creación, no cualquier cosa que pueda surgir de estos estímulos, sino pintura, escultura, escritura, poesía, esos productos conocidos hoy como arte y literatura.

Hasta aquí se ha recorrido un camino en el que la inspiración tiene un origen religioso, mitológico, onírico y hasta delirante que permite entenderse como ese “algo” que proviene de alguna entidad, o situación (dioses o divinidades o sueños o transes) para convertirse en una creación de carácter artístico o literario. Esta travesía válida que sea tan utilizado el término en las artes y la literatura. Pero en la semántica, en lo etimológico o en los usos no se hace alusión a la aplicación de ésta en otros campos, y específicamente hablando no la refieren al Diseño o la moda como fruto del diseño o resultado de la inspiración.

2.2.4.2. La inspiración en la moda

El vestido es casi tan antiguo como el hombre mismo, la labor de la creación de vestuario es antiquísima, el diseño de vestuario como moda es un oficio

relativamente joven y el diseño de moda como profesión puede suponerse bastante reciente, considerando la antigüedad del vestido.

Si bien la moda semánticamente abarca una infinidad de elementos, el diseño de moda, es entendido específicamente como la particularidad de dar forma al vestido y a otro tipo de complementos del orden indumentario; tanto prendas como complementos cumplen funciones específicas sobre el cuerpo como las de cubrir, abrigar, proteger, identificar o adornar, entre otras que se han ido apropiando de los mismos a través del tiempo.

Siendo así que diseñar moda es configurar el vestido, el resultado de esta apuesta formal puede presentarse tanto de carácter comercial como conceptual.

La moda comercial es aquella que busca ser rápidamente aceptada por el mercado, comprada y utilizada. Es la ropa que se presenta lista para ser usada. Mientras que cuando la moda obedece a ese aire conceptual, su búsqueda es la de comunicar un concepto más allá de la posibilidad de ser comercializada, o tener un mercado que se atreva a usarla. Aquí inicia la eterna discusión sin conclusión, aún, ¿la moda es arte?

El vestido conceptual es usable en tanto se posa y se lleva sobre el cuerpo, tiene una ocasión de uso limitada y específica: la pasarela, el espectáculo; pero no es comercial, es decir no será un vestido que se verá en las vitrinas ni en las calles o siendo usado por un mercado específico al cual debería ser dirigido.

El hecho de que el vestido conceptual no tenga la pretensión de ser vendido conlleva a la pregunta ¿para qué hacer un vestido que no será usado en la vida cotidiana? *“Trabajar con artistas como Bébé Bérard, Jean Cocteau, Salvador Dalí, Vertés, Van Dongen, y con fotógrafos como Hoyningen-Huene, Horst, Cecil Beaton y Man Ray era una experiencia muy excitante.(...) Una se sentía apoyada y comprendida **más allá de la cruda y aburrida realidad de limitarse a hacer un***

vestido para venderlo” Elsa Schiaparelli, en su autobiografía Shocking Life, 1.954, citada por (Worsley, 2011). Las propuestas indumentarias de orden conceptual pueden verse como la máxima expresión de la creatividad del diseñador de moda, muestran de qué es capaz el diseñador, hasta dónde puede llegar en la exploración de la forma, los materiales y las posibilidades sobre el cuerpo. También tiene la firme intención de promover el concepto de una colección, evidenciarlo elevado a su máxima expresión.

Cuando la posibilidad creativa del diseñador supera los límites de lo que es admisible de ser usado en sociedad, es cuando él comunica quién es como diseñador, cuál es su estilo y cómo quiere ser conocido y reconocido. *“Nunca he visto ventaja alguna en no ir más allá del modo en que la prudencia convencional decreta que debe cortarse una chaqueta. Hace tiempo comprendí la importancia de ser curioso. No hay que asustarse o esconderse detrás de ideas preconcebidas. Hay que experimentar. Hay que hacerlo y resulta hermoso porque se descubre en ello una energía que, a su vez, alimenta. No existen reglas.”* John Galliano. Citado por Sorger & Udale en su libro Principios Básicos del Diseño de Modas. (Sorger & Udale, 2006)

El vestido conceptual, ese que se convierte en máxima expresión de la creatividad del diseñador, en tanto no puede ser usado en la cotidianeidad, hace que la moda se acerque al arte, porque este tipo de vestido es más comunicación y expresión, que vestido mismo.

Tan difusa es esta frontera y tan profunda la sensibilidad hacia la vida de algunos diseñadores, que ya hoy día, es posible encontrar propuestas indumentarias de orden artístico a través de las cuales algunos diseñadores de moda presentan sus propuestas; evidenciando una frontera difusa, una delgada línea entre moda y arte que una y otro cruzan constantemente: cuando la moda se alimenta del arte para dar forma al vestido o cuando el vestido sirve de pretexto expresivo al artista o al diseñador; cuando el vestido más que vestido es todo un elemento de locución, es un vestido con contenido, un vestido con esencia, un vestido que descifrar.

Es posible que en esta frontera imprecisa entre arte y moda, en esa retroalimentación del arte a la moda y de la moda al arte que se evidencia con Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí, se filtrara el término inspiración al diseño de moda. Siendo también Elsa Schiaparelli, quien, en el año 1938 presenta por primera vez un desfile de modas como espectáculo *“puso malabaristas, funámbulos y payasos sobre la pasarela. Las modelos llevaban disparatados sombreros que parecían cucuruchos de helado, y bolsos en forma de globo”* (Worsley, 2011); este tipo de pasarela transgrede los límites del desfile de modas, en el que un modelo camina en un espacio delimitado luciendo un vestido, seguido por otro que hace lo mismo, para convertirse en toda una puesta en escena que cuenta una historia que puede o no estar en coherencia con el tema de la colección; música, luces, movimientos, accesorios, modelos, actores, escenario y escenografía entre otros aspectos son toda una apuesta que busca ser experiencia que se quede en la mente del espectador, más allá del solo hecho de mostrar el vestido.

En este año, 1938, Elsa Schiaparelli presenta su colección “Circus” basada, obviamente en el circo, pudiendo ser esta la primera vez que un diseñador de moda tiene un tema que presenta claramente como elemento para retomar ideas que sean plasmadas tanto en los vestidos como evidenciadas en la pasarela. Aunque ya en 1909, el diseñador Paul Poiret retomó el colorido, accesorios y siluetas del vestuario del Ballet Ruso para aplicarlos en sus diseños. Hacia la década de los años 20, señala (Worsley, 2011) *los vestidos mostraban una fuerte influencia étnica representada en estampados de motivos folklóricos, egipcios o chinos*; influencias en culturas lejanas o cercanas que continúan a lo largo de la historia de la moda dejando su legado en el vestido.

La relevancia de este elemento radica en que muchas veces al indagar al diseñador de moda por su inspiración, lo que este refiere es el tema que tuvo como punto de partida para generar conceptos de su propuesta indumentaria. Reseña aquello que lo influenció como puede ser un viaje, Entonces, por un lado la transferencia de la inspiración a la moda pudo darse en el acercamiento que ocurre entre moda y arte; y por otra parte podría entenderse como el punto de partida, el tema del cual se toman conceptos y elementos para dar forma al vestido.

2.2.4.3. Inspiración y proceso creativo

La inspiración ha sido estudiada con más reiteración y profundidad desde el plano psicológico en relación con la creatividad, de lo que se ha estudiado en la moda, cuyo uso suele más frecuente. Esto se debe a que la inspiración de una u otra forma se ha podido interpretar desde el proceso creativo, en el cual se plantean cuatro fases denominadas preparación, incubación, iluminación y verificación (tratadas a profundidad en capítulo anterior).

La inspiración puede entenderse como iluminación en tanto es en este momento en el que aparecen las ideas; sin embargo, en este aspecto encontramos posturas que no son reconciliables.

La Iluminación es el resultado de la preparación y la incubación, es un “*signo manifiesto de un largo trabajo previo inconsciente*” (Wallas), mientras que la inspiración es un acto aislado y fortuito, por lo cual para este autor la inspiración no podría equipararse a la fase de la Iluminación.

Por otro lado Carlos Monreal dice “*la psicología comprueba que la inspiración existe, aunque no ocurre surgiendo de la nada, ni es un toque mágico, ni la voz de Dios que suena dentro de nosotros. Es simplemente el resultado de un proceso, de no fácil acceso experimental, pero sobre el que tenemos ya importantes evidencias empíricas*”. (Moreal, 2000) Aquí se puede pensar luego de describir la inspiración, como el producto de un proceso, que podría ser mental que es equivalente a la fase de la Iluminación. De hecho para este autor Iluminación e Inspiración corresponden a la misma etapa, pero afirma que, desde la psicología, es preferible llamar a esta fase “*de la Intuición*”. Para Monreal no hay diferencia en denominar esta tercera fase del proceso creativo como iluminación, inspiración o intuición; lo que es importante es que debe entenderse que este momento no es una ocurrencia de orden divino, sino que es el resultado de un trascurso de hechos que desemboca en la generación de ideas. Opinión que comparte (Cerde Gutiérrez, 2000) quien dice,

“Hoy día la mayoría de los escritores y científicos creen que su obra ya no es el resultado de una inspiración casual y fortuita, ni tampoco es el fruto de una invocación a las musas, aquellas nueve hijas de Zeus que regían las artes y las ciencias en la Grecia antigua. Es el producto de un fatigoso y largo proceso donde el creador experimenta, cambia, confronta, desecha y reelabora aquello que al final será la versión definitiva de su obra creadora. En este terreno los testimonios abundan sobre un proceso que a decir de Edison es 1% de inspiración y 99% de transpiración”

Para Cerda Gutiérrez el proceso creativo no responde a la imagen de inspiración en tanto ímpetu divino, para el autor es el producto de un proceso sustentado en un largo trabajo de orden mental. Aún así, lo que propone Cerda Gutiérrez es que si bien el momento de la iluminación puede igualarse o entenderse como un momento de inspiración, lo que ocurre allí no tiene ningún carácter divino o súbito; todo lo contrario es el resultado del proceso creativo, las ideas no aparecen repentinamente o de la nada, llámese iluminación o inspiración. El autor se permite hacer equivalencia entre inspiración e iluminación puesto que lo que ocurre en ellas es la generación de ideas, es el momento del “Eureka”.

Hasta este momento el autor que controvierte la equivalencia de la etapa de iluminación con la inspiración es Graham Wallas, aduciendo al orden divino y repentino de la inspiración como contrario a la iluminación en la cual las ideas aparecen como resultado de la preparación e incubación. Por su parte Hugo Cerda y Carlos Monreal evidencian equivalencia entre la etapa de la iluminación con la inspiración, pero despojando la inspiración del carácter celestial, divino y repentino para hablar de esta en los mismos términos que se entiende la iluminación.

David Angulo de Haro, quien en su texto *Creatividad* (Angulo de Haro), habla de que no se trata de pensar en la inspiración como un paso en el proceso creativo, sino que lleva está al nivel de la creatividad aduciendo que al ser la inspiración productora de ideas que conllevan a la creación, ésta es similar a la creatividad como un todo.

La relación más importante entre creatividad e inspiración se encuentra en la posibilidad de hablar de inspiración como igual a la fase de la iluminación por ser el momento de la aparición de las ideas, teniendo presente que no puede entenderse éste como un momento de carácter súbito, repentino, inexplicable o divino, sino como un momento dentro de un proceso que obedece a unas fases en las cuales la investigación, la indagación y el conocimiento son importantes para llegar a la producción de ideas.

2.2.5. DISEÑO DE MODA

El diseño de modas dice Vivianne Wetswood, citada por Sorger y Udale, “es casi como las matemáticas. Dispones de un vocabulario de ideas al que tienes que sumar y restar para conseguir llegar a una ecuación adecuada a la época.” diseñar moda en términos generales y concretos es dar forma al vestido; teniendo en cuenta ciertos elementos importantes del mercado y buscando que ese vestido sea contemporáneo y genere tendencia; “el proceso de diseño se inicia en la proposición de un objeto imaginario y culmina en la realización de un objeto material: nace de una idea y se concreta en la forma.” (Saltzman, 2004)

Para (Sorger & Udale, 2006) el proceso de Diseño de Moda inicia con una investigación sobre un tema que sumada a la inspiración, produce lo que los autores denominan “*investigación creativa*”, la información recogida expresada mediante collages, mood board, story board o cuadernos de notas se organiza para encontrar dos componentes importantes: el concepto y el material y elementos prácticos, que dan origen las ideas que mediadas por la identidad del diseñador permiten iniciar con el proceso de dibujo.

Este esquema muestra un proceso creativo en el cual pueden ser identificables las siguientes fases: preparación está en la necesidad de crear una colección y en la búsqueda de información, en lo que los autores denominan “*investigación creativa*”. Puede entenderse que ubicar la información en collages, moodboard y otros elementos visuales es el momento de la incubación, pues es aquí el momento en el cual el diseñador se prepara para la aparición de las ideas: la iluminación momento después del cual se da lugar al concepto y elementos que serán expresados en el figurín.

La inspiración es el tema sobre el cual se investiga para encontrar los elementos que darán forma a la propuesta indumentaria; “*Las grandes empresas, con presupuesto, envían a sus diseñadores a realizar viajes de investigación, a*

menudo al extranjero , en busca de inspiración” (Sorger & Udale, 2006) Para estos autores es fácil hablar de investigación, inspiración y tema indistintamente, aunque en su libro tratan de dar un ordenamiento al proceso de diseño de moda, puede entenderse que cualquier tema que sea reflejado en las prendas que el diseñador construye es el elemento inspirador, o el elemento de donde proviene la inspiración. Lo que estos autores proponen como investigación no es lo que se entiende como investigación científica, este tipo de investigación se refiere a la indagación específica sobre un tema que se toma como punto de partida para consecuentemente crear una colección indumentaria; se entiende de esta manera que el tema sobre el cual se investiga es al que se le denomina inspiración, o tema de inspiración por ser éste desde donde surgen las ideas para crear la propuesta indumentaria.

Aunque se tenga *tema de inspiración* no se puede obviar que existen un grupo de elementos que deben ser tenidos en cuenta en la creación de un producto indumentario además del tema, tales elementos son universo de vestuario, temporada, perfil de consumidor y perfil de usuario, que en todo caso en los libros indagados no aparecen como el tema de inspiración sino como aspectos importantes para la generación de un producto de moda exitoso en el mercado.

Por otro lado se encuentra la propuesta de (Jenkyn Jones, 2005), refiriéndose a la enseñanza del Diseño de modas, dice, *“el método más popular y exitoso de enseñar moda es por medio del proyecto”*. Definiendo que un proyecto puede ser de carácter individual, patrocinado, por competición o por equipo. Este cuenta con unos objetivos que pretenden capacitar al estudiante para investigar y que su investigación sea aplicada de manera creativa hacia la configuración de moda.

Cada proyecto cuenta con unas condiciones que son los elementos de la moda, tales como ocasión de uso, temporada, usuario, mercado, cliente, materiales y costos. En el proyecto se plantea directamente la inspiración, refiriéndose a esta como el tema sobre el cual se investiga como punto de partida para la conceptualización de la colección de moda. En el libro la autora aclara que entre los temas que sirven de inspiración se encuentran lugares, la naturaleza, la actualidad, la arquitectura, y las influencias sociales entre otros. Este

diferenciación explícita que hace la autora es bastante relevante ya que empieza a darse claridad sobre los temas que se entienden como de inspiración, siendo totalmente diferentes a otros elementos, como usuario u ocasión de uso, que deben estar siempre presentes en una colección; da una claridad sobre algo en lo que los diseñadores de moda y medios de comunicación hacen uso indistintamente al referirse a la inspiración. Entonces esas condiciones sumadas a la inspiración, entendida ésta como el tema sobre el cual se investiga particularmente, son las que conllevan a la creación de la colección indumentaria.

Aquí es importante recalcar, que aunque se habla de inspiración, ésta se entiende como un tema sobre el cual se hace indagación; en este sentido esa inspiración puede referirse al hecho de ser el tema de donde salen las ideas pero es claro que no se espera que las ideas salgan de la nada todo lo contrario se plantea que debe existir investigación sobre un tema en particular para que ocurra la aparición de las ideas que deben estar directamente relacionadas con el tema de inspiración.

3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación teórica con un acercamiento cualitativo a los datos.
MÉTODO Hermenéutico.

La selección de la hermenéutica como forma de aproximación a nuestro objeto de estudio parte de la concepción de Gadamer para quien el método es determinado por el mismo objeto de estudio, que para nuestro caso se constituye en textos (los de las entrevistas realizadas por la investigadora, las entrevistas tomadas de artículos de revistas y periódicos y los textos que abordan el tema). El texto se entiende como aquello que es interpelado en tanto tiene algo que decirnos y ese algo necesita ser develado, aclarado. Cuando nos encontramos con múltiples opciones de sentido como lo vemos con el tema de la inspiración se hace necesario, entonces acceder a los textos que nos dicen algo acerca de la misma e interpelarlos a fin de comprender lo que ellos tienen para decirnos comprendiendo a la base el contexto particular del investigador y en ese sentido la tradición del intérprete a fin de poder lograr lo que Gadamer llama la fusión de horizontes; la tradición del intérprete en este caso se manifiesta en la problematización que conduce a la formulación de la pregunta acerca del sentido de la inspiración para los diseñadores de moda y la fusión de horizontes se manifiesta en la comprensión final dada en los resultados finales de la investigación.

Sistematización y análisis de resultados.

Para transformar la información en datos de investigación se hace uso de corpus como estrategia de interpretación. Esta estrategia se retoma de lingüística de corpus, la cual estudia información lingüística original y completa, compilada a

través de corpus, (Parodi, 2008) la cual se ocupa por indagar unidades de sentido y con propósitos comunicativos específicos (Parodi, 2008), un corpus se entiende como una colección de textos acerca de un tema determinado en el cual, para este caso se determinan previamente las unidades lexicológicas a trabajar, posteriormente se realiza la búsqueda de estas UNIDADES las cuales son tomadas con sus contextos definatorios completos, o sea como unidades de sentido completos en los cuales existe una intención comunicativa acerca del tema que nos ocupa como es la inspiración.

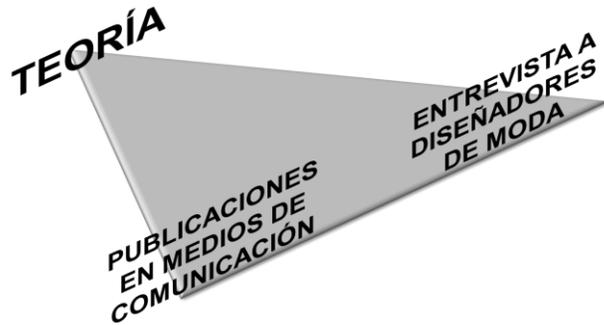
Para este trabajo se tuvieron en cuenta las siguientes clases de corpus: en primer lugar el corpus de No entrevistas realizadas a diseñadores, en segundo lugar el corpus compuesto por las entrevistas realizadas a No diseñadores y que fueron publicadas en artículos de revistas o periódicos y en tercer lugar el corpus conformado por textos en los que se toca el tema de la inspiración.

Posteriormente se hace la búsqueda de unidades de sentido en cada uno de estos corpus, clasificándolas según el número de la pregunta realizada en la entrevista a los diseñadores y las de los demás corpus se organizan de acuerdo con la entrevista en la pregunta correspondiente.

Luego de tener las unidades de sentido de cada una de las preguntas, se procedió a determinar las categorías emergentes y desde allí se realizó la fase descriptiva de este trabajo

Textos del corpus:

Está compuesto por textos que exponen la teoría acerca del tema de investigación. Las publicaciones realizadas en medios de comunicación y las entrevistas realizadas a diseñadores de moda de manera específica para la presente investigación



3.2. FASES DE LA INVESTIGACIÓN

1. Indagación teórica acerca de la inspiración y el proceso creativo.
2. Fase de categorización: se hizo uso del método de corpus lingüístico para determinar las primeras unidades de sentido a partir de las cuales se realizó la categorización. Se tuvieron en cuenta los siguientes corpus: entrevistas y textos escritos
3. Descripción textual de lo dicho acerca de la inspiración y del proceso creativo según las categorías determinadas
4. Interpretación: texto en el cual el investigador comenzó a determinar el sentido de las categorías de acuerdo con la noción de inspiración y proceso creativo.
5. Comprensión: contrastación desde el horizonte de los textos y el de las entrevistas mediadas por el intérprete sobre los conceptos de inspiración y

proceso creativo, determinación de la lógica interna o racionalidad interna de la interpretación.

3.3. UNIDADES DE COMPRENSIÓN Y ANÁLISIS

Unidad de comprensión: los textos

Unidad de análisis: diseñadores de moda.

Características de inclusión: diseñador colombiano con formación profesional, con 3 o más años de experiencia laboral, cuyo ejercicio de la profesión se en la academia, otros en la empresa del sector, otros con marca propia.

3.4. SELECCIÓN Y/O ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS

El instrumento es una entrevista semi- estructurada que consta de una serie de preguntas orientadoras.

Una entrevista semi-estructurada de preguntas abiertas que darán la opción durante el transcurso de la misma de generar nuevas preguntas relacionadas con las respuestas obtenidas.

PREGUNTAS ORIENTADORAS

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué profesión tiene?
3. ¿En qué trabaja?
4. ¿cómo describe usted, el proceso que lleva a cabo para el diseño de una colección indumentaria?
5. Para usted ¿qué es la inspiración?

6. ¿Es fundamental la inspiración para el diseñador de moda? ¿Por qué?
7. Con base en las dos preguntas anteriores ¿Qué papel considera que cumple la inspiración en su trabajo?
8. ¿Cuándo ocurre ese momento: el de la inspiración?
9. Alguna vez le han preguntado por aquello que lo inspiró al diseñar.
10. ¿cuál ha sido se respuesta a esta tipo de preguntas? Es decir ¿Qué lo ha inspirado a diseñar?
11. ¿Por qué cree que se habla de inspiración en el diseño de moda?

3.5. RECOLECCIÓN DE DATOS

Se realizarán entrevistas a los diseñadores de moda cara a cara con realización de grabación de voz o de video.

Se desglosará pregunta por pregunta, permitiendo primero describir el proceso creativo de los diseñadores de moda, contrastando las respuestas para hallar los puntos comunes y los diferentes que permiten describir el proceso de diseño; estas respuestas a su vez se contrastarán con las fases del proceso creativo propuesto por Graham Wallas, Preparación-Incubación-Iluminación-Verificación.

Las siguientes preguntas orientadoras van hacia la comprensión del sentido de la inspiración, las respuestas serán contrastadas entre sí para hallar unas categorías y hallar un tercer sentido de la inspiración que será contrastado con dos sentidos previos que surgen el primero de la revisión teórica sobre inspiración y el segundo de la revisión de entrevistas realizadas a diseñadores de modas publicadas en diferentes medios de comunicación, en las cuales se aborda el tema inspiración.

De la contrastación de estos dos sentidos con el tercer sentido obtenido con la entrevista, se obtiene el sentido general de la inspiración para el diseñador de moda colombiano en su proceso creativo.

4. RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Sentido Biográfico de la Inspiración en la moda

El sentido biográfico hace referencia a aquellos diseñadores ejemplares que se vuelven referentes en la historia de la moda y ejemplos aspiracionales para los diseñadores actuales; sin embargo ninguno de los encuestados hizo referencia a la inspiración desde éstos, sólo un diseñador al hablar de la inspiración relacionó a dos de los diseñadores más importantes del momento: “*Hay genios como Alexander McQueen, Decon, pues es gente como que tiene un sueño y trabajo con base en el sueño y dice me inspiré en mi sueño.* (JFLB), sin embargo él no los toma como referentes para hablar de inspiración sino que hace uso de ello como ejemplo para señalar lo que ellos dicen acerca del origen de su inspiración la cual no proviene de la nada sino del deseo de alcanzar un sueño.

A pesar de este resultado es importante hacer referencia a este sentido biográfico dada la importancia para los diseñadores y en especial para los diseñadores en formación.

La última mitad del siglo XIX y las primeras cuatro décadas del siglo XX, serían las más importantes en el surgimiento de la moda y la transformación del oficio de modisto(a) a diseñador de moda; los modistos y diseñadores de la primera parte del siglo XX fueron los precursores y creadores de la gran mayoría de compendios que conforman hoy día el escenario de la moda, pocos, pero no menos relevantes, han sido los elementos que se han sumado a éste escenario después de mediados de este siglo.

En la búsqueda del sentido biográfico de la inspiración en la moda, se da una mirada a los diseñadores de moda más sobresalientes, concentrando la atención en los primeros que ostentaron este título, que al ser pioneros del diseño de moda otorgaron a la moda mayor cantidad de aportes.

Diseñadores sobresalientes son bastantes, pero esta exploración de sentido biográfico es por la inspiración en la moda, no se hará mención a todos, sino a aquellos cuyos aportes contextualizan la moda, el diseño, al modisto y al diseñador de manera pertinente para la temática de esta investigación.

