

puedan construir sobre lo que ya está hecho, es vital que se publique y catalogue la investigación tanto en el nivel de los profesionales, como de los estudiantes de maestría y doctorado en todo el mundo”.

#### Referencias bibliográficas

- Bellucia, R. (2007). *El diseño gráfico y su enseñanza. Ilusiones y desengaños*. Argentina: Editorial Paidós.
- Carrión, M. (1993). *Manual de Bibliotecas*. España: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- de la Torre, S. (1999). *Creatividad aplicada. Recursos para una formación creativa*. España: Editorial Escuela Española.
- Fragoso, O. (2010). La investigación del diseño. En: *Actas de Diseño*. Vol. 9. Año 5, 121-127. Argentina: Universidad de Palermo.
- López, R. (1999). *La creatividad*. Chile: Editorial Universitaria.
- Margolín, V. (2005). La investigación sobre el diseño y sus desafíos. En: *Las rutas del diseño, estudios sobre teoría y práctica*. Argentina: Nobuko.
- Quiroga, B. (2006). *Psicología-Semiología aplicadas a diseño gráfico*. Argentina: EDUNC.
- Valdés de León, G. (2010). *Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Argentina: Universidad de Palermo.

**Abstract:** In this work, the contents that the academics who published in the journal *Actas de Diseño* are studied and is published semiannually by the University of Palermo. Issues are reviewed articles; research centers and countries of origin are identified and categorized by areas of interest. The articles reviewed correspond to those published in numbers 1 to 14, in the period 2006 to 2012. The topics presented represent eight areas: the discipline of design in general and seven specialties. The analysis of the articles shows a great predominance of theoretical contents over contents related to

practical or linked to the medium that show methodological processes and mainly quantitative observation.

**Key words:** Design - Publications - Texts - Design Minutes - Methodology - Teaching.

**Resumo:** Neste trabalho estudam-se os conteúdos que manifestam os académicos que publicam na revista *Atas de Design*, a qual editada semestralmente pela Universidade de Palermo. Revisam-se os temas dos artigos, identificam-se os centros de estudos, países de origem e classificam-se por áreas de interesse. Os artigos revisados correspondem àqueles publicados nos números 1 a 14, no período 2006 a 2012. Os temas expostos representam oito áreas: a disciplina do desenho em general e sete especialidades. A análise dos artigos mostra um grande predomínio de conteúdos teóricos por sobre conteúdos referidos a experiências práticas ou vinculadas com o médio que evidenciam processos metodológicos e de observação principalmente quantitativa.

**Palavras chave:** Design - Publicações - Textos - Atas do design - Metodologia - Ensino.

(\*) **Guido Olivares Salinas.** Diseñador Industrial con mención en Diseño Gráfico por la Universidad de Chile, Magíster en Pedagogía y Diplomado en Gestión Cultural. Especialista en diseño editorial, es director de arte de Ediciones Universitarias de Valparaíso y docente en la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile. Ha publicado artículos acerca de la creatividad y la enseñanza del diseño. En su área de interés sobre el patrimonio y la identidad, ha publicado los libros: *Valparaíso reencontrado* y *Voces en los cerros de Valparaíso* (coautor), el primero de los cuales ha sido seleccionado por el Fondo Nacional del Fomento del Libro y la Lectura (CNCA, 2011 y 2015). **Paulo Soza Contreras.** Diseñador Gráfico de la Universidad de Playa Ancha, ejerce profesionalmente y su especialidad es la imagen 3D, su proyecto *Imaginemos Valparaíso* ha sido seleccionado por el Fondo Nacional de las Artes (CNCA, 2009).

## Sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano en su proceso creativo

Actas de Diseño (2017, Julio)  
Vol. 23, pp. 144-153. ISSN 1850-2032  
Fecha de recepción: junio 2013  
Fecha de aceptación: julio 2014  
Versión final: diciembre 2016

Margarita María Ríos Montoya (\*)

**Resumen:** Diseñar moda se entiende como la actividad que da forma al vestido, configuración misma que constantemente es llamada inspiración, atribuyendo a este término un contenido polisémico que hace nebuloso el papel de la inspiración en la moda, pero aún así de uso permanente; 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 se recogen las categorías bajo las cuales ha sido concebida la inspiración por los diseñadores de moda.

