



TERCER CONGRESO INTERNACIONAL
**MUJERES
CREADORAS:
DIBUJO+DISEÑO
+ACCIÓN**
SEVILLA, 18-20 DE OCTUBRE DE 2023

FACULTAD DE BELLAS ARTES
PRESENCIAL/ONLINE

**LIBRO
DE ACTAS**

Celia Sánchez Morgado (Coord.)

ORGANIZA

**cre
ares
gen**
Cátedra de Arte Contemporáneo,
Estética y Diseño
HUMTICUS

COLABORAN

ARTI **SEyTA.**



© Editorial Almuzara S.L., 2022
Parque Logístico de Córdoba
Ctra. Palma del Río, km 4
C/8, Nave L2, módulos 6-7, buzón 3
14005 - Córdoba

III CONGRESO INTERNACIONAL MUJERES CREADORAS: DIBUJO, DISEÑO Y ACCIÓN.

LIBRO DE ACTAS

Celia Sánchez Morgado (Coord.)

EC EDITORIAL
CÁNTICO



III CONGRESO INTERNACIONAL MUJERES CREADORAS: DIBUJO, DISEÑO Y ACCIÓN.

III INTERNATIONAL CONGRESS
WOMEN CREATORS: DRAWING,
DESING AND ACTION.

18, 19 y 20 de octubre de 2023.

ORGANIZA

Grupo de Investigación HUM-1025
CREARESGEN. Creación, arte gráfico y género.
Universidad de Sevilla.

COLABORAN

Encuentro Internacional de Arte
Contemporáneo ARTSevilla.
Sociedad Estética y SEYTA.

COORDINACIÓN DE LA PUBLICACIÓN

Y DISEÑO EDITORIAL

Celia Sánchez Morgado

EDITORIAL

EDITORIAL CÁNTICO

COPYRIGHT © de los textos sus autores/as, considerados responsables de la gestión de los derechos de autor/a de las imágenes usadas. La organización ni la editorial se hacen responsables del mal uso. Esta publicación se basa en el derecho de cita.

DIRECCIÓN ACADÉMICA

Marisa Vadillo Rodríguez. Universidad de
Sevilla.

COMITÉ CIENTÍFICO

Profesor Fernando Infante del Rosal.
Universidad de Sevilla. Presidente.
Alfonso Ruiz Rallo, Universidad de La Laguna.
Ana García López, Universidad de Granada.
Belén Mazuecos Sánchez, Universidad de
Granada.
Fernando Infante del Rosal. Universidad de
Sevilla.

Francisco Jarauta. Filósofo.
Frédérique Villemur, École Nationale d'Architecture de Montpellier.

Izaskun Álvarez Gaiza, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Josenia Hervás Heras, Universidad Alcalá de Henares.

Maria Aguilar Andrade, Universidad de
Sevilla.

Maria del Carmen Molina Barea. Universidad
de Córdoba.

Maria Luisa Rodríguez Muñoz, Universidad
de Córdoba.

Ramón Román Alcalá, Universidad de
Córdoba.

Rosalía Torrent Esclapes, Universitat Jaume I.

Silvia Cattiadoro, Universidad de Venecia.

Silvia García González, Universidad de
Pontevedra.

Umberto De Paola, Accademia di Belle Arti
di Palermo.

Unai Requejo Mezo, Universidad del País
Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

COMITÉ ORGANIZADOR

Guillermo Ramírez Torres

Marta Pérez Martínez

Javier Leñador González-Páez

Celia Sánchez Morgado

COMITÉ TÉCNICO

Isabel Herrera González

Linda Catalina Villamarín Peña

AGRADECIMIENTOS

Universidad de Sevilla
Miembros del Grupo de Investigación
HUM-1025. CREARESGEN www.crearesgen.es
Encuentro Internacional de Arte
Contemporáneo ARTSevilla.
Editorial Cántico. Almuzara.

ÍNDICE

- 11 **INTRODUCCIÓN**
- 16 **PROGRAMA CIENTÍFICO**
- 21 *El cuerpo ausente: del dibujo a la instalación en las obras de Louise Bourgeois y Tracey Emin*
Cristina Muñoz del Águila
Universidad de Málaga
- 31 *Alexa es nombre de mujer. Prácticas artísticas e inteligencias artificiales*
Pilar del Puerto Hernández González
Universidad Complutense de Madrid
- 45 *La influencia de la gráfica impresa en la construcción de la misoginia: la estampa popular entre los siglos XVI y XVIII en Países Bajos, Alemania e Inglaterra*
Celina Valdivia Sánchez
Universidad Complutense de Madrid
- 59 *Pensamiento, performance y extensiones gráficas en «Prenez soin de vous», de Sophie Calle*
M. Montserrat López Páez
Universitat de Barcelona
- 71 *Mujeres y diseño tipográfico. Breve recorrido sobre su presencia en la Historia*
Laura Cano Martín
Escuela de Artes Plásticas y Diseño José Val del Omar de Granada
- 87 *Mujeres, pensamiento mítico vs. género líquido en el diseño publicitario*
Ioana Aida Furnica Slusaru
Isabel Fernández Blanco
Universidad Complutense de Madrid
- 99 *Idealización y genio. La ilustradora Marga Gil Roësset*
Ana Isabel Guzmán Morales
Universidad de Granada
- 113 *Cómo colectivos artísticos femeninos transforman el arte textil en herramienta de reivindicación política al llevar el bordado al contexto del arte urbano*
Daniela Castilho Duarte
EINA Centro Universitario de Diseño y Arte de Barcelona