A partir del momento en el cual Charles Frederick Worth decide firmar sus creaciones propicia que el modisto salga del anonimato, y se convierta en una celebridad similar a los artistas de la época. Paul Poiret, da forma al oficio de diseñador imprimiendo su sello personal estético a cada creación; comprende en la moda un oficio que va más allá de la indumentaria. Madeleine Vionnet pionera del patronaje sobre maniquí, y creadora del corte al bias. Jeanne Lanvin entendió la moda por segmentos de edad: infantil, jóvenes y adultos. Gabrielle “Coco” Chanel diseñó solo indumentaria, diseñó bajo la comprensión de un estilo de vida... Elsa Schiaparelli, la responsable de revolucionar la moda entre 1930 y 1940, creó el desfile de modas espectáculo, volvió difusa la frontera entre moda y arte, dio énfasis al tema como elemento principal de una colección. La moda, entonces en su transcurrir histórico deviene de un oficio a ocupar el lugar de las artes y del espectáculo, su sentido comienza a permear la cultura de la cual sus integrantes aceptan complacidos esta nueva figura del mundo del espectáculo.

Es importante recalcar que la moda se ve afectada por la segunda guerra mundial, y que durante ésta la mayoría de casas de moda cerraron, los diseñadores quebraron, pocos fueron los que lograron retomar después de terminada ésta; los que reabrieron o los nuevos que aparecieron después de 1946 siguieron modelos de negocios formados por sus antecesores.

Con Charles Frederick Worth nace el oficio del diseñador de moda, cuando abre, en París, su casa de modas en el año, 1858; hasta este momento existía el oficio de modisto, personas que confeccionaban prendas siguiendo unos lineamientos de formas y siluetas que el contexto ofrecía, los modistos solo cumplían la función de confeccionar prendas bajo el anonimato, pues el confeccionista no importaba solo sobresalía el usuario. *“Worth fue el primero en atribuirse a sí mismo la categoría de celebridad. Lo hizo con un método muy sencillo: firmar sus prendas como si fueran obras de arte.”* (Seeling, 2000) La idea del diseñador como celebridad genera algo que con el transcurrir de los tiempos se irá afianzando en nuestra cultura occidental y será además la aspiración de los nuevos diseñadores; el público los verá además como los nuevos dioses.

A partir de este momento emerge el diseñador de moda como autor de sus propios diseños; con una referencia muy importante se firma la prenda como se firma una obra de arte; pero es con Paul Poiret, con quien el oficio trasciende de modistería a diseño de moda como marca, puesto que cada diseño de Poiret, además de ser firmado por éste, llevaba impreso un estilo propio, el sello del diseñador, el ADN, en la apariencia de las prendas; globalmente, Poiret, comprendió que la moda le permitía explorar accesorios, complementos indumentarios y hasta objetos de decoración para el hogar: *“Los diseñadores tardaron ochenta años en recuperar esta idea: Ralph Lauren, Donna Karam, Calvin Klein y Gucci, entre otros, empezaron a presentar en la década de los noventa sus colecciones para el hogar, que incluían de todo, hasta velas de olor. De todas maneras, Poiret ya las había utilizado en sus bailes orientales.”* (Seeling, 2000) En este instante la moda inicia a ser concebida no solo como vestimenta sino con otra serie de objetos que se llevan en el cuerpo con intención funcional o decorativa; y también se entiende que al crear un “nombre” como marca, éste permite mercadear una gran variedad de objetos de diseño, los cuales son creados bajo los lineamientos estéticos del mencionado “nombre” hecho marca, que se convierten en objetos de deseo no solo por su apariencia sino por el estatus que la marca provee al objeto diseñado y por ende a su usuario. Con el surgimiento de la marca en el diseño de modas, encontramos en ella el deseo de perdurabilidad en el tiempo, el diseñador puede desaparecer pero la marca continúa en el transcurrir del tiempo como la nueva vedette hacia la cual se dirigen las miradas de todos.

En el año 1912 Madeleine Vionnet crea su casa de moda con un firme propósito que el vestido se adaptara a la forma del cuerpo y no que el cuerpo fuese quien se acomodara al vestido. Con este propósito se convirtió en una rigurosa estudiosa del cuerpo y su forma, y del comportamiento del material sobre el mismo. Vionnet comprendió el cuerpo como una tri dimensión y eso la llevó a ser pionera en el patronaje sobre maniquí, pues entendió que para dar forma al vestido debía hacerlo sobre el cuerpo, de allí que lograra formas, pliegues, cortes y caídas que solamente ella pudo suministrar al mundo de la moda. El cuerpo ya no sólo es el portador de la indumentaria, comienza a reconocerse la importancia del conocimiento del mismo y ello permite que el vestido logre expresiones que hasta el momento no había sido considerada.

A principios del siglo XX los dictámenes de la moda eran iguales para niños, adolescentes, jóvenes y adultos, las prendas simplemente se adaptaban a las medidas o tamaños de los cuerpos, pero no se pensaba que la indumentaria pudiera tener edad. Tras el nacimiento de su hija, Jeanne Lanvin, diseñó vestidos para su pequeña, que se diferenciaron considerablemente de los vestidos de los adultos, esto le dio el impulso para abrir su casa de moda dedicada a la ropa para niñas, dando pie a la moda infantil y siendo Lanvin la primera en comprender los segmentos de mercado por edades; diferenciando claramente la moda infantil de la moda de los adultos; más adelante en el tiempo también creó una línea de ropa juvenil y una línea de ropa para mujeres adultas. Siendo la pionera del diseño de indumentaria por segmentos de edad. La moda ya no es solo para el mundo adulto ahora participan de ella todos los públicos, la moda ha logrado ingresar a la intimidad de los hogares, ha logrado permear formas de identidad, un vestido para cada tipo de persona según su edad.

Gabrielle “Coco” Chanel, la leyenda. Adelantada a su época, totalmente contestaría y rebelde, comprendió lo que la moda es y sería; *“la moda no sólo está en el aire. Tiene relación con las ideas, con nuestra forma de vivir, con lo que nos sucede”*. Chanel citada por Charlotte Seeling, en su libro MODA el siglo de los diseñadores 1900 – 1999. Entendía que la moda más que un vestido para un momento era una representación de la forma de ser, de vivir, de pensar, de los gustos, de las preferencias, de las influencias; elementos todos que más adelante en el tiempo serían reunidos y denominados estilo de vida, a partir de los estilos de vida es que un diseñador concibe un usuario y le ofrece un producto

coherente. Chanel mostró a la mujer la sencillez y la rebeldía de manera elegante y chic. En vestidos que no solo eran vestidos que se usaran para un momento determinado, sino indumentaria que definía quién era la persona; representó su rebeldía, su pensamiento liberal y adelantado para su época en sus creaciones; la expresión del yo en el vestido trascendió en el mundo de la moda, no en vano se dice que la moda además de ser un fenómeno sociocultural es también un lenguaje, que comunica quién es su usuario. Los diseños de Chanel en su época fueron contestatarios y trascendieron en el tiempo como elegantes, glamurosos, funcionales y sobre todo atemporales. Con Chanel vemos una idea de moda ligada a la identidad individual, a través del vestido nos mostramos y ese mostrar señala entre otros, nuestros gustos, estatus social, profesión y actitud frente a la vida.

Worth fue el primero en presentar sus creaciones sobre mujeres reales (modelos) a grupos de clientas reunidas en un salón, los primeros desfiles de modas. Pero sería Elsa Schiaparelli, (la responsable de revolucionar la moda entre 1930 y 1940) quien también revolucionara la forma de presentar sus propuestas indumentarias al mercado. *“Schiaparelli fue la primera en crear un desfile temático y en convertirlo en un extravagante espectáculo.”* (Worsley, 2011). Asumiendo que en el desfile de moda la coherencia temática y estilística, la música, el despliegue coreográfico, las luces y la escenografía eran tan importantes como la ropa misma, Schiaparelli, convierte el desfile en un espectáculo teatral que proporcionaba toda la atención de los medios de comunicación del momento. En 1930 presenta su colección “Circus”, que como su nombre lo indica estaba basada en el circo. Esta presentación tuvo toda la coherencia en su presentación con el tema elegido para la indumentaria. Muchos años después, esta misma estrategia publicitaria sería retomada por más diseñadores de moda; *“El desfile como experiencia teatral continúa, con los famosos en los desfiles y los medios de comunicación al acecho. Alexander McQueen pidió al coreógrafo Michael Clark que organizara su desfile de 2004, para que estuviera más cerca de las artes escénicas que de la moda.”* (Worsley, 2011) La publicidad obtenida de estos espectáculos bien vale la pena la inversión en un show de pasarela, pues éste se convierte en la mejor estrategia publicitaria de cualquier diseñador de moda. La moda espectáculo en el cual bellas mujeres desfilan las propuestas de los diseñadores es algo que ha tenido un profundo impacto en nuestra sociedad, ya no basta con acceder a las propuestas de los diseñadores ahora es necesario vernos como aquellas que portan sus vestidos; lo anterior traerá hacia finales del

siglo XX una idea de cuerpo y de belleza que ha permeado todas las capas sociales de todas las culturas que participan de un mundo globalizado.

Elsa Schiaparelli además de revolucionar los desfiles de moda, revolucionó la moda misma; si bien diseñadores como Poitret y Chanel, transitaban en el mundo del arte, relacionándose con los más reconocidos artistas de la época, Schiaparelli, como diseñadora, transitó entre la moda y el arte una y otra vez *“La diseñadora adaptó los principios surrealistas a la moda al separar los objetos cotidianos de su entorno habitual y mostrarlos en un contexto totalmente nuevo.”* (Seeling, 2000) Es ella la responsable de hacer absolutamente difusa la frontera entre lo que es arte y lo que es moda, de un modo único y totalmente particular logró transferir a los objetos indumentarios, accesorios y prendas de vestir un carácter de obra de arte del orden surrealista, pero al mismo tiempo totalmente susceptible de ser usado en la vida cotidiana de la época (1930 – 1940).

Schiaparelli trasciende las influencias sociales y políticas de su tiempo, que hasta el momento eran las que comúnmente se manifestaban sobre el vestido; cogiendo un tema que expresa claramente no solo sobre el vestuario sino también en el espectáculo de presentación de su colección; el uso de un tema específico para dar forma a una colección de moda es un primer asomo de inspiración en el diseño de moda. Es también Schiaparelli quien crea prendas que son en sí mismas obras de arte; la diferencia entre Schiaparelli y otros diseñadores que se basan en el arte para crear es que Elsa Schiaparelli, no usa el arte como el tema del cual retoma elementos formales para sus propuestas; sino que crea vestuario y complementos indumentarios que se insertan en un movimiento artístico, el surrealismo, y que pueden considerarse tanto obras de arte como prendas de vestir. Schiaparelli creó el zapato – sombrero, los guantes con uñas, el collar de insectos, entre otros artilugios que no respetaban una frontera entre arte y moda. Es con las innovaciones, para la época, que realizó Elsa Schiaparelli, con quien puede empezar a realizarse relaciones de lo que se ha ido construyendo como inspiración y moda. Pues Elsa, trabaja el tema y además se relaciona directamente como arte y recordemos que el arte ha tenido a su base la idea de inspiración.

Hemos visto como desde la perspectiva del sentido biográfico la moda ha adquirido un sentido que ha ido cambiando con el transcurrir de los tiempos, hemos partido del oficio hasta llegar al diseñador, pequeño dios, alabado y adorado por la sociedad del consumo, especie de artista que tiene un producto considerado homólogo al producto del pintor y allí en esa amalgama vemos una forma de surgimiento de la idea de inspiración en el diseño de modas, idea que aunque confusa permea el mundo de la moda desde quienes la producen hasta quienes la consumen.

4.1.2. Depósito Histórico del Sentido de la Inspiración en el Diseño de Moda

Si el sentido biográfico permite encontrar desde los diseñadores una idea inicial acerca de la inspiración, éste sólo no puede dar cuenta del tema, el desarrollo del vestido en sí mismo nos permite acercarnos también a comprender este concepto en el diseño. Como sucede con el tema del sentido biográfico no es fácil encontrar la idea del depósito histórico del sentido de la inspiración en los diseñadores de moda; pero no por ello se dejará de dar una primera aproximación al tema

El vestido es tan antiguo como el hombre mismo, en sus inicios no se da con las pretensiones tendenciosas sociales que en la actualidad recaen sobre él. El vestido tiene un origen mágico-religioso que al pasar el tiempo se transforma en funcional (cubrir – proteger – abrigar - adornar) Transcurren muchos siglos en la historia de la moda que son entendidos como historia del vestido, pues la moda es relativamente joven; se entiende el concepto como tal en Francia desde el reinado de Luis XIV y el surgimiento del estilo barroco; en las épocas previas a este reinado las descripciones del ropaje de acuerdo al período y la cultura específicos son básicamente de orden funcional, es decir, el vestido es llevado con la intención de cubrir el cuerpo, una función que es de orden moral, pues el cuerpo debe ser tapado, especialmente ciertas partes de éste que pueden percibirse como sensuales o eróticas; otra función que cumple el vestido es de protección, éste sirve para salvaguardar el cuerpo de elementos externos que pueden lastimarlo; la función de abrigar brinda al cuerpo resguardo del clima

extremo. Y también está la función de adornar el cuerpo, a partir de la cual puede empezar a entenderse la moda; pues la intención de adornar el cuerpo es netamente decorativa, pero también obedece al estatus social, es decir, la cantidad, y materiales del adorno describen el lugar o rol que ocupa la persona en su contexto. Para el hombre en sus inicios el vestido tenía funciones distintas a las del hombre actual, el vestido abrigaba, permitía el acercamiento y el reconocimiento de la divinidad y el pudor promovía su uso.

La moda en sus inicios es un fenómeno del orden occidental y específicamente francés, esto no quiere decir que el resto del mundo fuera ajeno al vestido o a las categorías de vestido que se veían en occidente, solo quiere decir que se entiende París como la cuna de la moda y París influencia gran parte del territorio europeo.

Hasta inicios del siglo XX la apariencia del vestido, era influenciada por situaciones políticas, reflejo de la sociedad o de acontecimientos del contexto, como sucedió cuando hallaron las ruinas romanas: *“La excavación de las antiguas ruinas romanas de Herculano en 1738 dio un fuerte impulso al naciente estilo neoclásico, basado en el culto a la antigüedad. Al incorporar el concepto de Jean-Jacques Rousseau del “retorno a la naturaleza”, este interés por las antiguas Grecia y Roma se convirtió en un punto crucial para los cambiantes ideales de la sociedad europea. Fue un concepto que llegó a dominar el mundo de las artes y el estilo de vida en general de los europeos desde la segunda mitad del siglo XVIII hasta principios del XIX”* (Fukai, Souh, Iwagami, Koga, & Nie, 2003) esto es una muestra que la apariencia del vestido tenía directa relación con los hechos del momento y no con la específica decisión de un diseñador por imponer una tendencia como se ve hoy día, lo que ocurría era que estos hechos influenciaban todo: la decoración, la arquitectura, el vestido; creando un estilo con el cual se podía definir la época como tal: barroco, rococó, neo-clásico, romanticismo, etc. Las siluetas y apariencias del vestido se imponían porque los reyes, nobles, cortesanos los usaban. No por deseo del modisto, que hasta este momento ejercía un rol anónimo. *La revolución adoptó una manera de vestir como objeto de propaganda ideológica de la nueva era, y los revolucionarios manifestaron su espíritu rebelde apropiándose de la indumentaria de las clases bajas.”* (Fukai, Souh, Iwagami, Koga, & Nie, 2003)

En los siglos XVII, XVIII y XIX ya se podía entender el atisbo de la moda como la conocemos en la actualidad, el vestido tomaba formas específicas que se popularizaban pronto y que eran influenciadas por los hechos del contexto, ejemplo: *“La Revolución Francesa de 1789 modernizó muchos aspectos de la sociedad y ocasionó un claro cambio en la indumentaria: del decorativo rococó a los vestidos más sencillos del neoclasicismo. Este cambio radical en el vestir, fenómeno único en la historia de la moda, es un reflejo de los grandes altibajos que los valores sociales experimentaron en esa época”* (Fukai, Souh, Iwagami, Koga, & Nie, 2003). Esta influencia aún no podría identificarse como el concepto de inspiración cuya búsqueda se plantea en esta investigación, primero porque en este momento la moda apenas empezaba a construirse como es conocida hoy y segundo porque aún no existían los diseñadores de moda y por tanto no existía la profesión del diseño. Y el punto de partida de esta concepción de inspiración es desde el diseñador de moda. Lo que sí puede plantearse es que históricamente ha existido una relación de influencia de elementos externos para dar forma al vestido. *“El período empezó a principios del siglo XIX. El centro de atención pasó de la vida real a un mundo de fantasía inspirado en el estilo caballeresco medieval y en los cuentos de hadas. El estilo de los artistas del período romántico –Byron y Keats, poetas, Schumann y Chopin, músicos, Delacroix, pintor – se caracterizaba por un sentido de lo trágico y una exaltación de ese sentimiento, que a su vez marcó el tono de toda la época. El modelo de mujer de este período era delicado y melancólico, y el ideal amoroso del hombre era una mujer sumisa. Las obras de teatro situadas en la época medieval de repente se pusieron de moda, y los trajes del Medioevo ofrecieron inspiración para la forma femenina, derivando en peculiaridades de la moda como el escote pronunciado, las mangas de pernil, el talle estrecho y la falda generosa y acampanada.”* (Fukai, Souh, Iwagami, Koga, & Nie, 2003)

Es ya después de la segunda mitad del siglo XIX, cuando surge diseñador de moda como tal, como oficio inicialmente pero especialmente como celebridad. A partir de Worth surgen otros diseñadores como Paul Poiret, Madelaine Vionnet, Coco Chanel, Elsa Schiaparelli entre otros, que con el panorama despejado y por ser los pioneros fueron ellos quienes forjaron el camino del diseño de modas.

Es difícil determinar con claridad en qué momento ocurre la transferencia del término inspiración al diseño de moda, pero puede intuirse que pudiera darse con

Elsa Schiaparelli, su relación con Salvador Dalí y el arte; sin ignorar, si pensáramos que la inspiración es un tema o punto de partida, es factible que este se dé en el año 1909 cuando el ballet ruso se presenta en París y a partir de este, la influencia de lo oriental se toma continente europeo **“De hecho, lo oriental era el último grito desde que, en el año 1909, los Ballets Rusos del promotor Serguéi Diaghilev se presentaran con un enorme éxito en París. Sus impresionantes puestas en escena de Sherezade y Le Dieu bleu, de claro regusto barroco, influyeron poderosamente en las artes, la moda y, en definitiva, el estilo de la década.”** (Seeling, 2000) Los recién surgidos diseñadores de moda del momento, tomaron características del vestuario del ballet Ruso y las aplicaron en los vestidos que crearon para la época, este estilo permaneció durante los años siguientes. No se puede negar que los creadores de moda necesitaban la influencia de algo que los procurara ideas, pero aún no se entendía la necesidad de un tema más allá del maravillarse por una nueva cultura o querer expresar una nueva percepción social, como ocurrió en los años 20's cuando la mujer en un acto de liberación femenina se cortó el cabello a la altura de las orejas, acortó la falda, se fajó el busto para ser cuadrada como los hombres consiguiendo que la nueva silueta en el vestido fuera rectangular, sin cintura y sin ajustar ninguna parte de su cuerpo. Así sigue manifestándose la moda influenciada por el contexto y las culturas que descubrían los diseñadores, pero es solo hasta que Elsa Schiaparelli alrededor de 1932 presenta una colección basada en el Circo, colección que muestra clara y coherentemente el uso de un eje temático como base de toda la construcción de la propuesta indumentaria y la puesta en escena de la misma. Desde Schiaparelli comienza a hacerse cada vez más común el uso de un tema como referente formal y posteriormente conceptual de una colección de moda.

Es así como puede pensarse que la inspiración se relaciona directamente con esa idea de tener un tema que aporte a la colección, lo que establece la necesidad de realizar un rastreo del uso de un eje temático en la historia del diseño de moda, pensando que el tema es aquello a lo que el diseñador llama inspiración.

Vamos a hablar que el diseño de moda aparece a partir Charles Frederick Worth en el año 1858 cuando abre su casa de moda y firma sus creaciones constituyéndose en el primer diseñador de moda; llevando el oficio de modisto anónimo al estatus de diseñador. Así que para la comprensión del sentido

histórico de la inspiración en el diseño de moda, se entiende que esta se hace desde éste momento el cual aparece el precursor de los diseñadores de moda.

Hasta la segunda mitad del siglo XIX las formas en los vestidos eran influencias de hechos sociales o políticos del contexto, como se describe al inicio de éste capítulo, Worth no fue ajeno a estas influencias que se reflejaron en sus vestidos. Y de éste modo empezó a ocurrir en los primeros años del siglo XX, una primera referencia de tema como inspiración data del año 1907, con el diseñador Mariano Fortuny, cuando este crea un vestido el cual denominó Delfos “*El Delfos de Fortuny se **inspiraba** en los chitones de la Antigua Grecia y, como ellos, caía desde los hombros hasta los pies sin costuras que le dieran forma, relleno o tela recogida.*” (Seeling, 2000) Este popular vestido de la primera década del siglo XX, consistía en una túnica plisada que se ajustaba naturalmente a las formas del vestido y que retomaba su forma de los vestidos de la Antigua Grecia; la realización de este vestido pudo ser intencionalmente recrear los vestidos de este lugar o basarse en ellos para crear una nueva idea. Para el año 1909 Los Ballets Rusos se tomaron Europa y el vistoso espectáculo paso del escenario a convertirse en el estilo de la época en París “*Nada volvió a ser lo mismo tras el debut de los Ballets Rusos en París. ¿Colores apagados, tonos pastel, comedimiento por parte de las damas, humildad por parte de las jovencitas? Todo eso pasó a la historia. Los colores y la fastuosidad arrebatadora, sacudidos por un torbellino, salieron de su escondrijo. (...) Parecía que el genial empresario Serguéi Diághilev tuviera en sus manos no únicamente el vestuario de los Ballets Rusos, sino también la moda, en el maquillaje y todo el estilo de vida de la decadente sociedad parisina.*” (Seeling, 2000) Aunque elegir un tema para retomar elementos formales para una creación aún no era una práctica común en el diseño de moda; los diseñadores pasaban más por estados de influencia de hechos o movimientos artísticos que por la búsqueda específica de un tema, como el caso del diseñador Jean Patou, quien “*Basó su estilo en dos movimientos artísticos, el art déco y el cubismo, de quienes tomó las líneas sobrias, los colores claros y las formas geométricas.*” (Seeling, 2000) Esto ocurrió con otros diseñadores de principio de siglo, quienes nunca fueron ajenos al arte y en esa relación eran influenciados por los artistas y los movimientos artísticos, con casos excepcionales como Chanel, que aunque se desenvolvía en el ambiente artístico Parísino, sus propuestas indumentarias se inclinaban más por manifestar su rebeldía, su intención de liberación femenina y su búsqueda de

comodidad y elegancia en la indumentaria; que por ser reflejo del ambiente artístico.

Si se piensa que existe un tema referido como inspiración entre los primeros y más comunes fue el arte; los movimientos artísticos, los artistas y las obras de arte mismas fueron los primeros referentes en los cuales los diseñadores de moda se basaron para dar forma a sus creaciones; a éste hecho no fue ajena la diseñadora Elsa Schiaparelli quien tomó el arte y lo volvió moda, pero además fue la primera en tomar un tema específico cada vez (arte o no) y convertirlo en una colección, temporada tras temporada : *“La primera se llamó “Detente, mira y escucha”, a la que siguieron, entre otras, “Música”, “Circo”, “Mariposas”, “Commedia dell’Arte”, “Astrología”, “Pagar y llevar”...”* (Seeling, 2000) Así iniciaba a volverse una constante entre los diseñadores de moda elegir un tema para que se evidenciara en sus propuestas, esta decisión cobró cada vez más popularidad hasta llegar el momento en el cual una colección está siempre relacionada con un tema que le ha servido de pretexto para su nacimiento; en la actualidad no se concibe la posibilidad de una colección salida de la nada, es decir, sin un tema en el cual haya sido basado y que se vea expresado en la propuesta indumentaria literal o metafóricamente, *“A Pierre Cardin le excitaban las espectaculares conquistas espaciales de los años sesenta; también se entusiasmaba por la microscopía y los ordenadores, así como por todas las formas geométricas de estudios futuristas. (...) Yohji Yamamoto se inspira en fotos antiguas en las cuales se encuentran reflejadas escenas cotidianas; Christian Lacroix en el barroco y su arquitectura, en el sur de Francia y las corridas de toros... todos tienen sus preferencias.”* (Seeling, 2000) Todos tienen temas de preferencia que usan como fuentes para obtener los elementos formales de sus colecciones; la cuestión es ¿usan un tema por tradición, porque es lo que se acostumbra? O ¿usan un tema porque necesitan tener algo a partir del cual crear? Como lo dice la creatividad con una mente vacía no hay creatividad.

Si bien en la gran cantidad y variedad de colecciones de moda que se han presentado a lo largo de los últimos 100 años, los diseñadores han transitado, también por un gran número de temas, la variedad no es tanta como las propuestas indumentarias; cualquier cosa puede servirles de pretexto creativo; pero es muy común que elijan el arte en sus múltiples manifestaciones: pintura, escultura, literatura, música, cine. También es reiterativa la arquitectura,

diferentes lugares del mundo, la naturaleza, la historia, culturas diferentes a la propia o la propia, técnicas artesanales entre otros, pueden contarse como los temas preferidos de los diseñadores de moda.