Palabras clave: Inspiración - Proceso Creativo - Moda - Vestido - Creatividad.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 153]

## Introducción

El diseño de moda se entiende como la acción de dar forma, crear o re-crear el vestido y para ello los diseñadores de modas se valen de un proceso; sin embargo, cuando los diseñadores 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.

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 hallar 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, proveniente de Dios, posteriormente, en la modernidad la idea de inspiración se entiende 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 (Sánchez Méndez, Inspiración y creatividad en la producción y educación artísticas (Sánchez Méndez, Inspiración y creatividad en la producción y educación artísticas (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 (Pérez Cortés, 2004) habla de inspiración creativa y de 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, se ve 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 creadoras. También en estos trabajos, se evidencia que la inspiración aparece y se investiga con relación a la creatividad.

Ya en los libros que hablan acerca del proceso creativo en el diseño de moda o en la teoría de la moda, no se encontró 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?

Constantemente, 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 puede pensarse que, se hace complejo debatir o aseverar la inspiración en este proceso, porque éste término no se explica 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. 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 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 la inspiración. Al ser la inspiración en la moda un tema que se manifiestan 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 al 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 depósito histórico de sentido de la inspiración en la moda. Estas categorías sumadas a la descripción del proceso creativo de los diseñadores de moda, permitieron develar el sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano, en su proceso creativo.

## Depósito histórico de sentido de la inspiración en el diseño de moda

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 distintitas a las del hombre actual, el vestido abrigaba, permitía el acercamiento y el reconocimiento de la divinidad y el pudor promovía su uso.

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. (...) 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, South, Iwagami, Koga, & Nie, 2003)

Esto 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.

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, South, 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 si puede plantearse es que históricamente ha existido una relación de influencia de elementos externos para dar forma al vestido.

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 en el cual aparece el precursor de los diseñadores de moda.

Siendo difícil determinar con claridad en qué momento ocurre la transferencia del término inspiración al diseño de moda, podría intuirse que lograra darse con Elsa Schiaparelli, su relación con Salvador Dalí y el arte; sin ignorar, si pensáramos que la inspiración es un tema, que es factible que este se diera en el año 1909 cuando el ballet ruso se presenta en París y a partir de este, la influencia de lo oriental se toma el continente europeo De hecho, lo oriental era el último grito desde que, en el año 1909, los Ballets Rusos del promotor Serguéi Diághilev 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 les 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 plana 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 ha llamado inspiración a lo largo de la historia de la moda.

Si se piensa que existe un tema referido como inspiración, entre los primeros y más comunes está 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 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.

Desde esa aparición del tema el 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 ¿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 su obra, denominada 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. (Lipovetsky, 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. (Lipovetsky, 1987)

Aquí aparece otro punto relevante, el vestido como obra de arte o el vestido como producto comercial. El vestido comercial o la moda comercial busca ser rápidamente aceptada por el mercado, comprada y utilizada. Es la indumentaria que se presenta lista para ser usada. Mientras que, cuando el vestido se acerca más al arte se convierte en conceptual, su búsqueda es la de comunicar un concepto más allá de la posibilidad de ser comercializado, o tener un mercado que se atreva a usarlo en lo cotidiano. Pero el vestido conceptual se valida 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 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 define; 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. 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 codicie 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.

### 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 (la palabra *nada* ha de entenderse como aquello que no tiene explicación y que por lo tanto es derivado a la divinidad), no requieren conocimientos o información, 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 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; así la inspiración es coherente con el uso que describe (Moliner, 1992) “estado propicio a la creación artística o cualquier creación del espíritu”. La inspiración como iluminación divina, debiera pensarse como la iluminación del recuerdo (conocimiento) que se materializa en idea creadora, así pues, no es proveniente de la nada.

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.

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.