- 123 *El grabado en relación con la memoria y la recreación de imágenes fotográficas*
Maite Pinto Zangróniz
Universidad Pública del País Vasco UPV/EHU
- 133 *Medicina gráfica: una mirada contra el maltrato de las mujeres a través del cómic*
José Luis Hernández Galán
Simón J. Arrebola Parras
Universidad de Sevilla
- 147 *Deconstruyendo la masculinidad hegémónica: el surgimiento de narrativas femeninas en el cómic surcoreano y su influencia internacional a través de los webtoons*
Dácil Roca
Alfonso Ruiz Rallo
Universidad de La Laguna
- 163 *La fibra como línea. Una aproximación a la obra de Alice Kettle*
Marta Pérez Martínez
Universidad de Sevilla
- 173 *A contracorriente: creadoras andaluzas en la ilustración contemporánea*
Isabel Herrera González
Universidad de Sevilla
- 185 *Artistas y diseñadoras del pañuelo de seda en Francia durante el cambio de milenio. Cultura y estilo en una prenda de larga tradición*
Sandra Barreiro Parguiña
Universidade de Vigo
- 197 *Los monstruos de Emmy Haesele. Miradas oníricas a las ciudades de posguerra*
Rocío Sola Jiménez
Universidad Pompeu Fabra / Universidad de Granada
- 211 *Fay King: la desternillante historietista gráfica olvidada*
Ana Rosa González Diánez
Investigadora independiente
- 225 *Trazar con hilo: el grafismo textil femenino como «escritura del yo»*
María Del Carmen Molina
Universidad de Córdoba
- 243 *Dibujo y creación gráfica realizada por mujeres artistas y/o diseñadoras*
Florencia Varela Gadea
Universidad de Valladolid

- 257 **Domee Shi's «Turning Red» as feminist hope for feature animation**
Gabriela Sá
Universidade do Porto / Instituto Politécnico do Cávado e do Ave
- 267 **Participación y lugar en el dibujo performativo. El caso de «6 feet»**
Madeleine Lohrum Strancari (M. Lohrum)
Universidad de La Laguna
- 281 **Helena Cardoso: graphical weaving as a reinterpretation of portuguese rural contexts**
Maria Bruno Néo
Luís Mendonça
Susana Barreto
Faculty of Fine Arts of University of Porto / ID+
- 299 **Three-dimensional drawing: a physical experience of space and time**
Dilar Pereira
Universidade de Lisboa
- 311 **La tercera edad de la mujer en el cómic del siglo XXI. Roles de género en la ilustración de la mujer mayor**
Linda Catalina Villamarín
Universidad de Sevilla
- 325 **¿Tienen las mujeres que estar desnudas para salir en la portada de un disco? Proyecto: Naked Vinyls (Remake)**
Montserrat Galán Ruiz
Universidad de Salamanca
- 335 **Maria Emegé: el criptoarte a través del pixelado**
Celia López Castillo
Universidad de Sevilla
- 349 **Pensamiento estético feminista en su vinculación con el dibujo y el diseño**
Manuela Eva Roth
Universidad de Buenos Aires
- 363 **Cómo dibujan Wylie y Haifisch: contribución a una teoría sobre lo expresable femenino**
Almudena Baeza Medina
Universidad Camilo José Cela
- 375 **The case of Cuias: amazonian women's craft as a lesson for sustainable design**
Andrea Bandoni
Universidade de Lisboa

- 389 *Procesos artísticos colaborativos en la obra de Maider López*
Belén Brígido Arnela
Carmen Andreu Lara
Universidad de Sevilla
- 399 *La mujer moderna y las ilustradoras modernistas y novecentistas: Laura Albéniz, Ana María Smith y María Rusiñol*
Inés Serrano Arnal
Universidad de Zaragoza
- 413 *La autoría de las mujeres en el arte. Banksy y su identidad*
Mar Cabezas Jiménez
Blanca Machuca Casares
Cristina Peláez Navarrete
Universidad de Málaga
- 423 *Los dibujantes en Piamonte en la primera mitad del Ottocento: metodología de investigación*
Linda Manuela Piardi
Ministero dell'Istruzione e del Merito / Universidad de Granada
- 437 *Mujeres por la vida; una práctica de insubordinación estética en Chile (1983-1993)*
Paula Poblete Vargas
Universidad Complutense de Madrid
- 449 *El papel del espacio y espectador en las narrativas de Dana Schutz, Lisa Brice, Nicole Eisenman y Rosa Loy*
Pablo Jesús Castañeda Santana
Simón Arrebola Parras
Universidad de Sevilla
- 459 *Cuatro mujeres diseñadoras editoriales latinoamericanas: creación y procesos de diseño en publicaciones impresas en proyectos culturales, identitarios y locales*
Paola Irazábal Gutiérrez
Universidad Complutense de Madrid, Universidad Diego Portales (Chile)
Jenny Abud Carrillo
Universidad Diego Portales (Chile)
- 469 *Selvaggia y Uccello: el amor metafísico en la obra gráfica de Norma Bessouet*
María Siquier Herrera
Universidad Pablo de Olavide

481 *Perspectiva mural. La figura de la mujer en la obra de Ana Langeheldt y Virginia Bersabé*

Pablo Navarro Morcillo

Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional

493 *Historias silenciadas. Mujeres en el diseño gráfico y creación de marcas*

Haridian Díaz Mesa

Noa Real García

Alfonso Ruiz Rallo

Universidad de La Laguna

ARTISTAS Y DISEÑADORAS DEL PAÑUELO DE SEDA EN FRANCIA DURANTE EL CAMBIO DE MILENIO. CULTURA Y ESTILO EN UNA PRENDA DE LARGA TRADICIÓN

Sandra Barreiro Parguiña
Universidade de Vigo

RESUMEN: A lo largo de la Historia muchas creadoras han tenido su espacio en las artes decorativas. En el caso del pañuelo, diversos talentos encontraron en su diseño un medio creativo y una fuente de lucro. Con el cambio de milenio, la integración de herramientas digitales para su edición y creación, se ha convertido en algo habitual. Como paradigma en la elaboración de este accesorio, la casa de modas francesa Hermès, presenta nuevos diseños realizados por diferentes artistas cada temporada. Hablaremos de la labor de dos de las creadoras de su emblemático *carré* de seda: Virginie Jamin y Alice Shirley, quienes con un perfil artístico se encuentran con las posibilidades del pañuelo a raíz de su colaboración. Contrastaremos este caso con el de las fundadoras de la firma Inoui-Editions, quienes fascinadas por este formato deciden emprender un proyecto de negocio orientado a su producción.

PALABRAS CLAVE: *Accesorio, diseño, moda, pañuelo, textil.*

ABSTRACT: Of the course of history, many female creators have found their place in the decorative arts. In the case of the scarf, various talents have discovered in its design a creative medium and a source of income. With the turn of the millennium, the integration of digital tools for its editing and creation has become commonplace. As a paradigm in the creation of this accessory, the French fashion house Hermès presents new designs by different artists each season. We will discuss the work of two of the creators of their emblematic silk *carré*: Virginie Jamin and Alice Shirley, who, with their artistic profiles, explore the possibilities of the scarf through their collaboration. We will contrast this case with that of the founders of the firm Inoui-Editions, who, fascinated by this format, decided to embark on a business project focused on its production.