Desde esa aparición del tema so pretexto de tener elementos para dar forma a una colección de moda se hace evidente la predilección de los diseñadores por usar como tema el arte. Pero la relación entre moda y arte no se da solo por el uso de éste como tema de una colección, sino que es entendido también en otras dimensiones: la moda como arte, el vestido como obra de arte y el diseñador de moda como artista.

No se puede negar la relación existente entre moda y arte; la importancia y relevancia de esta relación radica en el hecho de que el historial de la inspiración ha estado ligado siempre a la creación artística, entonces en esa relación de la moda y el arte podría empezar a entenderse sino la transferencia, el que se hable de inspiración en la creación de moda.

Hay un eterno dilema ¿es la moda arte? Pero más que resolver este interrogante se puede pensar también ¿desde dónde o cuándo surge esta discusión? ¿Cómo o por qué se relacionó el vestido con el arte? *“La cultura responsable del estilo rococó se caracterizaba por la búsqueda del placer personal. Como ese placer naturalmente incluía la indumentaria también ésta pronto fue elevada a la categoría de arte. Como Francia ya había sido el líder reconocido de la moda durante el reinado de Luis XIV, el período rococó, confirmó la reputación del país como líder de la moda femenina de todo el mundo.”* (Fukai, Souh, Iwagami, Koga, & Nie, 2003) Entonces, en el período rococó el vestido fue elevado a la categoría de arte, obviamente este período excesivamente decorativo hizo que cada vestido se constituyera en sí mismo como piezas únicas que propiciaran cierto tipo de placer al usuario, aún así, siendo considerado como arte en ese sentido de búsqueda de placer característico de este período, esta denominación no se reafirmó en el tiempo, es decir si bien en este momento el vestido pudo ser elevado al nivel de arte, esta consideración no permaneció en el tiempo y el vestido continuó siendo elemento funcional más que artístico. Lo que sí sucede es

que se siembra la semilla de la discordia, ¿puede elevarse el vestido a la categoría de obra de arte?

Por otro lado, si puede entenderse al diseñador de moda como artista, entonces, su creación, el vestido ¿es una obra de arte? Desde que Worth firmó su primer vestido se concedió a sí mismo la condición de artista, pero más como celebridad que como un verdadero artista que comunica sus emociones y sentimientos a través de un producto, denominado obra de arte, que se entrega al mundo no como un producto comercial sino como una manifestación sublime del sentimiento del artista que es dada al mundo para su contemplación. *“Por su manifiesto desprecio por el dinero y el comercio, por su discurso evocador de la necesidad de “inspiración”, el gran modisto se impone como un “artista de lujo”(Poiret) que colecciona obras de arte, que vive en un decorado fastuoso y refinado, que se rodea de poetas y pintores, que crea vestuarios de teatro, de ballet, de película, que subvenciona la creación artística.”* (Lopovetsky, 1987) En la tipificación de artista, el diseñador de moda trata de igualarse a éste, pero la pretensión tras ese elemento se hace netamente utilitarista. Acercar el diseñador de moda al estatus de artista pone de manifiesto la sensibilidad del diseñador, la diferencia radica en que la creación del artista no tiene la pretensión de ser comercializada (por lo menos, originariamente) como si lo tiene la creación del diseñador de moda, el vestido es una creación que aunque sensible o expresiva, su razón de ser es ser comercializado. *“El diseñador es un creador “libre” sin límites; en la práctica, al frente de una empresa industrial y comercial, el gran modisto ve limitada su anatomía creativa por las costumbres de la época, por el estilo de moda, por la naturaleza particular del producto realizado, es decir el traje, que debe satisfacer la estética de las personas y no solamente el puro proyecto creador. Por ello no puede llevar demasiado lejos el paralelismo entre la aparición del modisto creador y la de los artistas modernos en sentido estricto.”* (Lopovetsky, 1987) Aquí aparece otro punto relevante, el vestido como obra de arte o el vestido como producto comercial. Como ya se había descrito en el capítulo La Inspiración en la Moda; el vestido comercial o la moda comercial busca ser rápidamente aceptada por el mercado, comprada y utilizada. Es la indumentaria que se presenta lista par ser usada. Mientras que cuando la moda o el vestido se acercan más al arte se convierte en conceptual, su búsqueda es la de comunicar un concepto más allá de la posibilidad de ser comercializada, o tener un mercado que se atreva a usarla. El vestido conceptual es usable en tanto se posa y se lleva sobre el cuerpo, tiene una ocasión de uso limitada y específica: la pasarela, el

espectáculo; pero no es comercial, es decir no será un vestido que se verá en las vitrinas ni en las calles o siendo usado por un mercado específico al cual debería ser dirigido; es un vestido que expresa la sensibilidad de su creador a través de la producción de fantasiosa y expresiva, y en tanto expresa y no tiene la pretensión de ser vendido ¿puede entenderse como obra de arte?

El vestido conceptual puede o no ser obra de arte, esa dicotomía aún no se definido; pero actualmente es el vestido de la alta costura el que permite a los diseñadores expresarse sin límites y aún así lograr promoverse, comercializarse como creadores; entre más imaginativos, fantasiosos, extraños sean sus vestidos de alta costura puestos en pasarela mayor será la promoción del diseñador y mayores serán las ventas de los diseños nacidos bajo su nombre. *“La alta costura actual es cualquier cosa menos aburrida. Es una extravagante mezcla de piezas fantasiosas y llevables y refleja el meticuloso trabajo de los artesanos más expertos. La relevancia de la alta costura en el mundo contemporáneo puede ser un tema de acalorado debate, pero su espectacularidad y su creatividad son innegables.”* (Worsley, 2011)

Finalmente en el transcurso de la historia del diseño de moda aparecen como elementos relevantes para la comprensión del sentido histórico de la inspiración: el uso de un tema como recurso creativo del diseñador de moda y la relación de la moda con el arte.

Es importante el tema porque este es la fuente de obtención de ideas, de conceptos, de características formales y es comúnmente referenciado por los diseñadores como su inspiración.

La relación entre moda y arte en las cuatro dimensiones contempladas en este trabajo: arte como tema de una colección, la moda como arte, el vestido como obra artística y el diseñador de moda como artista; señala cómo en esa innegable relación moda-arte puede darse la transferencia de la inspiración al diseño de moda. Ese carácter artístico que se manifiesta de diferentes maneras en el diseño de moda se dota a sí mismo con el carácter etéreo de la inspiración que de una u

otra manera sirve para validarse artísticamente. Además ese carácter de creación sublime que la inspiración transfiere al producto indumentario, convierte este en un mayor objeto de deseo, connota de manera diferente el producto y hace que el usuario finalmente quiera más ese producto en tanto más sublime se manifiesta su proceso de creación. La inspiración dota al vestido de una magia inexplicable que lo hace más deseable a los ojos del usuario, y que convierte al diseñador más que en un comerciante en un creador casi artista que entrega al mundo su sensibilidad hecha vestido.

4.1.3. Descripción del Proceso de Diseño de una Propuesta Indumentaria o Colección de Moda

La creación de una propuesta indumentaria requiere llevar a cabo un proceso, realizar acciones con unos momentos específicos que pueden o no, ser secuenciales, pero que si requieren de cierto ordenamiento específico que conlleva finalmente, a la materialización de una propuesta indumentaria.

La pregunta en éste aspecto es por el proceso que se lleva a cabo para el diseño de una propuesta indumentaria, en las respuestas de los diseñadores se evidencia que el proceso de diseño llega hasta las soluciones de diseño que seguramente son presentadas en figurines; desde los diseñadores no se encuentra respuestas que den cuenta de la materialización de los productos en el proceso de diseño. De manera que lo que encontramos en las respuestas de los diseñadores es que ellos no hablan de la materialización de su producto; posiblemente porque ellos creen que la materialización es una consecuencia sobreentendida tras el hallazgo de la solución formal de diseño.

Es relevante aquí el criterio de inclusión de los diseñadores, pues ellos describen el proceso de diseño, como es obvio, desde el propio ejercicio de su profesión: diseñador de moda que ejerce en la docencia, diseñador de moda con marca propia, diseñador de moda que trabaja para una marca comercial, diseñador de moda que trabaja free lance y en producción de moda.

Entonces, la descripción de sus propios procesos creativos se evidencia desde su propia experiencia laboral que, de acuerdo al ambiente en el cual se desempeña, requiere un abordaje del proceso creativo de maneras diferentes.

En el siguiente cuadro se presentan los aspectos desde los cuales los diseñadores de moda describieron su proceso creativo:

DISEÑADOR FREE LANCE Y PRODUCCIÓN DE MODA	DISEÑADOR CON MARCA PROPIA	DISEÑADOR DOCENTE	DISEÑADOR A QUE TRABAJA PARA MARCA COMERCIAL
PROBLEMA = BRIEF	TEMA	INVESTIGACIÓN	REFERENTE
INVESTIGACIÓN: información, antecedentes, necesidades	INVESTIGACIÓN	RESULTADO=CONCEPTO	INFORMACIÓN: rastreo de blogs análisis de tendencias
SOLUCIONES	MOOD BOARD	RELACIÓN DE ELEMENTOS	RELACIÓN DE ELEMENTOS SOLUCIONES
	DISEÑO	TRES NORTES	

De acuerdo con el cuadro anterior, un primer proceso planteado por los diseñadores corresponde a: problema – investigación – soluciones.

El ejercicio inicia con el planteamiento de un problema de diseño que puede ser presentado a través de lo que se conoce en el ambiente del diseño como brief. El brief es un documento que reúne la información concerniente al planteamiento de un problema de diseño, unas necesidades, unos requerimientos, y unas características particulares de la respuesta esperada. Este documento orienta al diseñador en la búsqueda de la solución para satisfacción del cliente si es el caso.

Es necesario aclarar que se habla de problema para indicar una necesidad de diseño de un producto, que para este caso es de orden indumentario. Esta necesidad corresponde a un requerimiento de un cliente o la necesidad que tiene el diseñador de estar creando con cierta periodicidad de acuerdo con las pretensiones o demandas del mercado. Esto es un problema de diseño.

Veamos como expresa uno de los diseñadores entrevistados la manifestación del problema en un brief: *“Inicialmente es como la construcción de un brief que te orienta hacia qué es el problema que debes asumir, el poderlo entender, el poderlo mirar hasta que punto se tiene conocimiento sobre el problema o qué tanto hay que profundizar o investigar.”* (AOB). Posteriormente, como consecuencia al planteamiento y comprensión del problema aparece la necesidad de investigar; reunir información que permita ampliar la comprensión del mismo, de ser necesario, esto con la intención de abordar el problema desde varias ópticas, que permitan esclarecer la mente para presentar posibles soluciones también desde diferentes escenarios; lo que hace necesario tanto indagar por el problema, buscar antecedentes, revisar proyectos similares que se hayan realizado con anterioridad como una señal que marca el camino a la solución, no con pretensiones de realizar lo mismo o de obtener la misma respuesta. Tras la investigación, conocer el problema, reunir información y revisar antecedentes comienzan a aparecer las soluciones; las soluciones son las respuestas eficientes al problema de diseño. El conocimiento pluridimensional del problema se hace necesario para que las soluciones sean aterrizadas con la realidad.

Un segundo proceso planteado por los diseñadores corresponde a un proceso que contiene los siguientes momentos: TEMA – INVESTIGACIÓN - MOOD BOARD - DISEÑO

La necesidad en este caso es la creación de una colección, éste sería el problema, entonces al preguntar por el proceso que se lleva a cabo para la realización de una propuesta indumentaria se intuye que el problema inicial, la motivación que lleva a la creación es la realización de una propuesta indumentaria. Al quedar el problema o la motivación implícita en la pregunta entonces la respuesta no inicia por evidenciar la necesidad sino por definir los elementos necesarios para dar solución al tema a trabajar. Entonces el proceso inicia no en el problema sino en la búsqueda de las soluciones.

El proceso de diseño inicia con la elección de un tema: *“A ver. Lo primero que necesito para realizar una colección es trabajar con base en algo y de ahí pues recoger información sobre lo que quiero hacer, sobre el tema que voy a trabajar.”* (JFBL) Tras la elección del tema por consiguiente viene la búsqueda y reunión de información alrededor de éste. Con la información reunida el diseñador crea un mood board, que se convierte en la herramienta de trabajo a partir de la cual se toman decisiones de diseño.

El mood board consiste en una tabla en la cual se ubican imágenes, palabras, textos, etc. Que se obtienen en la recolección de información del tema. Sobre esta tabla el diseñador coloca también información sobre su usuario, temporada, materiales textiles que relaciona con el tema, colores y demás los elementos que le ayudarán a la concepción de la colección. Con todos estos elementos reunidos se facilita al diseñador la obtención de ideas que se plasmarán finalmente en los diseños. Es posible pensar el mood board como una herramienta de diseño pero también de algún modo se convierte en técnica creativa para el diseñador de moda puesto que éste estimula la producción de ideas en tanto le permite al diseñador generar relaciones entre los distintos elementos que componen el mood board; en el mood board el diseñador encuentra las respuestas conceptuales y formales para su colección de moda.

Un tercer proceso planteado por los diseñadores corresponde a:
INVESTIGACIÓN: Resultado, Concepto - RELACIÓN DE ELEMENTOS- TRES
NORTES

Por anticipado se entiende la necesidad de diseñar una colección o propuesta
indumentaria, así que la descripción del proceso no se inicia desde la formulación
del problema, sino desde la búsqueda de una solución a éste.

El Proceso inicia por la búsqueda de un concepto, que se convierte en el criterio
con el cual se da sustentación teórica a la propuesta que se va a realizar; *“Pero
esa fundamentación teórica siempre tiene que surgir como resultado de una
investigación previa... entonces uno busca un tema y hace toda la investigación
histórica, actualiza esa información...”* (AEGM) para hallar el concepto es
necesario tener un tema sobre el cual trabajar; la investigación realizada
alrededor de la temática elegida conlleva a la obtención del concepto que sustenta
la colección.

Se investiga un tema y éste conduce al surgimiento del concepto y a la manera
como puede relacionarse dicho concepto con las tendencias del momento; luego
se hace necesario vincular estos criterios con una identidad de marca, una
temporada, un usuario, un universo de vestuario y una ocasión de uso; como
derivación de efectuar relaciones de todos esos elementos se inician los diseños.
Aquí el diseñador plantea 3 nortes en este proceso, los cuales pueden ser
entendidos como momentos diferentes que el diseñador debe estar en capacidad
de interconectar. Estos tres nortes se entienden como:

PREDISEÑO: nociones previas, reunión de información

CONJUCIÓN: Relación de elementos

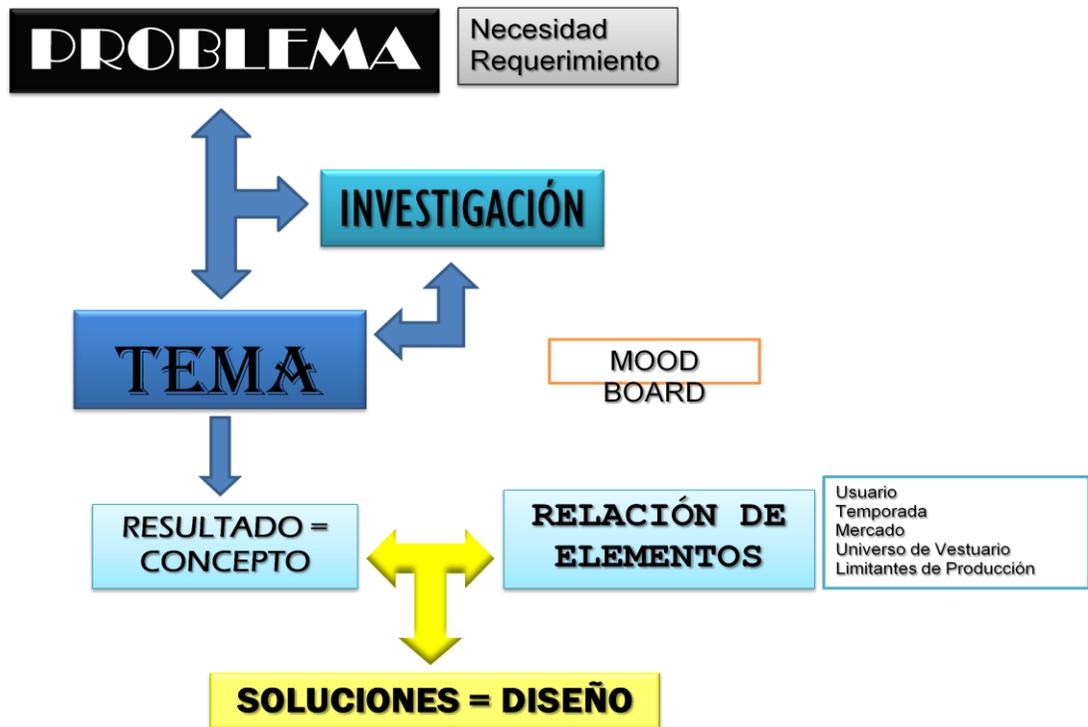
RESPUESTAS: Soluciones de diseño

Un cuarto proceso planteado por los diseñadores comprende los siguientes aspectos: REFERENTE: Información, Rastreo de Blogs, Análisis de Tendencias - RELACIÓN DE ELEMENTOS- SOLUCIONES

Nuevamente se evidencia que el proceso de creación de una colección no se entiende desde el planteamiento del problema o la necesidad, sino que el proceso de creación se inicia con la búsqueda de respuestas a éste, el cual está separado por los diseñadores del proceso creativo. Es decir, el problema o la formulación del mismo no se entienden como parte del proceso de diseño de una colección.

El proceso inicia con la reunión de información, búsqueda de los referentes necesarios para la construcción conceptual de la propuesta de colección, *“Bueno el proceso inicia (...) nacen de dos puntos de partida que son los referentes de los grandes diseñadores a nivel mundial, todos los rastreos de los blogs que también hacen como esa descripción y análisis de las tendencias sociales a nivel de consumo y las revistas de moda en general”*. (JGC) En este caso, el proceso de diseño inicia con la búsqueda de un referente (tema) que para el caso, por ser un diseñador que trabaja para una marca de complementos indumentarios de producción masiva, orientados hacia la pronta moda; la pretensión es insertar las propuestas dentro de las tendencias del momento; por eso el abordaje del tema no es el común denominador (arte, películas, viajes, etc.) sino blogs, revistas, editoriales de moda que ofrecen respuestas más eficientes que el diseñador de moda en este caso, debe filtrar para ofrecer las tendencias más cercanas al mercado al cual se dirige. En este caso particular, la mayoría de respuestas de diseño están prácticamente dadas, el proceso de diseño se enfoca a adaptar estas respuestas en coherencia con el mercado objetivo.

A partir de lo señalado anteriormente con relación al proceso de diseño de moda se presenta el siguiente cuadro que resume el proceso de diseño articulando todos los elementos contemplados por ellos.



Los diseñadores describen el proceso de diseño de una propuesta indumentaria o colección de moda como un proceso en el cual se incluyen los siguientes aspectos: Problema, Investigación, Tema, Mood board, Resultado o Concepto, Relación de elementos, soluciones o diseño.

Aunque algunos diseñadores no incluyen el planteamiento del problema dentro del proceso de diseño, si se percibe que es a partir de la aparición de un problema (necesidad o requerimiento) desde donde se da comienzo al proceso de diseño.

Se entiende por planteamiento de un problema la manifestación de una necesidad o un requerimiento sea de una marca, de un cliente o un momento específico. Para algunos diseñadores se hace importante clarificar este problema, a través de lo que consideran una investigación²; la búsqueda de antecedentes, de proyectos

² Lo que el diseñador de moda refiere como investigación es indagación alrededor del problema de diseño planteado, o la búsqueda juiciosa de información alrededor del tema seleccionado para llevar a cabo la solución de su problema de diseño.

similares y de información sobre su problema de diseño que les ayuda a tener una perspectiva clara del mismo para la lograr la obtención de respuestas más eficientes.

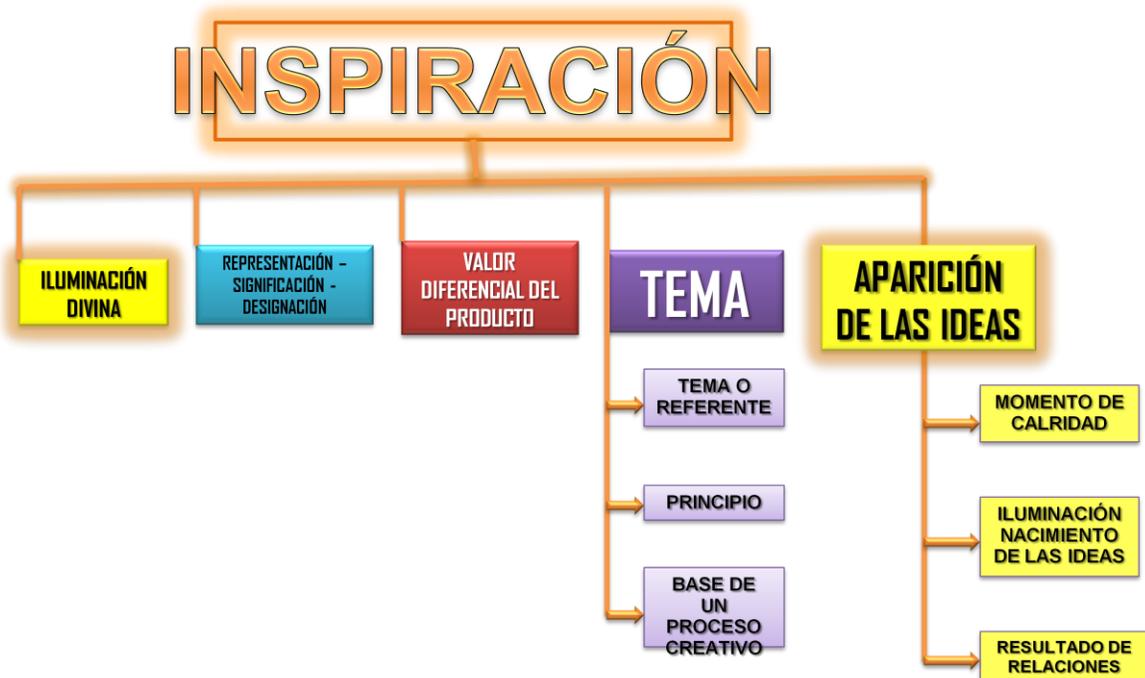
Para algunos diseñadores el paso siguiente a la manifestación del problema es la indagación por el mismo; mientras que para otros diseñadores de moda es la elección de un tema lo que continúa tras la aparición del problema. La elección del tema implica necesariamente una investigación, en el sentido que se entiende ésta desde el diseño; búsqueda y reunión de información sobre la temática seleccionada. Para algunos diseñadores de moda es importante llevar la información reunida a una tabla que denominan mood board; en este tablero se agrupa toda la información que el diseñador obtiene y que le parece relevante para su solución de diseño; además de la información del tema, también ubica allí información sobre el problema de diseño, usuario, mercado, temporada, etc. Que le permitirá ir realizando relaciones entre todos los elementos que debe considerar para sus diseños. Aunque no todos los diseñadores utilizan el mood board; puede pensarse en la analogía del mood board con el cerebro, pues finalmente tras la obtención de información el diseñador va almacenando ésta en su cabeza y allí va realizando las relaciones, de manera inconsciente, que se hacen más evidentes con la utilización de la herramienta mood board.

Tras la reunión de información sobre el tema el paso siguiente es la aparición del concepto de la colección; el concepto es la noción general que aparecerá manifiesta en toda la propuesta indumentaria o colección de moda, que será perceptible a través de formas, colores, materiales, siluetas, etc. Paralelamente el diseñador debe realizar lo que han denominado “relación de elementos”, en la cual el concepto de la colección se suma al perfil de usuario, universo de vestuario, temporada, mercado, identidad de marca; para lograr dar las respuestas de diseño eficientes y coherentes. Cabe anotar que esas respuestas son los diseños, que hasta donde describen los diseñadores se pueden entender como el dibujo de las propuestas, pues salvo un caso, los diseñadores no hacen alusión a la materialización de sus propuestas, lo que evidencia que piensan que el proceso de creación culmina en el diseño (dibujo) y no en la materialización; pero también se percibe que lo consiguiente al diseño (dibujo) es la materialización del mismo.

En síntesis los diseñadores describen su proceso desde el problema, búsqueda de información, una primera respuesta que es la aparición del concepto de la colección, relación de elementos y tras la relación de elementos, las soluciones o diseños.

4.1.4. Análisis de Corpus de la Inspiración

A continuación se presenta el análisis realizado a las categorías resultantes del estudio de los corpus, las cuales se resumen en el cuadro que se presenta a continuación. Es de aclarar que en la metodología de corpus se seleccionan unidades de sentido tomadas de las respuestas dadas por los diseñadores en la entrevista, posteriormente se realiza una primera clasificación de corte interpretativo de la que surgen las categorías relacionadas con el tema de la inspiración.