### 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 configurarán 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), 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 el vestido ha requerido tener una fuente de donde tomar elementos que puedan ser manifestados en éste 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; convirtiéndose en una práctica común retomar elementos sobre un *tema* para justificar decisiones formales en el vestuario.

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.

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: 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.

### 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 de interiorización que conduce a la organización de la información, en el cual inconscientemente el cerebro 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 paso del 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 el conocimiento 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 la fase de Iluminación 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. 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 Cerdeja 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 autores como Angulo de Haro 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.

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

### **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 se apoyan en algo no obtendrán ideas para sus diseños; ante ese desacuerdo de la inspiración como chispazo divino 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 poder definir con certeza qué es ese *algo*, el vocablo inspiración toma el lugar de lo inexplicable. 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.

### **La inspiración como valor agregado**

El valor agregado es ese algo de más que se atribuye como una característica para lograr una ventaja competitiva en el mercado, 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 difieran 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 su producto al mercado es lo que finalmente busca el diseñador de moda.

### **Interpretación de resultados**

Dado que este es un trabajo de corte hermenéutico 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 depósito histórico de sentido; lo cual expande la comprensión hacia esos sentidos en los cuales se entiende la inspiración en la moda.

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 de 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 sí 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 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.

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 la categoría de 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 refiere 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 ha entregado la idea de inspiración divina y ella de alguna manera ha convivido con nosotros; sin embargo ¿cómo aceptar que las ideas provienen de alguien externo a uno, 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 unos 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 éste; 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 el otro quiere oír.

Con el proceso creativo no se encuentra exactamente un sentido polisémico pero sí 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 recogerse 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 modelo proceso creativo trabajado en esta investigación.

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.

Se ha recorrido un camino en la búsqueda del sentido de la inspiración, se han entregado distintas perspectivas desde las cuales comprenderla, si se intuía un sentido de la inspiración de múltiples maneras, se ha confirmado que ese sentido ha sido dado más fuertemente desde la idea de significación; pero no por ello puede dejarse de lado el sentido histórico que señala la relación que tiene el diseño con el arte y desde la cual el diseño traslada el discurso de la inspiración; se ha visto el sentido de la inspiración desde los fundamentos para el hacer y se ha visto el sentido de inspiración ligado al de identidad; todas estas perspectivas de sentido 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 presente como propia.

Desde la interpretación del sentido de inspiración este 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 el momento de aparición de las ideas.