KEYWORDS: *Accessory, design, fashion, scarf, textile.*

INTRODUCCIÓN

Carré es el término francés utilizado para denominar aquel fular de morfología cuadrada que en ocasiones acompaña nuestra indumentaria. Si bien las maneras de denominarlo han sido diversas e imprecisas a lo largo de la historia, esta palabra esconde una connotación de discreta elegancia; se refiere a objetos de notable calidad que permanecen indiferentes ante las fluctuaciones de la moda y las tendencias (Rocca, 2013, p. 117).

Muchos artistas multidisciplinares encontraron en el diseño de estampados y pañuelos una fuente de lucro y un medio para expresar su creatividad. Entre los más legitimados, vemos en el primer tercio del siglo xx ejemplos tempranos con Dufy, Picasso o, Sonia Delaunay quien decoró textiles y pañuelos de diversa índole, tanto para su propia marca y proyectos, como para la firma Metz & Co (de Leeuw-de Monti, 2017, p. 159). No obstante, son cuantiosos los creativos que diseñaron anónimamente para las manufacturas de pañuelos, muchos siendo figuras femeninas (Albrechtse, Solanke, 2011, p. 72).

Existiendo múltiples opciones de composición, tejido y tamaños, para este escrito nos quedaremos con aquellos confeccionados en seda, y en el mencionado formato. Situaremos el marco de estudio dentro de la industria francesa en el cambio de milenio; con una casa de modas de lujo reconocida internacionalmente por sus *carrés* como lo es Hermès y; una marca emergente como Inoui-Editions, la cual centra su actividad en el diseño de pañuelos y que, pese a su reciente creación en 2009, destaca por su *savoir-faire*.

Aunque las formas de producir estos accesorios son diversas, para este artículo pondremos el foco en el diseño y en sus creadores. Para ello, estudiaremos la perspectiva de varios creativos que descubrieron las posibilidades del pañuelo tras empezar a colaborar con una marca de lujo, como el ejemplo de Virginie Jamin y de Alice Shirley, artistas y reconocidas diseñadoras para el *carré* de Hermès desde hace más de una década a las que hemos podido entrevistar. En contraposición, veremos el caso de las gerentes de Inoui-Editions, Mathilde Bon y Élisabeth «Lise» Guitton, quienes fascinadas por este universo deciden emprender un proyecto de negocio orientado a la venta del fular.

EL USO DEL PAÑUELO

Las dimensiones de la pieza se han venido definiendo desde que en el siglo XVII se comenzaron a importar diferentes tejidos estampados con una longitud de unos 90 cm. Se reguló su forma durante el gobierno de Luis XVI en Francia, quien estableció su formato cuadrado (de Cours, 2020, p. 8-9). Sus usos y connotaciones han sido diversas a lo largo de la Historia, a menudo asociadas con la higiene, la pompa e incluso con acciones simbólicas, actos en general más orientados a la tradición popular. Su función como accesorio de moda se transformó y popularizó a lo largo del siglo XX.

En la primera mitad de la centuria se usó como propaganda en los períodos bélicos, con ilustraciones que ensalzaban el sentimiento patriótico.

En el transcurso de los «Felices Años 20», las *flappers* o sus homónimas francesas *garçonne*s utilizaban largos echarpes con flecos colocados sobre los hombros o atados a la cintura acompañando sus nuevas siluetas sin corsé. Los diseños en seda impresos mediante serigrafía comenzaron a surgir en esta década, (Albrechtse,

Solanke, 2011, p. 12) y, a día de hoy, continúa siendo la configuración preferida por la industria del lujo para sus propuestas en seda.

En los años 30, diferentes modistas franceses como Chanel o Patou comenzaron a decorar ejemplares con su logo para promocionar sus marcas (Koning, 2009, p. 138).

Durante estas primeras décadas, también destacó la casa de modas Liberty, cuyos diseños fluían en sus tejidos y propuestas de fulares. Aunque previamente en 1937, nacería el primero de una serie de «íconos» (Sims, 2015, p. 184) con la creación del primer *carré* de Hermès, no siendo hasta 1948 cuando alcanzaría su popularidad.

En la década de los 40, el pañuelo se empleó sustituyendo el sombrero y utilizándolo como toque de color en los sobrios conjuntos que remitían al estilo de los uniformes militares. En esta época la seda estaba restringida y se usaba algodón, lino o rayón (Laver, 1988, p. 223-224).

Al final de la Segunda Guerra Mundial, con la progresiva abolición de las limitaciones se comenzó a ser testigo del nacimiento de una moda más independiente. De nuevo, en la década de los cincuenta se convirtió en un accesorio imprescindible para completar el atuendo. Serían muy populares los diseños de Dior, Pucci o Gucci siendo lucidos por sofisticados personajes femeninos como Grace Kelly, Catherine Deneuve o Isabel II (de Cours, 2020, pp. 8-9). Su demanda estaría en auge, tanto por parte de la alta sociedad como por el colectivo de la población, quienes adquirían piezas más económicas confeccionadas en rayón.

Sin una irrupción radical, es un elemento que ha estado presente formando parte de la moda universal y del estilo de diferentes grupos y subgrupos estéticos surgidos a lo largo de las décadas: los *Teddy Boys* y *Teddy Girls*, *Rockers*, *Beatniks*, el movimiento *Hippie* en los sesenta y setenta o las culturas *Punk* e *Indie*.

Hacia finales del siglo xx, había sido relegado a un segundo plano. En los bohemios finales de los sesenta y comienzos de los setenta se pusieron de moda largos y ligeros chales con estampados de estética india, dejando a un lado el *carré*. Sin embargo, en los 80 surge un nuevo ideal femenino: la mujer de negocios; ello lleva la incorporación de diferentes objetos de ostentación al atuendo (Fogg, 2014, pp. 436-437) como los *carrés* de Hermès, donde eran muy populares, entre otros, los estampados de Caty Latham o Annie Faivre.