INSPIRACIÓN COMO ILUMINACIÓN DIVINA.

Una primera categoría que emerge se relaciona a la idea de inspiración como iluminación divina, la cual aunque hablan de ella así mismo la rechazan, como veremos a continuación.

Las acepciones más representativas de la inspiración explican ésta como un soplo divino, como una acción sobrenatural que Dios comunica al hombre, como la transferencia que las musas hacen a sus elegidos para motivarlos a crear; también es entendida como un chispazo, un momento de iluminación celestial cuya proveniencia es desconocida. En todo caso, como una facultad externa al hombre que aparece repentinamente sin ninguna explicación y que se relaciona principalmente con una proveniencia de orden celestial.

Aunque algunos diseñadores no pueden explicar la aparición de la inspiración: como se expresa a continuación: *“Eso no viene tal día a tal hora. Eso es un asunto de una sensibilidad de algo que toca al creador y que lo empieza a moldear con su qué hacer, con el saber de su oficio y con sueño, con su mente (...) es muy compleja; pero el cuándo y dónde nunca se sabe”* (Piedrahíta, Entre Telones: el proceso creativo de la moda., 2011) al referirse a ella, la inspiración, la dotan de un romanticismo que puede estar motivado por la concepción divina o gloriosa de la misma, por la idea de chispazo, o de la inexplicable aparición de la idea. Cuando la inspiración es entendida desde esta perspectiva, es tomada por algunos diseñadores de moda con cierta displicencia y rechazo, pues consideran que su trabajo no se produce bajo efectos de chispazos venidos de las musas o inexplicables; despojando el resultado de su trabajo creativo del romanticismo anteriormente mencionado; puesto que para ellos este resultado no ocurre de la nada, sino que por el contrario requiere de unos elementos previos, llámense nociones, conocimiento, información, experiencias que son los que, según describen, les permiten tener un punto de partida para dar soluciones de diseño: *“No puedo diseñar sobre blanco, la importancia de la **inspiración** es que me*

*genera movilidad mental también ¿cierto? Necesidad de conocimiento, interrelaciones y argumentación sobre eso”. (AEGM)**

Entonces, al preguntar a los diseñadores por su inspiración encontramos respuestas como la siguiente “*Pues bueno, no sé si la **inspiración**, pero sí trabajar con base en algo*”(JFLB). En la cual puede entenderse que el diseñador no acepta directamente la inspiración, sino que prefiere hablar de un elemento que utiliza como base de su labor, algo que está cercano a un trabajo de indagación, o la base de un proyecto; por eso puede decirse que aquí el diseñador está entendiendo la inspiración como ese elemento exógeno que proviene de las musas, de Dios o que aparece repentinamente, como un chispazo venido de la nada en tanto que la rechaza. Por lo cual considera que no se relaciona con su proceso de diseño; en lo cual se reafirma diciendo “*Cada vez que me dicen a usted qué lo inspiró? yo digo: no, yo no me inspiré yo trabajé con base en... yo trabajé con este proceso...*”(JFLB) Dejando también, entrever que está tomando la pregunta por la inspiración como el punto de partida para su proceso de diseño. Reiterando que no se puede empezar un proceso de diseño con la mente en blanco, se necesita tener un “algo” de lo cual partir; generalmente ese “algo” punto de partida, base, tema, etc., e lo que a posteriori comienza a cobrar el nombre de inspiración para ser referenciado.

De las respuestas obtenidas de los diseñadores se devela el hecho de no aceptar la inspiración en su trabajo, entendida ésta como un momento de iluminación divina, o un resultado obtenido de la nada. “***A mí más que sea un momento... un momento divino de de de de chispazo, es como uno se nutre constantemente en las experiencias que cada uno tiene como diseñador***”. (JGC) Al no ser ese chispazo repentino, entonces, empieza la inspiración a jugar otros papeles diferentes en el proceso creativo del diseñador, papeles que cada uno de manera distinta va describiendo, pero que definitivamente, no es la inspiración como iluminación divina la inspiración que se entiende en el proceso creativo del diseñador de moda. Pues la idea de inspiración como chispazo o iluminación divina hace parecer que el proceso creativo que da como resultado una colección de moda o una propuesta indumentaria surge de la nada, y esto no

* Cada vez que se encuentre las siglas en mayúsculas entre paréntesis se está haciendo referencia a uno de los entrevistados

es así, pues cada diseñador revela tener fuentes y elementos que lo ayudan en la conceptualización de sus diseños.

INSPIRACIÓN COMO REPRESENTACIÓN – SIGNIFICACIÓN – DESIGNACIÓN

La segunda categoría resultante nos señala la inspiración como representación – significación o designación. Estos tres términos son utilizados de manera sinónima por el diseñador, a continuación revisaremos este aspecto.

Recordemos que, desde la percepción de inspiración como iluminación divina los diseñadores aclaran que no consideran que ésta sea la forma de entender la inspiración en la moda, aunque se permiten elementos románticos para dotar sus colecciones de cierta magia que claramente no están en el proceso de diseño. Ante ese desacuerdo de la inspiración como iluminación divina o chispazo venido de la nada se inicia a aclarar que el proceso de diseño no llega de la nada, que por el contrario es un proceso que parte de “algo”, al no definir con certeza que es ese “algo” entonces se toma la inspiración para designar ese “algo”, el vocablo inspiración reemplaza el “algo” inexplicable que fue usado como pretexto de la colección. Entonces aquí la inspiración significa, representa o designa el “algo”, no la nada, de donde parte el ejercicio creativo, de donde provienen las ideas, de donde se retoman los elementos formales o conceptuales de la colección: *“Bueno para mí la palabra **inspiración** es la palabra con la que se representa un ejercicio creativo porque siempre pienso que es trabajar con base en algo.”(JFLB).*

Existe una especie de comprensión tácita sobre la inspiración para reseñar al elemento del cual provienen las características que serán llevadas a la propuesta indumentaria; sin conocimiento no hay creatividad, de ese mismo modo los diseñadores entienden que si no se apoyan en “algo” no obtendrán ideas para sus diseños; ese algo *“en la disciplina del diseño de modas siempre se habló como de*

una **inspiración**, como de ese punto de partida para poder desarrollar una colección o sea desarrollar una propuesta de diseño,” (AOB) Un algo que designan como inspiración pero que mirado en detalle es la fuente (conocimiento, información, vivencias, temas, referentes) en el cual se apoya el inicio del proceso de diseño “**inspiración** es la palabra que representa un proceso, o que significa, mejor, un proceso creativo.” (JFLB).

INSPIRACIÓN COMO VALOR QUE DIFERENCIA AL PRODUCTO

En esta tercera categoría vemos la inspiración como un elemento diferenciador.

Comercialmente, a nivel de competencia, las empresas dedicadas a ofrecer a un mercado igual, mercancías similares, buscan atribuir a sus productos elementos que los diferencien de la competencia y que seduzcan al cliente para que éste prefiera su producto y no el de competencia. En la industria de la moda es muy común buscar ese elemento diferenciador evidenciado especialmente a través del ADN de la marca, pero sumado a esto, tras las entrevistas realizadas a los diseñadores aparece que de algún modo empiezan a relacionar la inspiración como aquello que le atribuirá ese elemento diferenciador a sus diseños y que por consiguiente hará que el usuario prefiera sus productos indumentarios sobre los de la competencia: “La **inspiración** es el valor que diferencia el producto, o sea, tal vez todos sabemos y hemos usado pantalones, zapatos... pero que hace la **inspiración**? permite diferenciar cada uno de los productos como tal, porque digamos en un sector como la moda lo que implica es perder ese valor de utilitario del producto, donde el zapato nos cubre el pie de la relación con el exterior y lo hace es un producto importante para la persona en donde lo que valora es su apariencia más que su función como tal de protección.” (JGC)

Ese valor diferenciador que ofrece la inspiración también es entendido como el estilo propio del diseñador puesto en el producto; o sea como la interpretación que él hace de los elementos con los cuales ha trabajado y la manera como los usa para definir la apariencia de sus productos. En el ejercicio del diseño, diferentes

diseñadores darán respuestas diferentes a un mismo problema; aunque tengan el mismo problema, la misma información e iguales conceptos; no se encontrará una propuesta de un diseñador igual (en todo el sentido de la palabra) a la de otro diseñador, porque finalmente el resultado del proceso ha pasado por un mezclador o filtro que es la cabeza de cada uno y lo que allí hay es totalmente particular; lo que se conoce como su estilo; por lo mismo los resultados serán particulares. Y ello es así porque cada diseñador tiene una experiencia de vida diferente que hace que sus aproximaciones al mundo tengan el matiz propio que le entrega su experiencia la cual configura la tradición que culturalmente se ha establecido en él y lo ha conformado como un hombre de un mundo que comprende de acuerdo con aquello que la tradición misma le ha dado. Todas las respuestas serán diferentes y podrán ser correctas y eficientes. Esa transición de la información filtrada por el estilo propio del diseñador, también ofrece al producto un valor diferenciador: *“Es lo único que permite tener una diferencia comercial, porque, más que pensar en la idea romántica de la **inspiración** divina que llega digamos de un ente externo, es pensarlo como la experiencia personal que nosotros tenemos... que cada uno como diseñador tiene.”(JGC)*

INSPIRACIÓN COMO TEMA

En la cuarta categoría pareciera ser que se encuentra la idea más común entre los diseñadores acerca de la inspiración. En el diseño de moda el tema es entendido como el asunto, al cual obedece la colección, es el contexto que será examinado (investigado) con el objeto de ofrecer respuestas de diseño desde el orden formal (apariencia) y conceptual, entre otros valores que puedan ser requeridos en el desarrollo de la colección.

Básicamente se puede entender la relación entre tema e inspiración, porque es del tema de donde se desprenden las ideas para la colección tanto formal como conceptual, cromática y hasta materiales. Entonces el pensar que de allí provienen

las ideas de diseño, puede llevar a la comprensión del tema como el elemento inspirador o de inspiración.

Es decir, aquí es posible que se use el término inspiración para referenciar directamente al tema sobre el cual se ha trabajado o indagado para dar forma a una propuesta indumentaria; a su vez este tema aparece mencionado por los diseñadores de moda, también como referente, punto de apoyo, principio o base del proceso creativo que conlleva a la obtención de conceptos, formas y estilos de una colección.

Veremos a continuación las distintas formas como los diseñadores comprenden el tema:

TEMA - referente

Entender la inspiración como un referente obedece a pensar en que éste actúa como sinónimo del tema, principio, punto de apoyo o base del proceso creativo. Es decir, el tema, es el referente mismo del cual se desprenden los componentes formales y conceptuales de la colección.

En el libro *Diseño e Investigación* de Simon Seivewrigh, 2008. Se toma la inspiración como el tema que usa el diseñador para dar vida a sus creaciones; es tan clara la comprensión del vocablo inspiración, desde la perspectiva de tema, que el autor entrevista a varios diseñadores de moda, vestuario y complementos, consultando por sus fuentes de inspiración, y las respuestas de éstos transitan entre los siguientes temas: revistas, internet, museos, exposiciones, la naturaleza, música, películas, mercadillos, ferias de antigüedades, libros, las calles, viajes, la historia, prendas vintage. Estas respuestas evidencian claramente que lo que se está percibiendo como inspiración es el tema del cual fueron retomados elementos para ser transferidos a los diseños. El tema es el referente, la fuente de

información que a su vez permite sustentar decisiones formales y de apariencia de los objetos diseñados.

Desde lo anterior, podemos ver que el tema se entiende como el referente que brinda los elementos de diseño necesarios para ser vinculados a las constantes de una colección como universo de vestuario, usuario, perfil de consumidor. El referente se convierte en el pretexto para elegir formas, colores y conceptos que serán luego evidenciados en la apariencia de la indumentaria o de los elementos de diseño, y que de una u otra forma son los responsables de la coherencia conceptual de la colección.

Se hace importante entender que la sinonimia inspiración-tema se ha popularizado de tal forma que al indagar (un periodista, reportero, u otra persona) a un diseñador por su inspiración éste responde casi automáticamente con ese tema-referente del cual adquirió síntesis para sus diseños.

Al formular a los diseñadores de moda la siguiente pregunta: **¿Cuándo le preguntan en qué se inspiró, cuál es su respuesta?**, los diseñadores dejaron ver que contestan a este cuestionamiento desde dos ángulos, el primero intentando explicar cuál es su propia concepción del vocablo inspiración con relación a su proceso: *“Cada vez que me dicen a ¿usted qué lo inspiró? yo digo no, yo no me inspiré yo trabajé con base en... yo trabajé con este proceso... entonces siempre como que la volteo con el, con lo que pienso acerca de eso de la **inspiración**. (JFLB)- , - “Toca como la tarea de educar públicos y empezar a explicar, bueno, para mí la **inspiración** es esto...” (AEGM) – Desde este primer escenario de respuesta, el diseñador se va a la acción de esclarecer lo que él entiende como inspiración que difiere totalmente de esa acción divina o aparición repentina de las ideas. Encontrar respuestas de este orden, explicativas de la inspiración en el diseño de moda, es muy escaso. Más bien las respuestas abundan en torno al segundo ángulo desde el cual se contesta a esta pregunta; esa mirada es desde la intención de satisfacer la curiosidad del entrevistador descifrando lo que se esconde tras esa pregunta; *“Esa respuesta siempre nace cortada porque uno asume que la idea que se tiene de **inspiración** de uno frente al otro no es la misma. Porque siempre que a mí me pregunta sobre la**

***inspiración** yo digo: ¿esa persona piensa que la inspiración es algo que surgió de la nada? Entonces, lamentablemente toca irse al concepto que esa persona tiene y hablar solamente de una de las ideas de colección” (AEGM). Así pues, la respuesta no obedece directamente a lo que realmente el diseñador entiende por inspiración; sino más bien a la interpretación que se hace desde lo que el otro pregunta, lo cual responde a aquello de donde sacaron las ideas que luego fueron materializadas en formas, conceptos y colores en sus propuesta de diseño. Es decir se descifra que la pregunta por lo que lo ha inspirado es por el tema o referente del cual proviene la colección: “yo siempre trato como de enfocar la respuesta de lo que me inspira sustentada en un referente real, para que sea, digamos, mucho más concreto para quien me pregunta. Qué lo concreta? Pues digamos mis referentes son tales diseñadores, tales colecciones, tales editoriales de revistas que permiten proyectar inmediatamente como es que uno hace una lectura de ese tipo, digamos, de información y lo traslada a su contexto real para poder digamos, dialogar nuevamente con esa información, pero digamos, actualizarla y reformularla para una necesidad comercial diferente. (JGC)*

Entonces, aquí se evidencia que la respuesta a la inspiración obedece más a la necesidad de satisfacer un interrogante desde la perspectiva de quien pregunta, que desde la perspectiva de quien está siendo indagado. No obstante, esta constancia en la pregunta y la respuesta ha validado la existencia de la misma a tal punto que tanto entrevistador, como entrevistado y público en general, entienden la pregunta por la inspiración como el tema o referente de la misma, lo que permite admitir la concepción de inspiración como tema – referente.

Con todo y las muy variadas definiciones y percepciones que se le pueden dar al término, se aprecia que el vocablo trasciende el chispazo divino hacia la definición de éste como ese argumento, pretexto de la apariencia de la indumentaria, dado que las respuestas por la inspiración evidencian el referente (tema) elegido para la colección: - *"Partimos de la idea de la sensibilización del arte, tomando como punto de referencia el trabajo del artista Cy Twombly. Él tenía fascinación por las historias de la mitología, las trabajaba de una manera muy romántica y abstracta. Allí, entonces, encontré una **INSPIRACIÓN** fantástica para tomar una especie de terapia de color y divertirnos."* ISABEL HENAO, 2012. - , - *"Para mi segunda colección me inspiré en un lugar hermoso y reconocido en todo el mundo: "Caminito", el barrio tanguero de Buenos Aires."* CATALINA ARÉVALO, 2010 Es

mas común encontrar la inspiración referida como tema en los medios de comunicación (impresos, internet o televisivos) que cuando se habla de ésta en otros escenarios, como el académico. Además se evidencia que los temas o referentes más recurrentes para los diseñadores de moda son: el Arte (galerías, exposiciones, museos, artistas) películas, y lugares de diferentes partes del mundo, temas que incluyen los viajes que han realizado y el entendimiento de culturas ajenas a la propia.

TEMA – principio

El tema entendido como principio hace referencia al punto de partida o sea a la idea de que hay un inicio. Hablar de principio es señalar la existencia de un referente que se convierte en el comienzo de la colección. *“En la disciplina del diseño de modas siempre se habló como de una **inspiración**, como de ese punto de partida para poder desarrollar una colección o sea desarrollar una propuesta de diseño.”(AOB)*

Ese tema punto de partida nuevamente lleva a ser el elemento que ofrece al diseñador características formales para el diseño, paletas de color, conceptos; hasta tanto exista ese elemento referencial que se vuelve el principio del trabajo creativo el diseñador aún no tiene nada para crear; finalmente como lo dice la teoría de la creatividad, el conocimiento es el cimiento de la creatividad, sin conocimiento no se puede idear, imaginar, crear; así que, puede decirse que el conocimiento alrededor de algo, y ese algo puede ser el tema que se convierte en el punto de partida, finalmente es desde éste que se desprenden los elementos formales de la propuesta de diseño. *“Cuando la gente habla de **inspiración** trata es de comprender lo incomprensible en un producto, que es decir exactamente por qué se hicieron la elección de formas, colores, texturas para un producto determinado.”(JGC)* Al decir lo incomprensible se evidencia la necesidad de tener un argumento que sustente la toma de decisiones sobre la apariencia del diseño, deja abierta la interpretación a la no aceptación de un diseño caprichoso: determinar una forma, un color, un material en una prenda no puede ser producto de un antojo, requiere ser comprendido, y el sentido se encuentra cuando aparece

la inspiración que como tema sustenta estos elementos puesto que finalmente ésta es el punto de partida para dar respuestas de diseño. “y ahí se desarrollan o surgen tales conceptos y estos conceptos los puedo llamar inspiración.”(AEGM)

TEMA – base del proceso creativo = preparación

La inspiración como tema también se entiende como base del proceso creativo o preparación para el mismo. El proceso creativo es definido como “*Desarrollo del camino que sigue la persona que crea antes de alcanzar su producto final*” (Cerde Gutiérrez, 2000). Camino que además, tiene una serie de estaciones conocidas como etapas o fases del proceso creativo.

Al ser un proceso tiene un punto inicial denominado por Graham Wallas (1.926) como Preparación; esta preparación es la recopilación de información que se hace durante toda la vida, la cual tras la aparición de una motivación es activada por el cerebro mostrando si es necesario recoger más información sobre el asunto motivacional para poder llegar a respuestas eficientes. Dicho de otro modo en el cerebro hay información almacenada, se adiciona nueva información relacionada con el problema planteado, que en este caso es el diseño de una propuesta indumentaria, esta información es el primer paso, punto de partida o base de las fases de proceso creativo siguientes.

Al ser base de un proceso creativo puede ser también punto de partida; es el inicio, aquí se evidencia la inspiración como el principio, el cimiento del cual no solo se desprenden algunas resoluciones formales del diseño sino que se muestra que se desprende un proceso, que como tal evidencia unos momentos integradores y clarificadores para las ideas: “*Pues yo pienso que es la base, como te digo, no sé sí **inspiración** como tal, pero yo creo que es la base de un trabajo como tal, es la base de una colección, la base de un proceso creativo...*”(JFLB)

La relevancia de este entendimiento de inspiración como principio del proceso creativo radica en dos elementos: el primero que se ve la inspiración en relación al proceso creativo, lo que conlleva a que no es la inspiración un elemento exógeno, como se entiende comúnmente, sino que éste forma parte de un proceso que se desprende del conocimiento. *“Nuestra generación se formó en una academia... donde a ti nunca te dan una clase de **inspiración**, esa viene como implícita en cada uno de los procesos creativos” (JGC)* Al entender que la inspiración forma parte del proceso creativo, como elemento implícito en éste, y al ser este proceso una actividad de orden mental, que ocurre al interior de la persona, entonces la inspiración ahora es llevada a otro nivel, al interior del ser humano.

El segundo elemento es entender la inspiración como inicio. Si no hay motivación e información no hay cómo comenzar un proceso de diseño. Entonces, en este sentido, sí la inspiración es el principio para el proceso de diseño, entonces no solo es un tema sino también la indagación y la información sobre le mismo.

INSPIRACIÓN COMO APARICIÓN DE LAS IDEAS

Otra categoría encontrada en este trabajo hace referencia a la inspiración entendida como aparición de las ideas la cual es entendida también desde perspectivas diferentes. Ante la inexplicable aparición de una idea recurrimos a describirla como inspiración. Ese momento de iluminación, de chispazo divino, ese momento en cual algo ocurre en al mente y da origen a una idea.

La aparición de una idea casi se convierte en un acto inexplicable, el no saber cómo o por qué llega, ha tejido alrededor de este hecho un halo de magia que se proyecta a lo divino, a la musa, a una facultad exclusiva de unos cuantos elegidos; convierte la idea en una acción mental sublime frecuentemente denominada Inspiración.

Pero no necesariamente por desconocer los factores previos al nacimiento de una idea, es esta mágica. Y no por ser esa acción sublime denominada inspiración, debe entenderse la inspiración como un chispazo venido de la nada.

Al indagar por la inspiración a los diseñadores de moda, que relacionaron ésta con la aparición de las ideas, se percibió que más allá de la acción mágica, entienden en la inspiración un momento de claridad, un surgimiento de las ideas, una iluminación entendida en el marco del proceso creativo o un resultado de relaciones.

IDEA – momento de claridad

Según el diseñador entrevistado identificado como AOB, la claridad ocurre cuando hay conocimiento sobre el problema de diseño, cuando se ha indagado y puesto en perspectiva la situación, cuando toda la información está reunida y relacionada con la realidad, entonces ocurre la inspiración como momento de claridad: *“O sea para mi la **inspiración** es un momento de claridad, un momento de claridad que me brinda el poder inspeccionar, investigar, el poder conocer el área en la que yo estoy trabajando el área en la que se fundamenta mi problema de diseño”.* (AOB). Es pensar la inspiración, no como un momento de chispazo inexplicable, sino como el momento en el cual todos los elementos que giran entorno al problema de diseño han sido descifrados, por así decirlo, y se evidencian despejados, se tejen interrelaciones y el diseñador goza de la comprensión de estos elementos, entiende claramente toda su información y entonces puede empezar a proponer ideas de solución al problema de diseño.

Podemos hablar aquí de la idea, y en esa perspectiva de la inspiración, como la manifestación del ordenamiento de los conocimientos.

Esa idea de claridad es expresada por los diseñadores de la siguiente manera: “Yo creo q la **inspiración** en mi trabajo es también ser consciente... cierta conciencia de qué tipo de elementos se hacen más sensibles para trabajar... bueno yo trato de explicarme con eso... siempre hay que estar en el ejercicio constante y nutriendo ese ejercicio de estar activando esa **inspiración...**” “*cuando la gente habla de **inspiración** trata es de comprender lo incomprendible en un producto, que es decir exactamente por qué se hicieron la elección de formas, colores, texturas para un producto determinado.*” (JGC)

IDEA – iluminación – nacimiento de la idea

¡Llegó la idea! ¡Apareció la idea! ¡Eureka!

Ya se había hecho mención a entender el proceso creativo como un camino con un Número determinado de estaciones. La tercera de estas fases, según el modelo de proceso creativo de Graham Wallas, es la Iluminación, precedida por la preparación (motivación y reunión de información) y por la incubación (estado mental inconsciente, en el cual el cerebro clasifica la información).

El paso conocido como ILUMINACIÓN, es el momento en el cual hay luz, porque es aquí cuando aparecen las ideas. La iluminación se entiende como la “*Súbita visión de lo que es la solución al problema. Atisbo de la solución que requiere elaboración y verificación*” (Cerde Gutiérrez, 2000). Aquí de repente la idea aparece, no como un acto inexplicable sino como resultado de las dos fases anteriores. La preparación y la incubación darán como resultado, siempre, el nacimiento de las ideas; lo que no se puede determinar es el cuándo.

Los diseñadores de moda manifiestan la inspiración como ese momento en el cual inician a dar respuestas a su problema de diseño pero además relacionan el hecho que para poder dar soluciones o respuestas con antelación debieron reunir

información, relacionar experiencias, concebir el problema, entre otros factores que desde la creatividad son entendidos como el conocimiento, veamos lo que ellos dicen al respecto:

*“En mi caso ese momento de **inspiración**, yo lo identifico es cuando empiezo a dar soluciones efectivas sobre el problema, es cuando empiezo a dar soluciones efectivas y eso, porque tengo el conocimiento (...). O sea yo podría identificar el punto de **inspiración** en ese momento cuando empiezo a dar respuestas, soluciones efectivas sobre el problema” (AOB)*

*“Yo pienso que la **inspiración** es una idea que puede darse cuando uno tiene la capacidad de hacer relaciones entre varios momentos ¿cierto? Entre varias nociones previas” AEGM*

*“La **inspiración** no espera en un momento específico, no llega a una hora exacta, no está dentro de tu horario laboral... llega en la cotidianidad; para mí es como un proceso cerebral en el que tu logras integrar tu experiencia, la información que tienes y la vida diaria, en donde cualquier cosa es una buena excusa que te ayuda a resolver procesos, para digamos, los desarrollos de producto final.” (JGC)*

Las ideas que aparecen en el momento de la iluminación, son las respuestas de orden formal que los diseñadores obtienen de la información que han reunido previo a un proceso de diseño de colección indumentaria; es decir las respuestas buscadas obedecen a las características de forma, concepto, color que una colección requiere y que adicionalmente deben interrelacionarse con otros elementos importantes en la colección como el usuario, mercado, temporada, entre otros : *“entonces es gracias al conocimiento de esos procesos que uno logra la armonía entre lo que se podría llamar como **inspiración**, que son mis propias experiencias e ideas como creativas para la producción a nivel formal, a nivel compositivo, digamos, del producto pero teniendo el equilibrio con la realidad de la producción del mismo.” JGC*

IDEA – resultado de relaciones

Entender la obtención de una idea como resultado de relaciones, presume que existen varios elementos que de una u otra forma deben conectarse para conseguir llegar a las soluciones.