#### Bibliografía

- Berger, P., & Luckmann, T. (1996). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona: Paidós.
- Bergua Amores, J. (2008). Diseñadores y tribus. Una aproximación sociológica a la creatividad en el ámbito de la moda. (En Línea). *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*(124), 45-71. Obtenido de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=99712086002>
- Castro Cárdenas, L. (2012). Qué me pongo. *Qué me pongo. El Colombiano*, 20-21.
- Cerda Gutiérrez, H. (2000). *La Creatividad en la ciencia y la educación*. Bogotá: Magisterio.
- Claves de vida resort. (2010). *Revista Vogue*, 94.
- Fukai, A., South, T., Iwagami, M., Koga, R., & Nie, R. (2003). *Moda. Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*. Taschen Benedikt.
- Jenkyn Jones, S. (2005). *Diseño de Moda* (2da ed.). Barcelona: Blume.
- Landau, E. (1984). *El vivir creativo*. Barcelona: Herder.
- Lipovetsky, G. (1987). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. París: Anagrama.
- Merleau-Ponty, M. (1977). *Sentido & Sin Sentido. Historia/Ciencia/Sociedad*. Barcelona: Península.
- Moliner, M. (1992). *Diccionario de uso del español*. Gredos S.A.
- Monreal, C. (2000). *¿Qué es la Creatividad?* Madrid: Biblioteca Nueva S.L.
- Nietzsche, F. (1872). *El Nacimiento de la Tragedia* (Primera Edición 1973 ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Pabón S. de Urbina, J. (1967). *Diccionario Manual Griego-Español*. Barcelona: Bibliograf S.A.
- Parodi, G. (2008). Lingüística de corpus; una introducción al ámbito (En Línea). *RLA. Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*(46(1)), 93-119. Obtenido de <http://www.scielo.cl/pdf/rla/v46n1/art06.pdf>
- Pastor Osswald, E. (2008). Nietzsche: La experiencia de la inspiración. (En Línea). *Hologramática*, V(9), 57-69. Obtenido de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/518/hologramatica\\_n9\\_v3pp57\\_69.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/518/hologramatica_n9_v3pp57_69.pdf)
- Pérez Cortés, F. (2004). Inspiración Creativa y Creatividad Sustentada (En Línea). *Diseño y Sociedad*(16), 38-45. Obtenido de [http://bidi.xoc.uam.mx/resumen\\_articulo.php?id=4498&archivo=11-296-4498vas.pdf&titulo\\_articulo=Inspiraci%F3n%20creativa%20y%20creatividad%20sustentada:%20Crear,%20volverse%20humano](http://bidi.xoc.uam.mx/resumen_articulo.php?id=4498&archivo=11-296-4498vas.pdf&titulo_articulo=Inspiraci%F3n%20creativa%20y%20creatividad%20sustentada:%20Crear,%20volverse%20humano)
- Piedrahíta, O. (27 de Julio de 2011). Entre Telones: el proceso creativo de la moda (No publicada). (D. Lafaurie, Entrevistador) Medellín, Colombia.
- Ricoeur, P. (1969). *Hermenéutica y Estructuralismo*. Buenos Aires: Ediciones Megápolis.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez Méndez, M. (1996). Inspiración y creatividad en la producción y educación artísticas (En Línea). *Arte, Individuo y Sociedad*(8), 13-20. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=158009>
- Seeling, C. (2000). *MODA. El Siglo de los Diseñadores 1900-1999*. Konemann.
- Seivewright, S. (2008). *Diseño e Investigación. Manuales de Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Sikora, J. (1979). *Manual de métodos creativos*. Kapelusz.
- Sorger, R., & Udale, J. (2006). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vásquez Gestal, M. (2000). Apuntes sobre creatividad: origen de término y su pervivencia. (En Línea). *Revista Latina de Comunicación Social*(25). Obtenido de Revista atina de Comunicación Social: <http://www.revistalatinacs.org/aa2000yen/143VAMontse.html>
- Worsley, H. (2011). *100 Ideas que cambiron 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\\_fromideatostoreideaaanddesign.nhtml](http://www.hm.com/es/acercadehm/datosobrehm/deideaaaprenda/inspiracinydiseo_fromideatostoreideaaanddesign.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>

**Abstract:** Designing fashion is understood as the activity that gives shape to the dress, the very configuration that is constantly called inspiration, attributing to this term a polysemic content that makes the role of inspiration in fashion nebulous, but still of permanent use; For which this research work is carried out in search of the sense of inspiration for the Colombian fashion designer in his creative process; through research with a qualitative approach and with the application of the hermeneutical method, the categories under which inspiration has been conceived by fashion designers.

**Key words:** Inspiration - Creative Process - Fashion - Dress - Creativity.

**Resumo:** Desenhar moda entende-se como a atividade que dá forma ao vestido, configuração mesma que constantemente é chamada inspiração, atribuindo a este termo um conteúdo polisémico que faz nebuloso o papel da inspiração na moda, mas mesmo assim de uso permanente; pelo qual se realiza este trabalho de pesquisa em busca do sentido da inspiração para o desenhador de moda colombiano em seu processo criativo; mediante uma pesquisa com aproximação qualitativa e com o aplicativo do método hermenéutico recolhem-se as categorias baixo as quais tem sido concebida a inspiração pelos desenhadores de moda.

**Palavras chave:** Inspiração - Processo Criativo - Moda - Vestido - Criatividade.

(\* **Margarita María Ríos Montoya**. Diseñadora de Modas, Candidata a Magíster en Creatividad e Innovación en las Organizaciones de la Universidad Autónoma de Manizales UAM (Colombia). Actualmente se desempeña como Docente Instructora del pregrado Diseño de Modas en la UAM e investigadora del grupo Diseño y Complejidad del Departamento de Diseño y Artes de la Universidad Autónoma de Manizales.