En los 80 y 90 comenzó a ser indispensable la visualización del logo de las marcas en los accesorios, incluyendo los pañuelos; todas las colecciones de las grandes casas de moda diversificaron su producción incluyéndolos en diferentes formatos y materiales donde poder posicionar su logotipo. Este «énfasis en el logo» (Thomas, 2008, pp. 303-304), continúa vigente hoy con muchas propuestas decoradas únicamente con la imagen distintiva en repetición.

Los ejemplares del siglo pasado continúan siendo muy apreciados en nuestros días. A menudo, se hacen reediciones de piezas icónicas, como el «Flora» de Gucci o «Brides de Gala» de Hermès; además, los modelos vintage cuentan con gran demanda en el mercado de segunda mano formando parte de muchas colecciones privadas (Albrechtsen, Solanke, 2011, p. 7).

Es en este período del cambio de milenio cuando nos encontramos en Francia los primeros ejemplos de marcas emergentes enfocadas exclusivamente en la elaboración de pañuelos, como Petrusse, Épice o la citada Inoui-Editions (de Cours, 2020, p. 24). Los diseñadores de pañuelos del xxi continúan inspirándose en sus predecesores.

res, aportando una perspectiva nueva con un lenguaje más innovador resultado de las amplias posibilidades actuales.

TIPOS DE DISEÑO

Para este artículo se tratará el caso de varios profesionales en la creación del formato. Dentro del ámbito de estampación textil, es importante distinguir entre dos tipos de diseños: aquellos realizados en *rappor*, que se representan en un patrón de repetición continua para ser impresos de forma ilimitada, y los diseños posicionales, que se conciben a medida para ser representados en un formato más definido y específico (véase Figura 1). A menudo, este último es el recurso más empleado en los *carrés* al permitir composiciones más elaboradas y complejas.

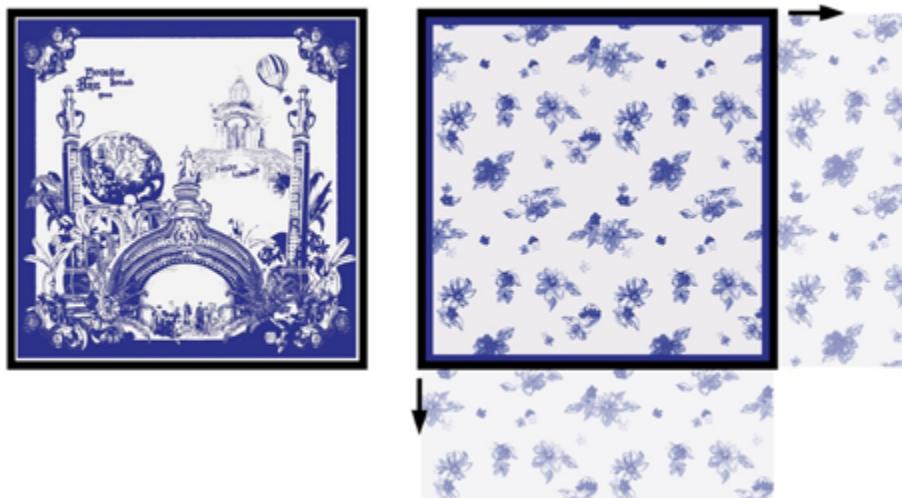


Fig.1. *Tipos de composición.* El ejemplo muestra un diseño de pañuelo posicional (izquierda), y otro formato en repetición (derecha). Fuente: *Elaboración propia*.

Además del contenido, el trazo tiene la capacidad de cambiar la interpretación del mismo. Puede referir la huella del medio pictórico con el que fue realizado; o bien, puede ser elaborado con un estilo más gráfico, con bordes y tonos definidos, a menudo creado digitalmente con vectores; también, fotográfico, gracias a las nuevas técnicas de impresión digital que permiten obtener la imagen completa sin limitaciones.

Es complejo hacer un análisis taxonómico ante la diversidad de temas que pueden ser representados, los límites son muy difusos y se pueden compartir múltiples características. Hemos dividido los más recurrentes para una clasificación general: en primer lugar, tenemos los florales, reinterpretados de infinitas formas y escalas; el *paisley* muy popular y con una estética ornamental muy característica; los motivos de animales, de nuevo con ilimitados formatos; los tropicales, que incluyen a su vez elementos de fauna y flora; los geométricos; los elementos abstractos o con manchas; los motivos tradicionales ornamentales, con estética del folclore; los *Toile de Jouy*, de larga tradición en Francia; y, por último los figurativos o «conversaciona-

les», un vasto «archivador» donde se incluyen morfologías de diversa índole (propaganda, históricos, conmemorativos...).

Las casas de moda actuales tienen una estética muy definida en lo que se refiere a los pañuelos. A menudo remiten al universo poético que las caracteriza o al que hacen apología.

En el caso de Hermès (1996), casa fundada 1837, recoge en sus pañuelos temas emblemáticos característicos, escenas y objetos que remiten a sus orígenes como artesanos: el universo de la equitación, carroajes, piezas de orfebrería y, objetos de carácter histórico, muchos de ellos inspirados en la antigua colección de la familia Hermès, actualmente reconvertida en museo privado.

Inoui-Editions por su parte, con un producto más accesible al consumidor medio, comprende una pluralidad de temas, con retratos de objetos de diversa índole; especies de fauna, a menudo felinos y otras especies exóticas; y flora, tanto ejemplares de estilo tropical como flores más clásicas. También juegan con diferentes escalas, desde complejos paisajes hasta detalles más pequeños, pero la línea que tienen en común es que todos transmiten una historia.

Las creadoras tampoco dudan en iluminarse con las colecciones dieciochescas del *Musée de la Toile de Jouy* o la *Bibliothèque Nationale de France*; transformando estos elementos a nivel de forma y color (France 3 Hauts-de-France, 2022).

TÉCNICAS ANALÓGICAS EN LA ERA DIGITAL

Actualmente las herramientas digitales forman parte del desarrollo creativo de muchos artistas. Como diseñador gráfico textil es frecuente estar familiarizado con varios programas de edición y el de uso más habitual es *Adobe Photoshop*. Aunque habiendo nacido a principios de los noventa, su democratización no comenzó hasta comienzos del milenio.