Alcanzar una idea como resultado de estas conexiones es lo que algunos diseñadores refieren como inspiración. *“Yo pienso que la **inspiración** es una idea que puede darse cuando uno tiene la capacidad de hacer relaciones entre varios momentos ¿cierto? Entre varias nociones previas, entonces uno tiene nociones previas sueltas, hay un momento de relación y de conjunción de eso y esa genera como el primer activador para desarrollar el concepto...” (AEGM)* Inicialmente esos elementos de relación se describen tenuemente, tan fugaces como la inspiración misma; Olga Piedrahíta al ser indagada por la proveniencia de la inspiración dice lo siguiente. *“Eso no viene tal día a tal hora. Eso es un asunto de una sensibilidad de algo que toca al creador y que lo empieza a moldear con su qué hacer, con el saber de su oficio y con su sueño, con su mente, sí?... que lo empieza a direccionar y a moldear hasta que sale una colección; eso se llama la materialización de la idea, es muy compleja, pero el cuándo y dónde nunca se sabe.”* (Piedrahíta, Entre Telones: el proceso creativo de la moda., 2011) Esta reconocida diseñadora Colombiana describe una relación de elementos que se perciben ensoñadores, aclarando que es complejo definir el origen o momento en el cual la inspiración puede aparecer, pero sí refiriendo a un proceso de conexiones de elementos dotados de cierto romanticismo propio del poeta o el artista, que finalmente conllevan a la aparición de la idea que al materializarse se convierte en colección.

Aunque inicialmente los elementos que se conectan para dar como resultados propuestas de diseño se señalan borrosos, tenues o románticos, al continuar con las indagaciones aparecen concretamente esos elementos necesarios para obtener resultados por conexiones; entre esos elementos que los diseñadores consideran deben relacionarse se encuentran: nociones previas, conocimientos, experiencias propias, la realidad, el oficio, el problema de diseño, mercado, las tendencias comerciales, el usuario, entre otros, que al ser entendidos y

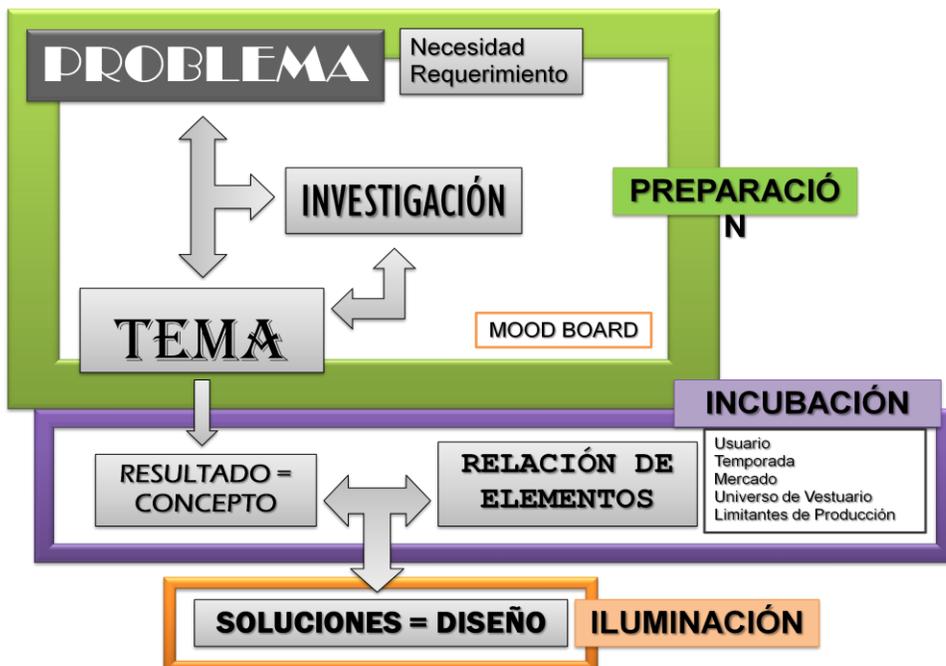
relacionados unos con otros permiten al diseñador obtener soluciones eficientes a sus problemas de diseño, que sean coherentes con estos mismos elementos ya mencionados. Además se plantea necesario realizar interconexiones de estos escenarios en tanto de una u otra forma los diseñadores lo manifiestan como los elementos que posibilitan la generación de ideas o respuestas de diseño, sin la existencia e interconexión de estos pues no se obtendrían ideas, como lo dice el diseñador entrevistado identificado como “*No puedo diseñar sobre blanco, la importancia de la **inspiración** es que me genera movilidad mental también ¿cierto? Necesidad de conocimiento, interrelaciones y argumentación sobre eso.*” (AEGM) Al obtener la idea como resultado de relaciones, es claro que la idea no proviene solo de indagar por un referente o tema, sino que éste es sumado a otros elementos que son importantes en un proceso de diseño de indumentaria; elementos que trascienden la comprensión sublime de la inspiración y la aterrizan en realidades de orden comercial: “*Yo no puedo simplemente construir un imaginario y no confrontar esa realidad de ese imaginario porque entonces ¿para quién estoy diseñando? Será que estoy diseñando igualmente para un mercado imaginario, estoy con un usuario imaginario, un problema imaginario, entonces, si esa **inspiración** no está agarrada de la realidad, repito, (...) la inspiración debe estar apoyada de la realidad...*” (AOB) “no puedo diseñar sobre blanco, la importancia de la **inspiración** es que me genera movilidad mental también ¿cierto? Necesidad de conocimiento, interrelaciones y argumentación sobre eso.” (AEGM)

4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.2.1. Relaciones entre el proceso creativo y el proceso de diseño de una colección de moda

El proceso de diseño de una colección, descrito por los diseñadores de moda tiene puntos de semejanza con el modelo descrito por Sue Jekyn Jones, en su libro *Diseño de Moda*, 2005; en cuanto al requerimiento de un tema sobre el cual se debe investigar para luego relacionarlo con otros elementos que deben ser tenidos en cuenta, los cuales, la autora denomina, condiciones (Ocasión de uso, estación, cliente, mercado) y que por consiguiente conducen a tener **INSPIRACIÓN** y luego a la realización de una colección; aunque los diseñadores no hablan de la inspiración directamente en su proceso si hablan de las soluciones, en tanto éstas son el momento en el cual las ideas aparecen para dar inicio al diseño.

Al relacionar el mapa mental del proceso de diseño descrito por los diseñadores entrevistados con el modelo de proceso creativo desde el cual se mira este trabajo, obtenemos la siguiente:



Se pueden entender tres momentos del modelo de proceso creativo de Graham Wallas: PREPARACIÓN, INCUBACIÓN E ILUMINACIÓN.

El momento de preparación además de ser una fase constante en cualquier creativo (porque la reunión de información se hace a diario) se puede entender en los momentos en los cuales los diseñadores de moda describen la aparición de su problema de diseño y la investigación sobre éste, lo que también incluye la selección de un tema sobre el cual trabajar y la reunión de información alrededor del mismo.

Tras la preparación, toda esta información pasa al estadio que G.Wallas denomina INCUBACIÓN, el momento inconsciente en el cual toda la información reunida de una u otra forma se organiza y relaciona en el cerebro, que es descrita por los diseñadores como la relación de elementos. Es el momento en el cual todas las condiciones que han formado parte del problema o del tema se afectan y clasifican para luego dar paso a la aparición de las ideas, momento de la ILUMINACIÓN, que se puede entender en el proceso descrito como el momento de las soluciones que, por consiguiente, se convierten en diseños.

Lo que no se ve manifiesto en el proceso descrito por los diseñadores entrevistados es el paso de la VERIFICACIÓN. Esta fase es el momento en el cual las ideas que aparecen durante la fase de iluminación se materializan, para comprobar la eficiencia de las soluciones. Sin materialización de la idea no hay creatividad, dice la teoría; por eso es tan importante esta fase del proceso. Pero aunque ésta no es mencionada en el proceso descrito por los diseñadores entrevistados; se pueden entender dos cosas: Primero, las soluciones que los diseñadores buscan a sus problemas de diseño (forma, color, materiales, conceptos) se evidencian en el diseño (dibujo), por tanto la respuesta buscada está en el dibujo y no en la materialización del mismo, ya que se sobre entiende desde el dibujo la posibilidad realización del mismo. Segundo, los diseñadores no hablan de la materialización, porque consideran que ésta se sobreentiende como el paso a seguir después del dibujo, pero además no la perciben como parte del proceso creativo, sino como parte del proceso productivo. Lo que también muestra

el desconocimiento de la teoría de la creatividad al desligar la producción del proceso creativo.

4.2.2. La inspiración como iluminación divina.

La inspiración como Iluminación Divina proviene de dos fuentes, la teológica y la mitológica; primero el Diccionario de la Real Academia Española, entre varias acepciones, dice que inspiración es la *“ilustración o movimiento sobrenatural que Dios comunica a la criatura”* y el segundo es el mito griego de las Musas, las nueve hijas de Zeus y Mnemósine, que realizaban el papel de mediadoras entre los Dioses y el creador; entonces desde estos dos escenarios se entiende que la inspiración es un momento de iluminación que tiene el hombre (creador) motivado por un deseo de Dios o de los dioses; de esta manera se explica la enigmática aparición de las ideas como provenientes de la nada y solo por decisión de un ser superior o sobrenatural.

En esta percepción de iluminación divina, se pone por expreso que el acto o la acción creadora provienen de la nada*, no requieren conocimientos, bases, información, nociones, herramientas, solo es la decisión de un ente ajeno al ser quien determina el momento creador a través de una persona, un elegido.

Si bien así, es más cercano entender la inspiración, en tanto iluminación divina; podría pensarse que desde el mito griego de las musas; dado que los padres de éstas fueran Zeus, el rayo y Mnemósine, la memoria; que la inspiración en realidad no es tan proveniente de la nada como aparentemente es percibida. Puesto que la memoria hace las veces del archivo de la mente, donde se almacena lo que desde la creatividad es denominado conocimiento (experiencias, vivencias, información, etc.), que son la base de la creación; y Zeus en su carácter

* En este apartado la palabra nada ha de entenderse como aquello que no tiene explicación y que por lo tanto es derivado a la divinidad.

de Rayo, ilumina, tiene luz. Entonces, el rayo ilumina la memoria; desde esta mirada puede entenderse una iluminación del recuerdo, proveniente desde los dioses griegos; iluminar el recuerdo, entonces, no es iluminar la nada, sino el cúmulo de las cosas que se han recogido durante la vida, pues solo se retiene del pasado aquello que afecta el alma. Mirado así la iluminación divina no proviene de la nada, no es el capricho de un ser supremo, es la acción de este ser con la cual activa la memoria, trae al presente el recuerdo, y entonces, la inspiración no proviene de la nada, proviene del recuerdo y motiva la creación artística, específicamente aquellas que eran consideradas en la antigua Grecia como artes, la música, la elocuencia, la poesía, la astronomía, entre otras; así la inspiración es coherente con el uso que describe María Moliner (1992) "*estado propicio a la creación artística o cualquier creación del espíritu*"

No obstante, sigue pensándose la inspiración en tanto iluminación divina, como fundamentada en la nada, externa al ser humano, no una acción propia sino ajena a éste, que proviene de seres sobrenaturales. Esta configuración incorpórea de inspiración no obedece a la reflexión que los diseñadores de moda hacen de ésta en su trabajo de diseño. Si bien se permiten en ciertos momentos dotar su trabajo de un halo de magia o poesía, es más en virtud de una estrategia comercial que de un inexplicable momento creador; al referirse a la inspiración como iluminación divina están de acuerdo que esto no es lo que sucede en su trabajo, puesto que tienen claro que las ideas no llegan de la nada o aparecen de una fuente celestial inexplicable, por el contrario manifiestan que las ideas son el resultado de un trabajo de indagación y procesos mentales que luego les permiten configurar sus propuestas indumentarias.

Esta concepción de inspiración tampoco es coherente con la teoría de la creatividad, la cual manifiesta que el conocimiento es la base de la creatividad, sin conocimientos no se pueden producir ideas y mucho menos ser creativos; de la nada surge: nada; si la mente está en blanco no hay insumos para que esta pueda trabajar y generar ideas o creaciones, así pues que no es posible que surjan imágenes o se pueda crear solo por el resultado de una mediación divina. No existe una especie de geniecillo que nos entrega sus ideas para que nosotros las materialicemos, el proceso creativo exige conocimiento y es desde allí que podemos pensar y justificar el surgimiento de las ideas creativas

Entonces tras el análisis de la información recopilada si bien desde lo etimológico y la definición del DRAE se percibe la inspiración del orden olímpico o divino, para los diseñadores de moda ésta no es la concepción de inspiración que refieren cuando se permiten hablar de esta en su trabajo. Cuando la inspiración es entendida desde esta perspectiva, es enfrentada por algunos diseñadores de moda, con cierta displicencia y rechazo, pues consideran que su trabajo no se produce bajo efectos de chispazos traídos por las musas o por el espíritu santo; por el contrario su relatoría obedece a entender que para tener ideas deben partir de sus conocimientos que con una mente en blanco no tienen insumos para responder a sus problemas de diseño.

Queda descartado que los diseñadores de moda consideren la inspiración como iluminación o un chispazo divino; y se deduce que el uso de ésta, si fuese entendido, desde esta perspectiva es más por una estrategia comercial que les permite ciertos acercamientos de carácter artístico y aspiracionales que en consecuencia les generan un mayor reconocimiento y cierto estatus de artistas en el mercado.

Entonces, si bien la inspiración no se evidencia como la iluminación divina proveniente de Dios o los dioses, si se manifiesta polisémica desde las afirmaciones que los diseñadores de moda hacen de ella. Es común hablar de inspiración en el proceso de diseño de moda, se evidencia común que no es un chispazo divino a lo que se están refiriendo con la inspiración en este proceso; entonces de allí que cada diseñador haga uso de ésta a su acomodo y desde su propia necesidad o concepción creada, convirtiendo así, la inspiración en un término polisémico, específico para la creación de una propuesta indumentaria o colección de moda.

4.2.3. La inspiración como tema.

El tema aparece como el motivo o asunto sobre el cual recae la conceptualización de la propuesta indumentaria o colección. Esta relación no es nueva ya desde comienzos del siglo XIX, en el nacimiento de los diseñadores de moda, estos requirieron de elementos temáticos que les ayudaban a construir sus propuestas de diseño.

Al ser el tema la fuente de la cual el diseñador de moda retoma elementos que se verán reflejados en sus soluciones de diseño, es decir, al ser el tema el elemento del cual de una u otra manera surgen las ideas que configuran la propuesta de diseño; entonces se sobreentiende que éste es el elemento inspirador o la inspiración misma; pero esa inspiración no como la idea sino como el origen de las ideas.

María Moliner (1992), en su diccionario de uso del español dice que uno de los usos del término inspiración es como INFLUENCIA. Influir implica intervenir, conducir a, pronunciarse en forma directa sobre algo hasta lograr manifestarse en éste, lo que implica que pueda hablarse del tema como influencia, o de la influencia como aquello que abrió el camino a la aparición del tema en el diseño de moda; en el depósito histórico de sentido de la inspiración, el rastreo puede determinarse que hasta la aparición de los primeros diseñadores de moda a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, el vestido y lo que para aquel momento se definía como moda eran resultado de las influencias del contexto, de las situaciones políticas, o del reflejo de sociedad y los acontecimientos del momento. Es decir estos hechos anteriormente mencionados se veían reflejados de una u otra manera en el vestido característico de los siglos XVIII, XIX y principios del XX. Desde las lecturas de vestido que se hacen de estos momentos específicos se sobreentiende la “influencia” del contexto en las decisiones de forma que cobraba el vestuario. Claro está que para este momento la decisión de estas formas eran tomadas por el usuario y no por el modisto que por estos siglos era un ser anónimo. Esta influencia aún no podría identificarse como el concepto de inspiración cuya búsqueda se plantea en esta investigación, primero porque en este momento la moda apenas empezaba a construirse como es conocida hoy y

segundo porque aún no existían los diseñadores de moda y por tanto no existía la profesión del diseño. Y el punto de partida de esta concepción de inspiración es desde el diseñador de moda. Lo que si puede plantearse es que históricamente ha existido una relación de influencia de elementos externos para dar forma al vestido. La idea de influencia muestra que configurar o dar forma al vestido ha requerido tener una fuente de donde tomar elementos que puedan ser manifestados en el vestido y que así mismo se llegó en un momento a hablar de esa influencia necesaria como tema, y luego a entenderse ese tema como inspiración. También en el depósito histórico de sentido se señalan los momentos en los cuales las influencias asumidas desde el contexto y puestas de manifiesto en el vestido como ocurriera en el año 1909 cuando tras el estreno de los Ballet Rusos en París, los elementos formales del vestuario, maquillaje, escenografía se tomaron la indumentaria de la década, poco a poco se fue popularizando que, especialmente, los movimientos artísticos nacientes a comienzos de siglo también se vieran evidenciados en la ropa, convirtiéndose en una práctica común retomar elementos sobre un “tema” para justificar decisiones formales en el vestuario, siendo Elsa Schiaparelli, la diseñadora que constante y claramente usó un “tema” que determinara toda una propuesta o colección. Entonces se puede evidenciar que por lo menos desde hace unos tres siglos atrás la ropa ha sido influenciada, y que esa influencia evolucionó con el surgimiento de los diseñadores de moda a temas de colección; y que ahora ese tema de colección es lo que básicamente se entiende como la inspiración. Aunque se habla de tema de inspiración o tema simplemente. El hecho de ser un tema el que sustenta formalmente una colección, se entiende que ese tema es el motivo que promueve la aparición de las ideas (decisiones formales) de la indumentaria.

Aquí es claro, sino un camino, si una relación: desde el uso del término inspiración en el idioma español se evidencia que éste se usa como influencia; que desde el depósito histórico de sentido de la inspiración en la moda, desde el surgimiento de la misma se habla de los elementos contextuales que influenciaron el vestido en los siglos XVIII, XIX y comienzos del XX, y que ese elemento influencia evolucionó en el tiempo hasta convertirse en “tema”, el tema de una colección o de una propuesta indumentaria. Ahora tras realizar este trabajo que busca comprender el sentido de la inspiración en el proceso creativo del diseñador de moda, los diseñadores de moda evidencian que relacionan la inspiración con el tema. Lo que conlleva a pensar que se sobreentiende el uso de inspiración como influencia, que en la moda se manifiesta desde algunos siglos atrás siguiendo un camino

evolutivo que convierte esa influencia en tema durante la primera mitad del siglo XX, y que hoy día, ya comienzos del siglo XXI, se entiende que el tema es la inspiración del diseñador de moda.

El tema se convierte también en el punto inicial para el diseñador de moda, es el principio del ejercicio de diseño, según manifestaron algunos de los diseñadores entrevistados y al mismo tiempo defendían el tema como la base del proceso creativo. Si aunque se asuma en una subcategoría como principio, es decir el tema como punto inicial, y desde la otra. como base del proceso creativo, que se relaciona en éste con la fase de la preparación, y aunque principio y base del proceso se entienden diferentes convergen porque llegan a verse como esa primera etapa del ejercicio de diseño en la cual la preparación se manifiesta como la etapa de recolección de información; entonces la diferencia radica en que la etapa de preparación, en el modelo de proceso creativo planteada por Graham Wallas, no inicia en el planteamiento del problema sino que es una etapa constante, porque prepararse es la recolección de información, experiencias, vivencias, hechos, situaciones y todo cuanto afecta la vida del creador, lo que implica que no sea fácil determinar un momento específico para el inicio de la etapa de preparación, que podría suceder en la aparición del problema, en este caso de diseño, o con la motivación; y entender el tema como principio implica que el inicio, el comienzo del proceso de diseño se da con la selección de un tema. Elegir un tema, implica un rastreo o recolección de información que se da en la fase de preparación.

Desde la perspectiva de inspiración como tema, esta actúa en una doble vía, o en dos momentos del proceso creativo según es entendida por los diseñadores de moda; como tema la refieren en la primera fase o fase de preparación; y en tanto el tema es la fuente de la cual surgen las ideas, entonces también se entiende esta en la categoría de aparición de las ideas, como la tercera fase del proceso creativo: iluminación.

4.2.4. La inspiración como aparición de las ideas.

De repente sin saber cuándo o cómo las ideas aparecen, este momento es el del Eureka! Sucede que éstas pueden ser repentinas pero no inexplicables. Es decir es difícil determinar el momento exacto en el cual se tendrá una idea pero si se puede explicar que ésta es el resultado de un proceso, que implica dos pasos previos, un momento de reunión de información, seguido por un momento interiorización que conduce a la organización de la información, en el cual inconscientemente el cerebro organiza, clasifica y relaciona la información para que paso siguiente suceda la ILUMINACIÓN: nacimiento de la(s) idea(s).

Se piensa la incubación, por ser, una actividad inconsciente como un momento de oscuridad y por consiguiente al surgimiento de la idea como un momento de luz y por tal definido como iluminación. Si bien se plantea anteriormente que en el origen mitológico de la inspiración ésta puede pensarse no tan venida de la nada sino como la iluminación de los recuerdos, y en esencia los recuerdos representan una forma de conocimiento en la creatividad; podemos pensar la inspiración aunque no se describa con tanta precisión como un proceso creativo, si se puede pensar la inspiración como la ocurrencia de una idea no inexplicable sino fruto de la claridad sobre las experiencias, la iluminación del conocimiento, la inspiración no es fruto de la nada, la inspiración tiene su origen en algo y en esa perspectiva puede decirse que es equiparable a la etapa de la iluminación en el proceso creativo en tanto iluminación e inspiración son momentos de aparición de ideas.

En esta fase ocurren las ideas, aparecen las respuestas, surgen las soluciones y por eso a este momento también se le relaciona con la inspiración, porque de una u otra forma a la inspiración se le ha conocido como el momento de aparición de las ideas, "*estado propicio a la creación artística o cualquier creación del espíritu*" (Moliner, 1992) y la iluminación se entiende como "*Súbita visión de lo que es la solución al problema. Atisbo de la solución que requiere elaboración y verificación*" (Cerdeja Gutiérrez, 2000). Esa pretensión súbita con la que describe Cerdeja Gutiérrez la iluminación es lo que acerca esta etapa del proceso creativo a la inspiración, aunque de manera diferente, porque si bien la inspiración siempre ha estado relacionada con la producción artística, la iluminación implica un proceso

que conlleva a cualquier tipo de creación tanto artística como de cualquier otro orden.

Para Graham Wallas, autor del modelo de proceso creativo sobre el cual se basa este trabajo, consideraba que la etapa de iluminación en su modelo no podía ser entendida como inspiración porque la inspiración la consideraba como la súbita e inexplicable aparición de una idea, un hecho aislado o de carácter fortuito, la aparición de la misma por la voluntad de un ser sobrenatural; para el mismo autor la iluminación se describe como la aparición de una idea tras un proceso mental que parte del conocimiento, entonces para este autor hablar de iluminación y hablar de inspiración era describir dos momentos incomparables para la aparición de las ideas. Para autores como Hugo Cerda Gutiérrez, autor del libro *La Creatividad en la Ciencia y la Educación*, iluminación e inspiración, son comparables en tanto ambas son un resultado de orden divino; mientras que para David Ángulo de Haro, en su libro *Creatividad, inspiración y creatividad*, no existe el paso de la iluminación, sino que manifiesta que la inspiración y la creatividad son entidades similares puesto que ambas refieren el surgimiento de una idea nueva que conlleva a una creación. Carlos Alonso Monreal habla de inspiración desde su concepción en psicología que es entenderla como Intuición, y ésta es la que manifiesta la aparición de las ideas y desde esta perspectiva la fase de iluminación y la inspiración son un momento similar en tanto son procesos mentales que conducen a la aparición de ideas.

Si bien entre los autores no hay un acuerdo entre la relación inspiración – iluminación, lo que si queda claro es que es en creatividad donde más reflexiones se hacen sobre la inspiración en torno a la aparición de las ideas.

Pensar la inspiración como un momento de aparición de ideas despojada de las características de fortuito e inexplicable, permite que esta pueda ser entendida como en igual de condiciones a ese momento llamado iluminación, en el cual las ideas surgen como resultado de un proceso o relación de elementos.

4.2.5. Inspiración y Lo Dionisiaco

Desde la perspectiva de Nietzsche, la inspiración aparece en el trance en el cual el cuerpo se despoja en un momento sublime de emociones allí se da el abandono del cuerpo en el éxtasis, en la embriaguez tras la emoción o el sentimiento; desde la perspectiva de este filósofo podemos entender la inspiración como un momento de euforia y desposeimiento del cuerpo, para él la inspiración no es un momento de calma o sosiego, por el contrario es un momento de agitación en el que se manifiesta en la acción creadora. En las entrevistas a los diseñadores no hay descripciones sobre la inspiración que puedan ser entendidas desde la perspectiva Nietzsche, así como tampoco en la teoría trabajada, la interpretación del filósofo de lo dionisiaco como actitud del hombre no parece tener piso en nuestra cultura occidental contemporánea.

4.2.6. La Inspiración Como Representación – Significación – Designación

Existe una especie de comprensión tácita sobre la inspiración para reseñar al elemento del cual provienen las características que serán llevadas a la propuesta indumentaria; sin conocimiento no hay creatividad, de ese mismo modo los diseñadores entienden que si no apoyan en algo no obtendrán ideas para sus diseños; Ante ese desacuerdo de la inspiración como iluminación divina o chispazo venido de la nada se inicia a aclarar que el proceso de diseño no llega de la nada, que por el contrario es un proceso que parte de “algo”, al no definir con certeza que es ese “algo” entonces se toma la inspiración para designar ese “algo”, el vocablo inspiración reemplaza el “algo” inexplicable que fue usado como pretexto de la colección. Entonces aquí la inspiración significa, representa o designa el “algo”, no la nada.

Esta idea de inspiración es propia de los diseñadores de moda entrevistados, no se encontraron teorías que apoyen o retracten esta postura por lo cual podemos

inferir que la idea de inspiración como representación, significación o designación es propia de este grupo, se ha afianzado en el uso cotidiano y no se ha realizado reflexión específica sobre la misma, pareciera ser también que en tanto no hay una reflexión sobre el proceso creativo y por ende una teoría para el mismo desde el diseño modas, el uso cotidiano prevalece sobre las teorías y en este caso específicamente sobre la teoría de la creatividad.

4.2.7. La Inspiración Como Valor Agregado

El valor agregado es ese algo de más que se atribuye a una característica para lograr una ventaja competitiva en el mercado, el plus, el elemento único y diferenciador sobre otros elementos similares en el mercado que por consiguiente influirán sobre la decisión de compra del consumidor; en este trabajo surge la inspiración entendida como ese valor agregado, aquí la inspiración es descrita desde el orden mercantilista como aquella que permite atribuir al producto ese elemento diferenciador, vista así sin la inspiración el diseñador de moda ¿cómo podría otorgar valor agregado a su producto? Desde lo teórico no hay fuentes que apoyen o difieren esta percepción de inspiración. Aún así para el diseñador de moda esta perspectiva de inspiración, valida el uso de la misma en su trabajo puesto que el acercamiento de la moda al mercado es lo que finalmente busca el diseñador de moda.

En general pareciera ser que los diseñadores de moda no tienen formación específica en el campo de la creatividad y es por ello que encontramos usos distintos de la idea de inspiración en ellos, algunos de los cuales no tienen correspondencia alguna con la teoría de la creatividad en general y con el proceso creativo en particular.

4.3. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Dado que este es un trabajo de corte hermenéutico y ya se realizó la descripción y la interpretación de la información obtenida, ahora se hace necesario realizar el ejercicio comprensivo.

En primer lugar se indaga por el sentido de la inspiración, esa búsqueda de sentido implica la confrontación con el texto en tanto que existe un concepto que necesita ser comprendido; partiendo de la base del autor del trabajo existe toda una tradición dada desde la formación del mismo como diseñador de moda y el trasfondo cultural en el que se encuentra inmerso, desde esta tradición la primera aproximación hacia el sentido indaga por el significado; son los textos indagados los que permiten encontrar otras dimensiones de sentido y es por ello que se habla de un sentido biográfico y de un depósito histórico de sentido; lo cual expande la comprensión hacia esos dos sentidos en los cuales se entiende la inspiración en la moda.

Desde el sentido biográfico de la inspiración en la moda, se mira el transcurrir de aquellas personas que han trabajado la moda y cuyas vidas han sido ejemplarizantes en este escenario; diseñadores cuyas actividades y decisiones se convirtieron en las semillas que germinarían en lo que es la moda hoy día. Allí la inspiración es un concepto que se amalgama a la idea de arte. Si se parte de la idea del diseñador de alta costura que genera propuestas indumentarias de orden conceptual que adquieren un carácter de obras únicas e irrepetibles y equiparamos esta idea con la idea de que la obra de arte, que es única e irrepetible y que además tiene el sello de autor como lo tiene la obra moda, se puede hacer una homologación con la obra de arte.

Se puede decir que la moda es un aspecto de la cultura estética occidental, y en ese sentido refleja el gusto de esta cultura en tanto se pueden generar valoraciones con relación a la misma. Es la cultura estética popular la que le ha dado a la moda el estatus de estrella y al lado de la misma al diseñador. Es algo

curioso si bien en la moda la firma de diseñador es importante, la idea de la moda también brilla por si sola sin la firma de éste. La firma del diseñador es reemplazada por la marca y el diseñador allí se vuelve anónimo frente al mundo, más sus productos pueden ser las estrellas de una temporada.

Si el campo de la estética estuvo en un principio directamente relacionado con la obra de arte, se ve que con el surgimiento de nuevas manifestaciones relacionadas con el gusto surgen expresiones que si bien no son consideradas en sentido estricto obra de arte si poseen características que nos hacen reflexionar acerca de la cultura estética en la cual lo bello y lo feo aparecen de manera simultánea y son lo mismo y lo otro como cuando las brujas de Macbeth dicen “*lo bello es feo y lo feo es bello*”.

De ahí que con el surgimiento de nuevas formas de expresión estética se comienza a hablar de estéticas expandidas y de antiestéticas y en ese campo la moda adquiere sentido como manifestación estética.

Desde el sentido biográfico el diseñador adquiere el sentido de autor y para poder aproximarse a éste se hace a partir de la base de que para comprender la obra de arte es necesario comprender el contexto del autor, o sea toda la tradición que le ha dado en un momento determinado su tradición cultural. Desde esa perspectiva estudiar la obra moda desde el diseñador – autor es que se puede hacer la búsqueda de ese sentido de la inspiración y entender la inspiración en la moda homóloga a la inspiración en la obra de arte.

Desde la perspectiva del artista se puede hablar de inspiración desde al menos dos sentidos; por una parte, recordemos que a los artistas se les creía inspirados por los dioses, las musas, y ellos ponían su hálito sobre la mente del artista quien terminaba siendo solo un instrumento de la divinidad. Al lado de esto se consideraba que los artistas eran puestos en un estado de éxtasis del que surgía la inspiración, ese estado de éxtasis correspondía a la posesión del dios en la mente de ese hombre y que luego fue transferido al éxtasis surgido de los estados

alterados de la mente producidos por el alcohol o la droga; en la historia de la moda se encuentran vidas de diseñadores que parecen confirmar esta idea.

Desde el depósito histórico de sentido de la inspiración en la moda, se puede ver la trayectoria del vestido, que señala en primer lugar una relación de funcionalidad ligada a la protección y al pudor, pero al lado de ello se puede ver también que el vestido permitía determinar un estatus social y desde ese aspecto una diferenciación con relación a los otros; también el vestido permite dar la idea de estar en contacto con la divinidad y en ese aspecto también fue un factor de diferenciación. Con el surgimiento de los diseñadores de moda y sus grandes casas de moda a las cuales las personas de la elite social se dirigían a buscar diseños, se encuentra también que el vestido continúa connotando la idea de diferenciación y aún hoy en día la indumentaria de los sacerdotes refleja la idea de conexión con la divinidad. Pero por otra parte el vestido también tiene características de diferenciación identitaria así se muestra como los trajes típicos señalan la identidad nacional y también se ve como los grupos culturales urbanos se diferencian a partir de rasgos característicos de su vestido, que señalan la pertenencia a un grupo específico o comunidad y esto es más tangible entre las culturas juveniles que si bien, entre ellos generan identidad, también generan diferenciación con el resto de la sociedad. Pero en tanto depósito histórico de sentido, la inspiración se valida en la historia de la moda desde comienzos del siglo XX, cuando los primeros y más prestigiosos diseñadores del momento, le perdieron el miedo al vestido funcional y se permitieron romper las reglas para manifestar nuevas formas de vestir más ligadas a la diferenciación, al estatus socioeconómico y a la idea de ornamentación, que la función misma del vestir por cubrir o proteger.

Tanto en el sentido biográfico como en el depósito histórico de sentido, la idea de la inspiración en la moda, se amalgama con el arte. Esta unión se inicia con la elevación de la moda a arte en el período rococó, aunque esta elevación no tuvo fuerza para continuar considerándose la moda como un arte en los siglos posteriores; sin embargo no se puede negar que la moda y el arte están ligados y en esa relación puede entenderse la aparición de la inspiración en la moda, ya sea por ser el arte el tema de una colección; por elevarse al diseñador de moda al estatus de artista y por ende al vestido a la categoría de obra de arte; o por ser la

moda arte. Lo que refieren tanto el sentido biográfico como el depósito histórico de sentido es la inspiración en la moda a partir de la relación de la moda y el arte.

Cuando se indaga por el sentido de la inspiración para el diseñador de modas, así la pregunta no sea específica sobre el sentido pareciera emerger la idea de significación, esa significación se presenta polisémica y ello tiene como trasfondo las distintas tradiciones desde las cuales los diseñadores hablan acerca del tema.

Un primer sentido habla de la inspiración dada por la divinidad; sin embargo hay un rechazo de esta idea de inspiración aún cuando no se rechaza el concepto de inspiración. La tradición nos ha entregado la idea de inspiración divina y ella de alguna manera ha convivido con nosotros; sin embargo ¿cómo aceptar que mis ideas provienen de alguien externo a mí así sea éste un dios?, la tradición científica occidental habla allí del proceso de diseño que implica conocimientos, procedimientos, indagaciones, todo menos una influencia externa de carácter además inexplicable, sin embargo esta idea de inspiración persiste sólo que lo que es para ellos podría serlo para otros?, aquí emerge por una parte la tradición científico racional y por la otra la mítica religiosa, la primera afianzada y la segunda rechazada pero presente en ese mismo rechazo.

El sentido de la inspiración desde la divinidad es rechazado en tanto otro significado remite a la idea de temas o referentes. Un tema o un referente son inspiración cuando a partir de él, el diseñador puede extraer ideas que llevan a concluir una propuesta de diseño, esta idea de inspiración tiene su fundamento o su base en el uso cotidiano que hacen de la inspiración los medios de comunicación, en tanto ellos preguntan siempre por la inspiración del diseñador y éstos responden con relación al tema o referente sin que necesariamente esta sea la idea que el diseñador mismo tiene acerca de la inspiración. Sin embargo el uso cotidiano permea la mente del diseñador y de alguna manera termina también considerando el tema o referente como sinónimo a la inspiración, ello se explica en un mundo globalizado en el cual la información es compartida casi que de manera inmediata en la mayoría de los casos, la tradición del individuo se ve afectada, así que la tradición que solía ser cerrada casi desde la perspectiva de una tradición local, se amplía a una tradición global.

Además, la idea de inspiración como tema, se evidencia también en el depósito histórico de sentido, desde el cual se enuncia en la forma del vestido la influencia de un tema, que en principio, era determinado por el contexto (hechos políticos o sociales). A comienzos del siglo XX se manifiesta abiertamente la elección de un tema como pretexto formal de una propuesta indumentaria o colección de moda, actividad que continuó en el tiempo hasta la actualidad, y que ha terminado por validar la idea de la inspiración como tema.

Un tercer significado de la inspiración se encuentra relacionado con la parte comercial, el diseñador piensa que la inspiración es el valor diferenciador por el cual satisface las necesidades de un mercado o por el cual gana la preferencia de este mercado; sin embargo para lograr entender las necesidades del mercado es necesario un proceso comprensivo a su vez, desde el cual determinar los hechos sociales, culturales y políticos que comprometen al usuario y desde ellos permitirles expresar sus cosmovisiones. Entonces la idea de lo comercial no es solo un ejercicio de transacción comercial sino un ejercicio que tiene implicaciones más profundas que parecieran ser la tradición del diseñador dada en la inmediatez y la productividad sin que entendiera aquello que tiene a la base.

Otra percepción con relación al sentido de la inspiración es de carácter presuntuoso y farandulero, el diseñador busca promocionar su producto partiendo de discursos desde los cuales propone elementos míticos, fantásticos o de fábula con los cuales expresa lo que él llama la inspiración de su colección, dotando su propuesta de una magia que no se materializa sino que se hace solo perceptible en el discurso; no hay una musa, no hay un dios o dioses, que hayan impelido su soplo sobre el diseñador, solamente hay un “cuento” bien narrado que atrapa las necesidades de la fantasía del diseñador y del cliente; atribuyendo al diseñador un endiosamiento al cual el cliente se acerca a través de su producto (el vestido).

También aflora la inspiración que se relaciona con la aparición de una idea, es la expresión del EUREKA de Einstein, pero esa aparición de esa idea no es algo dado de manera súbita y sin base alguna; ese Eureka responde a un proceso de formación y a una carga de tradición que le han permitido al diseñador interpretar y comprender el mundo desde su saber hacer: el diseño.

Entonces el sentido de la inspiración se ha presentado polisémico, muchos significados que se enlazan entre ellos, que en la discursividad emergen de manera distinta desde un mismo diseñador según la circunstancia desde la cual es apelado, y esto implica un proceso dialogal que corresponde al ponerse en la posición del otro para entender aquello que el otro tiene que decir y desde allí el diseñador le dice aquello que quiere oír.

Con el proceso creativo no se encuentra exactamente un sentido polisémico pero si un proceso metodológico múltiple, hay muchas formas de abordar un problema de diseño. Pero como ya lo comprobaron anteriormente diferentes autores, los procesos creativos se dan de igual manera en artistas que en científicos, en eruditos que en personas del común; se da de igual manera para solucionar un problema matemático, arquitectónico, familiar, social, ambiental, etc. Es decir, sea cual sea la estrategia utilizada para lograr la solución de un problema el proceso siempre se acogerá a cuatro estadios generales; preparación, incubación, iluminación, verificación. Aunque éstos cambien de nombre o se amplíe el número de fases según el autor que teorice acerca de este proceso, el proceso creativo, en síntesis, siempre podrá relacionarse con el modelo de G. Wallas. Y el proceso creativo descrito por los diseñadores, aunque de metodologías múltiples, tampoco fue ajeno a estas fases del proceso.

Hay muchas posibilidades de dar respuestas, cada diseñador desde su formación, experiencia y situación elige la vía que le permita llegar exitosamente a una respuesta de diseño. Si la situación corresponde a un contexto empresarial entonces el diseñador genera un proceso que sea ágil y que responda a las necesidades del mercado. Si la situación responde a la formación profesional el diseñador genera una metodología que busca que el estudiante entienda y apropie conceptos para realizar su colección, buscando también que el joven aprendiz expanda su tradición con la finalidad de enriquecer su trabajo.

Aquellos diseñadores que trabajan de manera independiente tienen un proceso diferente que responde a la necesidad de generar un producto para ser exhibido

en lo que se puede denominar un acercamiento a la alta costura y también creando propuestas para ser usadas comercialmente en el pret a porter, sin embargo ambos en el fondo tienen la esperanza de ser estrellas y de ser distintos y que sus productos así también lo sean, entonces el producto es una extrapolación de la identidad de ese diseñador y la inspiración debe de alguna manera reflejar esa identidad. Esa identidad recoge las experiencias propias y las de su cultura y se expande día a día en tanto la experiencia cada día se presenta de una manera diferente en situaciones diferentes haciéndose nueva y entregando contenidos que enriquecen la mente del diseñador. Desde lo dicho anteriormente se está expresado entonces que el sentido de la inspiración está dado en la expresión de identidad del diseñador.

Hemos recorrido un camino en la búsqueda del sentido de la inspiración, hemos entregado distintas perspectivas desde las cuales comprenderla, si intuíamos un sentido que se nos daba de múltiples maneras, hemos confirmado que ese sentido ha sido dado más fuertemente desde la idea de significación; pero no por ello podemos dejar de lado los otros sentidos el histórico y el biográfico que nos señalan la relación que tiene el diseño con el arte y desde la cual el diseño traslada el discurso de la inspiración; hemos visto el sentido de la inspiración desde los fundamentos para el hacer y hemos visto el sentido de inspiración ligado al de identidad; todas estas perspectivas de sentido nos permiten comprender que hay una profesión en desarrollo, que es relativamente nueva aunque como oficio tenga casi la misma antigüedad que la humanidad; esta profesión está en la búsqueda de un discurso propio, de la construcción de teorías y prácticas que estén más allá de la aplicación técnica y en ese proceso retoma de otras áreas de conocimiento, hace propios discursos ajenos; y lo importante allí es que esa apropiación se realice de manera juiciosa, comprendiendo el contexto en el cual la profesión se desarrolla para que aquello apropiado no parezca una amalgama mal puesta sino que se nos presente como propia.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Con relación a la descripción del proceso creativo que realizan los diseñadores de moda se puede entender en coherencia con el modelo de proceso creativo planteado por G.Wallas; sin embargo en tanto los diseñadores no tienen formación específicamente teórica en creatividad, no hacen la identificación de este modelo del proceso creativo, pero intuitivamente éstos describen fases que obedecen los a las planteadas por este autor.

El proceso creativo de los diseñadores de moda se describe en tres momentos que se pueden identificar como PREPARACIÓN, INCUBACIÓN E ILUMINACIÓN.

La **preparación** es el momento de reunión de información sobre el tema que será abordado so pretexto de las formas y conceptos de la colección. Y en algunos casos también incluye reunión de información alrededor del problema de diseño. Asumen que el proceso inicia en la búsqueda de la información para dar solución al problema y no que el problema en sí mismo puede formar parte de este proceso de creación.

La **incubación** se da cuando ya tienen toda la información reunida se relaciona con otros elementos que forman parte del problema. En este proceso, de orden mental, se da relación de elementos, cruces y clasificación de información; algunos lo hacen intuitivamente y otros usan herramientas como el mood board, que les facilita los procesos mentales; este momento que se entiende como un proceso mental, es el que puede equipararse a la etapa de incubación.

La **iluminación** es el momento en el cual los diseñadores encuentran las soluciones eficientes a su problema de diseño, es el momento en el cual las

ideas se manifiestan a través del dibujo, diseñar. Para los diseñadores su proceso creativo culmina en la etapa de las soluciones de diseño, sin embargo, ellos no expresan abiertamente el continuar con la materialización de las mismas, aunque hablan de soluciones eficientes a su problema de diseño, no aclaran la manera como se realiza la comprobación de la eficiencia buscada en la solución. Pareciera ser que, tras el diseño, queda sobre entendida la materialización del mismo, en tanto consideran esta etapa como el proceso de producción de la colección o propuesta indumentaria y en tanto es un proceso productivo que no asocian a un proceso creativo.

- Los diseñadores de moda colombianos describen la inspiración como la palabra con la cual representan o designan su proceso de diseño; es un término que les sirve para denominar el trabajo previo que sucede hasta llegar a la realización de su propuesta indumentaria o colección de moda.

Además la atribuyen a la inspiración la condición de valor agregado de su producto, considerando que es por ésta que logran dar una condición diferenciadora de su producto frente a los de la competencia en el mercado.

Principalmente, la inspiración es descrita como el elemento que les permite tomar decisiones formales conceptuales de la colección, es descrita como la fuente de información o referente conceptual encontrado en un tema específico que fuera seleccionado para la realización de la colección, en esta concepción se entiende que el tema es también el punto de partida en el proceso de diseño, y la base del mismo; pero también se describe la inspiración como el momento en el cual las ideas aparecen, cuando empiezan a dar respuestas al problema de diseño.

- Desde la interpretación de la inspiración esta se entiende como un término polisémico, puesto que tiene diferentes formas de ser comprendido por los diseñadores de moda. Así que se manifiesta en varias categorías. Se entiende la inspiración como iluminación divina; como representación, significación o designación del proceso de diseño; como valor diferenciador del producto; se entiende como tema y también como momento de aparición de las ideas.

La inspiración como iluminación divina se acepta su uso más con la intención o pretensión de dotar la colección de una magia que acerca el producto al cliente de manera diferente, pero no porque consideren que el resultado de su proceso provenga de fuerzas sobrenaturales exteriores a él, o porque las ideas aparezcan inexplicablemente provenientes de la nada.

Manifiestan que el término se puede usar para representar, designar o describir el proceso mismo más que para profundizar en la descripción de todo un proceso de diseño, y tratar de explicar la aparición de las ideas; ellos prefieren usar el término inspiración para reunir y referenciar en éste toda la información y el proceso realizado.

La inspiración también es entendida como el valor diferenciador del producto; aquí la inspiración cobra un carácter comercial, se entiende como el plus, valor agregado o distintivo del producto con relación a otros de su misma especie (competencia).

Si bien puede pensarse que el uso que los diseñadores hacen de la inspiración como iluminación divina, este uso es también comercial, en tanto la inspiración es el plus de sus propuestas en un carácter más poético, una decisión más etérea, pero que, definitivamente, les atrae más clientes. Esta concepción de inspiración como valor diferenciador obedece casi a la aparición de la inspiración que de una u otra forma se materializa sobre el producto (se vuelve apariencia) para lograr un producto distinto y superior al de la competencia y así lograr que el cliente prefiera éste y no el otro, ya no por la magia que se imprime en la inspiración, sino porque la inspiración se hace apariencia y diferencia en el producto mismo.

La inspiración como tema es la acepción más común entre los diseñadores, y también la que más se entiende en las teorías revisadas desde la concepción del proceso de diseño. Desde éstas el sentido de la inspiración hace referencia al tema sobre el cual se basaron las decisiones conceptuales y formales de la propuesta indumentaria o colección de moda.

La inspiración como aparición de las ideas se expresa como el momento de claridad, de iluminación o de obtención de resultados; refiere específicamente

al momento en el cual empiezan a dar respuestas o soluciones a su problema de diseño.

- Aunque los diseñadores de moda no compartan la inspiración en su trabajo desde la perspectiva de divina o de chispazo; la percepción incorpórea, y por tanto poética, del concepto les permite dotar sus colecciones de un romanticismo que ayuda a la justificación de la forma en las propuestas y que les permite acercarse al mercado ya no de manera comercial, sino aspiracional, puesto que, ya el diseño no se percibe como un producto mercantil sino como una creación cercana a la obra de arte; esa manera de llevar la percepción al mercado posiciona de mejor manera al diseñador y su marca en las mentes de las personas.
- Los diseñadores de modas colombianos cuando son interrogados por la inspiración contestan referenciando el tema que usaron para retomar elementos más porque consideran que es esto lo que les preguntan cuando los abordan que porque estén pensando que este sea el único criterio de la inspiración.
- La relación moda-arte se manifiesta en cuatro escenarios posibles: el arte como tema o referente conceptual para realización de una propuesta indumentaria; la moda como arte; el vestido como obra de arte y el diseñador como artista.

Esta relación entre moda y arte es muy importante para el sentido de la inspiración, puesto que puede entenderse en el acercamiento de la moda al arte la transferencia de la inspiración a la moda; si en un momento determinado de la historia de la moda ésta empezó a considerarse como arte, y en esta época solo los artistas se inspiraban, entonces desde ese momento puede verse la moda permeada por la inspiración. Además en el momento en el cual el modisto sale de anonimato para convertirse más que en diseñador en una figura importante cercana a un artista, logra ese estatus de artista y entonces la percepción de su creación trasciende la funcionalidad del vestido para convertirse en la obra creada por el diseñador. La importancia de lo anteriormente descrito de la idea de que la inspiración era considerada propia

de los artistas y para la creación artística; luego el diseñador de moda de comienzos del siglo XX, en su búsqueda de estatus, trató de explicar sus creaciones como chispazos divinos, o sea como la inspiración en tanto búsqueda de argumentos para sus propuestas.

- Las definiciones de inspiración apuntan a entender ésta como un momento de aparición de ideas cuya procedencia es desconocida y por tanto es de orden divino o celestial. En esta concepción pareciera que la inspiración proviene de la “nada”, pero desde lo etimológico, y específicamente en la concepción del mito griego de las musas, puede abrirse paso el surgimiento de la inspiración no en la “nada”; sino que en un rastreo profundo de la misma que se manifiesta como la “iluminación del recuerdo”. En tanto las musas son la inspiración o portadoras de la inspiración, y éstas son hijas de Zeus y Mnemosine; Zeus dios del rayo, la luz, la claridad y Mnemosine de la memoria; puede entenderse la acción de Zeus sobre Mnemosine como la claridad sobre la memoria, la “iluminación del recuerdo”.