Tomemos como ejemplo una empresa proveedora de estampación textil serigráfica en las décadas previas a los 2000, donde se divide el trabajo de diseño en varios eslabones. Por un lado, están los profesionales encargados de dibujar los motivos; por otro los que forman la estructura y construyen las repeticiones; en este caso, los *engravers* o grabadores, responsables de la separación de las propuestas por colores; y finalmente los coloristas, que toman las decisiones con respecto a la elección de la paleta.

Actualmente las herramientas digitales de edición permiten simplificar los dos primeros pasos siendo el mismo profesional el que crea los elementos y construye la composición final. Este boceto resultante, puede enviarse directamente a imprimir, sin restricción de color, mediante procesos digitales; pero en el caso de otros procesos, como los serigráficos, se mantiene la división de los diferentes tonos por los aludidos *engravers*, al estar limitada su impresión por el número de pantallas (Fogg, 2006, p. 14-18).

Seon-Ok, compañera diseñadora activa en el sector textil desde hace décadas; admite que previa a la digitalización el proceso era lento y laborioso. En una empresa en la que trabajó en la década de los noventa, disponían de un profesional que se dedicaba exclusivamente al escaneo y recorte de bocetos. Su primera toma de contacto con *Photoshop* fue en el año 1997 y no sería hasta 2002-2003 cuando lo usaría a diario para sus composiciones.

A pesar de la agilización que brindan las herramientas informáticas, para realizar motivos de carácter menos gráfico o artificial sigue siendo necesaria la pintura tra-

dicional que pueda dejar la propia impronta del material. Estos bocetos se escanean a posteriori para su edición. En definitiva, el uso de las técnicas pictóricas clásicas es frecuente en el diseño de estampados y pañuelos, pero que esta práctica genere la pieza final precedente al proceso de confección o impresión, sin una limpieza o retoque digital, es un hecho bastante excepcional.

DISEÑADORAS PARA HERMÈS

De acuerdo con la diferenciación previa, en los pañuelos de formato cuadrado se trata normalmente un tipo de composición posicional ya adecuada a las dimensiones de la pieza.

Alice Shirley, artista y diseñadora de *carrés* para la firma Hermès desde 2012, reconoce que no sabe utilizar *Photoshop* ni otros programas como *Procreate* (Barreiro-Parguiña 2023a). Su trabajo se centra exclusivamente en procedimientos de pintura, con gouache y tinta china principalmente y, con los diseños de pañuelos no hace una excepción; entregando a la *maison* una pieza dibujada a mano a la escala 90x90cm (2023a). Estos prototipos llegan al estudio y se comienza a preparar el proceso de elaboración. En su archivo privado conservan los ejemplares de cada pieza, colección que se extiende a 3.000 originales (Hermès International, 2022 p. 12).

Hermès es célebre por su apuesta en la conservación del proceso artesanal en todas sus disciplinas o *métiers*, por lo que apreciaron enormemente este aspecto tras su primer contacto con la artista (2023a). En el caso de Virginie Jamin, también diseñadora para Hermès desde 2004, nos comenta que utiliza herramientas informáticas para una visualización rápida de la distribución de los elementos, pero su proceder creativo es íntegramente pictórico (Barreiro-Parguiña 2023b). Desde el estudio de la Rue d'Anjou en París les comparten diferentes guías para su composición y se reúnen a menudo para visualizar el avance del proceso (véase Figura 2). Las artistas tienen cerca de un año para trabajar en su propuesta antes de comenzar la producción de impresión *à la lyonnaise*.



Fig.2. Bocetos para un diseño de *carré*. Fuente: Imágenes de @jamin.virginie, publicadas en Instagram (<https://www.instagram.com/jamin.virginie/>). Reproducidas con permiso.

Cuando el diseño está plegado cambia su lectura. Ya sea alrededor del cuello o atado al cabello, no es posible ver la totalidad de su complejidad hasta ser de nuevo extendido. Por este motivo es importante una buena elaboración en la zona de las esquinas. También dependiendo del tipo de doblez el discurso puede ser diferente dentro del mismo pañuelo con diferentes colores y elementos a la vista. Es por ello que les formulamos la pregunta de si ven algún prototipo impreso previa a la entrega del proyecto final, y la respuesta es negativa; ante nuestra sorpresa nos confiesan que tienen sus propios trucos para saber si un diseño funcionará. Virginie Jamin, tiene la capacidad de visualizar mentalmente el objeto desde diferentes perspectivas; Alice Shirley, aunque intenta jugar con texturas en la pintura para evitar que se vea demasiado plano, admite que la clave principal es la experiencia de haber realizado diseños el tiempo suficiente.

Aunque ahora diseña pañuelos exclusivamente para Hermès, Virginie Jamin había trabajado dos años para Dior realizando diferentes ejemplares, agregando que sus métodos de producción eran diferentes a los de Hermès, mucho más rápidos. Alice Shirley también pudo colaborar con Dior en su campaña de navidad 2021, aunque, en su caso, nada relacionado con el diseño de *carrés*. Desde Hermès, siempre comparten la autoría del diseño del pañuelo y cuentan con la firma de sus diseñadores en el mismo (véase Figura 3).

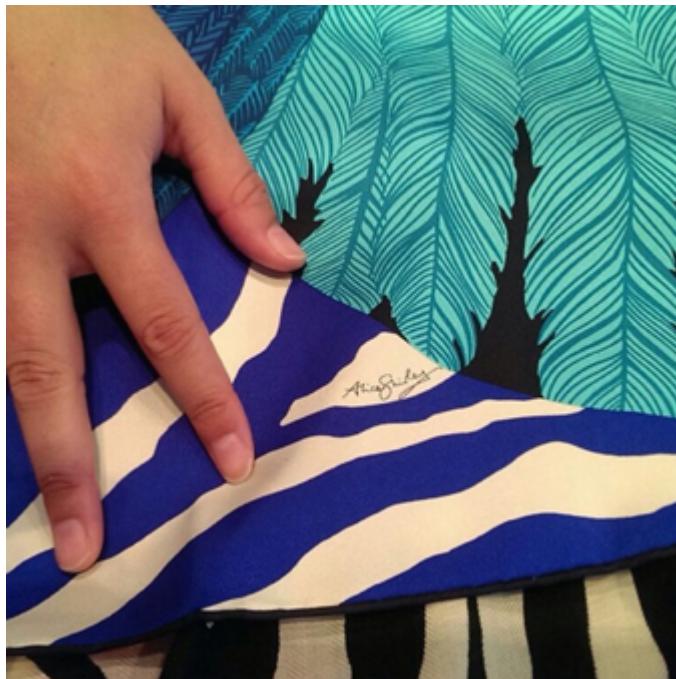


Fig. 3. Detalle de firma en un *carré*. Fuente: Imagen de @alicekshirley, publicada en Instagram (<https://www.instagram.com/alicekshirley/?hl=es>). Reproducida con permiso.