Recuerdo proviene del prefijo Re (volver) y cordiz (corazón), puede entenderse el recuerdo como ese volver al corazón. En el corazón solo quedan almacenadas aquellas cosas que verdaderamente tocan la emoción, la razón o el sentimiento, solo se retiene del pasado aquello que realmente afecta el alma. Así que puede pensarse esa unión de Zeus y Mnemosine en el mito griego, como la clarificación de la emoción que proviene del recuerdo y por tanto se manifiesta en inspiración.

Entendida la inspiración como la iluminación del recuerdo o la clarificación de la memoria, cobra posibilidad de semejanza con la fase de iluminación descrita en el modelo de proceso creativo de Wallas; pues entendida así la inspiración, ésta ya no es venida de la “nada”, por el contrario es venida de la memoria. En la teoría de la creatividad se manifiesta el conocimiento como base de la misma, sin conocimiento no hay creatividad; esto quiere decir que para crear deben existir unos conocimientos previos que sirven de insumo a esa creación. El conocimiento se entiende como información, vivencias, experiencias, que se almacenan en la mente y que de una u otra forma se convierten en el recuerdo. La inspiración no es más que el momento en el cual el recuerdo, que puede ser

el mismo conocimiento, es iluminado, clarificado para manifestarse en forma de idea creadora.

- El sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano en su proceso creativo se comprende en dos sentidos diferentes relacionados con dos etapas diferentes del proceso creativo:
 - Se comprende la inspiración en el sentido de “tema”, siendo este el punto de partida o base del proceso de diseño; el cual requiere investigación, indagación, búsqueda y reunión de información relacionada con el mismo; por lo tanto desde esta perspectiva la inspiración se encuentra en la fase del proceso creativo conocida como preparación.
 - Luego, la inspiración es comprendida en el sentido de aparición de las ideas, en este momento la inspiración se relaciona con la etapa de iluminación del modelo de proceso creativo descrito por Wallas y por Joachim Sikora llamado hallazgo de ideas. Puesto que se dicen los diseñadores que la inspiración es ese momento en el cual las ideas comienzan a aparecer.

5.2. RECOMENDACIONES

Desde los resultados obtenidos sería interesante proponer el estudio del proceso creativo para los diseñadores de moda, desde el cual ellos tengan más herramientas para justificar su trabajo.

La inspiración todavía puede ser comprendida desde otros aspectos como toma de consciencia, comprensión del problema o herencia del arte, entre otras, desde estas perspectivas se podrían realizar otros estudios para ampliar la comprensión del tema de la inspiración, en espera de que todas estas reflexiones sean un punto medio entre aquellos que están a su favor y los que son sus detractores.

La reflexión sobre la inspiración puede ser un contenido temático para los diseñadores de moda que le permita a todos tener un acuerdo acerca de ella cuando se les pregunte o hablen de la misma.

REFERENCIAS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

(s.f.).

(2010). *INFASHION* (46), 67 - 68 - 69.

Alvear B., F. (29 de Noviembre de 2006). *Prototipo*. Recuperado el 03 de Marzo de 2011, de Prototipo: <http://prototipod.blogspot.com/2006/11/inspiracin-y-diseo.html>

Atkinson, M. (2012). *CÓMO CREAR UNA COLECCIÓN FINAL DE MODA*. Blume.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *MODERNIDAD, PLURALISMO Y CRISIS DE SENTIDO*.

Bergua Amores, J. A. (2008). *DISEÑADORES Y TRIBUS*. Una aproximación sociológica a la creatividad en el ámbito de la moda. *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. (124), 45 - 71.

Castro Cárdenas, L. (2012). *Revista Qué Me Pongo - EL COLOMBIANO* , 20 - 21.

Cerda Gutiérrez, H. (2000). *La Creatividad en la ciencia y la educación*. Bogotá.

Definición ABC. (s.d de s.m de s.f). *Definición ABC*. Recuperado el febrero de 2012, de Definición Abec: <http://www.definicionabc.com/social/conducta.php>

Diccionario etimológico. (s.f.). Recuperado el 30 de Noviembre de 2011, de Diccionario etimológico: <http://etimologias.dechile.net/?inspiracion.Diccionarioetimologico>

Fukai, A., Souh, T., Iwagami, M., Koga, R., & Nie, R. (2003). *MODA. Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*. TASCHEN.

H&M. (2011). Recuperado el 22 de Febrero de 2011, de H&M: http://www.hm.com/es/acercadehm/datosobrehm/deideaaprenda/inspiracinydiseo__fromideatostoreideaanddesign.nhtml

Jenkyn Jones, S. (2005). *Diseño de Moda*. Barcelona: BLUME.

Landau, E. (1984). *El Vivir Creativo*. Barcelona: Herder.

Lopovetsky, G. (1987). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. París: ANAGRAMA.

Marleau-Ponty, M. (1948). *Sentido & SinSentido. Historia/Ciencia/Sociedad*. Península.

Medina, E. (16 de Junio de 2008). *Fullblog*. Recuperado el 16 de Enero de 2012, de Fullblog: <http://kikin.fullblog.com.ar/conceptos-de-revelacion-inspiracion-e-iluminacion-451213656588.html>

Moliner, M. (1992). *Diccionario de uso del español*. Gredos S.A.

Moreal, C. A. (2000). *¿Qué es la creatividad?* Madrid: Biblioteca Nueva S.L.

- Nietzsche, F. (1872). *El Nacimiento de la Tragedia*. Alianza Editorial.
- Pabón S. de Urbina, J. M. (1.967). *Diccionario Manual GRIEGO-ESPAÑOL*.
Barcelona: Bibliograf S.A.
- Parodi, G. (2008). Lingüística de corpues; una introducción al ámbito. *RLA (online)* , 46
(1), 93-19.
- Pastor Osswald, E. (2008). Nietzsche: La experiencia de la inspiración.
HOLOGRAMÁTICA (9), 57 - 69.
- Pérez Cortés, F. (2004). Inspiración Creativa y Creatividad Sustentada. *Diseño y
Sociedad* .
- Pérez Cortés, F. (2004). *INSPIRACIÓN CREATIVA Y CREATIVIDAD SUSTENTADA*.
Crear, volverse humano.
- Piedrahíta, O. (27 de Julio de 2011). Entre Telones: el proceso creativo de la moda.
(D. Lafaurie, Entrevistador) Medellín, Colombia.
- Ricoeur, P. (1969). *HERMENÉUTICA Y ESTRUCTURALISMO*. ediciones megápolis.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez Méndez, M. (1996). Inspiración y Creatividad en la producción y educación
artísticas. *Arte, Individuo y Sociedad* Nº 8 .
- Seeling, C. (2000). *MODA. El Siglo de los Diseñadores 1900 - 1999*. KÖNEMANN.

- Seivewrigh, S. (2008). *Diseño e Investigación. Manuales de Diseño de Modas*. Gustavo Gili.
- Sikora, J. (1979). *Manual de métodos creativos*. Kapelusz.
- Sorger, R., & Udale, J. (2006). *Principios Básicos del Diseño de Moda*. Gustavo Gili.
- Vázquez Gestal, M. (2000.). Apuntes sobre creatividad: origen del término y su pervivencia. *Revista Latina de Comunicación Social* (25).
- Vogue. (2010). Claves de vida resort. *Vogue* , 94.
- Webmitologia.com*. (s.f.). Recuperado el 2012, de *Webmitologia.com*:
<http://www.webmitologia.com/dioses-musas-griegas.html>
- Worsley, H. (2011). *100 Ideas que cambiaron la Moda*. Blume.

FUENTES DE INTERNET

Alvear B., F. (29 de Noviembre de 2006). *Prototipo*. Recuperado el 03 de Marzo de 2011, de Prototipo: <http://prototipod.blogspot.com/2006/11/inspiracin-y-diseo.html>

Definición ABC. (s.d de s.m de s.f). *Definición ABC*. Recuperado el febrero de 2012, de Definición Abec: <http://www.definicionabc.com/social/conducta.php>

Diccionario etimológico. (s.f.). Recuperado el 30 de Noviembre de 2011, de Diccionario etimológico: <http://etimologias.dechile.net/?inspiracion.Diccionarioetimologico>

H&M. (2011). Recuperado el 22 de Febrero de 2011, de H&M: http://www.hm.com/es/acercadehm/datosobrehm/deideaaaprenda/inspiracinydiseo__fromideatostoreideaanddesign.nhtml

Medina, E. (16 de Junio de 2008). *Fullblog*. Recuperado el 16 de Enero de 2012, de Fullblog: <http://kikin.fullblog.com.ar/conceptos-de-revelacion-inspiracion-e-iluminacion-451213656588.html>

Webmitologia.com. (s.f.). Recuperado el 2012, de Webmitologia.com: <http://www.webmitologia.com/dioses-musas-griegas.html>

ANEXOS

CUADRO 1. CORPUS TEXTUAL

CORPUS TEXTUAL				
CATEGORÍAS EMERGENTES	CONTEXTO DEFINITORIO INSPIRACIÓN	DISEÑADOR	PREGUNTA	TEXTO
RESULTADO DE RELACIONES	<p>Dani, eso no viene tal día a tal hora. Eso es un asunto de una sensibilidad de algo que toca al creador y que lo empieza a moldear con su qué hacer, con el saber de su oficio y con sueño, con su mente si,,,,, que lo empieza a direccionar y a moldear hasta que sale un colección eso se llama la materialización de la idea, es muy compleja, pero el cuándo y dónde nunca se sabe.</p>	<p>OLGA PIEDRAHÍTA</p>	<p>¿DE DÓNDE SALE LA INSPIRACIÓN?</p>	<p>Entre telones: el proceso creativo de la moda Parte 1.avi OLGA PIEDRAHÍTA. Http://www.youtube.com/watch?v=aYmeReeoF-A subido por Inexmoda el 19 /08/2011 Conversatorio en el marco del Pabellón del Conocimiento Inexmoda - recuperado el 22 de Agosto de 2011</p>
REFERENTE O TEMA	<p>Estoy trabajando en la colección de otoño-invierno. El tema de INSPIRACIÓN surgió tras un viaje que hice al norte de Argentina, una zona con gran variedad de paisajes áridos, llenos de montañas rojizas y con una amplia gama de tonos tierra.</p>	<p>CATALINA ARÉVALO</p>	<p>¿CÓMO SERÁ SU PRÓXIMA COLECCIÓN ?</p>	<p>Revista INFASHION. Editorial TELEvisa. Año 8 N° 46. 2010. página 69</p>

<p style="text-align: center;">PROCESO CREATIVO</p>	<p>Si, por eso hay unas colecciones mejores que otras porque de todas maneras el ejercicio hay que hacerlo, la dinámica de la moda es violenta, es muy fuerte, cada temporada hay que estar ese día y a esa hora lanzando la colección, no hay garantía de que te quedó y de que todo está fresco y que estás renovado y que sí realmente tienes algo coherente y apasionado que decir ... igual pasa... hay colecciones maravillosas y hay colecciones repetitivas, a veces puedes ver, uno puede leer qué diseñador logró reciclarse y cuál lleva muchos años repitiéndose en fin eso ya es de la crítica de los conocedores pero sí es un hecho que el oficio hay que hacerlo es con rigor es con esa dinámica y esperando el resultado que haya colecciones mucho más interesantes que otras.</p>	<p style="text-align: center;">OLGA PIEDRAHÍTA</p>	<p style="text-align: center;">ENTONCES: ¿CÓMO HACE UN DISEÑADOR QUE DEBE CREAR CADA 6 MESES UNA INSPIRACIÓN NUEVA?</p>	<p>Entre telones: el proceso creativo de la moda Parte I.avi OLGA PIEDRAHÍTA. Http://www.youtube.com/watch?v=aYmeReeoF-A subido por Inexmoda el 19 /08/2011 Conversatorio en el marco del Pabellón del Conocimiento Inexmoda - recuperado el 22 de Agosto de 2011</p>
--	---	--	---	--

<p style="text-align: center;">TEMA - PRINCIPIO</p>	<p>"Partimos de la idea de la sensibilización del arte, tomando como punto de referencia el trabajo del artista Cy Twombly. Él tenía fascinación por las historias de la mitología, las trabajaba de una manera muy romántica y abstracta. Allí, entonces, encontré una INSPIRACIÓN fantástica para tomar una especie de terapia de color y divertirnos."</p>	<p style="text-align: center;">ISABEL HENAO</p>	<p style="text-align: center;">¿CON QUÉ REGRESARÁ?</p>	<p>Revista QUÉ ME PONGO EL COLOMBIANO Julio 2012 - Medellín Colombia. Entrevista a la diseñadora ISABEL HENAO. Realizada por Laura B. Castro Cárdenas. Pág. 20</p>
--	--	---	--	--

<p style="text-align: center;">TEMA - REFERENTE</p>	<p>Estivo se inspira en la mujer y en su belleza natural. Para cada temporada maneja estampados diferentes, escogidos según las tendencias internacionales. Nos gustan los enterizos para las señoras, quienes conforman un segmento que pide a gritos un producto para ellas.</p>	<p>CAROLINA MALABET diseñadora de la marca ESTIVO</p>	<p>¿CUÁLES TEMAS INSPIRAN LOS DISEÑOS DE LOS TRAJES DE BAÑO?</p>	<p>Revista INFASHION. Editorial TELEVISIA. Año 8 N° 46. 2010.</p>
<p style="text-align: center;">TEMA - REFERENTE</p>	<p>Desde que me gradué, he presentado dos. La primera se llamó "Flash dance" y estuvo inspirada en la famosa película de los años ochenta. Retomé las plataformas, los tacones muy finos tipo aguja, las puntas semirredondas y las capelladas escotadas. Para mi segunda colección me inspiré en un lugar hermoso y reconocido en todo el mundo: "Caminito", el barrio tanguero de Buenos Aires. El colorido de su arquitectura hace que este lugar sea particular y alegre, ello se refleja en la colección a través de mezclas de materiales de variedades de tonalidades y del juego de figuras, que es algo que siempre trabajo y que, por ello, ha marcado el estilo de mis diseños.</p>	<p>CATALINA ARÉVALO</p>	<p>¿CÓMO FUERON SUS COLECCIONES DEBUT?</p>	<p>Revista INFASHION. Editorial TELEVISIA. Año 8 N° 46. 2010. página 67</p>

CUADRO 2. CORPUS DE LOS DISEÑADORES

CORPUS DE LOS DISEÑADORES			
CATEGORÍAS EMERGENTES	CONTEXTO DEFINITORIO INSPIRACIÓN	IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO	Nº DE LA PREGUNTA
TEMA - Principio	een la disciplina del diseño de modas siempre se habló como de una inspiración , como de ese punto de partida para poder desarrollar una colección o sea desarrollar una propuesta de diseño.	AOB	5
APARICIÓN DE LAS IDEAS - Momento de Claridad	Para mí en este momento como de mi vida, la inspiración es un momento de claridad, o sea para mí la inspiración es un momento de claridad, un momento de claridad que me brinda el poder inspeccionar, investigar, el poder conocer el área en la que yo estoy trabajando el área en la que se fundamenta mi problema de diseño, o sea, pues, porque nosotros no solo diseñamos por un gusto, por un deleite que uno dice ¡ahhh la inspiración !	AOB	5
APARICIÓN DE LAS IDEAS - Momento de Claridad	Si la inspiración básicamente son esos aspecto sugestivo, o ese aspecto casi que sensible de la propuesta de diseño, esa tiene que estar agarrada a una realidad, pero esa realidad puede propender, digamos aaaa unos aspectos de orden artístico, pueden propender a una idea plástica sublime, pero tiene que partir de una idea de conocimiento sobre lo que yo voy a trabajar, entonces para mí la inspiración es esa claridad sobre el área de trabajo en la que estoy confrontando, a la que me voy a ver enfrentado, por así decirlo, entonces para mí la inspiración tiene que estar agarrada a la realidad o sea tiene que aterrizar para poder, digamos, proyectar como con firmeza con claridad hacia dónde voy...	AOB	5
APARICIÓN DE LAS IDEAS - Resultado de Relaciones	Yo pienso que la inspiración es una idea que puede darse cuando uno tiene la capacidad de hacer relaciones entre varios momentos ¿cierto? Entre varias nociones previas, entonces uno tiene nociones previas sueltas, hay un momento de relación y de conjunción de eso y esa genera como el primer activador para desarrollar desarrollar que hay un concepto...	AEGM	5
REPRESENTACIÓN - SIGNIFICACIÓN - DESIGNACIÓN	Bueno para mí la palabra inspiración es la palabra con la que se representa un ejercicio creativo porque siempre pienso que es trabajar con base en algo. Hay gente que dice "yo me inspiré en..." pero personalmente yo no digo me inspiré en algo sino que yo trabajé con base en algo...	JFLB	5

TEMA - Base del Proceso Creativo	Bueno para mí la palabra inspiración es la palabra con la que se representa un ejercicio creativo porque siempre pienso que es trabajar con base en algo. Hay gente que dice “yo me inspiré en...” pero personalmente yo no digo me inspiré en algo sino que yo trabajé con base en algo...	JFLB	5
REPRESENTACIÓN - SIGNIFICACIÓN - DESIGNACIÓN	Inspiración es la palabra que representa un proceso, o que significa, mejor, un proceso creativo.	JFLB	5
APARICIÓN DE LAS IDEAS - Resultado de Relaciones	Bueno desde lo romántico, eso suena como las ideas que son propias de cada uno de nosotros los diseñadores para los procesos creativos en el que se desarrolla cualquier artículo de moda, sea complemento o sea producto indumentario como tal, pero en la realidad la inspiración siempre está limitada a diferentes factores como son el mercadeo o el comercio real de las prendas, las tendencias comerciales más que las tendencias de moda, las realidades productivas de los procesos; entonces es gracias al conocimiento de esos procesos que uno logra la armonía entre lo que se podría llamar como inspiración, que son mis propias experiencias e ideas como creativas para la producción a nivel formal, a nivel compositivo, digamos, del producto pero teniendo el equilibrio con la realidad de la producción del mismo.	JGC	5
ILUMINACIÓN DIVINA. APARICIÓN DE LAS IDEAS - Resultado de Relaciones	Desde el punto de vista en el que yo asumo la inspiración, como esa claridad y el conocimiento sobre el problema, si lo tomo desde allí, sí es fundamental, o sea no simplemente como la inspiración divina, cierto? O sea no solamente como la inspiración divina, sino como con esa conexión, cierto? Esa conexión como con esa realidad sobre la cual yo voy a proponer mi propuesta de diseño. Y el arte y la expresión plástica permite lograr soluciones de diseño con ese carácter artístico, entonces, mira que ahí hay una cantidad de curvaturas dentro de lo que exige el diseño como tal, como disciplina que esté ajustado digamos a un mercado a un usuario o a una persona a la cual uno se está dirigiendo, pero también tiene ese otro complemento reflexivo o mágico dependiendo de lo que yo vaya a diseñar, entonces, si eso realmente lo podemos denominar como inspiración es fundamental, más allá simplemente que sea una inspiración que vaya agarrada a unos aspectos estéticos, estilísticos, sublimes.	AOB	6
APARICIÓN DE LAS IDEAS - Resultado de Relaciones	Si la inspiración la estamos hablando como esa relación o esa capacidad que tengo para desarrollar muchas nociones que tengo aisladas sobre cosas y enfocarlas hacia algo, me parece que es fundamental...	AEGM	6
VALOR DIFERENCIAL DEL PRODUCTO	...pero si tiene que estar relacionada con la forma como yo las trabajo entonces ese es el toque mío como diseñador que puedo trabajar la inspiración.	AEGM	6
ILUMINACIÓN DIVINA / TEMA	Pues bueno, no sé si la inspiración, pero sí trabajar con base en algo.	JFLB	6

VALOR DIFERENCIAL DEL PRODUCTO	Pues es fundamental en el sentido de que es lo único que permite tener una diferencia comercial porque más que pensar en la idea romántica de la inspiración divina que llega digamos de un ente externo, es pensarlo como que la experiencia personal que nosotros tenemos... es fundamental eso que podría llamarse como inspiración, porque a nivel comercial es lo único que permite, pues que mantenga actualizado y viable la comercialización del producto en el mercado.	JGC	6
ILUMINACIÓN DIVINA / TEMA - Principio	Pues de pronto no como desde el término como tal: inspiración cierto? Porque es como el punto de apoyo, o sea porque pues eehh cuando a uno le llega un problema de diseño no le llega de manera tan divina como la misma palabra lo dice, porque es una palabra completamente dulce, completamente sublime cierto, y yo hablo es de la realidad, o sea es mi consecuencia...	AOB	7
ILUMINACIÓN DIVINA / TEMA - Base del Proceso Creativo	Pues yo pienso que es la base, como te digo, no sé si inspiración como tal, pero yo creo que es la base de un trabajo como tal, es la base de una colección, la base de un proceso creativo...	JLB	7
VALOR DIFERENCIAL DEL PRODUCTO	La inspiración es el valor que diferencia el producto, o sea, tal vez todos sabemos y hemos usado pantalones, zapatos... pero que hace la inspiración permite diferenciar cada uno de los productos como tal, porque digamos en un sector como la moda lo que implica es perder ese valor de utilitario del producto, donde el zapato nos cubre el pie de la relación con el exterior y lo hace es un producto importante para la persona en donde lo que valora es su apariencia más que su función como tal de protección.	JGC	7
APARICIÓN DE LAS IDEAS	En mi caso ese momento de inspiración, yo lo identifico es cuando empiezo a dar soluciones efectivas sobre el problema, es cuando empiezo a dar soluciones efectivas y eso, porque tengo el conocimiento y tengo, digamos, la certeza de que puedo caminar desde este punto y puedo proyectar hasta este punto, y de ahí en adelante todo se dará, sí. O sea yo podría identificar el punto de inspiración en ese momento cuando empiezo a dar respuestas, soluciones efectivas sobre el problema.	AOB	8
CONSCIENCIA / CLARIDAD	Yo creo q la inspiración en mi trabajo es también ser consciente... cierta conciencia de qué tipo de elementos se hacen más sensibles para trabajar... bueno yo trato de explicarme con eso... siempre hay que estar en el ejercicio constante y nutriendo ese ejercicio de estar activando esa inspiración...	AEGM	8
BASE DEL PROCESO CREATIVO - RESULTADO DE RELACIONES	No puedo diseñar sobre blanco, la importancia de la inspiración es que me genera movilidad mental también ¿cierto? Necesidad de conocimiento, interrelaciones y argumentación sobre eso.	AEGM	8

<p>ILUMINACIÓN DIVINA / APARICIÓN DE LAS IDEAS - Iluminación nacimiento de las ideas</p>	<p>Pues a ver que le llegue a uno la inspiración, como te digo, pues no sé si pueda tomar un ejemplo, de pronto cuando tú has viajado, cuando tú conoces sur América, África, Europa, tienes muchas más herramientas que alguien que solo conoce Neira y Chinchiná, por qué, porque has visto y has vivido; entonces cuando vas a crear una colección con base en la torre Eiffel, pues ya vas a tener como, bueno, estuve en la torre Eiffel sé cómo huele la torre Eiffel, sé de qué material es la torre Eiffel, entonces trabajas con base en eso de pronto los recuerdos del viaje te ayudan porque también hay veces que uno como que se bloquea</p>	<p>JFLB</p>	<p>8</p>
<p>ILUMINACIÓN PROCESO CREATIVO</p>	<p>En nuestro trabajo como diseñadores el trabajo de campo, de inspiración es constante, o sea, la inspiración no espera en un momento específico, no llega a una hora exacta, no está dentro de tu horario laboral... llega en la cotidianidad, para mí es como un proceso cerebral en el que tu logras integrar tu experiencia, la información que tienes y la vida diaria, en donde cualquier cosa es una buena excusa que te ayuda a resolver procesos para digamos los desarrollos de producto final.</p>	<p>JGC</p>	<p>8</p>
<p>ILUMINACIÓN DIVINA /ILUMINACIÓN PROCESO CREATIVO</p>	<p>Porque siempre la inspiración pareciera una voz divina que me está iluminando el camino que debo seguir, sí? Y para mí ese camino se marca es a través del conocimiento, eh, dar pasos de confianza sobre una problemática para poder propender, digamos, hacia una solución.</p>	<p>AOB</p>	<p>10</p>
<p>TEMA - Referente</p>	<p>Es que esa respuesta siempre nace cortada porque uno asume que la idea que se tiene de inspiración de uno frente al otro no es la misma. Porque siempre que a mí me pregunta sobre la inspiración yo digo esa persona piensa que la inspiración es algo que surgió de la nada, entonces, lamentablemente toca irse al concepto que esa persona tiene y hablar solamente de una de las ideas de colección es fundamental eso que podría llamarse como inspiración, porque a nivel comercial es lo único que permite, pues que mantenga actualizado y viable la comercialización del producto en el mercado.</p>	<p>AEGM</p>	<p>10</p>
<p>ILUMINACIÓN DIVINA / REFERENTE</p>	<p>Es muy gracioso, porque, cada vez que me dicen a ud qué lo inspiró yo digo no, yo no me inspiré yo trabajé con base en... yo trabajé con este proceso... entonces siempre como que la volteo con él, con lo que pienso acerca de eso de la inspiración.</p>	<p>JFLB</p>	<p>10</p>

<p>ILUMINACIÓN DIVINA / REFERENTE</p>	<p>Bueno, yo en eso trato de ser lo más objetiva posible porque, realmente yo sé que el diseño se ve un poco como el arte que es mucho más expresivo, no tanto digamos en la parte formal, porque pues obviamente son componentes claros dentro del diseño pero nosotros somos más objetivos en el sentido que... como para nosotros la parte comercial es tan importante pues yo siempre trato como de enfocar la respuesta de lo que me inspira sustentada en un referente real, para que sea, digamos, mucho más concreto para quien me pregunta. Qué lo concreta? Pues digamos mis referentes son tales diseñadores, tales colecciones, tales editoriales de revistas que permiten proyectar inmediatamente como es que uno hace una lectura de ese tipo, digamos, de información y lo traslada a su contexto real para poder digamos, dialogar nuevamente con esa información, pero digamos, actualizarla y reformularla para una necesidad comercial diferente.</p>	<p>JGC</p>	<p>10</p>
<p>PROCESO CREATIVO</p>	<p>Nuestra generación se formó en una academia... donde a ti nunca te dan una clase de inspiración, esa viene como implícita en cada uno de los procesos creativos</p>	<p>JGC</p>	<p>11</p>
<p>ARGUMENTO / REFERENTE</p>	<p>Cuando la gente habla de inspiración trata es de comprender lo incomprendible en un producto, que es decir exactamente por qué se hicieron la elección de formas, colores, texturas para un producto determinado.</p>	<p>JGC</p>	<p>11</p>
<p>ILUMINACIÓN DIVINA / PREPARACIÓN PROCESO CREATIVO</p>	<p>Vincularlo, digamos, como inspiración justifica el por qué uno toma aparentemente decisiones como injustificables para poder determinar ciertas apariencias del producto final. A mí más que sea un momento... un momento divino de de de de chispazo es como uno se nutre constantemente en las experiencias que cada uno tiene como diseñador</p>	<p>JGC</p>	<p>11</p>
<p>HERENCIA DEL ARTE</p>	<p>El trabajo, digamos el trabajo manual del diseño como un trabajo también artístico y toda la relación que se ha dado... y entonces siempre hemos asumido que esa inspiración nos viene del arte y que también es propia del diseño, yo diría que es de ahí y todavía como que no nos hemos podido desprender como de esa herencia.</p>	<p>AEGM</p>	<p>11</p>

CUADRO 3. CATEGORÍA DE LA INSPIRACIÓN.

CATEGORÍAS DE LA INSPIRACIÓN			
ILUMINACIÓN DIVINA	<p>“pues a ver que le llegue a uno la inspiración, como te digo, pues no sé si pueda tomar un ejemplo, de pronto cuando tú has viajado, cuando tú conoces sur América, áfrica, europa, tienes muchas más herramientas que alguien que solo conoce Neira y Chinchiná, por qué, porque has visto y has vivido; entonces cuando vas a crear una colección con base en la torre Eiffel, pues ya vas a tener como, bueno, estuve en la torre Eiffel sé cómo huele la torre Eiffel, sé de qué material es la torre Eiffel, entonces trabajas con base en eso de pronto los recuerdos del viaje te ayudan porque también hay veces que uno como que se bloquea” (JFLB)</p>	<p>“Es muy gracioso, porque, cada vez que me dicen a ud qué lo inspiró yo digo no, yo no me inspiré yo trabajé con base en... yo trabajé con este proceso... entonces siempre como que la volteo con el, con lo que pienso acerca de eso de la inspiración. “ (JFLB)</p>	<p>“vincularlo, digamos, como inspiración justifica el por qué uno toma aparentemente decisiones como injustificables para poder determinar ciertas apariencias del producto final. A mí más que sea un momento... un momento divino de de de de chispazo es como uno se nutre constantemente en las experiencias que cada uno tiene como diseñador” (JGC)</p>
	<p>“Pues de pronto no como desde el término como tal: inspiración cierto? Porque es como el punto de apoyo, o sea porque pues eehh cuando a uno le llega un problema de diseño no le llega de manera tan divina como la misma palabra lo dice, porque es una palabra completamente dulce, completamente sublime cierto, y yo hablo es de la realidad, o sea es mi consecuencia... “ (AOB)</p>	<p>“Pues bueno, no sé si la inspiración, pero sí trabajar con base en algo. “ (JFLB)</p>	<p>Dani, eso no viene tal día a tal hora. Eso es un asunto de una sensibilidad de algo que toca al creador y que lo empieza a moldear con su qué hacer, con el saber de su oficio y con sueño, con su mente si,,,,, que lo empieza a direccionar y a moldear hasta que sale un colección eso se llama la materialización de la idea, es muy compleja, pero el cuándo y dónde nunca se sabe. (OLGA PIEDRAHÍTA)</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">REPRESENTACIÓN - SIGNIFICACIÓN - DESIGNACIÓN</p>	<p>“en la disciplina del diseño de modas siempre se habló como de una inspiración, como de ese punto de partida para poder desarrollar una colección o sea desarrollar una propuesta de diseño,” (JGC)</p>	<p>“Bueno para mí la palabra inspiración es la palabra con la que se representa un ejercicio creativo porque siempre pienso que es trabajar con base en algo. Hay gente que dice “yo me inspiré en...” pero personalmente yo no digo me inspiré en algo sino que yo trabajé con base en algo... “</p>	
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">VALOR QUE DIFERENCIA EL PRODUCTO</p>	<p>La inspiración es el valor que diferencia el producto, o sea, tal vez todos sabemos y hemos usado pantalones, zapatos... pero que hace la inspiración permite diferenciar cada uno de los productos como tal, porque digamos en un sector como la moda lo que implica es perder ese valor de utilitario del producto, donde el zapato nos cubre el pie de la relación con el exterior y lo hace es un producto importante para la persona en donde lo que valora es su apariencia más que su función como tal de protección. (JGC)</p>	<p>“Pues es fundamental en el sentido de que es lo único que permite tener una diferencia comercial porque más que pensar en la idea romántica de la inspiración divina que llega digamos de un ente externo, es pensarlo como que la experiencia personal que nosotros tenemos... (JGC)</p>	<p>“es fundamental eso que podría llamarse como inspiración, porque a nivel comercial es lo único que permite, pues que mantenga actualizado y viable la comercialización del producto en el mercado.” (JGC)</p>
<p>“pero si tiene que estar relacionada con la forma como yo las trabajo entonces ese es el toque mío como diseñador que puedo trabajar la inspiración. ” (AEGM)</p>			

CATEGORÍAS DE LA INSPIRACIÓN				
TEMA	TEMA O REFERENTE	<p>"Estivo se inspira en la mujer y en su belleza natural. Para cada temporada manejamos estampados diferentes, escogidos según las tendencias internacionales. Nos gustan los enterizos para las señoras, quienes conforman un segmento que pide a gritos un producto para ellas." (CAROLINA MALABET)</p>	<p>"Partimos de la idea de la sensibilización del arte, tomando como punto de referencia el trabajo del artista Cy Twombly. Él tenía fascinación por las historias de la mitología, las trabajaba de una manera muy romántica y abstracta. Allí, entonces, encontré una INSPIRACIÓN fantástica para tomar una especie de terapia de color y divertirnos." (ISABEL HENAO9)</p>	<p>"Es que esa respuesta siempre nace cortada porque uno asume que la idea que se tiene de inspiración de uno frente al otro no es la misma. Porque siempre que a mí me pregunta sobre la inspiración yo digo esa persona piensa que la inspiración es algo que surgió de la nada, entonces, lamentablemente toca irse al concepto que esa persona tiene y hablar solamente de una de las ideas de colección" (AEGM)</p>
		<p>No puedo diseñar sobre blanco, la importancia de la inspiración es que me genera movilidad mental también ¿cierto? Necesidad de conocimiento, interrelaciones y argumentación sobre eso. (AEGM)</p>	<p>Desde que me gradué, he presentado dos. La primera se llamó "Flash dance" y estuvo inspirada en la famosa película de los años ochenta. Retomé las plataformas, los tacones muy finos tipo aguja, las puntas semirredondas y las capelladas escotadas. Para mi segunda colección me inspiré en un lugar hermoso y reconocido en todo el mundo: "Caminito", el barrio tanguero de Buenos Aires. El colorido de su arquitectura hace que este lugar sea particular y alegre, ello se refleja en la colección a través de mezclas de materiales de variedades de tonalidades y del juego de figuras, que es algo que siempre trabajo y que, por ello, ha marcado el estilo de mis diseños. (CATALINA ARÉVALO)</p>	

TEMA	PRINCIPIO / REFERENTE	<p>"Es muy gracioso, porque, cada vez que me dicen a ud qué lo inspiró yo digo no, yo no me inspiré yo trabajé con base en... yo trabajé con este proceso... entonces siempre como que la volteo con el, con lo que pienso acerca de eso de la inspiración." (JFLB)</p>	<p>"en la disciplina del diseño de modas siempre se habló como de una inspiración, como de ese punto de partida para poder desarrollar una colección o sea desarrollar una propuesta de diseño," (AOB)</p>	<p>"o toca como la tarea de educar públicos y empezar a explicar, bueno, para mí la inspiración es esto esto... y ahí se desarrollan o surgen tales conceptos y estos conceptos los puedo llamar inspiración." (AEGM)</p>
		<p>" cuando la gente habla de inspiración trata es de comprender lo incomprendible en un producto, que es decir exactamente por qué se hicieron la elección de formas, colores, texturas para un producto determinado." (JGC)</p>	<p>"Pues de pronto no como desde el término como tal: inspiración cierto? Porque es como el punto de apoyo, o sea porque pues ehhh cuando a uno le llega un problema de diseño no le llega de manera tan divina como la misma palabra lo dice, porque es una palabra completamente dulce, completamente sublime cierto, y yo hablo es de la realidad, o sea es mi consecuencia..." (AOB)</p>	<p>"Es que esa respuesta siempre nace cortada porque uno asume que la idea que se tiene de inspiración de uno frente al otro no es la misma. Porque siempre que a mí me pregunta sobre la inspiración yo digo esa persona piensa que la inspiración es algo que surgió de la nada, entonces, lamentablemente toca irse al concepto que esa persona tiene y hablar solamente de una de las ideas de colección" (AEGM)</p>

TEMA	BASE DE UN PROCESO CREATIVO	<p>"Pues yo pienso que es la base, como te digo, no sé si inspiración como tal, pero yo creo que es la base de un trabajo como tal, es la base de una colección, la base de un proceso creativo..." (JFLB)</p>	<p>"vincularlo, digamos, como inspiración justifica el por qué uno toma aparentemente decisiones como injustificables para poder determinar ciertas apariencias del producto final. A mí más que sea un momento... un momento divino de de de de chispazo es como uno se nutre constantemente en las experiencias que cada uno tiene como diseñador" (JGC)</p>	<p>nuestra generación se formó en una academia... donde a ti nunca te dan una clase de inspiración, esa viene como implícita en cada uno de los procesos creativos. (JGC)</p>

APARICIÓN DE LAS IDEAS	MOMENTO DE CLARIDAD	<p>"Desde el punto de vista en el que yo asumo la inspiración, como esa claridad y el conocimiento sobre el problema, si lo tomo desde allí, sí es fundamental, o sea no simplemente como la inspiración divina, cierto? O sea no solamente como la inspiración divina, sino como con esa conexión, cierto? Esa conexión como con esa realidad sobre la cual yo voy a proponer mi propuesta de diseño" (AOB)</p>	<p>"para mí en este momento como de mi vida, la inspiración es un momento de claridad, o sea para mí la inspiración es un momento de claridad, un momento de claridad que me brinda el poder inspeccionar, investigar, el poder conocer el área en la que yo estoy trabajando el área en la que se fundamenta mi problema de diseño, o sea, pues, porque nosotros no solo diseñamos por un gusto, por un deleite que uno dice jahhh la inspiración!" (AOB)</p>	<p>"Yo creo q la inspiración en mi trabajo es también ser consciente... cierta conciencia de qué tipo de elementos se hacen más sensibles para trabajar... bueno yo trato de explicarme con eso... siempre hay que estar en el ejercicio constante y nutriendo ese ejercicio de estar activando esa inspiración..." (AEG)</p>
		<p>" cuando la gente habla de inspiración trata es de comprender lo incomprendible en un producto, que es decir exactamente por qué se hicieron la elección de formas, colores, texturas para un producto determinado. " (JGC)</p>	<p>"si la inspiración básicamente son esos aspecto sugestivo, o ese aspecto casi que sensible de la propuesta de diseño, esa tiene que estar agarrada a una realidad, pero esa realidad puede propender, digamos aaaa unos aspectos de orden artístico, pueden propender a una idea plástica sublime, pero tiene que partir de una idea de conocimiento sobre lo que yo voy a trabajar, entonces para mí la inspiración es esa claridad sobre el área de trabajo en la que estoy confrontando, a la que me voy a ver enfrentado, por así decirlo, entonces para mí la inspiración tiene que estar agarrada a la realidad o sea tiene que aterrizar para poder, digamos, proyectar como con firmeza con claridad hacia dónde voy... " (AOB)</p>	

APARICIÓN DE LAS IDEAS	NACIMIENTO DE LAS IDEAS - ILLUMIANCIÓN	<p>"En nuestro trabajo como diseñadores el trabajo de campo, de inspiración es constante, o sea, la inspiración no espera en un momento específico, no llega a una hora exacta, no está dentro de tu horario laboral... llega en la cotidianeidad, para mí es como un proceso cerebral en el que tu logras integrar tu experiencia, la información que tienes y la vida diaria, en donde cualquier cosa es una buena excusa que te ayuda a resolver procesos para digamos los desarrollos de producto final" (JGC)</p>	<p>"Yo pienso que la inspiración es una idea que puede darse cuando uno tiene la capacidad de hacer relaciones entre varios momentos ¿cierto? Entre varias nociones previas, entonces uno tiene nociones previas sueltas, hay un momento de relación y de conjunción de eso y esa genera como el primer activador para desarrollar desarrollar que hay un concepto... " (AEGM)</p>	<p>"Entonces es gracias al conocimiento de esos procesos que uno logra la armonía entre lo que se podría llamar como inspiración, que son mis propias experiencias e ideas como creativas para la producción a nivel formal, a nivel compositivo, digamos, del producto pero teniendo el equilibrio con la realidad de la producción del mismo." (JGC)</p>

		<p>"Pues de pronto no como desde el término como tal: inspiración cierto? Porque es como el punto de apoyo, o sea porque pues ehh cuando a uno le llega un problema de diseño no le llega de manera tan divina como la misma palabra lo dice, porque es una palabra completamente dulce, completamente sublime cierto, y yo hablo es de la realidad, o sea es mi consecuencia..." (AOB)</p>	<p>porque siempre la inspiración pareciera una voz divina que me está iluminando el camino que debo seguir, sí? Y para mí ese camino se marca es a través del conocimiento, ehh, dar pasos de confianza sobre una problemática para poder propender, digamos, hacia una solución." (AOB)</p>	<p>"En mi caso ese momento de inspiración, yo lo identifico es cuando empiezo a dar soluciones efectivas sobre el problema, es cuando empiezo a dar soluciones efectivas y eso, porque tengo el conocimiento y tengo, digamos, la certeza de que puedo caminar desde este punto y puedo proyectar hasta este punto, y de ahí en adelante todo se dará, sí. O sea yo podría identificar el punto de inspiración en ese momento cuando empiezo a dar respuestas, soluciones efectivas sobre el problema " (AOB)</p>
		<p>"Pues yo pienso que es la base, como te digo, no sé si inspiración como tal, pero yo creo que es la base de un trabajo como tal, es la base de una colección, la base de un proceso creativo..." (JFLB)</p>	<p>"pues a ver que le llegue a uno la inspiración, como te digo, pues no sé si pueda tomar un ejemplo, de pronto cuando tú has viajado, cuando tú conoces sur América, África, Europa, tienes muchas más herramientas que alguien que solo conoce Neira y Chinchiná, por qué, porque has visto y has vivido; entonces cuando vas a crear una colección con base en la torre Eiffel, pues ya vas a tener como, bueno, estuve en la torre Eiffel sé cómo huele la torre Eiffel, sé de qué material es la torre Eiffel, entonces trabajas con base en eso de pronto los recuerdos del viaje te ayudan porque también hay veces que uno como que se bloquea" (JFLB)</p>	

APARICIÓN DE LAS IDEAS	RESULTADO DE RELACIONES	<p>"Yo pienso que la inspiración es una idea que puede darse cuando uno tiene la capacidad de hacer relaciones entre varios momentos ¿cierto? Entre varias nociones previas, entonces uno tiene nociones previas sueltas, hay un momento de relación y de conjunción de eso y esa genera como el primer activador para desarrollar desarrollar que hay un concepto..." (AEGM)</p>	<p>"Entonces es gracias al conocimiento de esos procesos que uno logra la armonía entre lo que se podría llamar como inspiración, que son mis propias experiencias e ideas como creativas para la producción a nivel formal, a nivel compositivo, digamos, del producto pero teniendo el equilibrio con la realidad de la producción del mismo." (JGC)</p>	<p>"Desde el punto de vista en el que yo asumo la inspiración, como esa claridad y el conocimiento sobre el problema, si lo tomo desde allí, sí es fundamental, o sea no simplemente como la inspiración divina, cierto? O sea no solamente como la inspiración divina, sino como con esa conexión, cierto? Esa conexión como con esa realidad sobre la cual yo voy a proponer mi propuesta de diseño" (AOB)</p>
-------------------------------	--------------------------------	--	---	--

		<p>“yo no puedo simplemente construir un imaginario y no confrontar esa realidad de ese imaginario porque entonces ¿para quién estoy diseñando? Será que estoy diseñando igualmente para un mercado imaginario, estoy con un usuario imaginario, un problema imaginario, entonces, si esa inspiración no está agarrada de la realidad, repito, no sé... pienso que desde el punto de vista de diseño es compleja, entonces, yo siempre, por eso, vuelvo y repito, la inspiración debe estar apoyada de la realidad...” (AOB)</p>	<p>“Bueno desde lo romántico, eso suena como las ideas que son propias de cada uno de nosotros los diseñadores para los procesos creativos en el que se desarrolla cualquier artículo de moda, sea complemento o sea producto indumentario como tal, pero en la realidad la inspiración siempre está limitada a diferentes factores como son el mercadeo o el comercio real de las prendas, las tendencias comerciales más que las tendencias de moda, las realidades productivas de los procesos.” (JGC)</p>	<p>Y el arte y la expresión plástica permite lograr soluciones de diseño con ese carácter artístico, entonces, mira que ahí hay una cantidad de curvaturas dentro de lo que exige el diseño como tal, como disciplina que esté ajustado digamos a un mercado a un usuario o a una persona a la cual uno se está dirigiendo, pero también tiene ese otro complemento reflexivo o mágico dependiendo de lo que yo vaya a diseñar, entonces, si eso realmente lo podemos denominar como inspiración es fundamental, más allá simplemente que sea una inspiración que vaya agarrada a unos aspectos estéticos, estilísticos, sublimes, (AOB)</p>
		<p>"Si la inspiración la estamos hablando como esa relación o esa capacidad que tengo para desarrollar muchas nociones que tengo aisladas sobre cosas y enfocarlas hacia algo, me parece que es fundamental..." (AEGM)</p>	<p>"no puedo diseñar sobre blanco, la importancia de la inspiración es que me genera movilidad mental también ¿cierto? Necesidad de conocimiento, interrelaciones y argumentación sobre eso." (AEGM)</p>	<p>"Dani, eso no viene tal día a tal hora. Eso es un asunto de una sensibilidad de algo que toca al creador y que lo empieza a moldear con su qué hacer, con el saber de su oficio y con sueño, con su mente sí,,,,, que lo empieza a direccionar y a moldear hasta que sale un colección eso se llama la materialización de la idea, es muy compleja, pero el cuándo y dónde nunca se sabe." (OLGA PIEDRAHITA)</p>

CUADRO 4. CORPUS TEXTUAL ARTE

CORPUS TEXTUAL				
CATEGORÍAS EMERGENTES	CONTEXTO DEFINITORIO ARTE - ARTISTA - ARTÍSTICO	DISEÑADOR	Nº DE LA PREGUNTA	CONTEXTO
ARTE COMO TEMA	"Partimos de la idea de la sensibilización del arte , tomando como punto de referencia el trabajo del artista Cy Twombly. Él tenía fascinación por las historias de la mitología, las trabajaba de una manera muy romántica y abstracta. Allí, entonces, encontré una INSPIRACIÓN fantástica para tomar una especie de terapia de color y divertirnos."	ISABEL HENAO	¿CON QUÉ REGRESARÁ?	Revista QUÉ ME PONGO - EL COLOMBIANO Julio 2012 - Medellín Colombia. Entrevista a la diseñadora ISABEL HENAO. Realizada por Laura B. Castro Cárdenas. Pág. 20
MODA COMO MEDIO DE EXPRESIÓN ARTÍSTICA	"siempre he visto el tema del vestuario no como hacer algo que cubre una necesidad humana, sino como un medio de expresión, de sensibilidad artística"	ISABEL HENAO	"COMENTARIO"	Revista QUÉ ME PONGO - EL COLOMBIANO Julio 2012 - Medellín Colombia. Entrevista a la diseñadora ISABEL HENAO. Realizada por Laura B. Castro Cárdenas. Pág. 21
ARTE COMO TEMA	Visito habitualmente galerías y museos, y algunas de las cosas que me inspiran actúan de forma más abstracta que literal, me sugieren un espíritu o un color.	RICHARD SORGER Diseñador de moda	¿Cuáles son tus fuentes de inspiración?	DISEÑO E INVESTIGACIÓN. MANUALES DE DISEÑO DE MODA. Simon Seivewright 2008. Ed. Gustavo Gili
ARTE COMO TEMA	cuando tengo tiempo voy a ver las exposiciones que organizan los museos más importantes del mundo. Creo que es importante visitar los disnitnos países en los que vendo mis prendas y tenerlos presentes ara así diseñar mejor. Me encanta ir al Metropolitan, Nueva York, al Louvre, en París, y al Victoria and Albert, en Londres.	JULIEN MACDONALD Diseñador de moda	¿Cuáles son tus fuentes de inspiración?	DISEÑO E INVESTIGACIÓN. MANUALES DE DISEÑO DE MODA. Simon Seivewright 2008. Ed. Gustavo Gili

CUADRO 5. CORPUS DE LOS DISEÑADORES. ARTE

CORPUS DE LOS DISEÑADORES			
CATEGORÍAS EMERGENTES	CONTEXTO DEFINITORIO ARTE - ARTISTA - ARTÍSTICO	IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO	Nº DE LA PREGUNTA
DISEÑO IDEA PLÁSTICA SUBLIME	Si la inspiración básicamente son esos aspecto sugestivo, o ese aspecto casi que sensible de la propuesta de diseño, esa tiene que estar agarrada a una realidad, pero esa realidad puede propender, digamos aaaa unos aspectos de orden artístico , pueden propender a una idea plástica sublime, pero tiene que partir de una idea de conocimiento sobre lo que yo voy a trabajar.	AOB	5
MODA COMO ARTE	Esa conexión como con esa realidad sobre la cual yo voy a proponer mi propuesta de diseño, cierto? Sea desde el orden artístico porque hoy es muy claro esa simbiosis que se da entre el diseño y el arte , ya desapareció completamente esa membrana que las dividía, digamos hoy, el reflexionar sobre el contexto me permite ofrecer digamos, soluciones sublimes y pueden ser bastantes sensibles.	AOB	6
MODA COMO ARTE	Y el arte y la expresión plástica permite lograr soluciones de diseño con ese carácter artístico, entonces, mira que ahí hay una cantidad de curvaturas dentro de lo que exige el diseño como tal, como disciplina que esté ajustado digamos a un mercado a un usuario o a una persona a la cual uno se está dirigiendo, pero también tiene ese otro complemento reflexivo o mágico dependiendo de lo que yo vaya a diseñar.	AOB	6
RELACIÓN DISEÑO ARTE	realmente yo sé que el diseño se ve un poco como el arte que es mucho más expresivo, no tanto digamos en la parte formal, porque pues obviamente son componentes claros dentro del diseño pero nosotros somos más objetivos en el sentido que... como para nosotros la parte comercial es tan importante pues yo siempre trato como de enfocar la respuesta de lo que me inspira sustentada en un referente real, para que sea, digamos, mucho más concreto para quien me pregunta.	JGC	10

HERENCIA DEL ARTE / RELACIÓN DISEÑO Y ARTE	<p>El trabajo, digamos el trabajo manual del diseño como un trabajo también artístico y toda la relación que se ha dado... y entonces siempre hemos asumido que esa inspiración nos viene del arte y que también es propia del diseño, yo diría que es de ahí y todavía como que no nos hemos podido desprender como de esa herencia.</p>	<p>AEGM</p>	<p>11</p>
INSPIRACIÓN - ARTE	<p>Entonces, cuando la gente habla de inspiración trata es de comprender lo incomprensible en un producto, que es decir exactamente por qué se hicieron la elección de formas, colores, texturas para un producto determinado. Entonces, yo pienso que ahí es como la parte que nos acerca más al arte, pero que al nivel de... al ser un producto, digamos, que requiere un proceso productivo pues se desvirtúa esa parte de artistas.</p>	<p>JGC</p>	<p>11</p>