Shirley, nos confiesa que no tuvo contacto alguno con el mundo de la moda de forma previa, pero que para ellos siempre es interesante contar con interpretaciones artísticas más amplias y no tan focalizadas en diseño textil. En general, la *maison* busca artistas que entiendan el formato del pañuelo como el clásico lienzo en blanco donde poder dar rienda suelta a su creatividad, pero tampoco buscan limi-

tarse y a veces parten de intuiciones. En el caso de Katie Scott, reconocida ilustradora británica que ha comenzado a colaborar con Hermès en los últimos años, vemos un proceder artístico muy apoyado en lo digital (Victoria and Albert Museum, 2022).

En palabras de Albrechsten (2011, p. 72), «es muy satisfactorio observar el estilo distintivo de los diseñadores». Annie Faivre, una de las más emblemáticas diseñadoras para Hermès, creadora de más de 40 carrés, tenía un estilo muy personal; como sello de identidad, sus piezas incluían pequeños monos escondidos en la escena (Homer, 2022, p. 87). En estos mismos términos, el caso de Alice Shirley cuenta con un lenguaje pictórico bastante unificado por su estilo. Fascinada por el reino animal, ha colaborado como ilustradora para instituciones como el Natural History Museum de Londres, visita a menudo los Kew Gardens y el London Zoo y, además, recientemente ha estado colaborando con el proyecto Knepp enfocado en la reinserción de diferentes especies. Se describe a sí misma como una suerte de «bióloga frustrada», y los temas a los que recurre en toda su obra canalizan ese sentimiento representando diversas especies. Admite que ha adoptado diferentes maneras de trabajar desde el comienzo de su colaboración y que, lejos de acomodarse en las técnicas y medios que ya le resultan efectivos, cuenta con una flexibilidad que le permite disfrutar de nuevos retos. Afirma que su trabajo antes era mucho más hiperrealista y naturalista, y que en los últimos años se ha tornado más exuberante.

Por otra parte, Virginie Jamin nos comenta que es fácil no reconocer su mano en los diseños, pero que es algo que aprecia y es el carácter del proyecto lo que realmente le importa. Jamin es una de las diseñadoras que más acude al Musée Hermès para inspirarse en nuevos diseños. Cuando le preguntamos las motivaciones que la llevan a esta búsqueda, su respuesta es conmovedora:

Estos objetos llevan recuerdos, vibraciones particulares y resuenan. Han sido moldeados por manos y mentes inteligentes (en el sentido de inteligencia del corazón y del espíritu). Son objetos impregnados de presencias y son preciosos por su belleza, su rareza y por los recuerdos de los artesanos que los hicieron, los pensaron y los propietarios que los amaron. Trato de contar historias con objetos y personajes que ya tienen una rica tradición de, en ocasiones, varios siglos. Ellos me guían y me apoyan, como cómplices. También me gusta la sensación de darles una nueva vida y de mostrarlos desde un ángulo único, como una luz o foco particular. Rendirles homenaje, revelar su belleza y celebrar a quienes los crearon (2023b).

LAS CREADORAS DE INOUI-EDITIONS

La historia familiar de Hermès es testigo de una larga tradición de pañuelos. Más próxima en el tiempo, el caso de Inoui-Editions, también nos remite a una historia, en este caso de amistad entre dos mujeres. Mathilde Bon y Lise Guitton colaboraron en tandem con otras casas de moda (Lesechos.fr, 2022) hasta que tomaron la decisión de crear su propia marca, la cual es inaugurada en 2008 (France 3 Hauts-de-France, 2022). Esta sinergia se alimenta de dos perfiles creativos diferentes; por una parte, Guitton la directora de la empresa, centró su investigación en el campo del estilismo de moda; mientras que Bon, tiene su formación en Bellas Artes.

Aunque actualmente cuentan con otros accesorios, el proyecto está enfocado desde su origen en fulares de seda, lana y algodón. La mano de Bon, interpreta las ideas en las que se inspira el equipo, recogidas muchas veces, de catálogos de

muestras de tejido antiguas del patrimonio francés (2022). Los elementos representados, son el fruto de detalladas ilustraciones dibujadas a mano. Cada diseño lleva de una a tres semanas de trabajo, mucho más rápido en comparación con otras marcas. El resultado de los dibujos es apoyado con recursos digitales como Photoshop mediante tabletas gráficas y, es a continuación cuando se toman las decisiones con respecto al color (Corroyer, 2021). Frente a varias pruebas, se eligen cuatro tonalidades de cada diseño antes de enviarse a producir en India, donde tienen sus talleres (France 3 Hauts-de-France, 2022). En este punto, cabe reseñar, que forma y color a menudo están divididas en diferentes sectores. En muchas otras marcas, como hemos visto en Hermès, la decisión cromática es tomada por otro profesional.

En Inoui-Editions, percibimos de nuevo un entendimiento de la composición como un lienzo artístico. A pesar de que sus diseños están cargados de personalidad, vemos que el funcionamiento de su proyecto es diferente al de otras grandes firmas por ser una empresa floreciente.

CONCLUSIONES

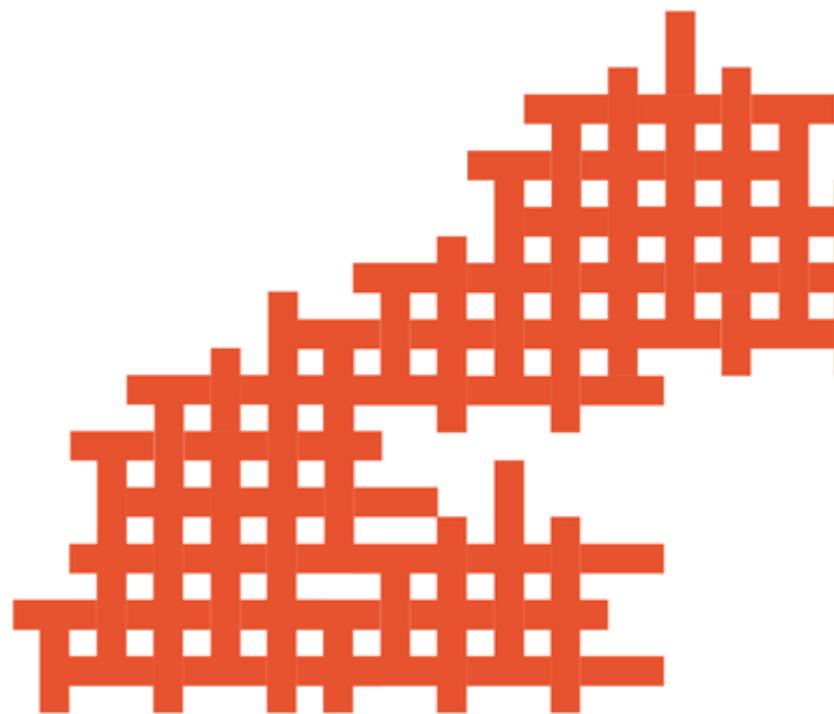
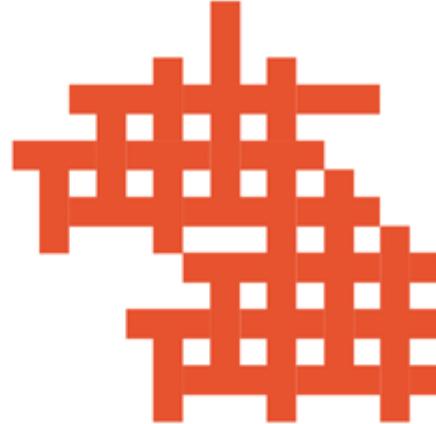
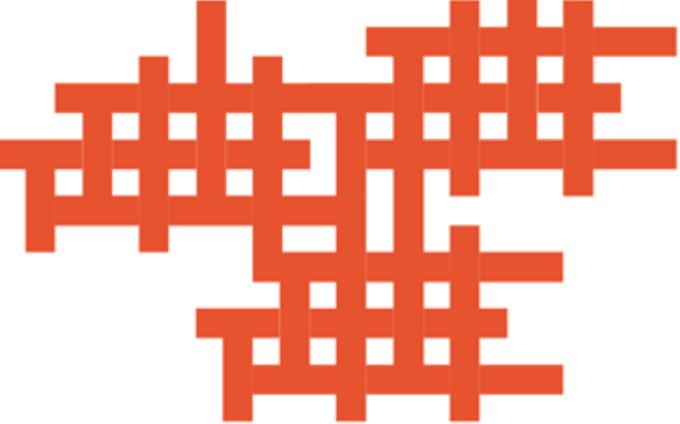
Puesto que su trabajo era anónimo en ocasiones y, muchos artistas decorativos en el ámbito de la industria textil a lo largo de la historia han sido mujeres (Chadwick, 2007, pp. 130, 207), es fundamental la labor que lleva haciendo Hermès al compartir sus identidades desde los orígenes de su *carré*. Jamin y Shirley, finalizan nuestra entrevista afirmando haber sido consideradas objetivamente como profesionales a lo largo de su carrera sin que su género las condicionase. Shirley, quien se encuentra actualmente impulsando su carrera en el plano artístico; añade que, «se encuentran en transformación», refiriéndose a los espacios de arte «históricamente centrados» en creadores masculinos.

En este artículo, hemos visto dos caminos diferentes para llegar al formato, así como dos métodos de creación diferentes. El pañuelo es un medio que acaba atrayendo a muchos creativos polivalentes y que permite construir con la misma libertad que un lienzo.

REFERENCIAS

- Albrechtsen, N. y Solanke, F. (2011). *Scarves*. Thames & Hudson Ltd.
- Barreiro-Parguña, S. (2023 mayo 19a). Entrevista a Alice Shirley, artista y diseñadora de carrés para Hermès. *Entrevistas con diseñadores*. https://www.sandraparguina.com/_files/ugd/799627_fa09ba2e8d7a4eo2983d077f38dcf2co.pdf
- Barreiro-Parguña, S. (2023 mayo 28b). Entrevista a Virginie Jamin, artista y diseñadora de carrés para Hermès. *Entrevistas con diseñadores*. https://www.sandraparguina.com/_files/ugd/799627_b1dc284a80ca40c39259da5bbd8630db.pdf
- Chadwick, W. (2007). *Women, Art, and Society*. Thames and Hudson. https://archive.org/details/womenartsociety000ochad_q3w4/page/130/mode/2up?q=%22textile%22+%22women%27s+role%22
- Corroyer, T. (2021, 30 de noviembre). *Episode de la série EN ACTION de Picardie Investissement Gestion* [Video]. Agence oflow. Picardie Investissement Gestion & Inoui Editions. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MlubRRQ71UQ>. Consultado el 20 de junio de 2023.

- De Cours, I. (2020). *Foulards. Du mouchoir au carré de soie*. Éditions de La Martinière.
- de Leeuw-de Monti, M. (2017). Sonia Delaunay: la fuerza del color. En Ruiz del Árbol (Ed.), *Sonia Delaunay. Arte, diseño y moda* (pp. 155-177). Museo Thyssen-Bornemisza.
- Fogg, M. (2006). *Print in fashion: Design and development in textile fashion*. Batsford. <https://archive.org/details/printinfashionde000ofogg>
- France 3 Hauts-de-France. (2022, 20 de diciembre). *Inoui Editions, la marque qui revisite le patrimoine textile français à Saint-Valery-sur-Somme* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Vw2vwU4gaas>. Consultado el 20 de junio de 2023.
- Hermès International. (1996). *Petite histoire d'une grande maison...* [Comunicado de prensa].
- Hermès International. (2022). *Silk Hermès*. [Comunicado de prensa].
- Homer, K. (2022). *The Little Book of Hermès. The story of the iconic fashion house*. Welbeck Publishing Group,
- Koning, G. (2005). Fulares y echarpes. En J. Brand y J. Teunissen (Ed.), *Moda y accesorios* (pp. 145-150). Gustavo Gili, SL.
- Laver, J. (1969). *Breve historia del traje y la moda*. (Albizua Huarte, E. Trad.). Ediciones Cátedra.
- Lesechos.fr. (2022, 20 de enero). *Inoui Editions, la petite griffe qui a tout d'une grande*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/partenaires/bpifrance/inoui-editions-la-petite-griffe-qui-a-tout-dune-grande-1387148>
- Manferito De Fabianis, V. (Ed.), Ferretti, A. (Pról.), & Rocca, F. (Texto). (2013). *A matter of fashion: 20 iconic items that changed the history of style*. The Danish Design School Press. <https://archive.org/details/matteroffashion2000ounse>
- Sims, J. (2015). *Icons of women's style*. Laurence King Publishing. <https://archive.org/details/iconsofomenssty000osims>
- Thomas, D. (2008). *Deluxe. Cuando el lujo perdió su esplendor*. Ediciones Urano.
- Victoria and Albert Museum. (2022, agosto 9). *Illustrating a mushroom inspired by Beatrix Potter's botanical drawings* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DsZfpZDQzXo>

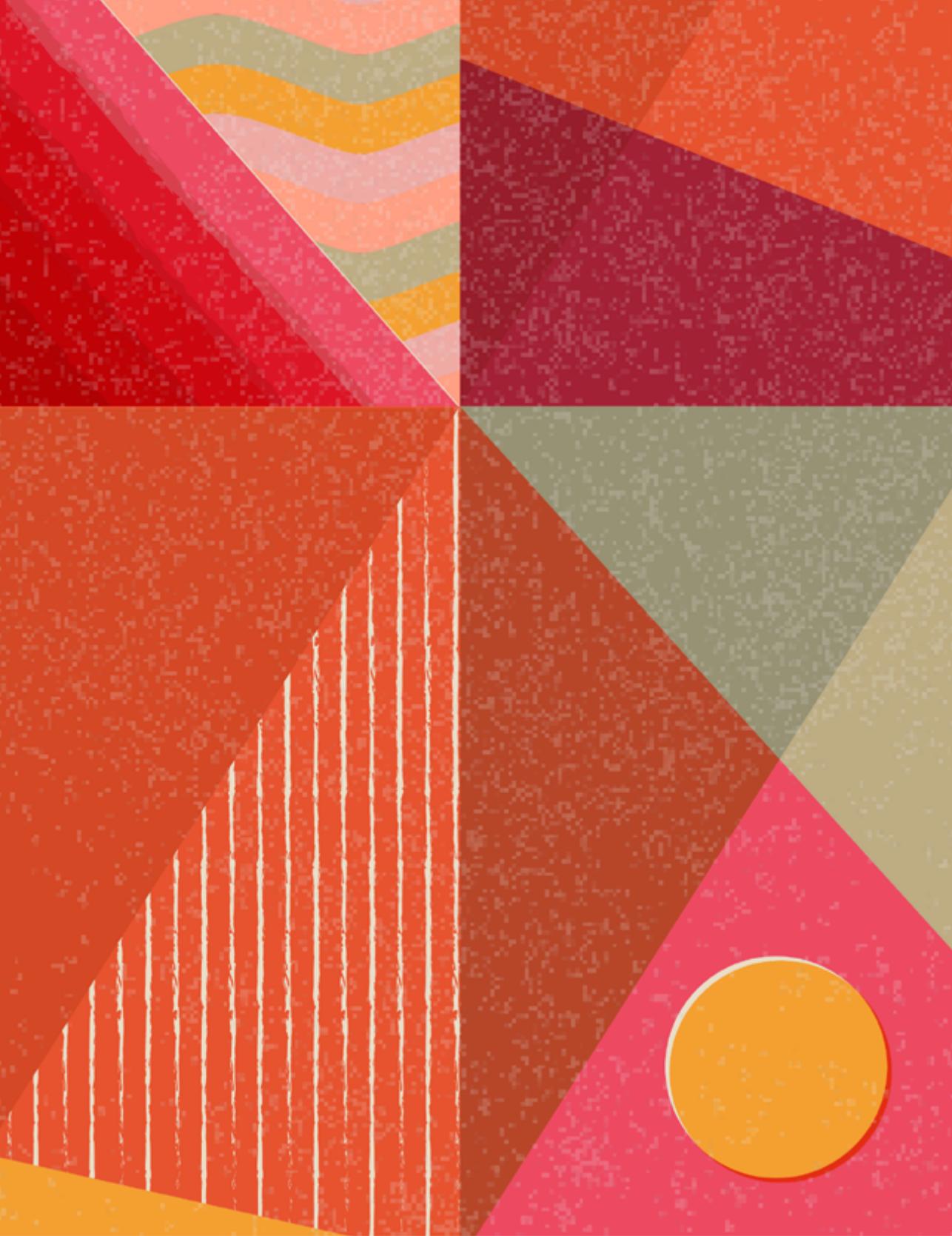


Esta publicación ha sido posible gracias a la Universidad de Sevilla, que ha apoyado la celebración del *III Congreso Internacional Mujeres Creadoras: Dibujo, diseño y acción* subvencionándolo a través del VI Plan Propio de Investigación, con la línea de Ayudas para organizar congresos y reuniones científicas con proyección internacional. Igual de imprescindible ha sido la participación de las y los investigadores que componen el Grupo de Investigación HUM-1025. CREARESGEN. Creación, Arte Gráfico, Estética y Género, creado en 2019. Gracias también al apoyo de las editoriales Cántico y Almuzara, y a El Golpe. Cultura del entorno.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de la Editorial Almuzara.

© Editorial Almuzara S.L., 2022
Parque Logístico de Córdoba
Ctra. Palma del Río, km 4
C/8, Nave L2, módulos 6-7, buzón 3
14005 - Córdoba

Primera edición, 2023
ISBN: 978-84-19387-82-0



**cre
ares
gen**

Creación, Arte Gráfico,
Estética y Género
HUMICOS

FACULTAD DE BELLAS ARTES

EC EDITORIAL
CÁNTICO